

La sfida della sostenibilità: aziende, persone e mercati

Prof. Marco Giuliani

Ordinario di economia aziendale
m.giuliani@univpm.it



Cosa significa essere sostenibili? La ricerca di una definizione



SOSTENIBILITA'...

CHI ERA COSTUI??

La confusione concettuale porta a confusioni strategiche e operative...

Termine spesso abusato o usato in modo improprio...

Cosa significa essere sostenibili? L'idea di sviluppo sostenibile

“

Lo sviluppo sostenibile è quello sviluppo che consente alla generazione presente di soddisfare i propri bisogni senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri.



*(Rapporto Brundtland
«Our Common Future»
-World Commission on
Environment and Development,
1987)*

Cosa significa essere sostenibili?

Il percorso

2000

Millenium Summit. gli Stati membri dell'ONU adottano all'unanimità la *Dichiarazione del Millennio* con il quale si definiscono gli **8 Obiettivi di Sviluppo del Millennio (MDGs)** per ridurre la povertà estrema entro il 2015.

2002

World Summit on Sustainable Development in Sud Africa: con la *Dichiarazione di Johannesburg sullo sviluppo sostenibile* e il *Piano di attuazione*, si riafferma l'impegno globale per l'ambiente e per l'eliminazione della povertà, incentivando ulteriormente i partenariati multilaterali.

1992

Earth Summit in **Rio de Janeiro**: 178 Paesi adottano l'**Agenda 21**, un piano d'azione per costruire un partenariato globale al fine di migliorare le vite umane e proteggere l'ambiente.

1987

Primo rapporto della **Commissione Brundtland**, commissione mondiale per l'ambiente e lo sviluppo creata dalle Nazioni Unite nel 1983.

2012

Conferenza delle Nazioni Unite sullo Sviluppo Sostenibile (Rio+20): gli Stati membri adottano il documento "*The Future We Want*", con cui si avvia il processo di sviluppo degli SDGs con l'*Open Working Group* e con cui si istituisce un *Foro politico di Alto Livello*.

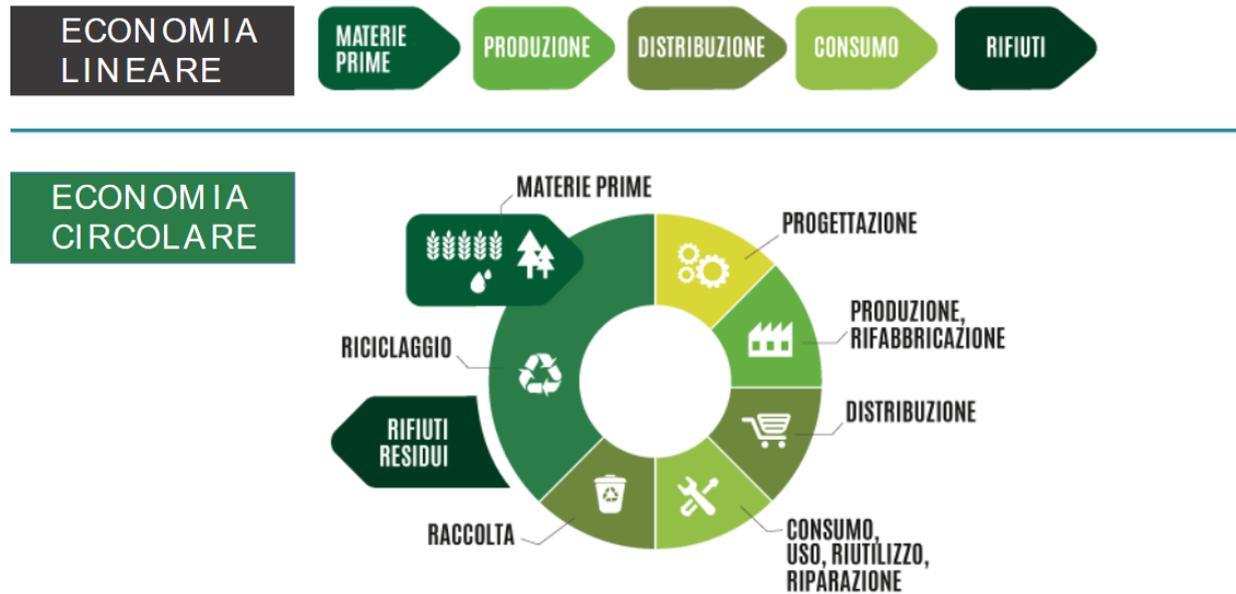
2015

Summit delle Nazioni Unite: i 193 Stati dell'Assemblea Generale dell'ONU approvano ed adottano l'*Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile*, con i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs).

Il 2015 rappresenta un anno di riferimento per la definizione delle politiche internazionali con l'adozione di diversi accordi, tra cui l'*Accordo di Parigi* sui cambiamenti climatici.



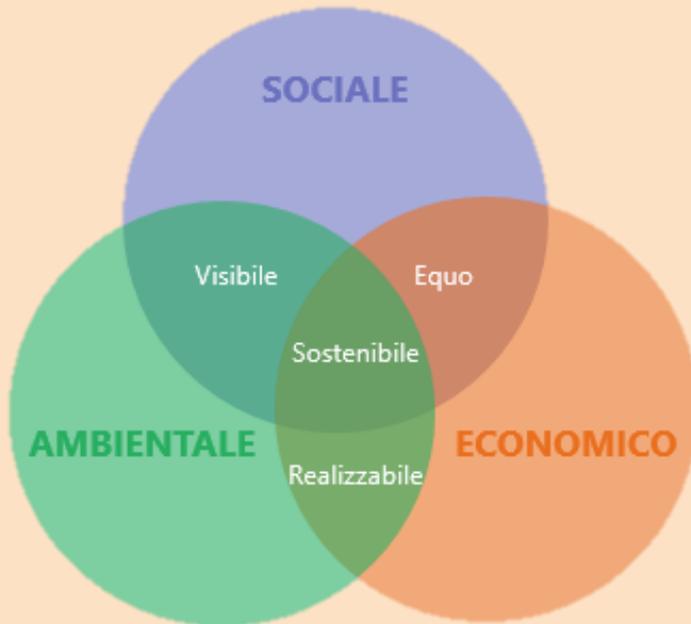
L'Economia Circolare (EC) è centrale per uno sviluppo sostenibile che coniughi bisogni economici con quelli ambientali e sociali



ECONOMIA LINEARE
(take-make-use-waste/dispose)
(competition)



ECONOMIA CIRCOLARE
(reuse-repair-redesign-remanufacture)
(cooperation - coopetition)



Quindi, lo sviluppo si definisce
SOSTENIBILE
se è in grado di generare situazioni di
SOSTANZIALE EQUILIBRIO
TRA I TRE AMBITI

Cosa significa essere sostenibili?

