

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

**P**er 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

