



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

**DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE ED AZIENDALI
"M.FANNO"**

CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA

PROVA FINALE

"GREEN ECONOMY: IL FUTURO VERDE ITALIANO"

RELATORE:

CH.MA PROF.SSA GIANECCHINI MARTINA

LAUREANDA: DENGHI ANDREA

MATRICOLA N. 1091189

ANNO ACCADEMICO 2019 – 2020

Indice	
Introduzione	3
Capitolo 1. Introduzione alla Green Economy	5
1.1 Storia della Green Economy	5
1.2 Il Green Marketing	8
1.3 La Circular Economy	10
 Capitolo 2. Il percorso verso la Green Economy	 14
2.1 Il ruolo delle politiche pubbliche	15
2.2 Il fisco verde	17
2.3 Pil e non più Pil	22
 Capitolo 3. Caso aziendale: Technogym Spa	 25
3.1 La storia	25
3.2 Da Green Economy a Wellness Economy	26
3.3 Un sistema integrato di politiche verdi	28
 Conclusioni	 31
Bibliografia	33
Sitografia	35

Introduzione

Era l'inizio degli anni cinquanta e il consumismo cominciava a cedere sotto le prime parole dei poeti della Beat Generation, del movimento Hippy, di giovani che, con il movimento conosciuto come Flower Power, iniziavano la loro rivoluzione.

Ci sono voluti un po' di anni, ma durante la metà del '60 nasce finalmente l'ambientalismo: una vera e propria presa di coscienza collettiva, un inizio di rifiuto verso un modello di società inebriato da consumi e contraddizioni. Cominciando da Herman E. Daly che, nel 1973, introduce il concetto di sostenibilità, passando dal Rapporto Stern del 2006, che valuta l'impatto ambientale e macroeconomico dei cambiamenti climatici, si arriverà al 2009 con la volontà di un nuovo presidente americano di riuscire a colorare di verde l'economia statunitense. La Green Economy poco a poco si insinua tra i pensieri di politici, economisti, ricercatori, investitori, cittadini del mondo.

Sessant'anni più tardi è una ragazzina di appena 15 anni di fronte alla conferenza sul cambiamento climatico dell'Onu avvisa che "a change is coming", invitando i grandi del mondo a muoversi subito e con decisione per contrastare il cambiamento climatico che il pianeta sta sperimentando negli ultimi decenni (Greta Thunberg, COP24, 13 dicembre 2018). Nel 2018 con la Cop 24 si è pronti a parlare senza mezzi termini di green economy e si comincia ad affrontare un cambiamento verde in tutta l'economia.

Siamo ancora al principio ma le basi per un futuro sostenibile stanno prendendo forma tra grandi sostenitori e grandi scettici.

Con questo elaborato l'intenzione è perciò quella di fotografare la realtà dell'economia attuale che assume sempre più i connotati di un'economia definita appunto Green, e confermare così che una rivoluzione verde è in atto e che è possibile affrontarla senza dover rinunciare alla produzione di quel valore aggiunto che ogni impresa ricerca.

Nel primo capitolo si vuole andare a fondo nel ricercare il significato vero di green economy e cosa comporta l'aggettivo green se abbinato a parole come azienda, industria, commercio, analizzando alcune statistiche con l'ausilio di grafici, enfatizzando la situazione italiana confrontata con quella dei principali Paesi europei e mondiali.

Nel secondo capitolo si vuole fotografare la situazione italiana ed europea dal punto di vista delle politiche economiche in atto e indicare il ventaglio di opzioni presenti in questo preciso momento per chi vuole intraprendere un percorso verso la green economy, indicando perciò

agevolazioni ed incentivi. Successivamente verrà presentato un nuovo indicatore del benessere di un Paese, il Bes, che prova a prendere il posto del Pil, il quale non tiene conto dell'effettivo benessere economico, come si intende tutt'oggi, ma considera principalmente la produzione di mercato.

Nell'ultimo capitolo si procede con la presentazione del caso aziendale "Technogym" che più di tutti spiega come sia possibile affrontare la transizione alla green economy sotto praticamente tutti gli aspetti che compongono la realtà aziendale. Ho voluto inserire questo caso aziendale perché particolarmente emblematico all'interno del panorama economico italiano per quanto riguarda le politiche d'impresa volte al rispetto dell'ambiente e al rispetto dei lavoratori, in un'ottica di integrazione di politiche verdi e per dimostrare che la Green Economy non è altro che un nuovo modo di fare economia.

Riportando un'intervista di Edo Ronchi presso "Ecomondo", la fiera per l'innovazione industriale e tecnologica dell'economia circolare, ci sarà un momento in cui la Green Economy sarà l'unica Economia possibile.

Capitolo 1: Introduzione alla Green Economy

1.1 Storia della Green Economy

Il termine green economy ormai da anni è sulla bocca di tutti e in molti sono coloro che ne parlano con disinvoltura senza però avere un'idea chiara sul suo vero significato, confondendo e talvolta generalizzando termini diversi come ecologia, sviluppo sostenibile ed economia verde.

Molto semplicemente la green economy si può definire come un'economia in grado di contenere il suo impatto ambientale, ma l'obiettivo non è solamente quello di produrre in modo ecocompatibile, come succede nel caso dello sviluppo sostenibile. In questo caso la vera missione rimane quella economica di produrre business e perciò di generare e promuovere un guadagno, ma considerando l'ambiente come un investimento (Gianluca Rini, 2011). E' perciò un'economia sostenibile e solidale, attraverso la quale si cerca di ridurre i consumi energetici e di intraprendere importanti strategie volte alla riduzione dell'inquinamento e di assicurare condizioni di lavoro migliori per tutti.

La green economy è un sistema di attività economiche relative alla produzione, distribuzione e consumo di beni e servizi che genera miglioramento del benessere nel lungo termine senza esporre le future generazioni a rischi ambientali significativi e scarsità ecologiche (UNEP, 2009). Con basse emissioni di carbonio ed efficiente nell'uso di risorse, guida la crescita del reddito e dell'occupazione attraverso investimenti pubblici e privati al fine di ridurre l'inquinamento, aumentare l'efficienza energetica e prevenire la perdita di biodiversità e di servizi ecosistemici (UNEP, 2012). Inoltre cerca di portare benefici sociali a lungo termine da attività a breve termine che mirano a mitigare i rischi ambientali. La green economy perciò è una componente che rende possibile l'obiettivo complessivo dello sviluppo sostenibile (UNCTAD, 2011).

Da decenni il Mondo cerca di tracciare le linee guida per uno sviluppo economico ed uno sviluppo ambientale che non siano a contrasto tra di loro. Ed è per questa necessità che le Nazioni Unite nel 1992 danno luogo al primo Summit della Terra, o Eco92 (Rio de Janeiro, 3-14 giugno 1992). In questa occasione parteciparono 172 rappresentanze governative, 2.400 rappresentanti di organizzazioni non governative e 17.000 persone parteciparono al Forum parallelo delle Ong. Al termine della Conferenza vennero adottati cinque documenti ad oggi fondamentali per lo sviluppo della green economy, che da quel momento ne costituiscono le linee guida:

- La *Convenzione quadro delle Nazioni Unite per i cambiamenti climatici* (UNFCCC) è un trattato internazionale che ha come obiettivo quello di promuovere una serie di politiche e di sforzi per affrontare a livello globale i problemi imposti dai cambiamenti climatici. Tra i suoi obiettivi principali c'è quello della raccolta di dati riguardanti le emissioni di gas serra, l'elaborazione di politiche internazionali per la riduzione dei gas climalteranti e la cooperazione per l'adattamento all'impatto dei cambiamenti climatici.

L'Italia ha ratificato questa Convenzione il 4 giugno 1996.

In aggiunta alla Convenzione, il Protocollo di Kyoto, adottato nel 1997 ed entrato in vigore solo nel 2005, obbliga gli Stati parte ad adottare misure per la riduzione delle emissioni CO₂ nell'atmosfera attraverso il mercato delle emissioni (Emission Trading – Et) e anche tramite la cooperazione sia tra Paesi sviluppati (meccanismo di Joint Implementation – Ji) sia tra Paesi sviluppati e in via di sviluppo (Clean Development Mechanism – CDM);

- La *Convenzione sulla diversità biologica*, entrata in vigore nel 1993, invece, ha come obiettivi la conservazione della diversità biologica, l'uso sostenibile delle risorse naturali e un'equa ripartizione dei benefici derivanti dall'uso delle risorse genetiche.
- L'*Agenda 21* intendeva guardare al futuro e proponeva azioni mirate alla riduzione della povertà, al cambiamento delle logiche di produzione e di consumo, alla protezione dell'atmosfera, degli oceani e della biodiversità, alla prevenzione della deforestazione e alla promozione dell'agricoltura sostenibile.
- La *Dichiarazione di Rio su Ambiente e Sviluppo* indica i diritti e le responsabilità spettanti agli Stati rispetto agli obiettivi di Rio. Tra principi fondamentali elencati nella Dichiarazione vengono a galla dei concetti fondamentali come il ruolo centrale che ricopre l'essere umano nelle azioni di promozione dello sviluppo sostenibile, la necessità di sradicare la povertà e ridurre la disparità di vita e l'essenziale partecipazione delle donne al fine del raggiungimento dello sviluppo economico-sociale sostenibile.
- Il documento relativo ai *Principi sulle Foreste*, infine, vuole puntare i riflettori direttamente sull'importanza che le foreste ricoprono, non solo per l'ambiente, ma anche per l'economia mondiale e il benessere dei popoli.

Ma nonostante questo fondamentale evento, la data di nascita ufficiale della Green Economy si ha solo nel 2008, anno nel quale il Programma ambientale delle Nazioni Unite (UNEP) promuove, in concomitanza con la fase più acuta della crisi finanziaria e della recessione internazionale e nel periodo di verifica del Protocollo di Kyoto per il clima (dal bilancio

negativo a causa dell'aumento delle emissioni di gas serra), l'idea di qualificare i pacchetti di misure pubbliche per dare uno stimolo alla ripresa economica attraverso l'avviamento di una green economy.

