

mediakey LUGLIO-AGOSTO 2019 | ECONOMIA CIRCOLARE

# SEMPRE PIÙ ATTENZIONE ALLA SOSTENIBILITÀ

IN ITALIA CRESCE L'INTERESSE DA PARTE DELLE AZIENDE VERSO UN MODELLO ECONOMICO SOSTENIBILE, CHE GUARDI NON SOLO AL PROFITTO, MA ANCHE ALLA COLLETTIVITÀ E ALL'AMBIENTE. LA SPINTA ARRIVA ANCHE DA UN CONSUMATORE SEMPRE PIÙ ATTENTO A QUESTI TEMI.

DI BARBARA TOMASI



**IL MONDO DELLE AZIENDE GUARDA CON ATTENZIONE CRESCENTE A UN MODELLO SOSTENIBILE NEL QUALE I SUOI INTERESSI, QUELLI DELLE PERSONE E DEL PIANETA DEVONO CONVERGERE. LA SOCIETÀ, GLI INVESTITORI, LE NORMATIVE – PIÙ STRINGENTI E ATTENTE – RICHIEDONO MODELLI DI BUSINESS ANCORA PIÙ SOSTENIBILI.**

Si sta diffondendo la convinzione che le aziende debbano creare valore condiviso per gli stakeholder innovando nell'offerta di prodotti e servizi, ridefinendo la catena del valore e generando benefici per le comunità locali. Secondo il modello del 'Creating Shared Value' definito nel 2011 dall'economista americano Michael Porter con Mark Kramer, questa catena del valore deve essere sostenibile per l'azienda, e non semplicemente una nuova funzione nell'organigramma.

Diventa perciò necessario – ed è questa la sfida per il futuro – integrare la sostenibilità nelle proprie strategie. Oggi essere competitivi per le aziende vuol dire rispettare i valori che si sono diffusi nella società, quindi legare i risultati economici a ricadute positive per le comunità in cui operano.

Questo rapporto in divenire tra le organizzazioni aziendali e la sostenibilità è stato al centro dell'incontro 'Le imprese e la finanza per lo sviluppo sostenibile. Opportunità da cogliere e ostacoli da rimuovere',

che si è tenuto alla fine di maggio a Milano, nell'ambito del Festival dello Sviluppo Sostenibile. Per la prima volta, le dieci associazioni imprenditoriali più rappresentative, tutte aderenti all'Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile (ASVIS), hanno indicato in un documento congiunto le linee di azione necessarie per accelerare il passo verso gli obiettivi di sviluppo sostenibile con la richiesta al Governo di accelerare la transizione dell'Italia a uno sviluppo sostenibile e di aprire un tavolo di lavoro sul tema presso la Presidenza del Consiglio.

**17 OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE** Il 25 settembre 2015, le Nazioni Unite hanno approvato l'Agenda Globale per lo Sviluppo Sostenibile e i relativi 17 obiettivi (Sustainable Development Goals – SDGs nell'acronimo inglese): il processo di cambiamento del modello di sviluppo verrà monitorato attraverso un complesso sistema basato su 17 obiettivi, 169 target e oltre 240 indicatori. Rispetto a tali parametri ciascun Paese verrà valutato periodicamente in sede Onu e dalle opinioni pubbliche nazionali e internazionali. Un evento storico, sotto diversi punti di vista.

E proprio da questo il Presidente dell'ASVIS, Pierluigi Stefanini, ha sottolineato l'importanza dell'agenda 2030 per il mondo delle im-

prese: "La sostenibilità è sempre più considerata un fattore strategico dalle imprese oltre a essere un importante elemento valoriale e reputazionale. Allo stesso tempo, il mondo della finanza guarda con attenzione sempre maggiore a realtà imprenditoriali innovative, rispondenti ai criteri environmental, social and governance (Esg). Questo obbliga a un cambiamento di prospettiva e a investire non tanto nell'ottica di un vantaggio immediato, ma in una prospettiva di medio-lungo termine".

A sostegno di tale affermazione Stefanini ha ricordato anche i risultati di una recente indagine di Eumetra per LifeGate, secondo la quale il 72% delle persone ritiene che le imprese dovrebbero occuparsi seriamente di sostenibilità, mentre il 67% ritiene giusto che le imprese, di qualsiasi dimensione (ma soprattutto le grandi), tengano conto degli obiettivi di sviluppo sostenibile anche se ciò dovesse significare un aumento dei prezzi dei prodotti o dei servizi. Tuttavia, ricorda la ricerca, il 48% degli italiani pensa che le imprese si occupino di sviluppo sostenibile perché hanno qualcosa da farsi perdonare e il 38% ritiene che occuparsi di sostenibilità sia nell'interesse dell'impresa stessa.

