



**UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA**

**DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE ED AZIENDALI**

**"M.FANNO"**

**CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA**

**PROVA FINALE**

**UN QUADRO DELLA GREEN ECONOMY A LIVELLO NAZIONALE E  
REGIONALE**

**A FRAMEWORK OF THE GREEN ECONOMY AT NATIONAL AND  
REGIONAL LEVEL**

**RELATRICE:**

**CH.MA PROF. ELEONORA DI MARIA**

**LAUREANDO/A: SIMONE ZIERO**

**MATRICOLA N. 1164020**

**ANNO ACCADEMICO 2019 – 2020**

“Il candidato, sottoponendo il presente lavoro, dichiara, sotto la propria personale responsabilità, che il lavoro è originale e che non è stato già sottoposto, in tutto o in parte dal candidato o da altri soggetti, in altre Università italiane o straniere ai fini del conseguimento di un titolo accademico. Il candidato dichiara altresì che tutti i materiali utilizzati ai fini della predisposizione dell’elaborato sono stati appositamente citati nel testo e riportati nella sezione finale “Riferimenti bibliografici” e che le eventuali citazioni testuali sono individuabili attraverso l’esplicito richiamo al documento originale “

## INDICE

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| INTRODUZIONE                                         | 3  |
| CAPITOLO 1: La Green Economy in Italia               | 3  |
| 1.1 Un quadro generale                               | 3  |
| 1.2 L’economia circolare applicata al Made in Italy  | 5  |
| 1.3 Un Made in Italy competitivo e investitore green | 9  |
| 1.4 Il formato A4 italiano                           | 11 |
| 1.5 Strategie e obiettivi della Green Economy        | 14 |
| CAPITOLO 2 La Green Economy a livello regionale      | 16 |
| 2.1 Un quadro sostenibile veneto                     | 16 |
| 2.2 L’agroalimentare                                 | 19 |
| 2.2.1 <i>La Valpolicella</i>                         | 20 |
| 2.3 L’arredamento                                    | 21 |
| 2.3.1 <i>Gruppo Zordan</i>                           | 22 |
| 2.4 La moda veneta                                   | 23 |
| 2.4.1 <i>Bottega Veneta</i>                          | 23 |
| CAPITOLO 3: Sariv nell’automotive                    | 24 |
| 3.1 L’automotive                                     | 24 |
| 3.2 La storia dell’azienda Sariv                     | 25 |
| 3.4 I certificati di sostenibilità                   | 29 |
| 3.4.1. <i>ISO9001</i>                                | 29 |
| 3.4.2 <i>ISO14001</i>                                | 30 |
| CONCLUSIONE                                          | 30 |
| <b>Bibliografia</b>                                  | 30 |
| <b>Sitografia</b>                                    | 36 |

## INTRODUZIONE

La Green Economy è un tema sempre più presente all'interno della nostra vita quotidiana come consumatori, delle nostre imprese in cui lavoriamo e delle politiche pubbliche del nostro Stato. Ma che cos'è la Green Economy?

Il dizionario Treccani la definisce come un “modello teorico di sviluppo economico che prende in considerazione l'attività produttiva valutandone sia i benefici derivanti dalla crescita, sia l'impatto ambientale provocato dall'attività di trasformazione delle materie prime”.

Da questa definizione si può dedurre come il pensiero dell'economia in questi ultimi anni sia completamente cambiato, dato che ora quando un'impresa definisce la sua missione e la sua visione non tiene più conto solo del margine di profitto, della redditività dell'operazione... ma tiene conto anche degli effetti che essa ha a livello di impatto ambientale e a livello sociale tramite il benessere della collettività e le emissioni di CO<sub>2</sub>. Nel primo capitolo analizzerò tale fenomeno sotto scala nazionale facendo riferimento ai settori pionieri della sostenibilità e che contraddistinguono il nostro Paese, osservando come il fenomeno dell'economia circolare sia ben presente nel contesto italiano. Nel secondo capitolo si potrà osservare la Green Economy nel territorio veneto, facendo riferimento a dei casi aziendali di successo nel campo della sostenibilità come il gruppo Zordan o Bottega Veneta. Nell'ultimo capitolo si dedicherà ampio spazio a un caso aziendale operante nell'automotive all'interno della mia comunità, particolarmente connesso con i principi della sostenibilità e della Industria 4.0.

## CAPITOLO 1: La Green Economy in Italia

### 1.1 Un quadro generale

Osservando il fenomeno della Green Economy sotto un quadro generale e riferendoci agli ultimi 10 anni, possiamo riscontrare come esso abbia avuto un impatto positivo e significativo sotto diversi aspetti nel nostro territorio nazionale e mondiale.

Riferendoci al Pil (Prodotto Interno Lordo), dal 2009 ad oggi i settori trainanti verso questo campo sono stati l'energia e il trasporto sostenibile, indispensabili per poter sussistere in un prossimo futuro la popolazione mondiale residente nelle città, che si assesterà sui 6,3 miliardi. Il secondo punto riguarda il ruolo di trasformazione del modello economico tradizionale.