Ed è proprio grazie all'intenzione di trovare una soluzione integrata delle due crisi globali, climatica ed economica, che lo stesso anno l'UNEP lancia la "Green Economy Initiative": una piattaforma globale che svilupperà analisi e promuoverà iniziative internazionali per favorire investimenti verdi e in settori strategici per la green economy.

L'anno successivo invece fu decisivo per quanto riguarda la pubblicazione del Global Green New Deal. Ispirato dal celebre New Deal lanciato fra il 1933 e il 1937 dal Presidente americano Roosevelt, la versione verde del New Deal chiede nuovamente la presenza di una leadership tra governi ma con una visione più coordinata globalmente che permetta di stimolare il miglioramento della situazione economica mondiale nel breve periodo e , nello stesso tempo, di sviluppare delle fondamenta solide per la crescita economica nel medio e lungo termine. I principali temi punto di riferimento del GGND erano:

- dare la massima contribuzione per rinvigorire l'economia mondiale, proteggendo e creando lavoro e proteggendo i gruppi vulnerabili;
- ridurre la dipendenza dal carbone e il degrado dell'ecosistema, attraverso la collaborazione degli Stati al fine di sviluppare uno sviluppo pulito e sostenibile;
- accelerare la crescita sostenibile ed inclusiva, attraverso la realizzazione del MDG (Millennium Development Goals) ed eliminare la povertà estrema.

1.2 Il Green Marketing

Apparentemente il concetto di green si oppone a quello di marketing, essendo quest'ultimo un mezzo che mira ad incentivare l'acquisto dei prodotti in vendita (Grant, 2009).

Ma è nel 1975 che la Ama (American Marketing Association) fornisce una definizione di green marketing che poggia su tre diverse prospettive:

- La vendita, la commercializzazione dei prodotti che si presumono essere sicuri per l'ambiente;
- Gli aspetti sociali, perciò sviluppo e commercializzazione di prodotti progettati per minimizzare gli effetti negativi sull'ambiente o per migliorarne la qualità;
- L'ambiente, gli sforzi delle organizzazioni per produrre, promuovere, confezionare e pubblicizzare i prodotti in un modo che sia sensibile e rispettoso dell'ecologia e dell'ambiente.

È indubbio infatti che negli ultimi anni ci sia stata una vera e propria esplosione del green marketing e infatti aziende e consumatori sono sempre più attenti a tutto ciò che è sostenibile, la pubblicità si focalizza ampiamente, e in alcuni casi quasi totalmente, nell'esaltare la componente green dei prodotti e così facendo propone nuovi stili di vita ai consumatori, e quindi compie un lavoro di sensibilizzazione del comportamento, che ha lo scopo di limitare gli effetti negativi nei confronti del pianeta.

La pubblicità perciò è divenuta uno strumento trainante della Green Economy, ha saputo infatti influenzare la cultura e gli stili di vita quotidiani, grazie ai numerosi canali a disposizione, diventando uno, anzi, "Lo" strumento di conquista delle masse.

Alcuni attori dell'economia sostengono che il green marketing sia solo una moda. Ma, come sappiamo bene, la moda passa, muta e si dimentica. Ed è proprio per questo motivo che, secondo il mio parere, non si possa considerare l'ecologia, la cura dell'ambiente e dell'ecosistema, la sostenibilità e tutto il mondo della green economy solo come una moda passeggera.

Come scriveva Grant nel suo "Manifesto del Green Marketing" nel 2007, chi si occupa di green marketing deve avere dimestichezza con le questioni ambientali e devono credere fermamente in tutto ciò che concerne una visione ecocompatibile.

Inoltre Grant definisce tre macro aree che si differenziano per gli obiettivi che l'azienda si pone, definendole come:

- Verde: stabilire nuovi standard per i prodotti, le aziende, le politiche e i processi che siano più sostenibili degli attuali, senza un confronto diretto con gli ideali assoluti;

- Più verde: condividere la responsabilità con i clienti coinvolgendoli con il passaparola, le esperienze, l'educazione e la community;
- Verdisimo: sostenere l'innovazione verso nuove abitudini, nuovi servizi, nuovi business model.

Criteri di Valutazione	A - VERDE	B - PIU' VERDE	C - VERDISIMO
Aziende/Mercati	da l'esempio (indica)	sviluppa il mercato (educazione o militanza)	crea nuovi concetti di business
Social Brand e Identità	ha partner credibili (certificazione ambientale)	crea brand tribali (esclude-include)	Idea "cavalli di troia" (tradizione o moda)
Prodotti/abitudini personali	sottolinea i vantaggi collaterali (meno o più)	cambia le abitudini d'uso (convertire o tagliare)	agisce sugli stili di consumo (condividere)
Azioni Marketing	SPINGERE SUGLI STANDARD COMUNICARE	CONDIVIDERE LE RESPONSABILITA' COLLABORARE	SOSTENERE L'INNOVAZIONE RIMODELLARE LA CULTURA

Figura 1: La matrice del Green Marketing (J. Grant, 2009)

Il Green Marketing perciò ha lo scopo di immettere sul mercato prodotti "verdi" sviluppati valutando il loro impatto ambientale e che soddisfino le esigenze dei consumatori con prezzi ragionevoli (Gian Paolo Fabris).

Per tutte queste ragioni allora si ha la necessità di aggiungere una "P" alle quattro già conosciute del Marketing Mix. Con l'avvento di questa nuova economia così attenta al rispetto dell'ambiente in cui le persone vivono, oltre alla componente Price, Product, Place e Promotion, è necessaria l'integrazione di una quinta leva: "People".

La pubblicità rimarrà fondamentale per accrescere notorietà al brand, il punto vendita dovrà trasmettere esteticamente i valori che l'azienda vuole condividere con i clienti, il prezzo dovrà rimanere competitivo, ma la componente umana sarà, ed è, di centrale importanza. A questo proposito il marketing esperienziale diventa basilare per quanto riguarda la green economy, poiché è proprio l'esperienza che valorizza al meglio il prodotto.

Ma per essere efficace, un'azione di green marketing deve avere essere:

- Intuitiva, in grado di rendere accessibili, comprensibili, normali per i consumatori le alternative ecologiche. Il consumatore sviluppa una consapevolezza e con il tempo andrà a preferire sempre la soluzione più rispettosa dell'ambiente;
- Integrante, si devono combinare l'aspetto ecologico, commerciale e sociale;

- Innovativa, deve produrre una vera innovazione che crei nuovi prodotti e stili di vita;
- Invitante, deve sottolineare l'aspetto positivo e l'appetibilità delle scelte verdi, liberando così l'ambientalismo dall'idea di scomodità e sacrificio, ciò significa che bisogna riuscire a rappresentare i prodotti green come essi sono, cioè migliori;
- Informata, deve quindi stimolare l'educazione ambientale e la partecipazione attiva dei clienti.

È importante perciò che tutto quello che viene raggruppato dentro il grande ed ampio concetto di green economy venga capito in modo chiaro dai consumatori, perché l'obiettivo principe è quello di far diventare questi prodotti o questi servizi “verdi”, gli unici prodotti e servizi di cui poter servirsi nel futuro.

La Green Economy perciò nel lungo periodo sarà destinata a cambiare nome e a prendere semplicemente e originariamente solo quello di “Economy”, perché l'ambizioso traguardo sarà quello di trasformarla nell'unica Economia possibile.

1.3 La Circular Economy

Con una popolazione mondiale di oltre 7,5 miliardi di persone, che potrebbe arrivare fino a 9 miliardi, che punta ad un benessere sempre maggiore su un pianeta con risorse naturali limitate, è ovvio pensare e credere fermamente che la crisi ecologica non potrà che peggiorare se si continua a questi ritmi.

Le risorse naturali prelevate ed utilizzate a fini economici sono di tre tipi: i materiali cosiddetti tecnici costituiti da minerali vari, i materiali biologici di origine vegetale e animale e i combustibili fossili costituiti da petrolio, carbone e gas naturale.

Da questa definizione si configura chiaramente la necessità di passare da un modello economico lineare ad uno circolare, che minimizza il prelievo di risorse naturali.

Infatti l'economia circolare propone, per i materiali tecnici, la possibilità di un riciclo che porti ad un loro reimpiego, ripetibile anche più volte, negli usi originari o in usi simili, per alcuni materiali biologici prevede il riciclo e il riutilizzo (come nel caso di legno e fibre vegetali), per altri la circolarità viene intesa come la restituzione di sostanze organiche al terreno, per altri ancora circolarità coincide con rinnovabilità dei materiali stessi che alimentano la bio-economia, sostituendo perciò materiali non rinnovabili con quelli rinnovabili. Di circolarità però non si può parlare per quanto riguarda i combustibili fossili,

utilizzati per produrre energia, perché una volta consumati non sono più utilizzabili. Per questo motivo sempre più organizzazioni combattono affinché questo tipo di materiale smetta di essere utilizzato.

Da un punto di vista prettamente economico inoltre, i materiali tecnici e quelli biologici hanno la possibilità di essere rimessi all'interno del ciclo del mercato proprio perché possono essere riutilizzate, cosa che non avviene con i combustibili fossili. Quest'ultimi infatti vengono sempre più sostituiti con sistemi energetici rinnovabili, i quali consentono approvvigionamenti stabili e sicuri, meno esposti alle turbolenze geopolitiche, non sono soggette a crisi di scarsità e limitazione delle forniture e quindi ai prezzi instabili dei fossili, e non dipendono in modo così rilevante dalle importazioni ma possono basarsi su risorse nazionali (Edo Ronchi, 2018).

L'Agenzia europea per l'ambiente (EEA, 2015) ha chiarito il rapporto tra green economy e circular economy, definendo quest'ultima un sottoinsieme della prima ma per essa fondamentale. L'economia circolare comprende l'efficienza dell'uso delle risorse, che include la gestione dei rifiuti.