Le tre dimensioni della sostenibilità



Sostenibilità economica

Capacità di un sistema economico di generare una **crescita duratura degli indicatori economici**, attraverso la creazione di reddito e lavoro per il sostentamento delle popolazioni e attraverso un'efficiente ed efficace combinazione delle risorse



Sostenibilità Sociale

Capacità di garantire condizioni di **benessere umano** (sicurezza, salute, istruzione) equamente distribuite per classi e per genere

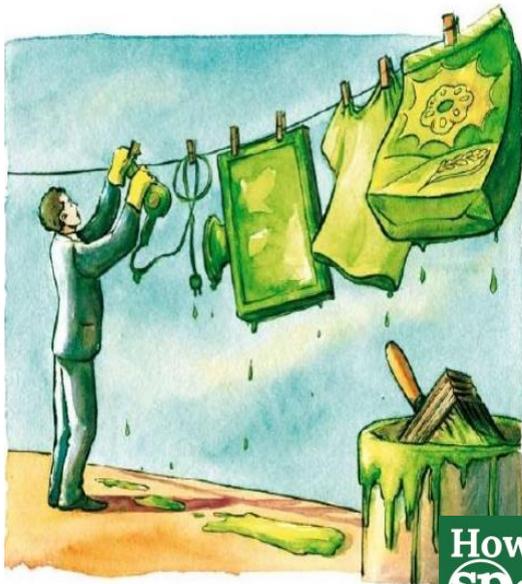


Sostenibilità ambientale

Capacità di valorizzare l'ambiente in quanto "elemento distintivo" del territorio, garantendo al contempo la tutela e il rinnovamento delle risorse naturali e del patrimonio. Capacità di **preservare** nel tempo le tre funzioni dell'**ambiente** di **fornitore di risorse**, **ricettore di rifiuti** e di **fonte diretta di utilità**

- Tensioni tra **dimensione sociale ed economica**: la performance sociale richiede libertà dai vincoli finanziari; le aspettative di remunerazione dei vari stakeholders sono confliggenti.
- Tensioni tra **dimensione ambientale ed economica**: la performance ambientale richiede spesso rilevanti costi e investimenti e l'incremento di competitività e redditività può richiedere un incremento dei consumi di risorse naturali.
- Tensioni tra **dimensione ambientale e sociale**: soluzioni pro-ambiente possono creare tensioni sociali e soluzioni pro-società possono consumare risorse naturali.

Le «patologie» connesse alla sostenibilità Il greenwashing



How to Spot green washing

There are a few common tricks that you can watch out for to make it easy to spot greenwashing and dubious sustainability claims:

- VAGUE GREEN-SOUNDING LANGUAGE:** Look out for words that sound good at first but have no concrete meaning legally, like "farm fresh" or "conscious".
- IRRELEVANT CLAIMS:** Making a big noise about one tiny green attribute on an otherwise totally anti-green product.

BADLY THOUGHT-OUT BIG GESTURES:
A classic one when an idea has come from a marketing team instead of experts.

- MISLEADING NUMBERS AND PERCENTAGES**

REBRANDING TO INCLUDE "natural" PACKAGING
Products that change their look to apply the veneer of sustainability, but without actually changing anything.

MAKING THE PRODUCT PACKAGING GREEN

At its core, greenwashing is all about misdirection.

SO WHAT SHOULD WE BE LOOKING OUT FOR TO KNOW IF A BRAND IS FOR REAL

- Accountability:** Ironically, truly sustainable brands are transparent about how they're affecting the environment.
- Clear labeling:** Sustainable products should include simple language labels about exactly what's in a product.
- Accreditation:** Don't just take brands' words for it. Look for companies that are audited or accredited by third parties.
- Traceability:** Some forward-thinking brands have been helping buyers track their products' sustainability using helpful tech.

Il **GREENWASHING** è un marketing ecologico di facciata e consiste nell'insieme di attività di comunicazione verde, attraverso le quali l'azienda promuove una sensibilità ambientale e virtù ecologiche dei suoi processi o dei suoi prodotti che, in realtà, non esistono, o sono significativamente esaltati

- Esempi:**
- Prove mancanti
 - Concetti vaghi
 - Autoglorificazione
 - False dichiarazioni e certificazioni
 - Dati fuorvianti
 - Abuso del verde
 - ...

Le «patologie» connesse alla sostenibilità Il greenwashing

TABLE 1 Disentangling GW phenomenon along its main dimensions.

GW investigation area	External GW factors
a. Aim of GW investigation <ul style="list-style-type: none"> • Determinants • External • Internal • Effects • External • Internal 	e. Industry <ul style="list-style-type: none"> • Environmental sensitive • Environmental insensitive f. Geographical context <ul style="list-style-type: none"> • Developed countries • Developing countries • Emerging countries
b. Scope of GW investigation <ul style="list-style-type: none"> • Only environmental • Social (CSR/blue washing) 	g. Stakeholder impact <ul style="list-style-type: none"> • Investor • Consumer • Activists/NGO • Media
Internal GW Factors	
c. Types of GW <ul style="list-style-type: none"> • Disclosure ('talk') • Action/deeds ('walk') 	<ul style="list-style-type: none"> • Public authorities • Other
<ul style="list-style-type: none"> • Active (manipulation/distortion) • Passive (hidden/selective disclosure) 	Hybrid GW factors
<ul style="list-style-type: none"> • Claim • Executional • EMS certification • Positive side • Negative side 	h. Locus of GW <ul style="list-style-type: none"> • Internal (firm) • External (context/other firms/SC)
d. Levels of GW <ul style="list-style-type: none"> • Firm • Product 	i. Source of GW <ul style="list-style-type: none"> • Intentional • Unintentional • Accused • Unaccused
	j. Objectivity of GW <ul style="list-style-type: none"> • Actual • Perceived

Il **GREENWASHING** è un concetto complesso, multidimensionale che cambia nello spazio e nel tempo.

Non è un fenomeno oggettivo ma soggettivo e spesso ambiguo.

Capire cosa sia Greenwashing non è così semplice come sembra...

Cosa è cambiato ?



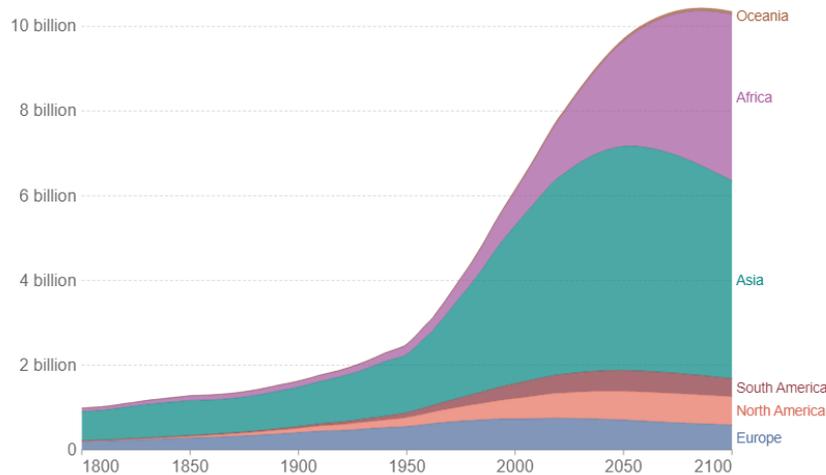
Cambiamento dei valori
Cambiamento di abitudini
Cambiamenti di mercato

La prospettiva macro-economica

La rivoluzione industriale ha impattato anche su crescita economica, aspettativa di vita e aumento esponenziale della popolazione mondiale

Population by world region

Historic estimates with future projections based on the UN medium-fertility scenario.



