

# Floridi (Oxford): Tocca alle imprese agire contro il cambiamento climatico

**L**energia necessaria per una ricerca su Google è pari a quella bruciata da una lampadina accesa per 17 secondi. Big G gestisce 3,5 miliardi di ricerche al giorno, il consumo di una lampadina accesa per 1.887 anni. L'economia digitale rischia di avere un impatto catastrofico sull'ambiente. Ma la tecnologia, se ben

sfruttata, offre anche l'opportunità di contrastare il cambiamento climatico. «La tecnologia non è più nemica della natura: ci ha portato, è vero, all'economia lineare del consumismo distruttivo, ma oggi può condurci verso un'economia circolare ricca e virtuosa». Lo ha detto a MF-Milano Finanza Luciano Floridi, direttore del Digital Ethics Lab dell'università di Oxford, a margine del **Festival dell'Energia**, organizzato da Beulcke+Partners.

**Domanda. Come può la tecnologia essere il male e la cura per l'ambiente?**

**Risposta.** La scommessa sulla tecnologia come soluzione al cambiamento climatico è un rischio strategico calcolato: va corso, ma nel modo giusto. In Italia non abbiamo una politica sul tema, mentre in altri Paesi, come gli Stati Uniti e, temo, presto la Gran Bretagna, la strategia va in senso opposto: si sfruttano tecnologia e innovazione senza curarsi dell'esternalità negative, che non sono altro che danni altrui o costi interni rimandati. Il digitale ha un grande potenziale trasformativo della società, della politica, della distribuzione della ricchezza. Non la stiamo utilizzando a dovere.

**D. Se la politica è inerte o, peggio, rema contro, a chi spetta guidare la trasformazione?**

**R.** Tre grandi forze possono cambiare il mondo: il popolo, la politica, il business. Sul cambiamento climatico oggi ne resta solo una. Popolo e politica ci hanno tradito. Il primo è ormai ostaggio del populismo: fra Gesù e Barabba in genere il popolo sceglie Barabba. La seconda ha come priorità il consenso di breve periodo. Resta da sperare nel business. Il mondo aziendale deve rimpiazzare la politica. Google, per esempio, sta seguendo una strategia molto seria di investimento in energie rinnovabili. Scelte simili non sono frutto di un'imposizione, ma della volontà di rispondere a precise aspettative sociali.

**D. Cosa frena le aziende dall'intraprendere questo cambiamento?**

**R.** Come sottolineato dal governatore della banca d'Inghilterra, Mark Carney, esiste il tema della cosiddetta «tragedia dell'orizzonte»: tutti vorrebbero intraprendere la strada del cambiamento, ma nessun operatore lo vuole fare per primo temendo lo svantaggio competitivo del first mover. Se tutti si muovessero invece all'unisono in una direzione, i benefici sarebbero condivisi. È compito del legislatore livellare il campo di gioco. L'innovazione tecnologica insomma non basta, servono anche innovazione dei business model, sociale e politica. E soprattutto immaginazione, un rapporto creativo con la legislazione.

**D. Come far digerire all'elettorato politiche ambientali che comportano sacrifici immediati per un beneficio futuro e potenziale?**

**R.** Bisogna cambiare prima la società e poi la natura umana. I costi socio-ambientali sono

rimandati ma esistono: occorre farli emergere. Il mercato ragiona sul breve termine e non può avere la visione di lungo periodo che dovrebbe appartenere alla politica. Oppure a grandi imprese così strategiche da avere un orizzonte di investimento a volte superiore ai 50 anni e così consapevoli da voler giocare un ruolo attivo nella società. Constatata l'inerzia della politica, resta da sperare non ci tradisca anche il business. Perché quando il tradimento è completo, ci insegna la storia, arriva la rivoluzione: davvero, con l'intelligenza e l'esperienza di cui disponiamo oggi, l'unica alternativa alla distruzione dell'ambiente è una catastrofe umana? Non si tratta di pessimismo, ma di frustrazione: sono ottimista rispetto alle opportunità esistenti, ma frustrato dalla nostra capacità di coglierle.

**Salvare la terra costa 35 euro**

**Il clima (Oxford) rischia di intralciare**

**Idee da green portfolio**

**I rating verdi di Standard Ethics**

**Indice contro il cambiamento climatico**