Il consumatore è cambiato, dunque, e questo si ripercuote su diversi comparti produttivi, come evidenziato nei tanti festival tematici e manifestazioni fieristiche.

Due esempi per tutti: il Festival dell'Energia, che si è tenuto alla Triennale di Milano dal 13 al 15 giugno, e Print4All, manifestazione dedicata al settore della stampa, dal 4 al 7 maggio, che tornerà a Fiera Milano dal 21 al 22 marzo del prossimo anno.

Il Festival dell'Energia è stato dedicato al tema 'Onlife energy: abitare, muoversi, lavorare', difficile e articolato perché va a toccare moltissimi aspetti della vita quotidiana, sia dei singoli individui sia delle comunità, specialmente nelle grandi città; non si è discusso solo di produzione energetica, ma anche di consumo e di risparmio, e la mobilità ovviamente è stato un argomento di approfondimento. Un settore in cambiamento, che si sta adeguando alle trasformazioni nel campo tecnologico, perché in un mondo sempre più interconnesso, in cui online e offline, reale e digitale non hanno più confini, anche l'energia deve cambiare il passo e rinnovarsi.

A Print4All 2019 erano in vetrina le nuove soluzioni per trasformare il packaging in un mezzo sempre più interattivo: così, attraverso un codice stampato sulla confezione, le barrette energetiche possono trasmettere sul nostro smartphone la playlist per fare fitness, l'etichetta sulla bottiglia di birra attiva un test digitale che verifica se abbiamo bevuto troppo, il farmaco ha impresso sul blister un sistema connesso per permetterci di comunicare direttamente via web alla casa farmaceutica eventuali problemi riscontrati. La stampa è complice della conquista del nuovo consumatore, che non si accontenta più di avere ciò che hanno anche gli altri, ma chiede di essere parte attiva nella creazione del prodotto che acquisterà. La personalizzazione è, così, una delle principali direttrici delle strategie di marketing di oggi per soddisfare il cliente, perché in grado di rendere unici anche gli oggetti seriali. Ma non basta. L'attenzione sempre più alta da parte del consumatore al tema ambientale e le stringenti leggi nazionali ed europee che coinvolgono il mondo dei materiali da imballo - carta, plastica, vetro, legno, tra gli altri - fanno crescere la propensione per le scelte di economia circolare. Grazie a tecnologie in grado di ridurre dimensione e peso del packaging, a inchiostri ad acqua e a colle non inquinanti fatte di amido, cresce la percentuale di materiali da imballo riciclabili - in alcuni casi, come la carta e il cartone ondulato, anche oltre l'80%. Si punta a un impatto ambientale sempre minore, con la garanzia di poter avere prodotti sicuri anche nell'era dell'e-commerce che ha dato un forte impulso agli imballi secondari (le scatole dei corrieri, inviate a casa nostra dagli e-shop di ogni tipo).



SOPRA, PIERLUIGI STEFANINI, PRESIDENTE ASVIS. SOTTO, PRINT4ALL, LA MANIFESTAZIONE DEDICATA AL SETTORE DELLA STAMPA.

**I SEI PUNTI PRIORITARI PER LE AZIENDE** Tornando al Festival dello Sviluppo Sostenibile, nella fase conclusiva il portavoce dell'ASVIS Enrico Giovannini ha ricordato che questo evento ha superato la quota di mille incontri in tutta Italia, a conferma della diffusione di una cultura orientata alla sostenibilità. Sempre Giovannini ha enunciato sei punti prioritari per le aziende.

A iniziare dal 2021, quando non solo si terrà in Italia il G20, ma si svolgerà l'Expo Dubai (fra il 2020 e il 2021) e si aprirà il nuovo ciclo settennale dei fondi europei in cui, se la Commissione di Bruxelles farà quanto annunciato, i fondi saranno orientati all'agenda 2030: sarà importante agire per non sprecarli e per accelerare il cambiamento. Infine nel 2021 i regolamenti della finanza sostenibile dovranno entrare in vigore, cambiando anche i criteri delle scelte aziendali.

Altro punto è la richiesta da parte delle Associazioni del Patto di Milano alla presidenza del Consiglio di un tavolo di discussione sullo sviluppo sostenibile a partire dalla prossima legge di bilancio.

Al terzo punto c'è la riforma della rendicontazione non finanziaria, attualmente limitata a poco più di 200 imprese con oltre i 500 dipendenti, mentre altri Paesi come la Spagna stanno facendo scendere questa soglia per facilitare il riconoscimento della rendicontazione di sostenibilità come fattore di competitività.