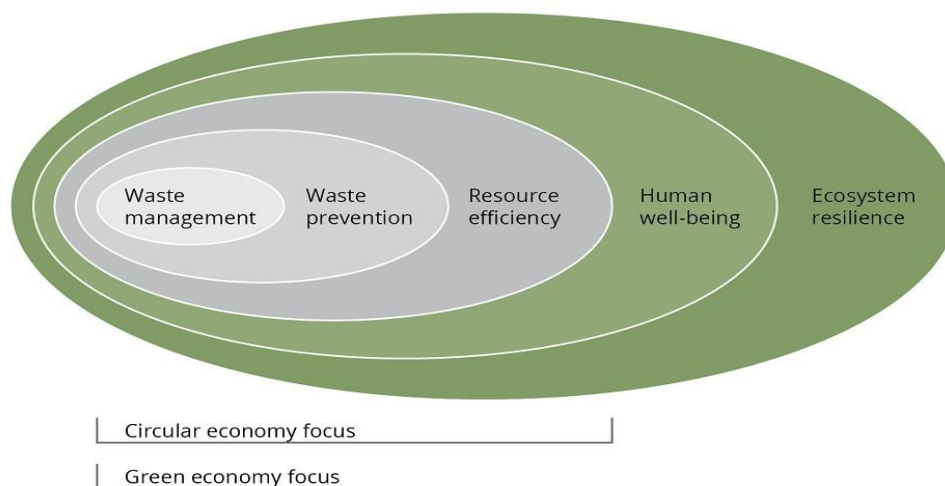


Figura 2: Economia circolare e green economy (EEA, 2015)

Un aspetto fondamentale da comprendere è quello che né green economy né circular economy permettono o permetteranno (per lo meno non nel medio periodo) di ridurre a zero la quantità di combustibili fossili utilizzati, infatti il prelievo di risorse naturali continuerebbe, ma in quantità molto più ridotte. Ma considerando che con il passare del tempo le attività economiche che si avvalgono di prelievi ingenti di risorse naturali, oltre che a produrre danni ambientali, subiranno costi sempre più crescenti riferiti alle risorse che sono e/o diventeranno sempre più scarse.

È per tutti questi motivi che l'economia circolare rappresenta una condizione necessaria ed imprescindibile per il benessere della popolazione mondiale e per la possibilità di sviluppo economico.

Basandosi sul recente lavoro fatto dall'Agenzia europea per l'ambiente (EEA, 2017) riusciamo a comprendere meglio perché sia così fondamentale il mutamento del sistema lineare con quello circolare.

Nell'economia lineare il prodotto è la fonte di creazione del valore, i margini di profitto sono basati sulla differenza fra prezzo di mercato e costi di produzione e per aumentare i profitti le aziende puntano a vendere più prodotti e a rendere i costi di produzione più bassi possibile. I prodotti a breve durata di vita vengono preferiti perché solitamente a buon mercato e perché usualmente è più conveniente comprare un prodotto nuovo piuttosto che ripararlo.

Nell'economia circolare invece i prodotti sono parte di un modello di business integrato, in cui la competizione è focalizzata sulla fornitura di un servizio offerto piuttosto che solamente dal suo valore di vendita. Inoltre per soddisfare le necessità del cliente, si punta, oltre che sull'accessibilità al prodotto, anche sulla soddisfazione che ne deriva dall'uso (Edo Ronchi, 2018).

La Commissione europea ha individuato dieci indicatori che hanno lo scopo di monitorare l'economia circolare in Europa. Tra questi indicatori vi è il Cmu, il tasso di utilizzo circolare dei materiali, che misura per l'appunto il grado di impiego dei materiali riciclati all'interno dell'economia in relazione all'uso complessivo di materie prime.

Il tasso Cmu perciò indica la quantità di rifiuti raccolti, destinati al recupero dei materiali negli impianti di trattamento e reintrodotti nell'economia, risparmiando in questo modo ulteriore estrazione di materie prima. Confrontando questo indicatore con quello degli altri principali paesi europei scopriamo che l'Italia fa molto in questo senso, infatti è la prima per tasso di circolarità in Europa (Figura 3).

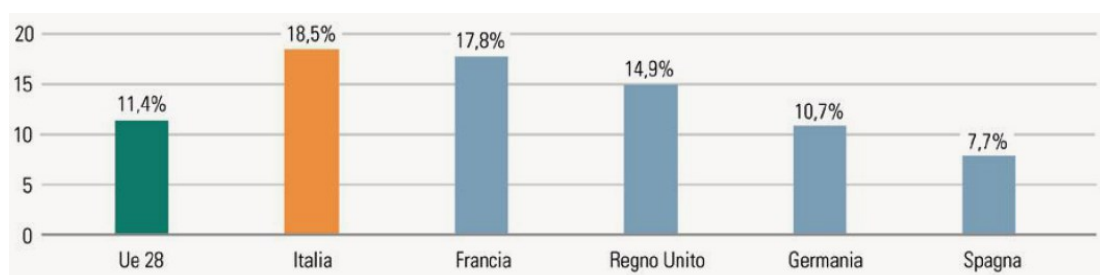


Figura 3: Tasso di circolarità (%) in Europa, 2014, Fonte Eurostat

Anche per quanto riguarda la misura dell'eco-innovazione l'Italia si posiziona al di sopra della media Europea (Figura 4).

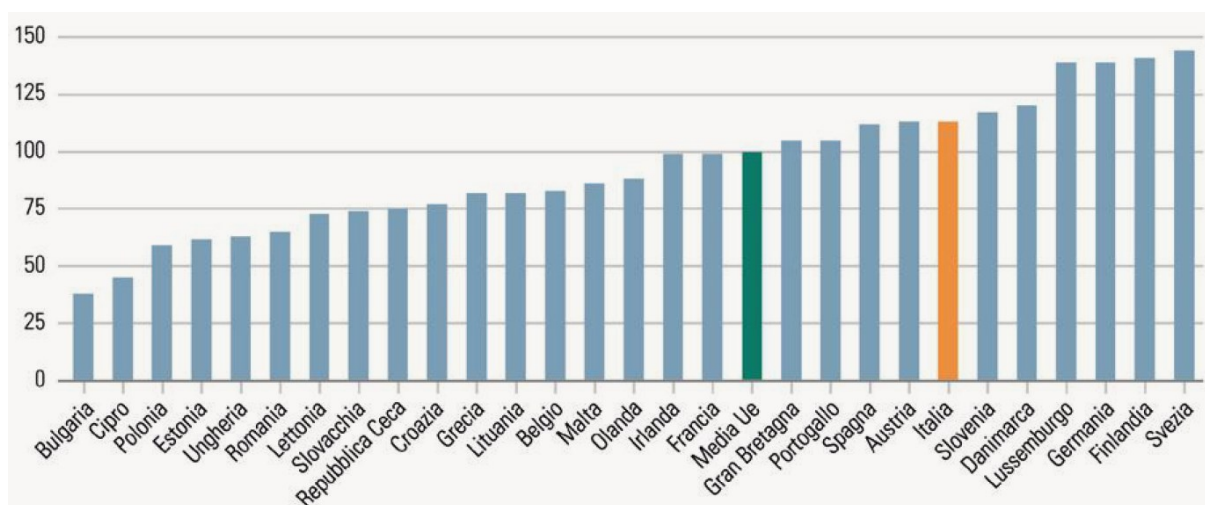


Figura 4: Posizionamento secondo l'indicatore Eco Innovation Scoreboard per tutti i Paesi membri, 2017, Fonte Eurostat

Questo indicatore, Eco-IS (Eco-Innovation Scoreboard), conferma i progressi compiuti per l'implementazione di politiche volte all'eco innovazione e all'economia circolare, ma indica anche che ci sono margini ampi di miglioramento per quanto riguarda l'uso di risorse circolari e sostenibili.

Capitolo 2. Il percorso verso la Green Economy

È palese ormai che l'economia stia cambiando.

In verità il sistema economico è una realtà mutevole e in continua trasformazione, ma quello a cui stiamo assistendo è una vera e propria metamorfosi.

La crisi economica innescatasi tra il 2007 e il 2008 negli Usa con la crisi dei mercati finanziari ha in qualche modo dato il via ad una nuova pagina dell'economia mondiale: da quella classica che tutti conosciamo ad una forma economica diversa che sta prendendo forma sotto i nostri occhi.

La green economy sta lentamente andando a sostituire un'economia fondata sul consumo e la produzione sfrenata e su meccanismi che generano crescenti e inesorabili disuguaglianze, perché ha come scopo lo sviluppo umano basato su un migliore benessere e sull'inclusione sociale attraverso un attento rispetto ambientale.

L'OCSE (organizzazione per lo sviluppo economico) sta cercando di promuovere un progetto di crescita della green economy che si propone di assicurare un livello elevato di tutela ambientale per stimolare una fase di crescita economica. Per questo motivo sta incoraggiando un uso più efficiente delle risorse naturali e dell'energia, uno sviluppo maggiore di fonti energetiche rinnovabili, la tutela e la valorizzazione di asset naturali, l'incremento del wellness, puntando tutto sullo sviluppo di beni e servizi di qualità ecologica e sull'uso appropriato e coerente degli strumenti economici e fiscali.

Questo dimostra che un cambiamento sta avvenendo, ma questo cambiamento non può essere per nessun motivo frenato o rallentato. È importante capire che le tempistiche e l'ampiezza di questa trasformazione devono rispettivamente essere di tempi ragionevolmente brevi e coinvolgere la gran parte dell'economia.

2.1 Il ruolo delle politiche pubbliche

Per passare da un'economia di stampo classico ad una green economy sono di vitale importanza le politiche economiche e fiscali dei Paesi e perciò indispensabile è il ruolo che svolgono i decisori politici che li governano.

Non considerando rari casi, la maggioranza delle istituzioni politiche non considera la transizione alla green economy come una priorità. Mentre, a livello sociale, ci sono da una parte fatti e rilevazioni che dimostrano come i valori green si stiano diffondendo e ne vengano condivisi gli obiettivi; dall'altra persistono comportamenti menefreghisti, incoerenti ed in netto contrasto con quello che la green economy predica.

