

UNITÀ

3

CAPITOLO

3

La sostenibilità economica



A partire dagli ultimi anni del secolo scorso il concetto di sostenibilità, nelle sue varie declinazioni (economia sostenibile, sviluppo sostenibile, architettura sostenibile, ecc.), ha avuto un'ampia diffusione. Cerchiamo di comprenderne l'evoluzione e il significato.

Il primo documento che lo introduce, è il Rapporto Brundtland, pubblicato nel 1987 dalla Commissione mondiale per l'ambiente e lo sviluppo delle Nazioni Unite. In esso si legge che per sviluppo sostenibile si intende «uno sviluppo in grado di assicurare il soddisfacimento dei bisogni della generazione presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di realizzare i propri».

Successivamente, nel 1991, con la pubblicazione di *Caring for the Earth: A Strategy for Sustainable Living*, viene fornita un'ulteriore definizione di sviluppo sostenibile, che deve essere inteso come “il soddisfacimento della qualità della vita, mantenendosi entro i limiti della capacità di carico degli ecosistemi che ci sostengono”.



ipopba/iStock

Le definizioni di sviluppo sostenibile fornite dai due documenti sono parzialmente diverse. Mentre il Rapporto Brundtland fa riferimento ai benefici per le persone, la strategia *Caring for the Earth: A Strategy for Sustainable Living* si riferisce soprattutto ai benefici che ne derivano per gli ecosistemi.

Nel *World Summit on Sustainable Development* di Johannesburg (2002) il concetto di sostenibilità viene poi esplicitamente ampliato a tre dimensioni, o “pilastri”, in quanto si fa riferimento alla:

- **sostenibilità ambientale** (garantire la disponibilità e la qualità delle risorse naturali);
- **sostenibilità sociale** (garantire qualità della vita, sicurezza e servizi per i cittadini);
- **sostenibilità economica** (garantire efficienza economica e reddito per le imprese).

Il concetto di sostenibilità, pertanto, si è progressivamente esteso, finendo per coinvolgere anche il settore dell’economia e dell’impresa. È nato dunque il concetto di *Corporate Sustainability*, per indicare l’esito di tutte le azioni poste in essere nell’ambito della responsabilità sociale dell’impresa. Le imprese, infatti, essendo delle formazioni sociali operanti in una data comunità, oltre a perseguire l’obiettivo del profitto, sono chiamate a soddisfare anche altri interessi, che richiedono, non solo competenze strettamente economiche e manageriali, ma anche una spiccata sensibilità ambientale e sociale.

La sostenibilità deve essere intesa come un processo continuo, che richiede la capacità di conciliare le tre dimensioni fondamentali (economica, sociale, ambientale), fra loro interdipendenti. Se nella scelta di una strategia, si perde di vista una delle tre dimensioni, non si ha uno sviluppo sostenibile.

La **sostenibilità economica** è comunque la base dello sviluppo sostenibile e può essere sostanzialmente definita come la capacità di un sistema economico di allocare efficacemente le risorse, generando reddito e lavoro per il sostentamento delle popolazioni.



Essa può essere analizzata secondo due prospettive: macro e micro.

La **prospettiva micro** si riferisce alla singola impresa e riguarda, da un lato, l'equilibrio tra costi e ricavi e, dall'altro, l'equilibrio della struttura finanziaria. Questi aspetti sono evidenziati dai due prospetti del bilancio d'esercizio, il conto economico e lo stato patrimoniale.

La **prospettiva macro** si riferisce, invece, alla struttura dei sistemi produttivi e richiede il confronto tra il modello lineare su cui si basa l'economia tradizionale e quello dell'economia circolare. Il primo presuppone l'idea che le risorse siano accessibili a basso costo e in quantità pressoché illimitate, secondo la seguente sequenza:

Estrazione di risorse/Produzione/Distribuzione/Consumo/Rifiuto

Nel tempo, il modello è entrato in crisi per la crescente consapevolezza della limitatezza delle risorse, lasciando spazio al modello di economia circolare, basato sulla seguente sequenza:

Produzione/Distribuzione/Consumo/Riuso/Riciclo materia prima

“Trasformare i rifiuti in risorse” rappresenta quindi un concetto portante dell'economia circolare, secondo cui un prodotto non “muore” dopo il suo utilizzo primario, ma ricomincia una nuova vita sotto un'altra forma.