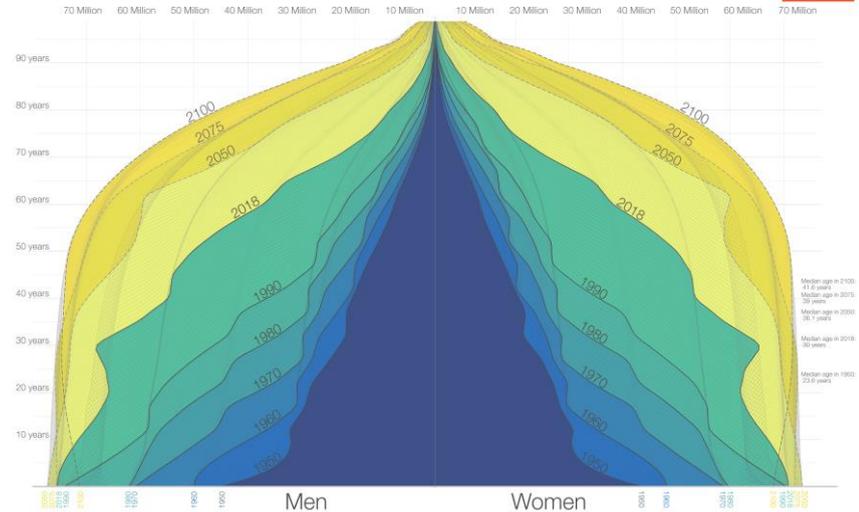
Data source: HYDE (2017); Gapminder (2023); UN (2022)

Note: Historical country data is shown based on today's geographical borders.

OurWorldInData.org/population-growth | CC BY

The Demography of the World Population from 1950 to 2100

Shown is the age distribution of the world population – by sex – from 1950 to 2018 and the UN Population Division's projection until 2100.



Data source: United Nations Population Division – World Population Prospects 2017; Medium Variant.

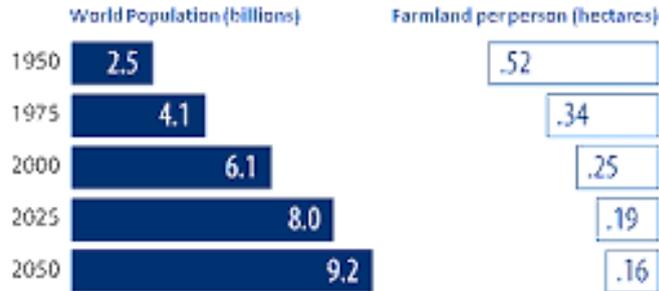
The data visualization is available at OurWorldInData.org, where you find more research on how the world is changing and why.

Licensed under CC-BY by the author Max Roser.