Questo fatto è certamente dovuto dalle forti differenze culturali tra i millennials e la parte di popolazione nata prima degli anni '80, i primi infatti sono molto più propensi e interessati a sposare gli obiettivi di sostenibilità e sviluppo sostenibile nel rispetto della natura a differenza del secondo gruppo. Inoltre, come indicano numerose statistiche compiute dall'Istat, le differenze nell'approccio alla transizione della green economy dipendono da:

- Il livello di istruzione, infatti al crescere del titolo di studio conseguentemente aumenta la percentuale di cittadini che fa notare problematiche legate all'ambiente;
- La zona di residenza, identificando come più attenti a problematiche ambientali i cittadini residenti nella parte Nord-orientale dell'Italia;
- Il sesso, incredibilmente le donne prestano molta più attenzione per quanto riguarda comportamenti pro ambiente e scelte di consumo;

e in generale questo studio dimostra che i cittadini italiani sono sempre più attenti a tematiche green. In particolare il 72% dichiara il proprio impegno a non sprecare energia elettrica e il 67% a non sprecare acqua (Fonte Istat, data pubblicazione 22 dicembre 2015).

Ma è fondamentale riconoscere che senza un'assistenza e un'attenzione specifica da parte delle istituzioni pubbliche, l'impegno dei singoli cittadini da solo non è sufficiente per garantire uno standard di rispetto dell'ambiente e dell'attuazione di economie green efficaci.

Per garantire una transizione alla green economy che sia il più efficace ed efficiente possibile "sono necessarie politiche pubbliche in grado di internalizzare i costi esterni, con vari strumenti economici: tasse, imposte, tariffazioni e soprattutto disincentivi per gli impatti negativi, permessi di emissione e sistemi certificati" (Edo Ronchi, "la Transizione alla green economy, 2018).

Inoltre è di fondamentale importanza l'uso di investimenti pubblici e privati atti a finanziare progetti verdi e di innovazione, ricerca e sviluppo i quali porterebbero ad un incremento sostanziale dei benefici socio-economici.

A questo proposito nel luglio del 2015 viene istituito il Fondo europeo per gli investimenti strategici (FEIS) il quale scopo è quello di stimolare la crescita economica e la competitività nell'Unione Europea. Questo specifico fondo potrebbe essere di grande aiuto per l'iniziativa green. Infatti ha la possibilità di stimolare l'utilizzo di finanziamenti pubblici per favorire investimenti privati, attraverso un contributo iniziale dei fondi UE e Bei (Banca europea di investimento), su progetti di varia natura realizzati dall'Unione Europea stessa.

Risulta particolarmente utile per le finalità green poiché il Feis si assume una parte importante dei rischi inerenti alle attività svolte dalla Bei e dal Fondo europeo per gli investimenti, consente in questo modo di investire in progetti con un alto profilo di rischio come la ricerca e lo sviluppo, l'innovazione, lo sviluppo del settore energetico, sviluppo di infrastrutture ed altro, e così facendo permette di attivare di conseguenza gli investimenti privati.

Secondo le stime fornite dal Consiglio Europeo il Feis dovrebbe riuscire a generare circa 315 miliardi di euro in nuovi investimenti.

Un altro strumento finanziario relativamente nuovo, capace di impattare direttamente sul mondo della sostenibilità e, dettaglio a questo punto non trascurabile, inventato da un italiano, Aldo Romani, in quale ora è capo del funding sostenibilità della Bei, è il Green Bond.

I green bond, essendo obbligazioni la cui emissione è direttamente legata a progetti come, per citarne alcuni, l'efficienza energetica, la produzione di energia da fonti pulite, l'uso sostenibile dei terreni, hanno un impatto positivo (e per lo meno non negativo) nei confronti dell'ambiente. A fine gennaio 2020 il rapporto della direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo registrava, a livello globale, uno stock di titoli green pari a 566 miliardi di euro e un ammontare emesso nel corso del 2019 pari a 170 miliardi di euro, indicando un aumento del +50% rispetto al 2018.

L'Europa in questo senso rappresenta il maggiore mercato regionale di green bond, con oltre 180 miliardi di dollari di emissioni (dato dell'anno 2019), e l'Italia si posiziona al sesto posto all'interno del gruppo europeo per emissione di green bond. Inoltre Borsa Italiana permette ai propri investitori di identificare gli strumenti i cui proventi vengono destinati al finanziamento dei progetti che generano benefici di natura sociale e ambientale.

Ma c'è un problema: il rapporto della commissione globale sull'economia e il clima (2014) stima che l'investimento necessario per raggiungere un cambiamento ambientale globale in Europa, fatto di programmi urbani, di uso del suolo e di sistemi energetici, ammonterebbe a più di 90 trilioni di dollari dal 2015 al 2030. Studio che ci riporta a Jean Paul Fitoussi, il quale sottolineava la mancanza di denaro necessario allo sviluppo sostenibile e destinato invece alla riduzione del disavanzo pubblico, quale priorità del sistema Europa (Fitoussi, 2013).

2.2 Il fisco verde

Ora, è ovvio che per indicare la via giusta a cittadini ed imprese, italiani ed europei, verso la green economy sia indispensabile che i costi ambientali siano a carico di chi inquina e non rispetta l'ambiente e che coloro che inquinano non possano arricchirsi perpetuando questo comportamento, e viceversa sarà indispensabile premiare chi al contrario si impegna a rispettare le regole nell'ambito verde. Questa affermazione ci riporta al concetto chiave per cui la fiscalità assuma un ruolo centrale per quanto riguarda il riequilibrio dei costi ambientali esterni.

Per questo scopo l'Unione Europea ha introdotto le Tasse Ambientali. Una Environmental Tax è una tassa “la cui base imponibile è un'unità fisica di qualcosa che ha impatto negativo specifico e comprovato sull'ambiente” (fonte: Eurostat) e mostra i suoi effetti nel campo energetico, dei trasporti, dell'inquinamento e delle risorse.

Le entrate pubbliche derivanti dalle environmental taxes sono state pari a 369 miliardi di euro nel 2017 rispetto ai 264 miliardi di euro del 2002, ma la quota delle imposte ambientali sul totale delle entrate pubbliche da imposte e contributi sociali è diminuita da 6,8% del 2002 al 6,1% del 2017.

Del totale delle imposte ambientali il 77% deriva da imposte sull'energia, il 20% sono rappresentate dalle imposte sui trasporti e il 3% su inquinamento e risorse.

In Europa la quota più alta di tasse ambientali è generata dalla Lettonia, mentre quella più bassa dal Lussemburgo:

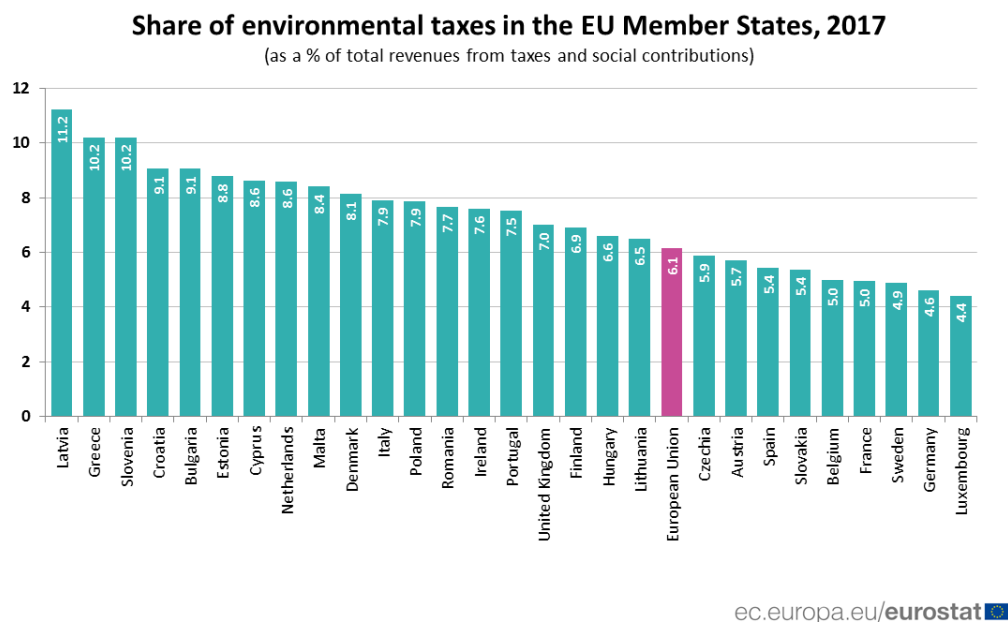


Figura 5: percentuale delle tasse ambientali nei paesi membri UE, 2017, fonte Eurostat

In particolare in Italia, secondo il rapporto annuale dell'Eurostat, il livello di entrate fiscali ambientali rispetto al Pil è stato pari al 3,3%.

Ma le tasse ambientali da sole non hanno senso e non portano beneficio di tipo ambientale. Da sole servono solamente a riempire le casse dello Stato. Il nostro Paese ha bisogno di attenzione, di rispetto e di comportamenti di tipo propositivo. È necessario cominciare ad istruire e rendere tutti i cittadini parte di questo cambiamento. È di vitale importanza far capire loro che un cambiamento nella direzione ambientale sarà un vantaggio concreto in tutti i campi. È indispensabile che la sostenibilità di cui si predica tanto sia effettivamente sostenibile e soprattutto fattibile da tutte le persone.

Ed è per questo motivo che entra in gioco il sistema degli incentivi.

A questo proposito in Italia la pubblica amministrazione si è schierata dalla parte dell'ambiente da parecchi anni, definendo incentivi ed agevolazioni a favore di chi intende investire nella green economy.

In particolare, nel 2018 il Governo ha annunciato l'intenzione di voler incentivare la mobilità sostenibile, attraverso agevolazioni e sgravi fiscali per quei cittadini che decidono di sostituire i propri mezzi di tipo "classico" con mezzi a basse o a zero emissioni. Inoltre la scelta del Governo è quella di continuare ad investire in infrastrutture di ricarica, reti ciclabili e inoltre

nel rinnovamento delle linee ferroviarie locali attraverso il ricorso ad incentivi fiscali di vario genere.

