

PORRE SULLO STESSO PIANO IL SISTEMA ECONOMICO E QUELLO ECOLOGICO PER UN CAMBIAMENTO RADICALE

Con l'economia sostenibile le imprese creano vantaggio competitivo

Anna Bertolini

Decidere di investire l'equazione secondo la quale "business" non necessariamente esprime il valore di sostenibilità. Solo così le imprese possono ridefinire la loro vision e professarsi etiche e responsabili. Sostenibilità non significa, infatti, semplicemente focalizzarsi sulle iniziative ambientali, ma esprime un concet-

1. *Concetto ampio che integra sociale, ambiente ed economia*
2. *Sostenibilità come indicatore di efficienza*

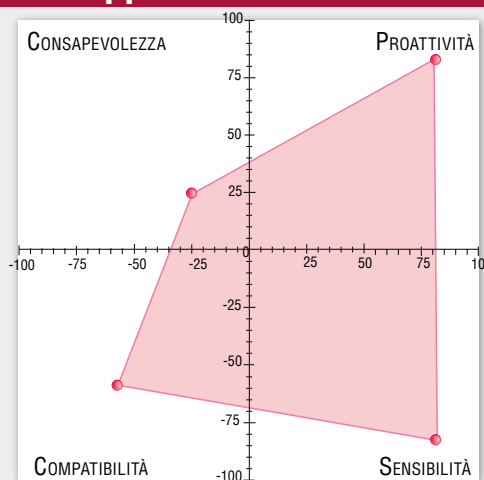
to ben più ampio che integra gli effetti sociali, ambientali ed economici al fine di costruire una società più forte e durevole nel tempo. Se le imprese comprendono questo concetto e applicano la sostenibilità alla stregua di un indicatore di efficienza, quest'ultimo potrà essere considerato un modello di sviluppo vincente. L'impatto di questa "onda verde" promette, dunque, di trasformare il mondo delle imprese. Un me-

garendo che richiede un cambiamento radicale del proprio business alla ricerca di nuove aree di opportunità e conseguentemente di nuovi vantaggi competitivi. Ma su quali fondamenta può costruirsi un programma di sostenibilità in grado di cambiare il business model di un'impresa? Secondo Daniel C. Esty, professore di diritto e politica presso l'università di Yale e autore di numerosi libri sulla strategia ambientale, si possono individuare 4 aree nelle quali una società può operare: gestione del rischio, riduzione dei costi, creazione di soluzioni e costruzione del brand. L'emergere di tematiche sostenibili permette, per esempio, a un'impresa di comprendere se le proprie attività siano in grado di sostenere i rischi connessi e come, eventualmente, possano essere gestiti. E se la gestione dei rischi è di vitale importanza per la rielaborazione del proprio modello, altrettanto importante è la riduzione dei costi al fine di ridurre o eliminare inefficienze e sprechi. Senza trascurare la creazione di soluzioni che possono guidare le aziende a raggiungere obiettivi di sostenibilità. Importante, inoltre, l'opportunità di poter sviluppare il proprio brand riconoscendo nella sostenibilità uno degli asset essenziali di sviluppo.

PENSIERO INNOVATIVO

A credere nel concetto di economia sostenibile ponendo sullo stesso piano il sistema ecologico e quello economico, è il gruppo Diversey, player del settore dei prodotti professionali per l'igiene e la pulizia. Il gruppo ha deciso in questi ultimi 2 anni di rivedere la propria idea di sostenibilità adot-

La mappa della sostenibilità di Diversey



La mappa di sostenibilità visualizza il livello di presidio del gruppo rispetto a diversi fattori suddivisi in quattro ambiti di studio e di applicazione. Il computo è stato effettuato su dati provenienti dal Global Responsibility Report 2009 e dal sito internet www.diversey.com. La metodologia è presente nella sezione **MARK UP** Lab del sito.

Fonte: © MARK UP

Alcuni progetti di Diversey per l'ambiente

- Partnership con Wwf per proteggere le sorgenti d'acqua nel mondo.
- Certificazione Leed della U.S. Green Building Council per la sede internazionale del gruppo a Racine nel Wisconsin.
- Certificazione Leed per il magazzino di Racine a seguito delle sue caratteristiche ecologiche che soddisfano gli standard per la riduzione dell'impatto sull'ambiente.
- Diversey guida l'associazione Green Racine a conferma del coinvolgimento in progetti di sviluppo ambientale a livello internazionale.
- Pubblicazione del Global Responsibility Report.
- Certificazione del Greenguard Environmental Institute per il programma Diversey's Healthy High Performance Cleaning per l'identificazione di prodotti a bassa emissione e basso impatto.

Fonte: www.diversey.com

tando il concetto che danneggiare l'ambiente equivale a considerare costi di produzione elevati nonché meno valore per i propri clienti. Per questo ha modificato il proprio modo di considerare le emissioni di gas serra considerandole un indicatore di inefficienza del sistema. Così secondo Diversey le imprese possono

tenerne conto nei loro modelli di profitto e calcolare il ritorno sugli investimenti. Un pensiero che vede il gruppo impegnato a ridurre la propria produzione di CO₂ del 25% entro il 2013 con un investimento di 14 milioni di dollari. Diversey stima che tale investimento produrrà un risparmio operativo di 32 milioni di dollari. ■

+

• **Modello di sviluppo vincente sia per le imprese sia per i consumatori**

-

• **Fenomeno del greenwashing**