RESOURCES MEGATRENDS

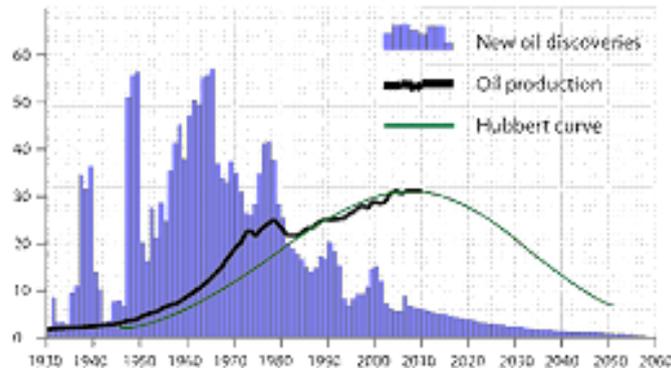
Global Food Supply and Availability

By population growth, in hectares of available farmland



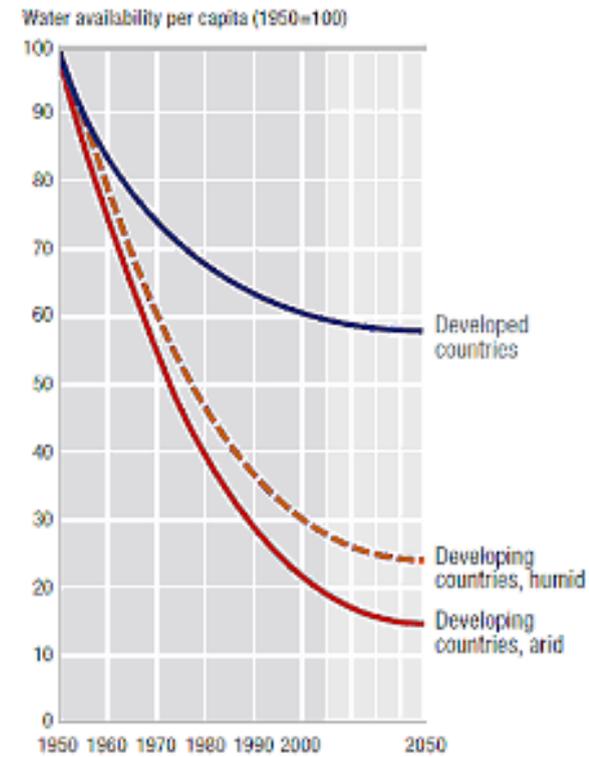
Global Oil Supply and Availability

By oil production, in billions of barrels of oil per year

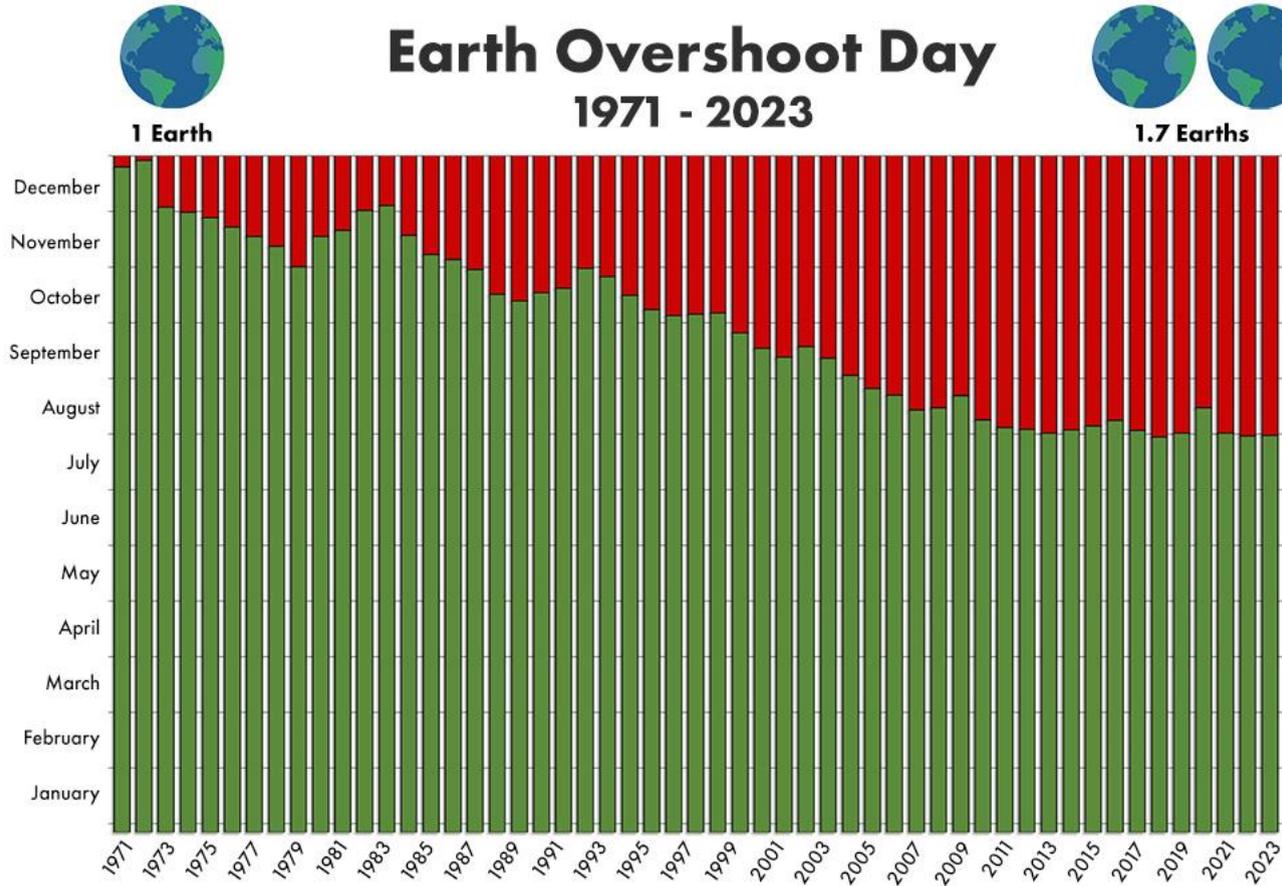


Global Water Supply and Availability

By country groups, in percentage change in water availability



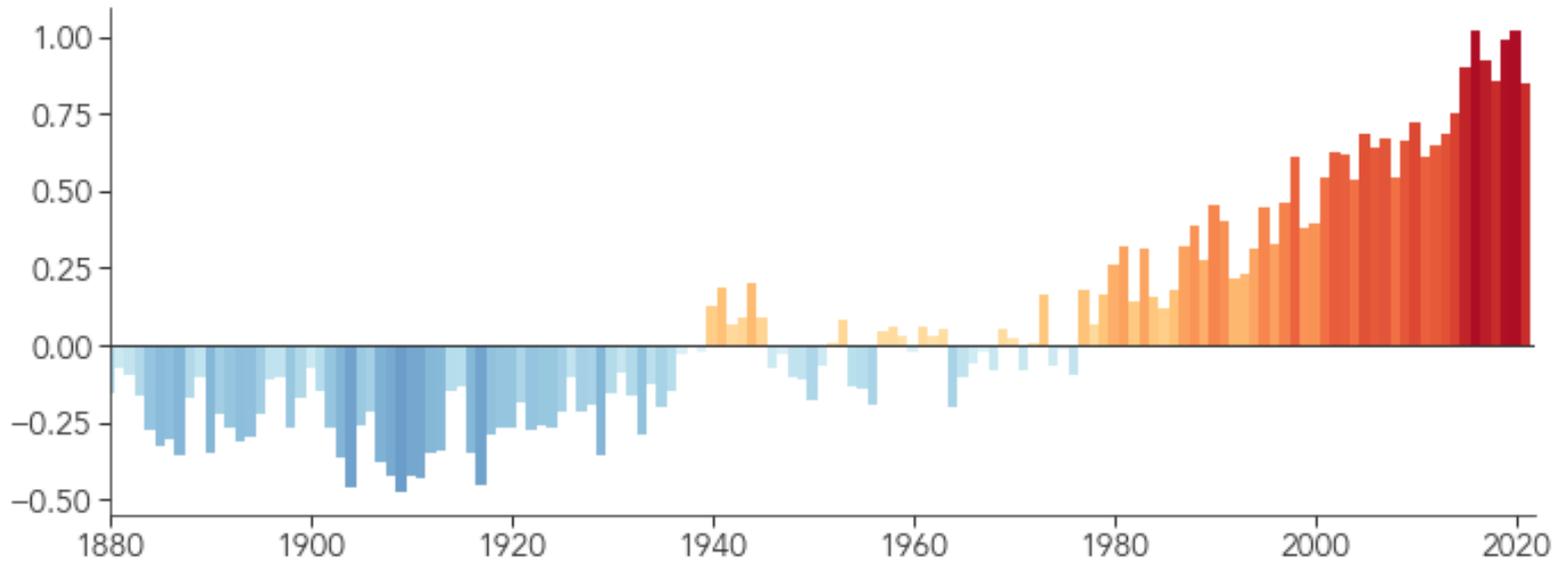
Sources: Food and Agriculture Organization (FAO), World Resources Institute (WRI), Association for the Study of Peak Oil and Gas (ASPO).



Source: National Footprint and Biocapacity Accounts 2023 Edition
data.footprintnetwork.org

2021 ties 2018 for Sixth Warmest Year on Record

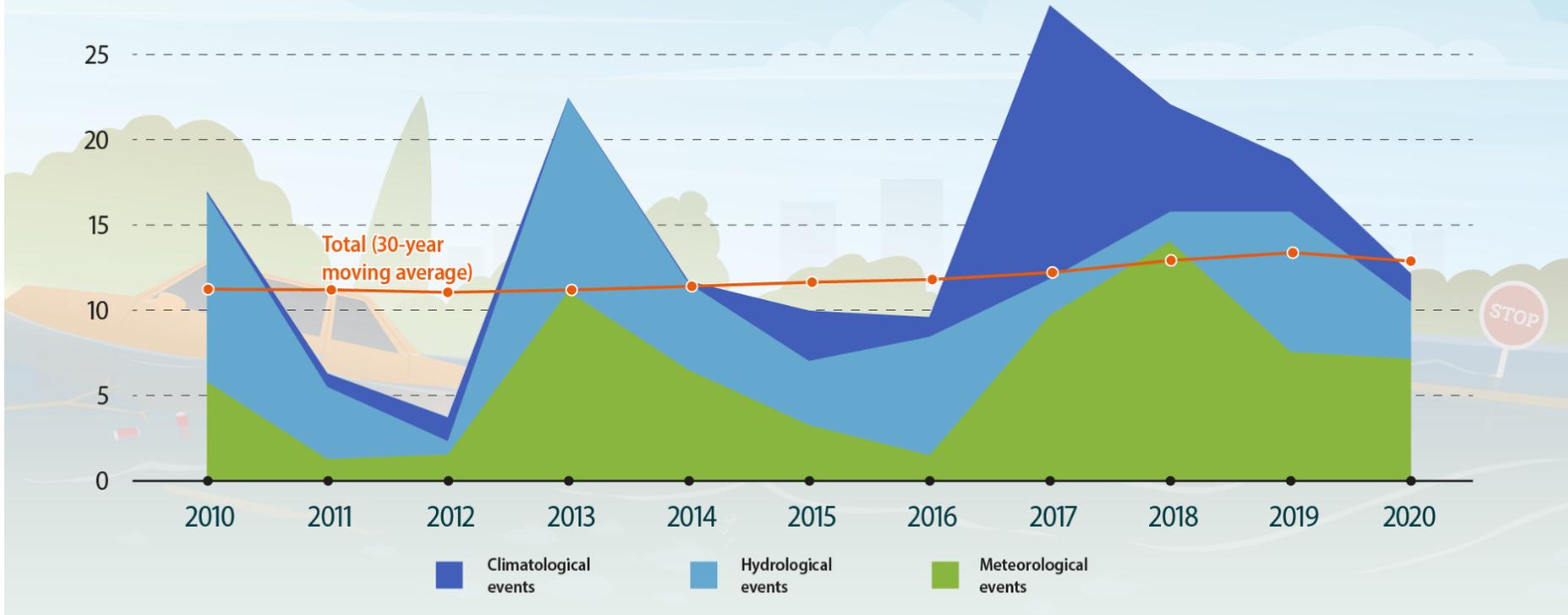
Global Temperature Anomaly (°C compared to the 1951-1980 average)