L'UNEP aveva definito la Green Economy come modello “capace di migliorare il benessere umano e l'equità sociale, riducendo contestualmente i rischi ambientali e le scarsità

ecologiche”. A tal proposito il protagonista che interpreta tale ruolo alla perfezione è l’economia circolare.

Successivamente incontriamo un tema di primaria importanza che è la riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>, in quanto in questi ultimi anni stiamo vivendo una vera e propria crisi climatica. L’obiettivo è utilizzare maggiormente le energie rinnovabili, a discapito di quelle fossili promuovendo strategie ecosostenibili e eco ambientali che si focalizzano sull’importanza di ridurre l’inquinamento e di limitare la produzione dei rifiuti, individuando alcune possibili soluzioni come quella delle “Tre ERRE”: Ridurre, Riutilizzare e Riciclare. Secondo European Climate Foundation e il Fondo Finlandese per l’innovazione Sitra, un maggiore riciclo e riuso delle risorse potrebbe ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> del 56% a livello europeo.

Un quarto aspetto riguarda la penetrazione della Green Economy. Essa è presente ormai in tutti i settori dall’agroalimentare, al biologico fino ad arrivare ai trasporti elettrici.

Ricollegandoci al punto precedente, è importante fare riferimento all’innovazione. Nel nostro Paese dal 2006 al 2015 si è assistito a una crescita pari al 22% dei brevetti verdi corrispondente al 10% dei brevetti green europei, aumentata ancora di più negli ultimi anni. I benefici maggiori sono stati ottenuti nel campo delle medicine, dell’imballaggio dei materiali tramite un packaging sostenibile e i trasporti.

Nei prossimi anni la sfida sarà connettere la Green Economy con l’Industria 4.0, anche se questo trend si sta già verificando come dimostrato dalla servitisation, riguardante l’uso dei prodotti come e quando si necessita anziché possedere il prodotto direttamente e dalla modifica delle modalità di produzione grazie alle innovazioni tecnologiche come la stampa 3D o le piattaforme digitali, fino ad arrivare alla modifica dei materiali di produzione (input).

Proseguendo, si incontra un sesto punto che riguarda il coinvolgimento degli attori finanziari. La finanza si è attivata nel corso degli ultimi anni in modo importante attraverso diversi strumenti come i Green Bond, che nel corso del 2018 hanno raggiunto una somma di valore pari a 250 miliardi di dollari<sup>1</sup>. Gli investimenti sostenibili per la maggior parte riguardano gli investitori istituzionali, ma si stanno ritagliando un importante ruolo anche gli investimenti per i retail.

A livello occupazionale c’è stata una crescita dei posti occupazionali a livello qualitativo e quantitativo. Questo trend è confermato anche a livello internazionale. ILO ha previsto “la creazione netta di 18 milioni di posti di lavoro green al 2030, come risultato di circa 24 milioni di posti di lavoro creati e 6 milioni di posti di lavoro persi.”

---

<sup>1</sup> Gruppo Symbola e Unioncamere, “Una risposta alla crisi, una sfida per il futuro”, GreenItaly 2019

In termini dell'impatto sulla società la Green Economy si pone in modo completamente diverso, poiché è orientata verso il lungo periodo e utilizza non solo misure economiche, ma anche indicatori globali di natura sociale e ambientale come la riduzione della povertà, la creazione di nuove occupazioni e un maggior uso delle risorse naturali.

Inoltre vuole essere parte presente e attiva nel proteggere i diritti umani delle persone e la riduzione delle disuguaglianze, dato che “un miliardo di persone nei Paesi in via di sviluppo vive con meno di 1.25 dollari al giorno”<sup>2</sup>.

L'ultimo punto riguarda come tutelare e valorizzare il nostro capitale naturale. I servizi messi a disposizione dall'ecosistema sono fondamentali per la nostra sussistenza e il nostro sviluppo verso il futuro. Attualmente, lo stock naturale offerto dalla Terra viene sfruttato troppo, determinando un ritmo insostenibile e dei costi di capitale troppo elevati.

Lo scorso anno, il 29 luglio 2019 è stato il giorno che l'uomo ha utilizzato tutte le risorse naturali che la Terra poteva generare per l'anno 2019. Questo giorno viene denominato “Earth Overshoot Day”; secondo Global Footprint Network “l'Italia aveva già raggiunto tale evento il 15 maggio 2019”<sup>3</sup>. In base ai dati forniti, l'umanità consuma quasi il doppio delle risorse disponibili della Terra per un anno (1.75 volte), nonostante solo “il 26% dell'impronta ecologica mondiale serva a soddisfare la domanda di cibo.”<sup>4</sup> (Fondazione Barilla).