«Non possiamo costruire il nostro futuro su un modello “usa-e-getta”. Molte risorse naturali non sono infinite: dobbiamo trovare un modo di utilizzarle che sia all'insegna della sostenibilità sotto il profilo ambientale ed economico». È quanto si legge nella scheda informativa che la Commissione europea aveva pubblicato sul proprio sito web nel dicembre 2015 in occasione della presentazione di un piano d'azione sull'economia circolare.

Si tratta di un processo in corso anche nel nostro Paese, in graduale estensione, grazie a progetti aziendali sempre più virtuosi che cercano di incidere su tutti i livelli del ciclo di vita di un prodotto: dal recupero delle materie prime fino allo smaltimento o al riciclo dei rifiuti. Per un'impresa si tratta innanzitutto di stabilire quali tipologie di sostanze possono essere impiegate nel ciclo produttivo per evitare che l'impatto ambientale sia eccessivo, così come si deve anche pensare a packaging innovativi, per esempio costruiti con materiali eco-compatibili. Infine, è necessario diffondere consapevolezza nei consumatori, perché adottino, nei processi di acquisto e di utilizzo dei beni e servizi, comportamenti sostenibili.



□ Alcuni esempi di economia circolare

MAPEI



L'azienda si è distinta per la produzione del Re-Con Zero Evo, un additivo innovativo che consente di trasformare il calcestruzzo reso (quota parte di calcestruzzo che viene reso in betoniera) in un materiale granulare che può essere integralmente riutilizzato per la produzione di nuovo calcestruzzo, invece di smaltirlo come rifiuto. Si stima che il calcestruzzo reso costituisca circa il 3% della produzione, pari a 900 milioni di tonnellate/anno su scala nazionale. Re-Con Zero Evo rappresenta un ottimo esempio di economia circolare, con importanti vantaggi ambientali in termini sia di materiali consumati sia di energia risparmiata e quindi anche in termini di emissioni di CO₂.

TOO GOOD TO GO



È una app contro gli sprechi alimentari. Fondata nel 2015 in Danimarca, è ora presente anche in tanti capoluoghi italiani. Attraverso l'utilizzo del portale online, bar, ristoranti, forni, pasticcerie, supermercati e hotel vendono a prezzi ribassati il cibo invenduto – che non potrebbe essere sui banchi il giorno successivo – con una selezione a sorpresa di prodotti e piatti freschi. Per limitare l'uso di imballaggi, si è incentivati a portare da casa contenitori e sacchetti, che potranno poi essere riutilizzati.

BARILLA E FAVINI



L'azienda alimentare Barilla e la Cartiera Favini hanno realizzato il progetto Cartacrusca, che consiste nel recupero della crusca derivante dalla macinazione dei cereali, considerata non più adatta all'alimentazione, e successiva lavorazione della stessa assieme alla cellulosa per trasformarla in materia prima nella produzione di carta. Barilla utilizza questa carta speciale per le confezioni e per i materiali stampati, tagliando il 17% di fibre cellulosiche e il 22% di emissioni di CO₂ rispetto alla carta standard Favini. CartaCrusca è un tipico esempio di applicazione dell'economia circolare a progetti di simbiosi industriale, che coinvolgono imprese tradizionalmente separate.

□ Che cosa vuol dire oggi per un'azienda privata italiana occuparsi di sostenibilità?