Un aspetto fondamentale del sistema fiscale italiano, del quale, soprattutto negli ultimi mesi, si è continuato a sentire parlare, è l'impegno da parte della Pubblica Amministrazione nella riduzione della burocrazia per quanto concerne tutte quelle pratiche pro ambiente ed eco innovazioni e più precisamente per gli imprenditori che intendono avvalersi e fare proprie le pratiche di economia verde. Per quanto riguarda la raccolta differenziata, la riduzione degli imballaggi e la promozione dell'economia circolare, il Governo fa riferimento ai singoli Comuni, sui quali grava una ecotassa, pari ad una addizionale del 20%, nel caso in cui non riescano a raggiungere una determinata percentuale di raccolta differenziata (RD). Inoltre per i Comuni, lo Stato fa scattare delle riduzioni del suddetto tributo nel caso in cui ci sia il superamento di quella determinata percentuale di RD. Questa scelta stimola in maniera sostanziale i Comuni Italiani, ed in particolare favorisce quelli di dimensioni contenute, i quali attraverso questi tipi di incentivi riescono a garantire dei servizi aggiuntivi ai propri cittadini. Ma in questo ambito è il sistema Europa che più di tutti riesce a garantire il sostegno e finanziamento di progetti di tipo green.

In special modo si possono citare la principali certificazioni ambientale, quale ISO, e la principale registrazione ambientale, quale EMAS, le quali hanno entrambe un ruolo centrale nella condivisione di responsabilità nella gestione delle problematiche ambientali.

Lo scopo principale di queste certificazioni, le quali sono sempre più utilizzate nel mondo industriale, è quello della creazione di una struttura solida in grado di controllare e gestire con sistematicità gli impatti ambientali prodotti dalle imprese Italiane, Europee ma anche Mondiali. Inoltre questo tipo di strumenti per la gestione ambientale sono fondamentali per promuovere una comunicazione efficace tra imprese e per garantire trasparenza tra le stesse, fattori che insieme portano al miglioramento dei rapporti tra organizzazioni ed enti di controllo, istituzioni e cittadini.

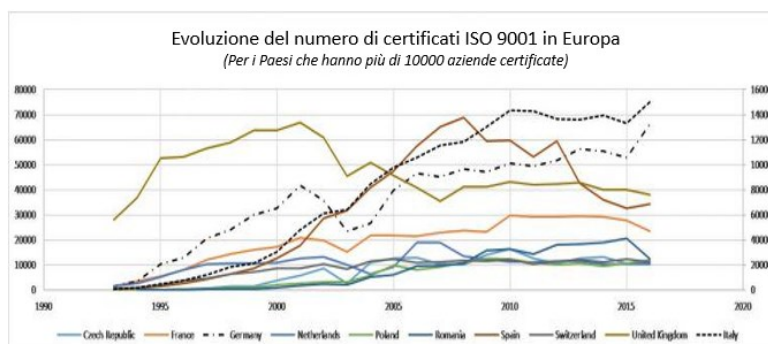


Figura 6: Evoluzione del numero di certificati ISO in Europa, fonte Iso.org

Un altro importante strumento da tenere in considerazione è rappresentato dal marchio comunitario Ecolabel. Nel 1992 è stato promulgato il regolamento CEE n. 880/1992, per mano dell'Unione Europea, il quale istituiva la certificazione Ecolabel comunitaria, un marchio ecologico ad applicazione volontaria che ad oggi risulta essere utilizzato dalla maggior parte degli stati Europei. L'Ecolabel rappresenta un'ottima possibilità per le imprese di certificare i propri prodotti e servizi dimostrando di rispettare criteri ecologici e sostenibili, essendo questo il più importante e riconosciuto marchio ecologico. Questa "etichetta" permette di identificare e contraddistinguere i prodotti e i servizi che si caratterizzano per la natura ecologica e per un ridotto impatto ambientale riferito all'intero proprio ciclo di vita, e fornisce informazioni importanti riguardo la salute e la sicurezza dei consumatori dello stesso.

In Italia le aziende in possesso del marchio Ecolabel hanno un titolo preferenziale nell'assegnazione di contributi, agevolazioni e finanziamenti in materia ambientali. Di seguito si presenta una tabella indicante i prodotti/servizi con marchio Ecolabel nelle varie regioni Italiane:

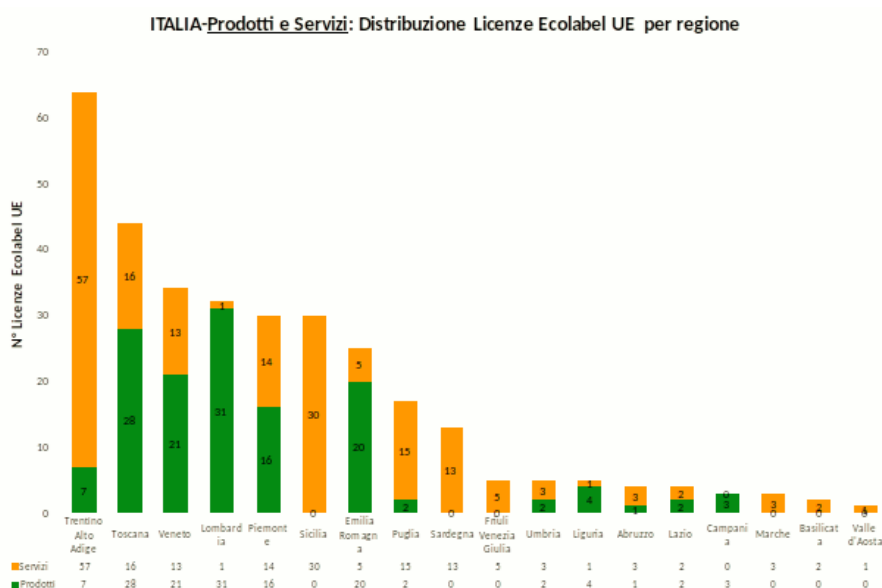


Figura 7: Numero di prodotti e servizi con marchio Ecolabel nelle regioni italiane, fonte isprambiente.gov.it

Ma in Europa la forma più importante di sostegno all'iniziativa ambientale è rappresentata dal programma europeo Life.

Dal 1992 il programma Europeo Life ha co-finanziato più di 5.400 progetti, dal 2013 ha contribuito alla protezione ambientale per un totale approssimativo di 3.1 milioni di Euro e nel periodo 2014-2020 si stima contribuirà al finanziamento di progetti di varia natura per circa 3,4 milioni di Euro (Fonte: European Commission).

Più precisamente questo programma consente ai beneficiari di applicare pienamente le politiche ambientali europee nei rispettivi paesi attraverso la riduzione delle emissioni, lo sviluppo del settore delle energie rinnovabile e la tutela della biodiversità. L'Italia, con l'allocazione di più di 200 milioni di Euro dal 2014 al 2020, risulta essere il Paese europeo con più progetti co-finanziati LIFE, lasciandosi alle spalle Spagna, Francia, Germania e Regno Unito.

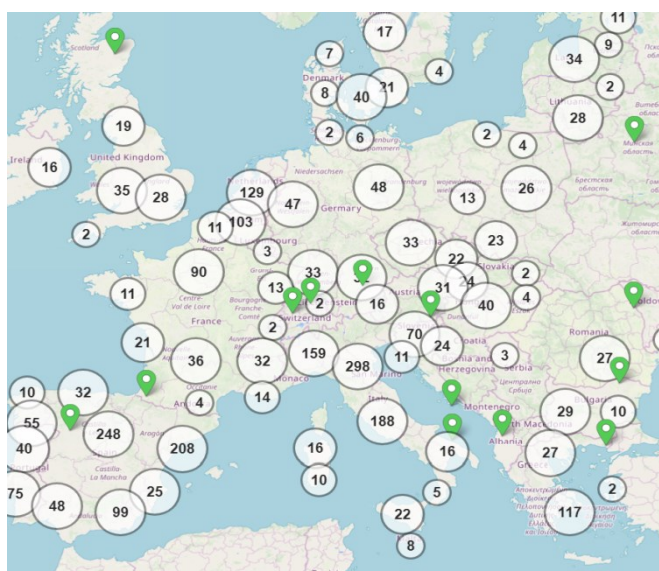


Figura 8: numero di progetti co-finanziati da LIFE, fonte Life Programme, Easme

È inoltre importante evidenziare che la Commissione Europea ha proposto di estendere il budget del programma LIFE fino a 5,45 milioni di euro nel periodo 2021-2027 e che questo sarà suddiviso in quattro sottoprogrammi: natura e biodiversità, economia circolare e qualità della vita, mitigazione e adattamento del cambiamento ambientale ed infine transizione all'energia pulita.

Questo, considerato la mole di progetti nati e cresciuti nel bel Paese fino ad ora non ne può che preannunciare una sempre più crescente quantità ed una più fiorente attenzione e preoccupazione verso le tematiche ambientali e soprattutto di eco-innovazione.

2.3 Pil e non più Pil

Facendo una sommatoria di tutte le informazioni finora analizzate e avendo a disposizione svariati motori di ricerca nei quali cercare dati fin troppo variegati, mi ritrovo a pensare se esista un indice o comunque uno strumento in grado di misurare in qualsivoglia forma il benessere e l'attenzione alle tematiche green di un Paese. A questo punto però per chi sta scrivendo non è più sufficiente parlare di sostenibilità ambientale, ecologia ed eco-innovazione.

In questo frangente mi sembra d'obbligo volersi staccare dalla concezione di "green", o per lo meno dal significato che la parola "verde" prende, quasi in modo superficiale, per ognuno di noi. Ed ecco come la mia riflessione mi porta a pensare che "verde" deve smettere di essere associato ad un colore, in campo economico, ma deve rimandare ad un concetto di rispetto per l'ambiente che si traduce in rispetto per il mondo del lavoro in generale e perciò alla comunità tutta.

L'idea di green economy a questo punto non ha più senso di esistere, dovrebbe ritornare a prendere il nome di "economia" poiché un'economia di tipo verde è l'unica che può avere un futuro.

