

Gli imprenditori spengono la luce?



In occasione della campagna "M'illumino di meno" Enea e Ministero dello Sviluppo Economico premiano le aziende che promuovono l'efficienza energetica.

Questa mattina si è tenuto a Roma un convegno per fare il punto sulle diagnosi energetiche presentate dalle imprese italiane,

in risposta alle disposizioni del decreto legislativo 102 del 2014. Il provvedimento recepisce una direttiva europea del 2012, dettando

una serie di misure finalizzate a promuovere e migliorare l'efficienza e il risparmio nei consumi energetici del nostro paese. Una delle prime scadenze per le aziende era fissata al 5 dicembre 2015, data entro cui

7168 aziende hanno ottemperato effettuando il check up energetico delle proprie strutture, primo passo per l'efficientamento delle aziende stesse.

Durante il convegno odierno

Enea e Ministero dello Sviluppo Economico hanno premiato le tre società che per prime, nei loro rispettivi settori, hanno disposto il check up, ottenendo l'ideale titolo di "ambasciatrici dell'efficienza energetica": si tratta di

Dolce&Gabbana,

Panini e Toro Rosso che con l'onore della ribalta hanno anche assunto l'onere di "far conoscere e promuovere, presso l'opinione pubblica e le imprese, la tutela dell'ambiente e il risparmio energetico". Presenti nell'occasione odierna anche altre realtà dell'imprenditoria nazionale, interessate a questa frontiera della sostenibilità: Fiat Chrysler, Ama, Poste Italiane, A2A, Enel, Policlinico Gemelli, Campus Biomedico, Fastweb e Investire Sgr.

"Nelle imprese ? ha dichiarato oggi

Roberto Moneta, responsabile dell'Unità Tecnica per l'Efficienza Energetica dell'ENEA ? *è aumentata la consapevolezza che ridurre le spese energetiche significa anche migliorare la competitività sul mercato e che la diagnosi energetica rappresenta uno strumento chiave per ottenere benefici economici rilevanti".*

Il convegno è stato anche l'occasione per tirare le prime somme di questa politica dell'efficienza.

Il comparto che più ha recepito l'urgenza del check up energetico è l'industria:

il 63% delle 14 mila diagnosi messe in atto ha riguardato infatti aziende del settore secondario; il 28% del totale sono aziende del terziario e il restante 9% attiene al primario. Occorre precisare comunque che

il settore dei servizi (assicurazioni, banche, commercio, grande distribuzione, ecc.) ha totalizzato da solo il 50% dei siti coinvolti nelle diagnosi, trattandosi spesso di aziende uniche, proprietarie di più stabilimenti, punti vendita, filiali ecc. Tra i dati diffusi dagli organizzatori del convegno c'è anche la

classifica dei settori produttivi più virtuosi, valutati secondo il numero di aziende che si sono sottoposte al check up: "vince" il settore della plastica e gomma, con l'8,69% del totale; seguito da quello alimentare (7,41%), dal metallurgico (7,17%), dalla produzione di motori (5,48%), dal chimico (4,23%), dal commercio al dettaglio (3,69 %) e dal tessile (3,52%).

La premiazione di oggi coincide con

"M'illumino di meno"

, la campagna promossa dal programma Caterpillar da Enea, che da 12 edizioni sensibilizza l'opinione pubblica sui temi del risparmio energetico.

Link:

<http://archivio.earthday.it/Energia/Gli-imprenditori-spengono-la-luce>