Riportiamo, dal sito *feduf.it* (Fondazione per l'Educazione Finanziaria) parte di una intervista alla Dott.ssa Valeria Duico (Direttore Fondazione Gruppo Creval e Responsabile Divisione Sostenibilità Creval) sul tema della sostenibilità economica.

“Per inquadrare il tema della sostenibilità, evitando il rischio di sembrare riduttiva o retorica, vorrei soffermarmi su due parole chiave della Sua domanda: “oggi” e “italiana”. Questo termine, fino a quarant'anni fa prerogativa di una élite illuminata di imprenditori e accademici fermamente convinti del ruolo dell'impresa



come attore sociale – pensiamo alle teorie più note di Howard Bowen e Archie B. Carroll della c.d. *business ethics* –, si ritrova nel contesto odierno “abusato” da chiunque voglia abbellire la propria immagine reputazionale (cfr. *greenwashing*). Le imprese non realizzano progetti di sostenibilità perché sono “buone” – per così dire –, ma perché credono nel circolo virtuoso in grado di svilupparsi da uno loro specifico *modus operandi* sul territorio – sotto forma di stili di vita, di consumo e di comunione di intenti etici, al contempo, – condiviso tra tutti i portatori d’interesse presenti sul territorio di riferimento.

Essere sostenibili significa innanzitutto ascoltare, percependo i segnali deboli, i bisogni della comunità e le necessità delle categorie in condizioni di povertà relativa e assoluta, disagio psico-sociale o fisico, e proporre delle soluzioni efficaci in sinergia con la totalità di enti che possiedono un ruolo sociale: Ong, Fondazioni, Associazioni di categoria e altre imprese, senza competizione ma creando un network realmente al servizio delle persone. Nel quadro italiano del decennio che viviamo, caratterizzato da forti sfide sociali e da una crescita economica altalenante, è urgente più che mai per le imprese restituire ai territori in cui operano valore condiviso e nuove opportunità di sviluppo. Le modalità per le imprese di contribuire sono molteplici: informare e formare sui temi di sostenibilità, realizzare iniziative in favore del benessere dei dipendenti e degli stakeholder esterni, operare in chiave di risparmio di risorse energetiche e naturali, sostenere le piccole realtà e le loro tradizioni, riscoprire i talenti autoctoni delle aree di appartenenza, rendere accessibili i servizi a tutti i cittadini, anche con disabilità, e molto altro.

Un ulteriore tema riguarda l’individuazione di tutte le attività che l’azienda già realizza senza essere consapevole che rientrino già “sotto il cappello” della Corporate Social Responsibility. La grande sfida di chi oggi opera in questo campo consiste proprio nel rintracciare nei processi aziendali consolidati le iniziative già connotate da una vocazione socio-ambientale sottesa. Questo è il punto di partenza per voi valorizzarle, comunicarle e raccontarle all’intera platea degli stakeholder, altrimenti restano fini a se stesse.

Nel caso di Creval vorrei sottolineare che nella nostra **Carta dei Valori** sono enunciati i principi dell’integrità e responsabilità e dell’innovazione per la sostenibilità – concretizzati anche attraverso l’attività della Fondazione Gruppo Credito Valtellinese e di alcuni Servizi della banca rivolti nello specifico a supportare la collettività in ottica sostenibile; chiudo quindi come ho iniziato: “responsabilità” etimologicamente significa “rispondere” ovvero rispondere alle richieste provenienti dall’esterno e innovazione non esprime altro che la formulazione di ricette – auspicabilmente ben riuscite! – per esaudirle.”

Fonti

- O. di Montigny, *Economia sferica. Non solo profitto, ma anche Persone, e Pianeta. Cosa vuol dire sostenibilità d’impresa*, Linkiesta, 10 maggio 2019
- Redazione Business People, *Perché bisogna partire dalla sostenibilità economica*, 12 dicembre 2017
- *La sostenibilità economica*, feduf.it, Fondazione Educazione Finanziaria
- *L’economia circolare alla base della sostenibilità*, barillacfn.com, 23 novembre 2017