Ora appare sempre più chiaro che i classici indicatori economici non sono più sufficienti a descrivere un tipo di economia cambiata così radicalmente.

Oggigiorno ed ogni giorno sentiamo parlare di Pil come fosse l'unico credo e l'unica ragione che tiene in vita un sistema economico. Mi riesce davvero difficile pensare che questo indice possa identificare qualsiasi tipo di economia presente al mondo, soprattutto considerando il fatto che queste variano smisuratamente da paese a paese, e specialmente che quest'ultimo possa avere solo una direzione: quella della crescita.

È davvero sostenibile un'economia mondiale costantemente in crescita?

L'economista francese Jean Paul Fitoussi, insieme ai premi Nobel Amartya Sen e Joseph Stiglitz, nel loro lavoro "La misura sbagliata delle nostre vite", pubblicato per il governo francese, spiegano come il Pil sia un indicatore che non va: "Non funziona perché se aumenta l'insicurezza e se occorre spendere di più per difendersi il Pil cresce, se restiamo bloccati nel traffico e usiamo più benzina il Pil cresce, se c'è un terremoto il Pil cresce" (Specchio Economico, 2017). Se vogliamo davvero implementare il sistema economico verso una prospettiva green allora necessitiamo di un indicatore che tenga in considerazione l'inquinamento, il deterioramento delle risorse, il deperimento dei servizi eco sistemici e l'ingente perdita di capitale naturale. Inoltre sarebbe importante tenere conto di come è distribuita la ricchezza, della distribuzione del reddito, del grado di mobilità sociale, questo

indice dovrebbe tenere conto dei danni ambientali provocati dalle attività produttive, dovrebbe valutare il lavoro di casalinghe e volontari, e di tutte quelle forme di produzione non venduta sul mercato. Inoltre bisognerebbe tenere conto dei miglioramenti qualitativi nel campo dell'energia, dell'industria, dell'economia in generale.

Nasce così il bisogno di misurare il benessere economico della popolazione ed il progresso sociale attraverso un'altra categoria di indicatori che monitorano il progresso sociale ed ambientale e che la commissione europea suddivide in tre aree diverse: "household economy", "sustainable environment" e "quality of life":

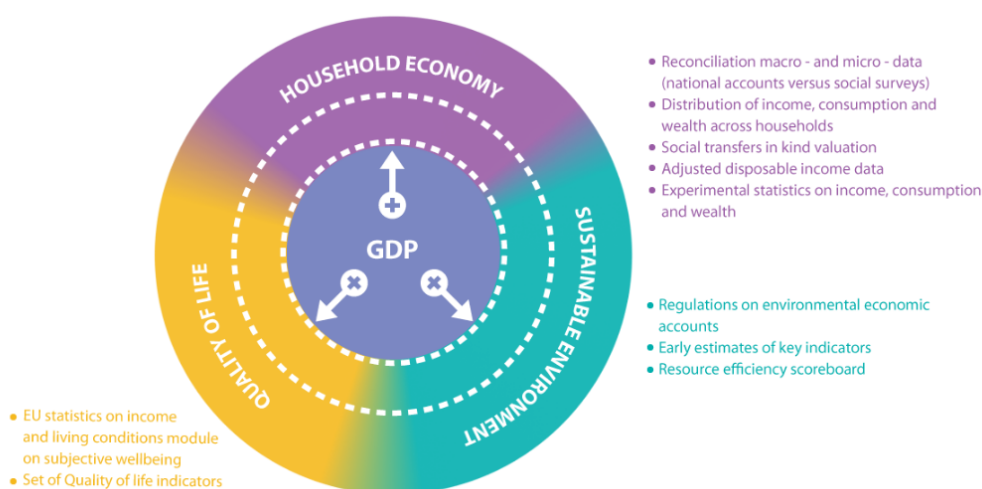


Figura 9: Measuring progress, wellbeing and sustainable development, Fonte Eurostat

Questo genere di indicatore infatti tiene conto del reddito effettivamente disponibile dai cittadini, dello stato patrimoniale delle famiglie e dell'economia nel suo complesso, comprendendo attività e passività, della distribuzione del reddito, dei consumi e della ricchezza, della qualità dei servizi pubblici, soprattutto di istruzione e sanità, della qualità del lavoro, della sostenibilità ecologica, del grado di sicurezza economica ed altri fattori.

In Europa perciò si cominciano a prendere in considerazione altri elementi per quanto riguarda la valutazione delle condizioni economico-sociali. Infatti European Statistical System (ESS) ha cominciato a misurare gli aspetti più importanti della società, collezionando dati statistici che vengono usati, e si spera continuino a fare, per costruire nuovi indicatori il cui fine è quello di calcolare lo sviluppo del progresso e della sostenibilità.

In Italia l'attenzione invece è tutta rivolta verso il Bes (benessere equo e sostenibile) che nasce nel 2010, lanciato da Istat in collaborazione con il Cnel, con l'obiettivo di valutare il progresso della società dal punto sociale e ambientale, e non quello meramente economico.

Più precisamente con la presentazione del “Bes delle Province 2019”, progetto al quale hanno aderito e collaborato venti amministrazioni provinciali e sette città metropolitane (tra le quali Roma e Milano) le 12 Regioni coinvolte si mettono a confronto per creare degli indicatori che misurino 11 dimensioni di benessere economico-sociale.

Queste undici dimensioni sono le seguenti: ambiente, salute, benessere economico, istruzione e formazione, lavoro e conciliazione, relazioni sociali, sicurezza, paesaggio e patrimonio, ricerca e innovazione, qualità dei servizi, politica e istituzioni.

Attraverso i dati forniti dall’Istat il Bes riesce a misurare la crescita di queste dimensioni: nella prossima immagine si possono individuare le Regioni che indicano una più alta percentuale di soddisfazione per quanto riguarda la propria vita e le prospettive future.

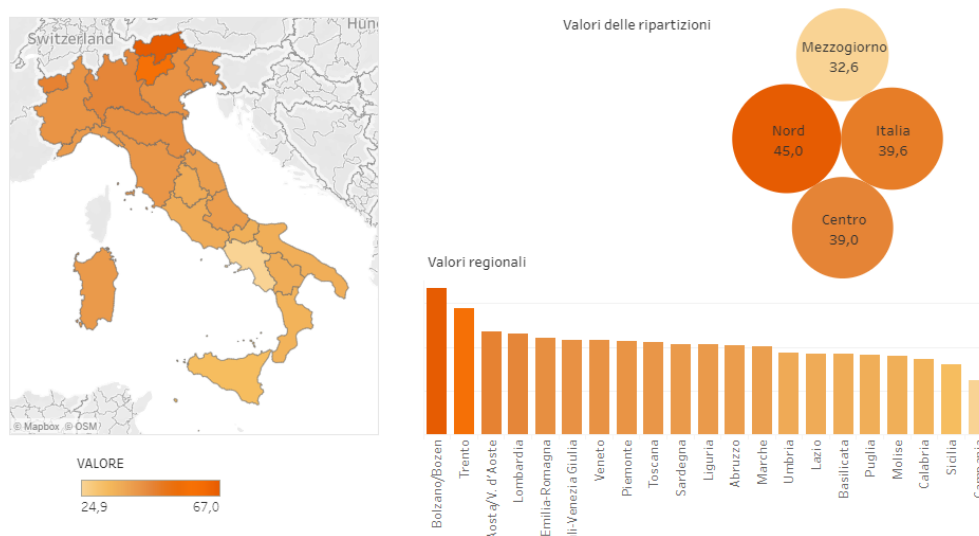


Figura 10: Percentuale di persone di 14 anni e più che hanno espresso un punteggio di soddisfazione per la vita tra 8 e 10, Fonte Istat

Il Bes non si avvicina neanc lontanamente alla perfezione ma nemmeno il Pil è un indice perfetto, come sopra dimostrato.

Sta di fatto che la ricerca di misurazioni alternative che tengano conto dell’aggiornamento del sistema economico che si sta instaurando sono confortanti e ammirevoli, soprattutto se consideriamo il fatto che la maggior parte degli studi volti a definire lo sviluppo economico e sociale arrivano dal sistema scolastico, fatto che implica il grande coinvolgimento di giovani studenti, unito al mondo industriale che non smettere nemmeno un secondo di andare alla ricerca di innovazioni in campo energetico e ambientale, come dimostrano entrambi i progetti Bes e LIFE.

Capitolo 3:Caso aziendale: Technogym

3.1 La storia

Technogym è un'azienda multinazionale italiana, leader mondiale nella produzione e fornitura di attrezzature per lo sport e per il tempo libero, che combina tecnologie innovative allo sport, avvalendosi di servizi e prodotti di design per il settore Fitness e Wellness.

Nasce nel 1983 da un'idea di Nerio Alessandri, a Cesena, città natale del fondatore, al tempo giovane designer industriale appassionato di sport, poco più che ventenne.

Solamente un anno dopo la neonata Technogym sviluppa e lancia il suo primo prodotto, la prima linea completa per l'allenamento della forza: l'Isotonic Line. Negli anni successivi comincia la propria collaborazione con il mondo dello sport e della Formula 1, diventando fornitore ufficiale di attrezzature per la preparazione atletica di alcune squadre di calcio (tra le quali l'A.C. Milan) e sportivi di fama mondiale come i piloti Ayrton Senna e Michael Schumacher. Il gruppo espande la propria produzione introducendo una gamma di attrezzature per la riabilitazione, aprendosi, così facendo, ad un nuovo segmento di mercato.

Nel 1996 nasce il Wellness System, il primo software al mondo per la gestione dell'allenamento che permette agli utenti di attivare automaticamente gli attrezzi Technogym grazie al primo wearable device al mondo che permette di tenere traccia del proprio programma e dei dati di allenamento.