Il cambiamento climatico – Alcuni impatti economici

Climate-related economic losses by type of event

(billion €)



ec.europa.eu/eurostat 

La prospettiva delle aziende

La produzione sostenibile

Perché essere sostenibili? Perché lo chiedono i consumatori finali



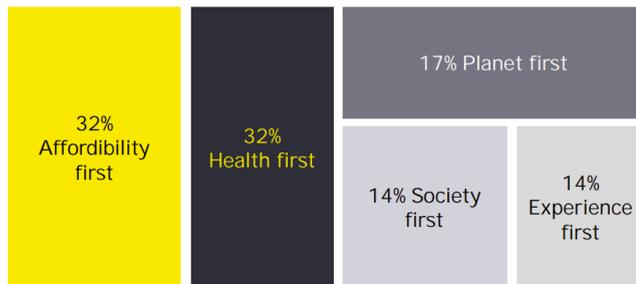
03 LUGLIO 2023 13:06

Sostenibilità, il 31% degli italiani fa acquisti green anche se sono più costosi

Secondo un sondaggio Ipsos, quasi la metà dei connazionali è disposto a cambiare il modo di vivere a vantaggio dell'ambiente

Stile di vita sostenibile è già diffuso - Dal sondaggio Ipsos emerge che la gran parte degli italiani sono attenti alla sostenibilità, impegnandosi già da tempo nel quotidiano per perseguire uno stile di vita più green: l'89% delle famiglie fa la raccolta differenziata, l'88% cerca di risparmiare energia e l'87% di ridurre il consumo idrico. Inoltre il 60% delle persone acquista prodotti biologici, anche se il 41% lo fa "abbastanza" e solo il 19% regolarmente. Il 56% dei connazionali sceglie prodotti del mercato equo e solidale, dei quali il 39% diversifica l'acquisto e il 17% sono consumatori abituali.

Future consumer priorities differ among countries



Fonte: EY 2022

Il 46% degli italiani è pronto ad adottare uno stile di vita green, ad esempio consumando meno energia, mangiando meno carne o limitando la plastica monouso.

Il 31% è disposto a fare acquisti sostenibili, anche se questo ha un impatto sulle sue finanze.

