



*presentato da Toni Federico*

A cura di Edo Ronchi, Roberto Morabito  
 Toni Federico, Grazia Barberio

# LE IMPRESE DELLA GREEN ECONOMY

STATI GENERALI  
 della  
 Green  
 Economy

LA VIA MAESTRA  
 PER USCIRE  
 DALLA CRISI

**GREEN ECONOMY RAPPORTO 2014**

FONDAZIONE  
 PER LO SVILUPPO  
 SOSTENIBILE  
 Sustainable Development Foundation

**ENEA**  
 Agenzia nazionale per le nuove tecnologie,  
 l'energia e lo sviluppo economico sostenibile

**ECOMONDO**  
 L'azienda italiana per lo sviluppo sostenibile

**Edizioni  
 Ambiente**

## LE IMPRESE E L'AMBIENTE

---

La **green economy** non è un settore ma un modello generale di economia capace di produrre un **benessere di migliore qualità e più equamente distribuito**, migliorare la qualità dell'ambiente e **salvaguardare il capitale naturale** (UNEP).

La **green economy** pone fine al rapporto storicamente conflittuale delle imprese con l'ambiente. Le imprese sono cresciute storicamente **consumando risorse naturali, materie prime ed energia, producendo esternalità negative**, impatti ambientali, emissioni, grandi quantità di rifiuti, **disagio e conflitti sociali**. Lo sviluppo industriale e la globalizzazione hanno alimentato la crescita economica e il benessere, ma hanno imposto costi sociali, ambientali e sanitari elevati, consumismo, sprechi, iniquità distributiva, diffuse zone contaminate, compresi mari e corsi d'acqua, esaurimento delle risorse e un preoccupante cambiamento climatico.

## IL MODELLO UNEP DELLE IMPRESE PER LA GREEN ECONOMY

---

L'UNEP non si limita a chiedere alle imprese di migliorare le loro politiche ambientali, ma propone di:

- ❑ migliorare la **resilienza d'impresa** e la capacità di crescere adottando nuove tecniche di valutazione,
- ❑ guidare il cambiamento delle politiche industriali,
- ❑ andare **oltre l'interesse di breve termine** degli azionisti in favore di una cerchia più larga di interessi e con un orizzonte temporale più lungo,
- ❑ guadagnare il **coinvolgimento dei dipendenti** e migliorare la **produttività delle risorse**,
- ❑ introdurre la **sostenibilità** come elemento strategico per il *management* e per la comunicazione agli investitori e ai clienti, e quindi:
- ❑ adottare la **tripla contabilità** (*triple bottom line*).

## IL PROGRAMMA *GREEN INDUSTRY* DELL'UNIDO

---

*Green Industry*, è un progetto *multistakeholder* di *green growth*, di protezione del capitale naturale, della salute e del benessere umani, mediante il *greening* dell'industria esistente e l'allargamento del mercato *delle industrie che offrono beni e servizi ambientali* (EGSS), con:

- ❑ costi ridotti dei materiali vergini e delle *commodity*,
- ❑ maggiore sicurezza degli approvvigionamenti,
- ❑ riduzione dei costi e dei rischi dell'inquinamento,
- ❑ minori costi per gli investitori,
- ❑ maggiore *appeal* e migliore impegno dei dipendenti,
- ❑ maggiore conoscenza delle eco-tecnologie emergenti,
- ❑ maggiore capacità di innovazione, maggiore *know-how* e
- ❑ miglior riconoscimento del marchio e della competitività nei mercati.

## L'IMPRESA SOSTENIBILE DELL'OECD

---

L'OECD fornisce gli indirizzi per le imprese in transizione *green*:

### Fissare obiettivi e metodi

- ❑ analizzare gli impatti generati e fissare obiettivi di mitigazione,
- ❑ scegliere gli indicatori di performance necessari.

### Effettuare le misurazioni

- ❑ misurare gli *input* usati per la produzione, identificare i materiali e i prodotti intermedi che possono essere causa di impatto sull'ambiente.
- ❑ analizzare tutte le fasi operative della *catena del valore*, valutare gli impatti e l'efficienza di ogni processo e di ogni passaggio, l'intensità energetica, i flussi di materia e d'acqua, le emissioni GHG, i reflui liquidi e gassosi, i rifiuti solidi,
- ❑ valutare i prodotti e i servizi, migliorare il consumo di energia e la riciclabilità, eliminare l'eventuale presenza di sostanze tossiche.

### Progredire e migliorare

- ❑ capire i risultati misurati,
- ❑ intraprendere azioni per migliorare la *performance*.

## IL GREEN ACTION PLAN DELLA EC PER LE PMI

---

### Imprenditorialità verde per le aziende del futuro

- ❑ promuovere l'eco-innovazione anche non tecnologica,
- ❑ facilitare le *partnership*, le competenze e le conoscenze,
- ❑ sfruttare meglio il ruolo dei *cluster* di imprese.