Dal 2000 il marchio Technogym è Fornitore Ufficiale dei Giochi Olimpici, fornendo prodotti per l'allenamento e un ecosistema digitale per il tracciamento e l'archiviazione dei dati di allenamento nei profili personali di ciascun atleta. Partecipa perciò alle Olimpiadi di Sydney 2000, di Atene 2004, di Torino 2006, Pechino 2008, Londra 2012, Rio de Janeiro 2016 e Pyeongchang 2018 e venendo nuovamente scelta per quelli che sarebbero stati i Giochi Olimpici e Paralimpici di Tokyo 2020.

Dalla nascita dell'azienda la Mission di Technogym è sempre stata quella di diffondere il Wellness Lifestyle, considerando quest'ultimo un beneficio per la società tramite il miglioramento dello stile di vita delle persone, dal quale ne consegue una riduzione della spesa sanitaria per lo Stato, l'aumento della produttività per le aziende e il rispetto dell'ambiente. Dal concetto di Wellness come responsabilità sociale, Nerio Alessandri dà vita, nel 2002, alla Wellness Foundation, ente no profit per la ricerca e la promozione del Wellness come opportunità sociale, con l'obiettivo principale quello di educare la popolazione al benessere e alla salute personale e, conseguentemente, a quella del pianeta.

Dopo l'apertura dei primi store presso Milano, New York e Mosca, avvenuti nel 2010, nel 2012 viene inaugurato a Cesena il Technogym Village. L'evento, il quale ospitava per

L'occasione il Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano e l'ex Presidente Usa Bill Clinton, apre le porte del primo Wellness campus al mondo che ospita la sede di Technogym, il centro di ricerche, la fabbrica ed il Wellness Centre, aperto a clienti, partner ed influencer di tutto il mondo. Dal quel momento il Technogym Village viene studiato e preso come modello di riferimento da industriali e ricercatori, nazionali ed internazionali, quale luogo nel quale si integrano stile di vita, qualità, design e produttività e che abbraccia i principi di eco-sostenibilità e bioarchitettura, con un'applicazione atta a creare un luogo di lavoro e di ispirazione votato all'eccellenza.

Oggi, dopo oltre trent'anni di storia, i prodotti Technogym sono utilizzati in 80.000 centri Wellness e oltre 300.000 abitazioni in 100 paesi del mondo, facendo dell'azienda uno dei maggiori leader mondiali del settore, con un portafoglio di titoli in Proprietà Industriale che comprende oltre 190 design, 290 brevetti e 394 marchi (nazionali ed internazionali) di cui 30 design, 15 brevetti e 4 marchi depositati nel 2019.

3.2 Da Green Economy a Wellness Economy

Durante un'intervista del 2019, proposta da National Geographic per il programma televisivo "Green Leaders: le aziende e il pianeta", Nerio Alessandri dichiara che "non ci può essere un pianeta in salute senza la salute delle persone", sostenendo che dal concetto di green economy si dovrebbe naturalmente passare a quello di wellness economy. Il benessere però va insegnato. Ed è qui che nasce la necessità di creare, in qualche modo, un senso di appartenenza tale da coinvolgere la popolazione in un progetto di benessere integrato, che parte dal singolo ma che poi si ripercuote a ventaglio su tutti i settori, compreso, e specialmente, quello economico.

Così facendo, secondo il fondatore di Technogym, si dà vita ad un ponte tra lo sviluppo sostenibile e la qualità della vita, combinando la crescita economica con la domanda di sviluppo sociale e di protezione ambientale.

È da questa ambizione che prende vita il progetto "Wellness Valley", il quale prevede la creazione nel territorio della Romagna di un distretto del benessere con lo scopo di migliorare la qualità della vita dei cittadini e quello di valorizzare il capitale economico, culturale ed intellettuale. Questa iniziativa vuole dimostrare la concreta possibilità di creare un ecosistema sociale, culturale ed economico che incentivi l'adozione, da parte della popolazione, di sani stili di vita per la prevenzione di diverse patologie croniche, e di nuovo, il miglioramento della qualità della vita e delle condizioni sociali ed economiche.

Perciò la domanda nasce spontanea: è possibile alimentare l'economia sostenibile partendo dal benessere dei singoli cittadini?

Per provare a rispondere a questa domanda è necessario partire dall'inizio.

La filosofia dell'azienda in oggetto si basa sulla promozione di uno sviluppo socioeconomico sostenibile. Questo impegna la società sotto diversi punti di vista, impegno rappresentato dalle attività certificate ambientalmente, quali la certificazione UNI ISO 14001 ed UNI EN ISO 50001, con lo scopo di ottenere prodotti e processi produttivi ad alta compatibilità ambientale, più precisamente, attraverso l'utilizzo di materiali rinnovabili, longevi e durevoli nel tempo, che si caratterizzano da efficienza e recupero energetico e riutilizzo del packaging.

Nello specifico Technogym sceglie materiali rinnovabili, sicuri e privi di rischi per la salute, ed infatti una media del 95% del peso di ogni prodotto a marchio Technogym è composto da materiali riciclabili, inoltre il sistema di smontaggio di ciascun macchinario permette di recuperare facilmente le materie prime al termine del ciclo di vita del prodotto stesso, sposando perfettamente i principi dettati dalla Circular Economy. Ne consegue lo sviluppo di attrezzature che generano una minor quantità di rifiuti e perciò a basso impatto ambientale.

Un altro fattore di rilevanza è quello della sostenibilità energetica. Infatti Technogym produce attrezzi cardio autoalimentati permettendo, durante l'utilizzo, di generare energia, che viene riciclata ed utilizzata per il funzionamento del display di cui gli attrezzi sono dotati. In aggiunta esiste una linea di prodotti specifica che: non solo si alimenta autonomamente, ma genera energia che viene immessa direttamente alla rete elettrica della palestra in cui l'attrezzo è fisicamente situato, consentendo un risparmio energetico e, in questo modo, permettendo la creazione di una palestra sostenibile. Da uno studio condotto proprio dalla Wellness Foundation, si stima che ogni attrezzo, se in movimento, sarebbe in grado di produrre sufficiente energia per alimentare una lampada a basso consumo, questo si traduce nel raggiungimento dell'autosufficienza per quanto riguarda l'illuminazione, se si considera una palestra media con quaranta attrezzi circa.

Ora, considerando i numeri del settore Wellness, il quale rappresenta uno dei mercati trainanti dello sviluppo economico mondiale, con un tasso di crescita quasi doppio a quello dell'economia mondiale del 6,40%, che fattura oltre 4,2 trilioni di dollari (Fonte: Il Sole24Ore), e considerando il numero totale mondiale spropositato di centri Wellness che utilizzano un altrettanto spropositato numero di attrezzature ginniche e per la riabilitazione motoria, Technogym stima che questo settore potrebbe produrre sufficiente energia per alimentare circa quindicimila abitazioni, che rappresentano all'incirca una città di cinquantamila abitanti. Ma un altro aspetto fondamentale da non dimenticare è determinato dalla la produzione di energia pulita, come quella appena descritta, che permette di ridurre il

consumo di energia prodotta attraverso i metodi convenzionali (per lo più collegati ad un sistema economico e ambientale di tipo brown) e perciò, di conseguenza, ad una mancata emissione di co2.

Ma quello che si propone di fare Technogym è forse anche più ambizioso del raggiungimento di un economia di stampo Green. Lo scopo che il fondatore continua a predicare è quello di diffondere una cultura, un'ideologia che, partendo dal wellness, riesca ad insegnare il rispetto per il proprio corpo e , ad esso direttamente collegato, per l'ambiente che ci circonda.

Per Technogym la diffusione del wellness si traduce nella campagna sociale denominata "Let's Move for a Better World" che, ancora una volta, si propone di educare la popolazione, su scala mondiale, ai sani stili di vita con l'obiettivo finale di creare una società più sostenibile.

Ma questa esperienza di benessere non si concentra solo sul consumatore finale dei prodotti a marchio Technogym, ma comincia esattamente dove la produzione ha inizio: all'interno degli stabilimenti di produzione della società stessa, attraverso un sistema di responsabilità sociale di impresa che è integrata con la missione e la visione dell'azienda.

3.3 Un sistema integrato di politiche verdi

L'impegno che Technogym mette nel diffondere la cultura del wellness nei confronti dei suoi clienti si estende anche all'interno dell'azienda, coinvolgendo in toto anche i propri dipendenti. Quest'ultimi si ritrovano a lavorare in un luogo in cui si integrano stile di vita, qualità, design e produttività che riflette concretamente la visione di Wellness del fondatore. Ogni collaboratore ha perciò la possibilità di seguire un programma di Corporate Wellness atto al miglioramento del benessere personale, creato e supervisionato dagli esperti del Dipartimento Scientifico, che si basa su tre pilastri per l'azienda fondamentali: attività fisica, alimentazione corretta e approccio mentale positivo.

Il fine è quello di promuovere il concetto di Wellness sul posto di lavoro come opportunità sociale ed economica al tempo stesso. Alessandri a questo proposito, intervistato dal giornalista della rivista americana "Forbes" Lee Bell, dichiara che il programma di Corporate Wellness rappresenta "a win-win opportunity" sia per la compagnia che per i dipendenti poiché permette all'azienda di investire in un posto di lavoro più sano, più produttivo e creativo che può potenzialmente portare ad un beneficio mentale e fisico.