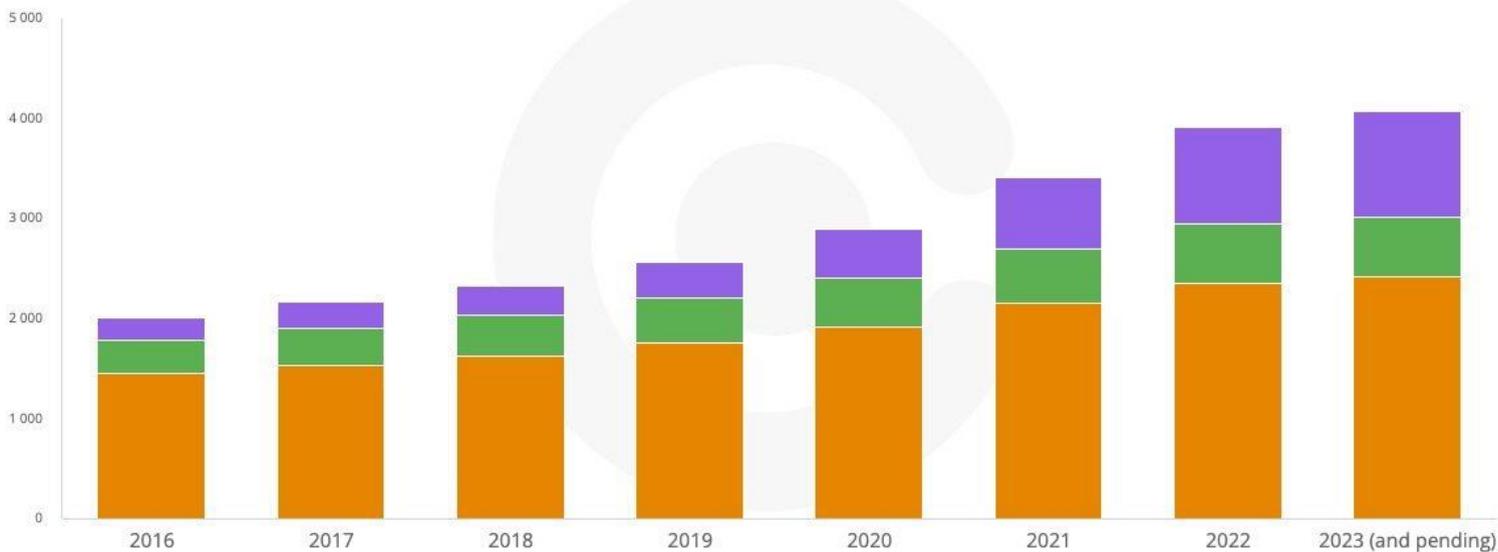


Perché essere sostenibili? Perché lo chiedono le norme

Library

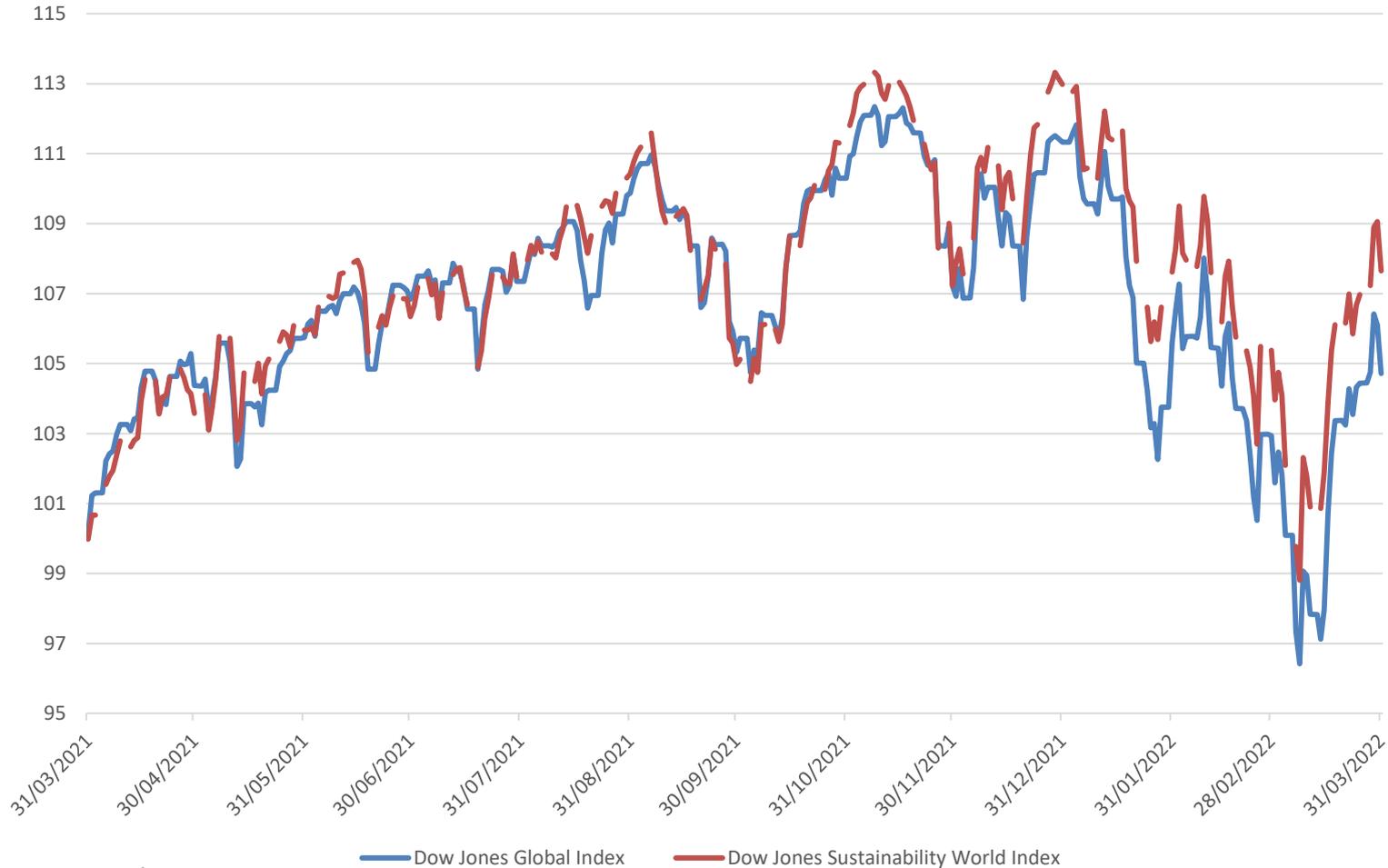
Regulations by topic over time (Cumulative)

■ Supporting Excluded
● Climate Change ● Circular Economy ● Ecodesign



Powered by C2P

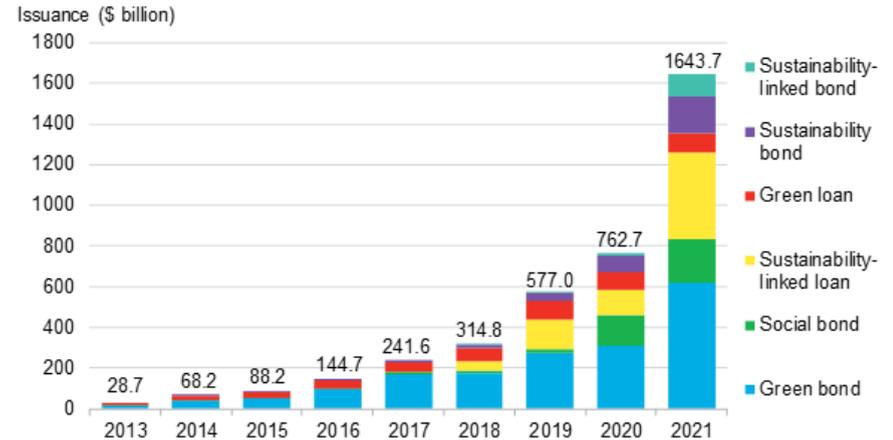
Un confronto tra indici «generici» e indici «sostenibili»



Alle aziende essere sostenibili conviene: maggiori possibilità di credito a minor costo



Figure 1: Annual sustainable debt issuance, 2013-2021

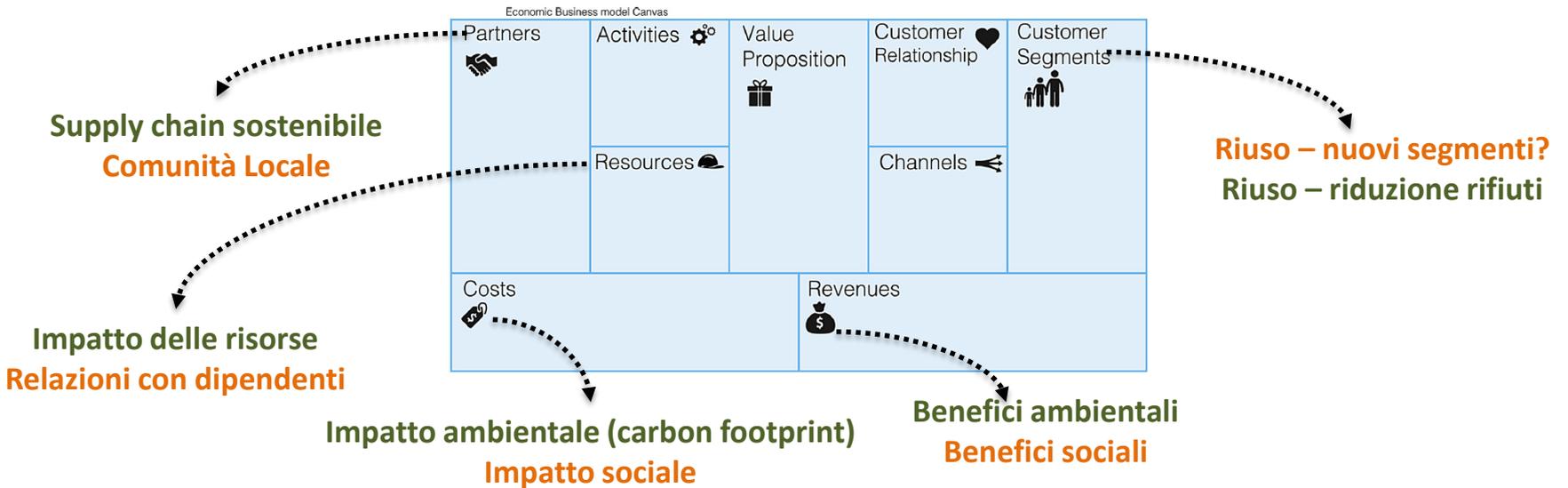


Source: [BloomberNEF](#), Bloomberg L.P.

La sostenibilità aziendale

I nuovi modelli di business sostenibili

... ripensamento degli elementi chiave del processo di creazione di valore



Le sfide di sostenibilità per le imprese

Una panoramica

**Sostenibilità come
rischio**

**Sostenibilità come
leva strategica**

Caratteristiche del board

Frequenza incontri, temi, competenze, deleghe, ecc.

Dimensioni di controllo

Nuovi rischi di non continuità aziendale

Dialogo con gli stakeholders

Informazione vs. collaborazione

Gestione della sostenibilità

Compliance vs. proattività

Organizzazione della sostenibilità

Implicita vs. funzione/ruolo esplicito - competenze

Misurare la sostenibilità

Adempimento vs. opportunità

Cambiare il modo di fare azienda

La prospettiva delle aziende Il consumo sostenibile

Perché la sostenibilità oggi? Gli effetti del consumo insostenibile – L'abbigliamento



Nel 2020, il settore tessile è stato la terza fonte di degrado delle risorse idriche e dell'uso del suolo. Usati in media 9 m³ di acqua, 400 m² di terreno e 391 kg di materie prime per fornire abiti e scarpe per ogni cittadino dell'UE.