Segue la finanza sostenibile: i green bond, gli outcome bond, tutti gli altri strumenti finanziari nuovi, ma attenzione a non tornare indietro, come rischia di avvenire nel campo del green public procurement, dove si pensa di eliminare i controlli pubblici sotto una certa soglia.

Altro tema decisivo è la politica fiscale, dove si assiste a una discus-



mediakey LUGLIO-AGOSTO 2019 | ECONOMIA CIRCOLARE



sione 'tutta novecentesca', perché non si parla della possibilità di modificare il sistema fiscale per accelerare la transizione verso lo sviluppo sostenibile, per esempio con investimenti in formazione. Infine la formazione, indispensabile per preparare le persone ai cambiamenti nel mondo del lavoro: il beneficio fiscale per chi investe in capitale umano, attualmente limitato alle aziende 4.0, va esteso a tutte.

**QUALCHE CASE HISTORY** Le aziende in questo comparto si stanno muovendo e sono molto attive. C'è chi si occupa di sostenibilità ambientale presentando attività che spesso hanno una ricaduta importante sulla comunicazione del brand. È il caso di Corona, che con il progetto Pay with plastic, dal 5 al 9 giugno - nell'ambito della Ocean's Week 2019 - ha regalato una birra in cambio di una bottiglia di plastica da riciclare nell'apposita plastic machine posizionata in Ripa di Porta Ticinese a Milano, dove l'installazione con l'onda di plastica, oggetto di articoli e numerosissimi post, è rimasta in esposizione fino al 30 giugno sul Naviglio Grande.

Player mondiale nella produzione di beni di largo consumo nei settori della salute, igiene e pulizia della casa, il 12 giugno RB Hygiene & Home Italia ha presentato il progetto #GreenerB, con l'obiettivo di ridurre il proprio impatto ambientale e di sviluppare un modello di business sostenibile. Uso responsabile della risorsa idrica, nuova progettazione del packaging con un minore utilizzo di plastica, avanzata formulazione dei prodotti, mobilità a ridotto impatto am-

IL PROGETTO 'PAY WITH PLASTIC' DI CORONA IN RIPA DI PORTA TICINESE A MILANO: A SINISTRA, L'ONDA DI PLASTICA CON BOTTIGLIE DA RICICLO; IN BASSO LA PLASTIC MACHINE CHE REGALAVA UNA BIRRA IN CAMBIO DI UNA BOTTIGLIA DI PLASTICA.



biennale e riduzione di consumi energetici e di materiali: questi i cinque punti chiave del piano.

La settima edizione del progetto educativo Kids Creative Lab, nato nel 2012 da un'idea di Ovs, è invece dedicata ai bambini delle scuole primarie ed è in collaborazione con WWF Italia. Quest'anno il progetto vuole sensibilizzare i più giovani insegnando loro a conoscere e contrastare, con fantasia e creatività, l'inquinamento dovuto alla dispersione di plastica in natura con l'iniziativa 'C'è di mezzo il mare'. L'appuntamento è previsto per il prossimo autunno, quando l'insegna lancerà una speciale iniziativa a supporto dei progetti di conservazione del WWF: da novembre negli store Ovs e online su ovs.it sarà, infatti, disponibile una speciale capsule collection di t-shirt e felpe bambino in biocotton per WWF.

Da citare infine Favini, tra i player globali nella realizzazione di specialità grafiche innovative a base di materie prime naturali, inserita nelle 100 Italian Circular Economy Stories, nuovo lavoro di ricerca e di racconto realizzato da Enel e Symbola - Fondazione per le qualità italiane. È un'indagine nata per mettere in luce le buone pratiche, a partire dall'analisi di 100 eccellenti realtà italiane, già oggi protagoniste di un nuovo modello possibile di economia e di società. L'obiettivo è individuare gli 'apripista' italiani dell'economia circolare, termine che viene utilizzato per definire un'economia pensata, capace di rigenerarsi da sola, dove tutte le attività sono organizzate in modo tale che i rifiuti generati da un'impresa possano diventare materia prima per un'altra. **MAK**

A SINISTRA, IL PROGETTO OVS 'C'È DI MEZZO IL MARE', IN COLLABORAZIONE CON WWF; SOTTO LA NUOVA RICERCA DI ENEL E SYMBOLA, DEDICATA ALLE 100 MIGLIORI REALTÀ ITALIANE IN TERMINI DI ECONOMIA CIRCOLARE.



Un laboratorio creativo per le scuole e i bambini