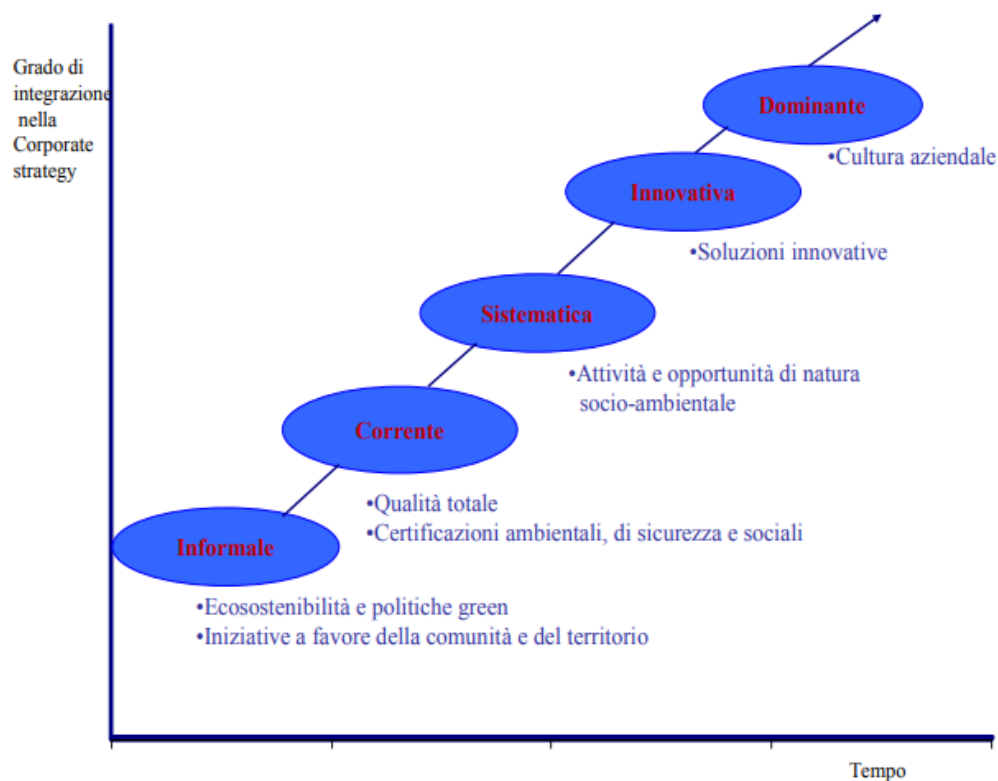


Figura 11: Corporate social responsibility, Fonte Università degli studi dell'Aquila

Questo approccio si traduce apparentemente nei risultati economici di Technogym, il quale bilancio al 31.12.2019 presenta un utile di esercizio poco inferiore agli 85 milioni di €uro e ricavi per oltre 650 milioni di €uro, questi ultimi in continua crescita (Fonte: Bilancio Consolidato al 31.12.2019, Technogym S.p.a., CF:06250230965).

A questo punto possiamo aver collezionato tutte le informazioni necessari alla domanda posta sopra: forse è davvero possibile veicolare lo sviluppo sostenibile attraverso il benessere individuale, e il modello Technogym lo dimostra efficacemente.

Essere e fare Green, che in questo contesto diventa Wellness, va ben oltre il pieno rispetto delle leggi vigenti nei campi della salvaguardia ambientale, della tutela sociale e della sicurezza ed igiene del lavoro, va anche oltre agli, ormai quasi semplificativi, obiettivi di sostenibilità ambientali, ma significa contribuire in modo concreto ed attivo al miglioramento della società in tutte le sue forme.

È per questo motivo che le prospettive di breve futuro per Technogym sono quelle di rafforzare ulteriormente il proprio impegno nell'assunzione di responsabilità verso temi e comportamenti socialmente, economicamente e ambientalmente responsabili, quali:

- Rispetto dell'individuo e delle Condizioni Sociali;
- Tutela del lavoro e delle pari opportunità;
- Salute e sicurezza dei lavoratori;
- Sviluppo sociale del contesto in cui opera;
- Salvaguardia dell'ambiente;
- Prevenzione dell'inquinamento.

CONCLUSIONI

L'inquinamento, il disboscamento, il cambiamento climatico, le crescenti emissioni di CO₂ nell'ambiente sono solamente alcune delle problematiche che oggi colpiscono il nostro pianeta. Inoltre, la crescita della popolazione e della domanda di beni e servizi stanno mettendo in ginocchio un ecosistema già gravemente debilitato, a causa dell'enorme quantitativo di risorse necessarie per sostenere questa crescita. Uno degli effetti più spaventosi, emblema del deperimento ambientale, è quello del tre volte più esteso consumo di acqua dolce, nell'arco di tempo di 50 anni, che sta lentamente causando (entro il 2025) l'impossibilità di accesso all'acqua potabile a due terzi della popolazione mondiale (ansa.it/canaleambiente).

La tendenza di noi, cittadini del mondo, fortunatamente, si conferma essere quella del cambiamento. Un cambiamento dovuto alla maggiore informazione e alle più dettagliate (e veritiere) informazioni disponibili in materia ambientale e di sostenibilità, diventando noi stessi i promotori di questo cambiamento verso una svolta verde.

Da studi svolti dall'ufficio statistico dell'Unione Europea (Eurostat) si evince come il concetto "Green" si stia sempre più velocemente insinuando nella quotidianità di ogni cittadino, sensibilizzando la popolazione verso la tematica ambientale ed influenzandola al fine di perseguire comportamenti volti a ridurre inquinamento e sprechi e che possano salvaguardare l'ambiente evitando così gravi ripercussioni sulle generazioni future.

A questo proposito si sono analizzati i comportamenti delle politiche pubbliche con lo scopo di migliorare la situazione economica, ambientale e sociale attuale, scoprendo che le iniziative a favore dello sviluppo della Green Economy sono molteplici e che la ricerca e lo sviluppo in campo scientifico-ambientale sta facendo passi da gigante, specialmente, ed orgogliosamente, in Italia e nel resto d'Europa.

In quest'ottica il progetto Treepedia (senseable.mit.edu/treepedia) in collaborazione con il World Economic Forum ci mostra la classifica delle migliori città sostenibili al mondo, tra le quali compare anche la nostra italiana Torino (al diciottesimo posto con un GVI, green view index, pari a 16,2%).

L'analisi del caso aziendale di Technogym Spa ci mostra come sia possibile creare un modello, replicabile in qualsiasi realtà economica e sociale, che guardi al benessere economico, sociale ed ambientale con attenzione massima ed imprescindibile, facendo interagire benessere e produttività.

Durante un'intervista all'ex ministro dell'ambiente Edo Ronchi (in carica dal 1996 al 2000), presso Ecomondo 2018, la fiera di riferimento in Europa per l'innovazione industriale e la

tecnologia dell'economia circolare, lui stesso si chiedeva se fosse stato possibile ambire ad una definizione di Economia la quale comprendesse intrinsecamente, senza dover specificare, il concetto "Green".

L'idea della scrivente è che un pianeta pulito, sostenibile ed abitato da una popolazione che lo rispetti è sia auspicabile che possibile. Ma questa prospettiva va incentivata ed aiutata a prendere forma attraverso l'insegnamento e lo sviluppo di una cultura verde, che parta dal basso, dal piccolo, e si dirami a macchia d'olio in tutto il mondo economico e sociale.

La popolazione da parte sua sta già facendo grandi progressi ponendo l'attenzione su tematiche di sostenibilità e di rispetto socio-ambientale.

Ora tocca ai Governi del Mondo prendere posizione e dedicarsi, utilizzando ogni mezzo disponibile, anche attraverso il dispendio economico, al sostegno della Green Economy, abbandonando oppure cercando di considerare in modo meno morboso la sfrenata crescita economica, che finora non ha provocato altro che danni ambientali irreversibili.

BIBLIOGRAFIA

- United Nations, UNDESA, 2012, *A guidebook to the green economy*
- Edo Ronchi, 2018, *La transizione alla green economy*, Edizioni Ambiente
- Joseph Stiglitz et. Al., 2009, *Il Rapporto Stiglitz I e II parte*
- UNEP, 2009, *Global Green New Deal. Policy brief*
- United Nations, 2015, *Transforming our World: the 2030 Agenda for sustainable development*
- Circle Economy, 2018, *The circularity gap report*
- European Environment Agency, 2016, *Climate change, Impacts and vulnerability in Europe*
- United Nations, 1992, *Rio Declaration on Environment and Development*
- United Nations, 2012, *Il futuro che vogliamo*
- World Economic Forum, 2018, *The global Risk Report 2018*
- Asvis, 2017, *L'Italia e gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile*
- UNEP, 2013, *Embedding the Environment in Sustainable Development Goals*
- United Nations, 2015, *Transforming our World*
- WBSD, World Business Council for Sustainable Development, 2017, *CEO Guide to the Sustainable Development Goals*
- Hazel Henderson, Fritjof Capra, 2013, *Crescita Qualitativa. Per un'economia ecologicamente sostenibile e socialmente equa*, Aboca edizioni
- Lorenzo Fioramonti, 2017, *Presi per il PIL*, L'Asino D'oro Editore
- Serge Latouche, 2008 *La scommessa della decrescita*, Feltrinelli
- Edwards Barbier et al., 2009, *A Global Green New Deal*
- UNEP, 2009, *A Global Green New Deal*
- Comitato per il Capitale Naturale, 2017, *Primo Rapporto sul capitale naturale in Italia*
- Ellen MacArthur Foundation, 2012-2014, *Towards the Circular Economy*
- European Environment Agency, 2016, *Circular economy in Europe*
- IPCC, 2014, *Sustainable Development and Equity*
- Robert Costanza, 1997, *An introduction to ecological economics*, ST. Lucie Press and ISEE

UNEP, 2011, *Towards a Green Economy*

Nicholas Stern, 2015, *Why are we waiting? The Logic, Urgency, and promise of tackling Climate Change*, The MIT Press

UNEP, 2011, *Towards a Green Economy*

Jean Paul Fitoussi, Amartya Sen, Joseph Stiglitz, 2010, *La misura sbagliata delle nostre vite. Perché il PIL non basta più a valutare benessere e progresso sociale*, Rizzoli Etas

Ministero dell'ambiente, 2017, *Catalogo dei sussidi ambientalmente favorevoli e dei sussidi ambientalmente dannosi*

SITOGRAFIA

economyup.it/innovazione

green-mktg.com

ilsole24ore.com

repubblica.it

certifico.com/ambiente/documenti-ambiente

epditaly.it

economiaefinanzaverde.it

g7italy.it

affaritaliani.it/economia

unioncamere.gov.it

istat.it

eurostat.eu

ansa.it/canaleambiente

ec.europa.eu

isprambiente.gov.it

besdelleprovince.it

ec.europa.eu/eurostat

wellnessvalley.it

wellnessfoundation.it

technogym.com

repubblica.it

nationalgeographic.it/green-leader

Parole complessive: 9.308.