Si stima che la produzione tessile sia responsabile di circa il 20% dell'inquinamento globale dell'acqua potabile. Il lavaggio di indumenti sintetici rappresenta il 35% del rilascio di microplastiche primarie nell'ambiente.

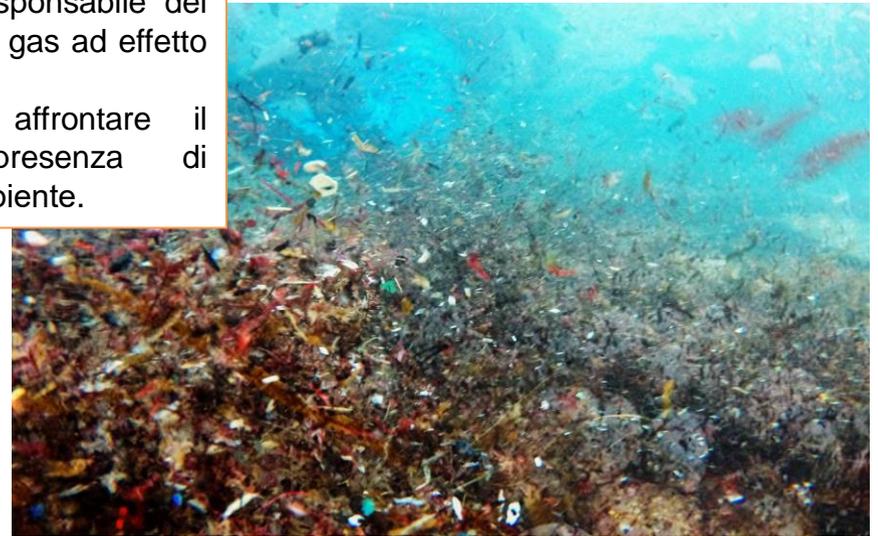
Si calcola che l'industria della moda sia responsabile del 10% delle emissioni globali di carbonio (in UE 270 kg di emissioni di CO₂ per persona).

Tra il 2000 e il 2015, la produzione di abbigliamento è raddoppiata, mentre l'utilizzo è diminuito del 36%. I cittadini europei consumano ogni anno quasi 26 kg di prodotti tessili e ne smaltiscono circa 11 kg.

Perché la sostenibilità oggi? Gli effetti del consumo insostenibile – Le plastiche e microplastiche



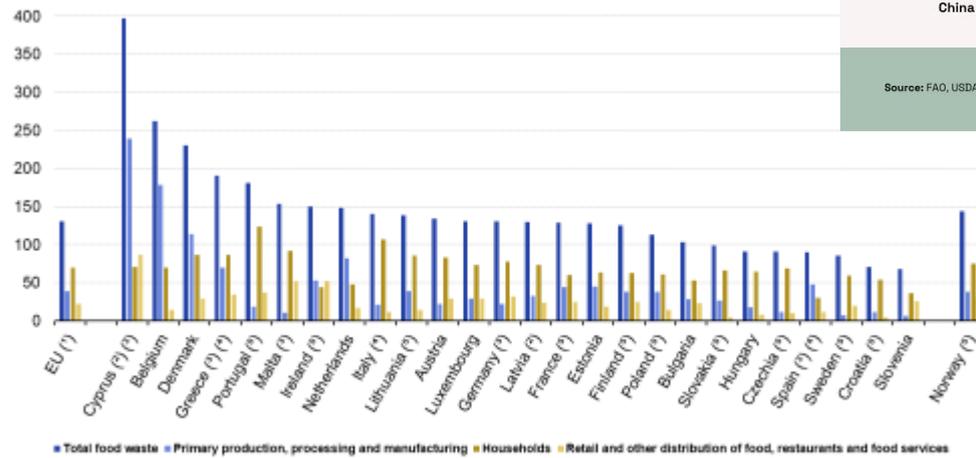
Si stima che nei prossimi vent'anni il consumo di plastica raddoppierà. Entro il 2050 la plastica potrebbe rappresentare il 20% del consumo di petrolio ed essere responsabile del 15% delle emissioni di gas ad effetto serra. Inoltre è urgente affrontare il problema della presenza di microplastiche nell'ambiente.



Perché la sostenibilità oggi? Gli effetti del consumo insostenibile – Lo spreco alimentare



Food waste by sector of activities by Member State, 2021
(kilograms per inhabitant)



(*) Estimated data.
 (*) Definition differs in some figures.
 (*) 2021 data not reported, 2020 data presented.
 (*) Definition differs or estimates in some figures.
 (*) Estimates in some figures.
 Source: Eurostat (online data code: env_wasfw)

THE IMPACT OF FOOD WASTE STATISTICS

Understanding its environmental and social consequences

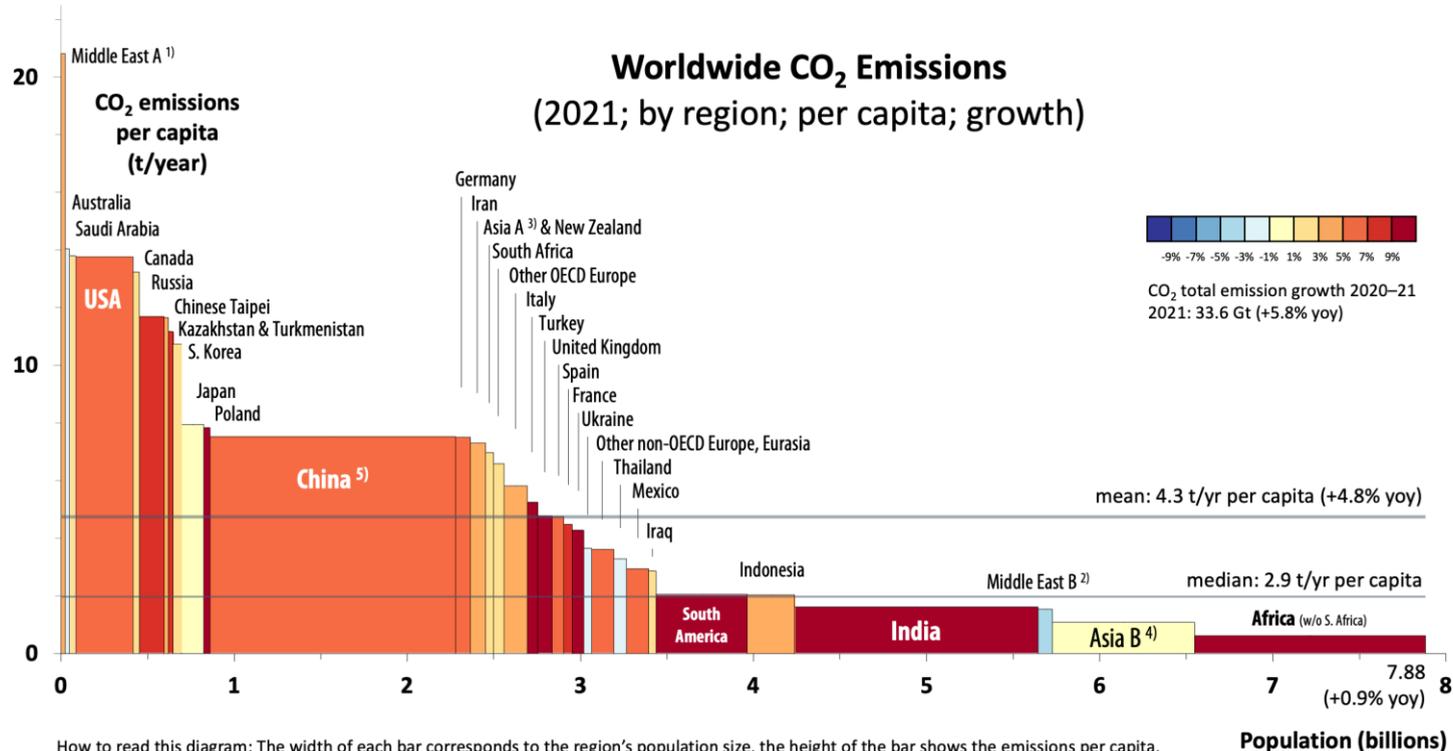
- 870 million people** could be fed if food waste is reduced. By reducing food waste, we can save resources: **water, energy, and land.**
- \$1 trillion** worth of food each year, which amounts to **1.3 billion tonnes** of food are wasted.
- Approx. \$310B/ year** is the economic cost of food waste in developing countries, which is enough to feed over **750 million people.**
- 30-40% of food** supply goes to waste, which equals more than **20 pounds** of food per person per month in the United States.
- 3rd largest country** would be food waste, if it was its once independent place. It is so large that it is an emitter of greenhouse gases after **China** and the **United States.**
- 8% of food** waste is responsible for global greenhouse gas emissions, making it the third-largest emitter after **China** and the **United States.**

