

lo scenario

La sostenibilità fa bene ai bilanci E gli investimenti sono in marcia

SIBILLA DI PALMA

La crisi provocata dalla pandemia non frena la spesa delle imprese per migliorare i propri connotati green. Dipende dai forti contributi offerti dall'Ue ma anche dalla consapevolezza che il business ci guadagna

Per Papa Francesco “peggio di questa crisi c'è solo il dramma di sprecarla”. Un rischio che, a quanto pare, non vale per la sostenibilità. Le istituzioni europee hanno posto il contesto alla crisi climatica e la transizione energetica tra le priorità assolute. Non a caso, sul filone green si concentrerà una quota importante del Pnrr (80 miliardi, il 40% del totale), il piano di ripartenza che il governo sta per inviare all'Ue, il cui via libera è condizione essenziale per accedere ai fondi europei. L'obiettivo è fare dell'Europa la prima area carbon neutral al mondo. Il traguardo è fissato per il 2050, il che impone uno sforzo condiviso da parte di istituzioni, imprese, associazioni e singoli cittadini per modificare radicalmente usi, scelte strategiche e modelli di sviluppo.

Intercettare le risorse messe sul piatto dall'Unione europea è prioritario per le aziende uscite am-

maccate dalla crisi e anche per quelle che hanno fatto della sostenibilità un tratto caratterizzante del proprio business. Secondo la ricerca di Ey, intitolata “Seize the change: futuri sostenibili”, il 70% delle imprese italiane ha redatto un piano di sostenibilità corredato da obiettivi, anche se solo il 23% ha definito le tempistiche per il loro raggiungimento. Quanto all'impatto della pandemia, per il 23% del campione intervistato questa crisi non frenerà le strategie adottate nel campo della sostenibilità. Anzi, il 33% ritiene che la crisi pandemica fungerà da acceleratore per una transizione verso modelli maggiormente ecologici.

TEMATICA CRUCIALE

Dunque, le ristrettezze di budget imposte dalla crisi non sembrano ricadere sugli investimenti nella sostenibilità. Secondo la ricerca, l'84% delle aziende intervistate dispone di un piano industriale che contiene azioni di mitigazione e/o

di adattamento ai cambiamenti climatici. Un dato che non sorprende, se si considera che quest'ultimo tema, insieme alla perdita di biodiversità, viene ormai visto come la sfida più urgente a livello mondiale. Per centrare l'obiettivo occorre accelerare sulle politiche di decarbonizzazione, con il 24% del campione preso in considerazione che ha già intrapreso un percorso in tal senso.

L'indagine affronta inoltre il tema dell'economia circolare, rilevando come il 40% delle imprese intervistate sia impegnata su questo fronte. Il riferimento è al nuovo modello economico basato sul principio per il quale tutte le attività, dalla produzione al design degli oggetti, vengono organizzate in modo che i prodotti, una volta giunti a fine vita, possano tornare nel ciclo dell'economia e dei consumi. Con la conseguenza di minimizzare l'impiego di materie prime scarse.

I VANTAGGI PER LE AZIENDE

Essere sostenibili paga. Secondo

un sondaggio che ha coinvolto 9 mila aziende manifatturiere italiane, condotto dalla **Liuc** Università Cattaneo in collaborazione con l'Università di Bologna e Tno-Strategic Analysis and Policy, l'adozione di innovazioni sostenibili spinge i risultati aziendali grazie a una maggiore produttività non solo dei macchinari, ma anche del personale, con quest'ultimo che si sente più coinvolto nelle scelte aziendali.

Performance che invogliano sempre più imprese a investire in questo filone. Secondo l'ultimo rapporto **GreenItaly**, realizzato dalla Fondazione Symbola e da Unioncamere, sono oltre 432 mila le imprese italiane dell'industria e dei servizi che tra il 2015 e il 2019 hanno investito in prodotti e tecnologie green. Un valore in crescita del 25% rispetto al quinquennio precedente. La stessa indagine mette in rilievo un altro aspetto di grande interesse: le aziende più votate al green stanno resistendo meglio alla crisi pandemica. Tra quelle che hanno effettuato investimenti per la sostenibilità, il 16% è riuscito ad aumentare il fatturato contro il 9% delle non green. Un vantaggio competitivo che si conferma anche in termini occupazionali (assume il 9% delle green contro il 7% delle altre) e di export (aumenta per il 16% contro il 12%). Nonostante l'incertezza che pesa sul futuro, sottolinea lo studio, le imprese dimostrano di credere nella sostenibilità ambientale: quasi un quarto del totale conferma eco-investimenti per il triennio 2021-2023.

A questo proposito va considerato anche un altro aspetto: le scelte green adottate dalle aziende di grandi dimensioni condizionano a cascata tutta la catena dei fornitori. Dunque, chi non si adegua a questo nuovo trend, rischia di essere tagliato dalle filiere.

CONSUMATORI CONSAPEVOLI

La convinzione diffusa è che il processo di cambiamento non sia destinato a esaurirsi a breve. Da un'indagine Swg emerge che i cittadini italiani sono nell'86% dei casi preoccupati dal riscaldamento globale, con un progresso del 6% rispetto a due anni fa. Per il 54% degli intervistati, la tutela ambientale è più urgente della crescita occupazionale. L'incidenza è più elevata tra i giovani e gli anziani, per i quali il maggior contributo verso un'economia più verde arriva dalla scienza e dalle associazioni ambientaliste, seguite

dai fornitori di energia elettrica, gas e acqua.

La conseguenza è che, al momento di scegliere, sempre più di frequente viene data la preferenza ai prodotti ecosostenibili o realizzati da aziende che hanno integrato questi valori nel proprio modello di business. Una tendenza evidenziata anche dall'indagine 2020 #WhoCaresWhoDoes realizzata da Gfk, che ha analizzato le preoccupazioni ambientali dei consumatori in diversi paesi europei. Guardando all'Italia, il 36% delle famiglie dichiara di aver smesso di acquistare determinati prodotti o servizi a causa del loro impatto negativo sull'ambiente, mentre il 30% evita i prodotti con imballaggio in plastica e una grossa quota, ovvero il 62%, preferisce acquistare quelli realizzati da aziende che dimostrano attenzione alla salute del Pianeta.

La spinta dei consumatori è cruciale per orientare le scelte strategiche delle imprese, condizionate anche da un altro aspetto. L'attenzione alle tematiche Esg, quelle cioè che integrano nei progetti di crescita temi come l'attenzione all'ambiente, l'inclusione sociale e le buone regole di governo aziendale, aiuta a minimizzare i rischi e a mostrare una maggiore resilienza durante le fasi negative del ciclo economico. E la capacità di difesa spesso è decisiva per programmare la ripartenza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

1 L'eolico è uno dei pilastri infrastrutturali dell'economia verde

80

MILIARDI

La quota riservata dal Pnrr al filone green, pari al 40% del totale

70

PER CENTO

Le imprese italiane che dichiarano di aver redatto un piano di sostenibilità

I numeri

432.000

IMPRESE ITALIANE

Tra il 2015 e il 2019 hanno investito in prodotti e tecnologie green. Un valore in crescita del 25% rispetto al quinquennio precedente

86

PER CENTO

La quota di cittadini italiani preoccupati dal riscaldamento globale