### Una catena del valore più green

- ❑ superare gli ostacoli sistemici alla collaborazione sulle catene del valore, la creazione di imprese e la cooperazione, facilitando la creazione di nuovi modelli di *business* per i servizi e il riutilizzo dei materiali, dei prodotti e dei rifiuti,
- ❑ promuovere l'**economia circolare**.

### Accesso ai mercati per le piccole e medie imprese green

- ❑ promuovere un mercato interno europeo unico e più *green*,
- ❑ facilitare l'accesso ai mercati esteri per gli imprenditori *green*,
- ❑ facilitare l'adozione di tecnologie di efficienza delle risorse nei paesi partner attraverso la cooperazione.

## CORPORATION 2020: NUOVI CAPITALI, NUOVA IMPRESA

Lanciata in occasione della conferenza Rio+20 nel 2012 come una campagna per trasformare il modello industriale e per adattarlo per il futuro, *Corporation 2020* rivendica un cambiamento su larga scala nel modello di sviluppo entro il prossimo decennio. Significativo il raffronto tra il “vecchio” modello industriale che ha portato alla crisi ancora in atto e il modello prospettato per le industrie della *green economy*:

Imprese tradizionali: <i>Corporation 1920</i>	Imprese green: <i>Corporation 2020</i>
Interessi degli azionisti	Interessi degli <i>stakeholder</i> e della società
Massimizzare i profitti	Massimizzare la creazione di valore
Minimizzare i costi, con il risultato di <u>esternalizzare</u> quote rilevanti dei costi a carico della società	Generazione di esternalità positive in tutte le componenti della ricchezza – monetaria, infrastrutturale, naturale, umana e sociale
Competizione	Cooperazione
Sistemi di produzione lineari: dall'estrazione delle materie prime ai prodotti finiti ceduti sul mercato	Sistemi di produzione circolari: gestione ed assunzione di responsabilità nell'intero ciclo industriale <u>cradle to cradle</u>
Ricercare vantaggi per sé stessi (prendere)	Lavorare per il bene comune (dare)

## GLI STRUMENTI PER VALUTARE LA *PERFORMANCE* AMBIENTALE E SOCIALE

---

**Iso 14001**, **Emas** e **Ecolabel** sono gli strumenti volontari più conosciuti, di certificazione della gestione ambientale (Sga) di processo e di prodotto.

**VIA** e **VAS** presidiano la progettazione e la programmazione di e piani. L'**AIA** condiziona l'esercizio dei processi all'adozione delle **BAT**. Di recente la CE ha rilanciato su base volontaria la **Environmental Footprint** (Ef), come metodologia comune per misurare e comunicare le prestazioni ambientali dei prodotti (**Pef**) e dei processi (**Oef**), sulla base dell'**Analisi del Ciclo di Vita** (LCA).

Ma la **green economy** è la porta della sostenibilità e richiede una valutazione piena del ruolo sociale dell'impresa. Per andare oltre gli approcci volontari del filone della **Corporate Social Responsibility**, come AA1000, Global Compact, IR, GRI, la Fondazione ha elaborato un **Green Economy Report®** che include gli effetti del prodotto (bene o servizio) sulla società, l'economia e l'ambiente e una particolare attenzione alle implicazioni economiche, sociali ed occupazionali, alla salute e alla sicurezza.



## I MODELLI DI *BUSINESS* PER LA TRANSIZIONE

---

- ❑ Gli obiettivi dell'impresa devono allinearsi con quelli della società e devono quindi comprendere la finalità di produrre maggior **benessere**, aumentare l'**equità** e l'armonia sociale e ridurre le scarsità ecologiche e i rischi ambientali.
- ❑ Le imprese devono puntare a generare **ricchezza reale**, devono migliorare non solo il capitale finanziario, ma anche quello umano e naturale e, in cambio del mutato atteggiamento, dovrebbero ottenere vantaggi fiscali, maggior impegno dei collaboratori e maggiore fiducia dei territori e dei consumatori.
- ❑ Le imprese devono **diventare una comunità** dei nostri giorni, unita da valori, missione, obiettivi e *governance* condivisi, ricreando quel senso di appartenenza che è stato perduto per effetto della modernizzazione e della globalizzazione.
- ❑ Le imprese devono essere anche una scuola di formazione e fare in modo che i propri collaboratori crescano come **cittadini "capacitati"** non solo per far bene il loro mestiere, ma per svolgere un ruolo sociale proattivo e responsabile.

## STRATEGIA, GESTIONE E RENDICONTAZIONE

---

Un modello di *business* adeguato alle imprese della *green economy* richiede una progressiva ma sostanziale **innovazione manageriale** nelle tre componenti:

- ❑ la **strategia**, nella cui definizione ci si aspetta che l'impresa indichi con chiarezza sulla base di quali valutazioni, visioni e indirizzi può mantenere e migliorare i propri risultati economici migliorando anche le proprie performance sociali e ambientali;
- ❑ la **gestione**, con cui si regolamentano e si articolano le modalità, le responsabilità e le strutture per attuare gli obiettivi e i *target* stabiliti con la strategia. Include aspetti comuni della governance delle imprese, ma anche elementi di forte innovazione e un cambiamento sostanziale di visione e di mentalità;
- ❑ con una **rendicontazione** trasparente ed inclusiva le imprese possono spuntare vantaggi competitivi, migliorare le vendite e i ricavi a condizione che riescano a rendicontare i benefici che producono in termini di miglior benessere, di miglioramenti ambientali e di salvaguardia del capitale naturale.