Source: FAO, USDA, World Resources Institute, Project Drawdown, World Wildlife Fund, United Nations Environment Programme

HEALTH NETWORK



Perché la sostenibilità oggi? Gli effetti del consumo insostenibile – Le emissioni di Co2



How to read this diagram: The width of each bar corresponds to the region's population size, the height of the bar shows the emissions per capita, the area of each rectangle therefore represents the total emissions for that region. The area's color represents the growth of total emissions.

Notes:

CO2 emissions from fuel combustion only; no other greenhouse gases or natural sources; aviation and marine bunkers not shown as territory but included in average and totals.

¹ Middle East A: Bahrain, Kuwait, Oman, Qatar, United Arab Emirates

² Middle East B: Israel, Jordan, Lebanon, Syrian Arab Republic, Yemen

³ Asia A: Brunei Darussalam, Malaysia, Mongolia, Singapore

⁴ Asia B: Asia without Asia A, China, India, Thailand, Chinese Taipei, Indonesia, S. Korea, Japan

⁵ China: People's Rep. of China, Hong Kong

Attribution:

Based on IEA (2023), "Greenhouse gas emissions from energy", www.iea.org/statistics. All rights reserved; as modified by Thomas Schulz, AQAL Capital GmbH. This map is without prejudice to the status of or sovereignty over any territory, to the delimitation of international frontiers and boundaries and to the name of any territory, city or area. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Version: 17-Sep-2023 by Thomas Schulz, AQAL Capital GmbH, Munich
blog commentary: <https://aqalcapital.com/2021-worldwide-co2-emissions>



Le sfide di sostenibilità per le persone Una panoramica

Energia

Riuso/Riparo/Riciclo

Alimentazione

Mobilità

Acquisto
consapevole

Sharing economy

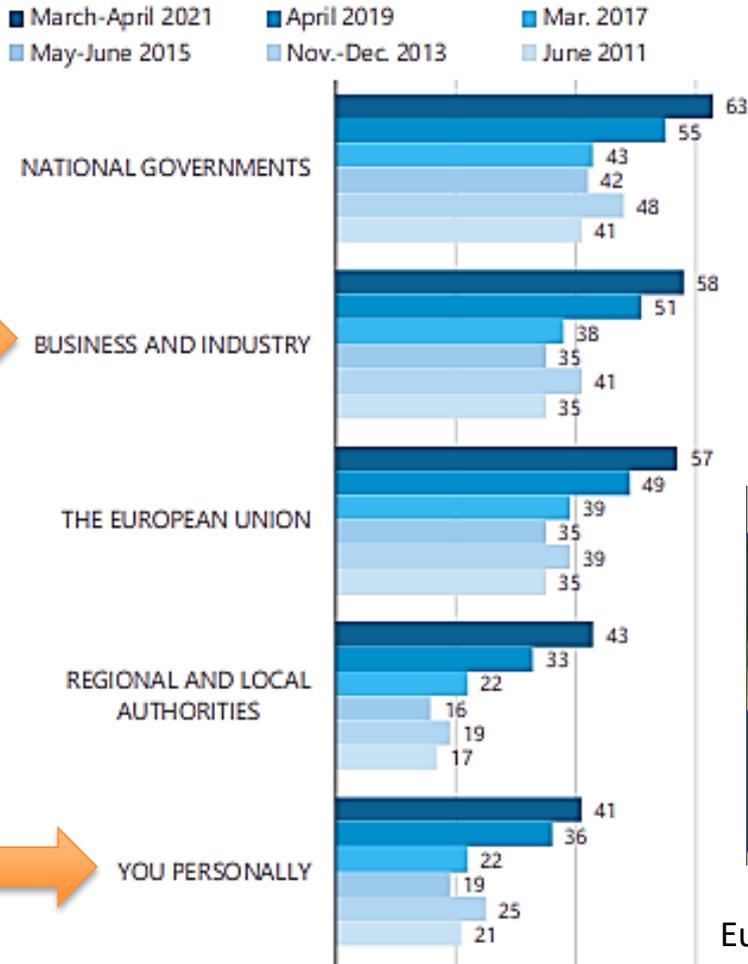
Cambiare i comportamenti e modelli di consumo

E quindi?

Cambiamento climatico e società

Chi fa cosa?

QB3 In your opinion, who within the EU is responsible for tackling climate change? (MULTIPLE ANSWERS POSSIBLE)
(% - EU27)



Quindi chi è responsabile di far fronte al cambiamento climatico?



Eurobarometer, 2021

Le **imprese** devono ripensare modelli, processi, prodotti-servizi. I **consumatori** devono cambiare abitudini di acquisto, uso e consumo.

GLI INTERROGATIVI

Consumare meno, consumare meglio... quali impatti?

La sostenibilità costa... chi paga? Fenomeni inflattivi e impatti economico-sociali.

Come far cambiare imprese e famiglie? Norme, sanzioni, nudging

E se non cambio? Gli effetti di una selezione darwiniana.

Necessarie **nuove competenze** soft, manageriali e tecniche per capire come agire e usare **nuovi strumenti** per informarsi, conoscere e fare. In che modi, tempi e con quali costi?

*Il mondo sta cambiando. La transizione verso la sostenibilità è inevitabile. **Pensare a una «transizione giusta» e non a una «transizione per pochi»...***

*Da dove iniziare? Un **approccio per priorità**, a piccoli passi...*

Da chi iniziare? Dalle imprese o dalle famiglie? L'importante è iniziare

*A little less conversation a little more action. Importante **parlare e fare sostenibilità...***

*Ciò che conta non è tanto da dove vieni, ma dove stai andando. **Guardare al futuro e cambiare...***

Grazie per l'attenzione!