## LE IMPRESE *CORE GREEN*

---

Imprese che realizzano prodotti, beni e servizi ad alta valenza ambientale secondo la classificazione degli *Environmental Goods and Services* (EGS) sviluppata dalle Nazioni Unite e da Eurostat. Si tratta di imprese cresciute con l'aumento dell'importanza dei prodotti per l'ambiente e lo sviluppo della legislazione ambientale, che comprendono la fornitura di servizi e la realizzazione di prodotti specificamente ambientali, di beni modificati per essere *green* o *clean*, nonché una vasta gamma di tecnologie ecoinnovative.

Il mercato mondiale EGS a bassa emissione di carbonio è stimato in 4.200 Mld€, dei quali il 21% rappresenta la quota Ue. In media questo mercato è cresciuto a un tasso annuo del 4%, anche durante la recessione, tanto che gli si può attribuire il più forte potenziale di crescita comparativa e di capacità di *green jobs creation*.

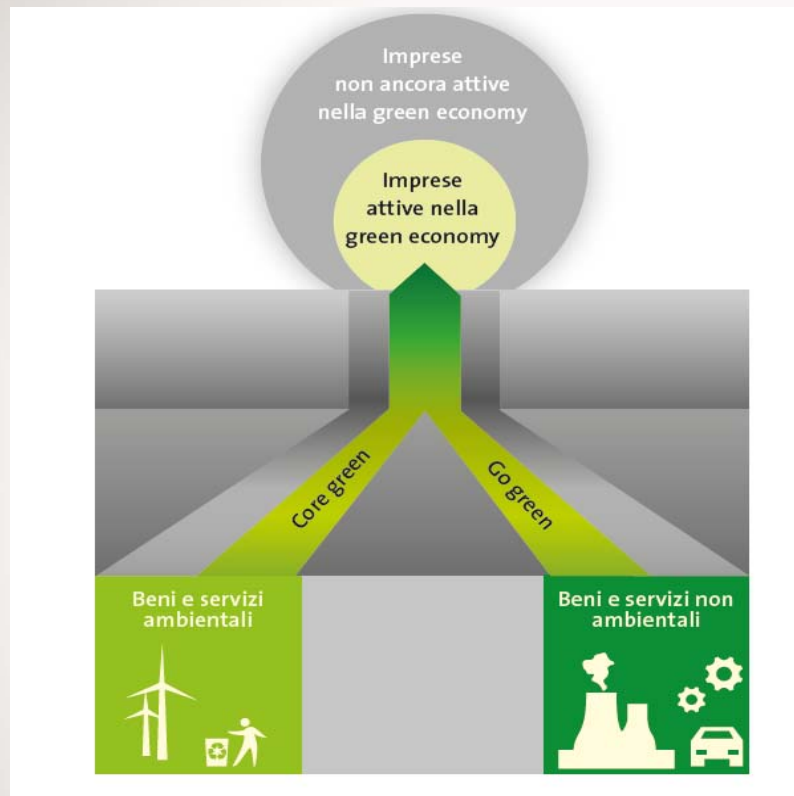
## LE IMPRESE IN TRANSIZIONE O *GO GREEN*

---

Costituiscono il **futuro vicino della green economy**, con prodotti e processi più ecoefficienti, che valorizzano la riduzione, il riuso o il riciclo dei rifiuti, il maggiore utilizzo di energie rinnovabili, la fornitura di funzioni e benefici piuttosto che la vendita dei prodotti.

I **modelli di *business go green*** adottano sistemi di gestione e finanziamento innovativi, focalizzati sul miglioramento delle *performance* ambientali delle imprese, e puntano a modificare e migliorare le tecnologie e i processi esistenti per aumentare l'efficienza dell'uso delle risorse e dell'energia e per ridurre gli impatti ambientali, cambiando a fondo i sistemi di gestione, sviluppando nuove applicazioni o impiegando in modo nuovo tecnologie già esistenti, fino all'adozione di tecnologie innovative o alla radicale riconfigurazione del sistema di gestione e contabilizzazione.

# LE IMPRESE DELLA GREEN ECONOMY



Per maggiori informazioni: tel. 06 8414815  
[www.fondazionevilupposostenibile.org](http://www.fondazionevilupposostenibile.org)  
e [www.comitatoscientifico.org](http://www.comitatoscientifico.org)

A cura di Edo Ronchi, Roberto Morabito  
Toni Federico, Grazia Barberio

# LE IMPRESE DELLA GREEN ECONOMY



LA VIA MAESTRA  
PER USCIRE  
DALLA CRISI

GREEN ECONOMY RAPPORTO 2014



ENEA

Agente nazionale per le nuove tecnologie,  
l'energia e lo sviluppo economico sostenibile

ECOMONDO