## 1.2 L'economia circolare applicata al Made in Italy

Con la crisi finanziaria ed economica del 2007 si è assistito a una vera e propria reazione da parte dei paesi occidentali, tra cui l'Italia che ha portato all'abbandono di una visione della produzione basata sulla minimizzazione dei costi, per una visione incentrata su un'elevata qualità e sulle tematiche ambientali, riducendo l'impatto ambientale dovuto in parte alle nuove restrizioni normative volte a favorire la sostenibilità. Questo cambiamento è stato appoggiato anche dai consumatori, poiché ora sono molto più attenti a questo tema e sono più orientati all'acquisto di prodotti di aziende che hanno investito verso questa direzione. Un indicatore in grado di riassumere l'eco-efficienza, fornendo una misura rilevante a livello ambientale è l'IPO. Esso è composto dagli input che fa riferimento al grado di efficienza energetica a livello di impiego di materiali, dal process (produzione di rifiuti) e dall'output che fa riferimento al valore complessivo di emissioni di CO<sub>2</sub>.

---

<sup>2</sup> Gruppo Symbola e Unioncamere, “Una risposta alla crisi, una sfida per il futuro”, GreenItaly 2019

<sup>3</sup> Global Footprint Network, [http://www.rainews.it/dl/rainews/articoli/Overshoot-Day-oggi-sono-finite-le-risorse-2019-del-Pianeta-04e0d6eb-d895-48ec-8e72-112fa012c6be.html?refresh\\_ce](http://www.rainews.it/dl/rainews/articoli/Overshoot-Day-oggi-sono-finite-le-risorse-2019-del-Pianeta-04e0d6eb-d895-48ec-8e72-112fa012c6be.html?refresh_ce)

<sup>4</sup> Ibidem

Dal 2007 al 2017 le prestazioni ambientali del sistema produttivo nazionale hanno mostrato dei segnali molto positivi, tanto che nel 2017 l'Italia era al terzo posto, dietro a Lussemburgo e a Irlanda. L'indice italiano era pari a 149,9, leggermente superiore ai principali Paesi Europei come la Gran Bretagna (145,8), Francia (128,2), Spagna (120,8) e Germania (110,2).



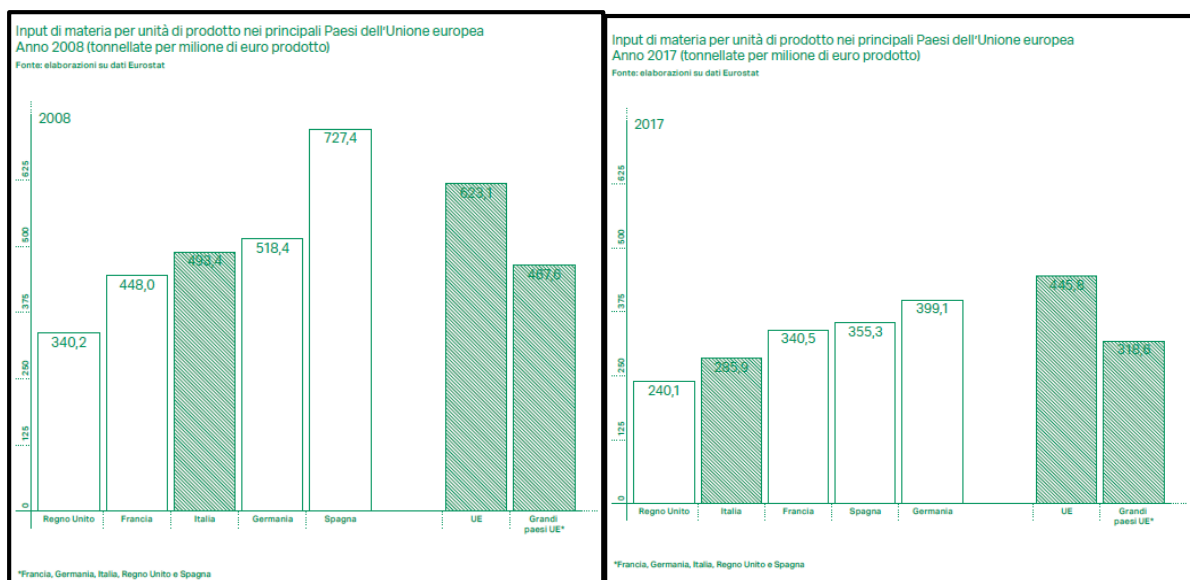
(Fonte: SYMBOLA, Fondazione per le qualità italiane, GreenItaly 2019, Una risposta alla crisi, una sfida per il futuro, 2019. )

Osservando il grafico raffigurante la posizione dei Paesi in base a eco-efficienza e eco-tendenza, l'Italia si trova nel quadrante in alto a destra, segno di eccellenza assieme a Regno Unito e Spagna e Francia, anche se questi ultimi due Stati si trovano leggermente attardati.

L'eco-tendenza è stata sviluppata in Italia soprattutto dai miglioramenti relativi agli input (materie prime -42%) e da altri miglioramenti in linea con il continente europeo relativi alle emissioni ambientali (-27%) e al consumo di energia (-19.5%).

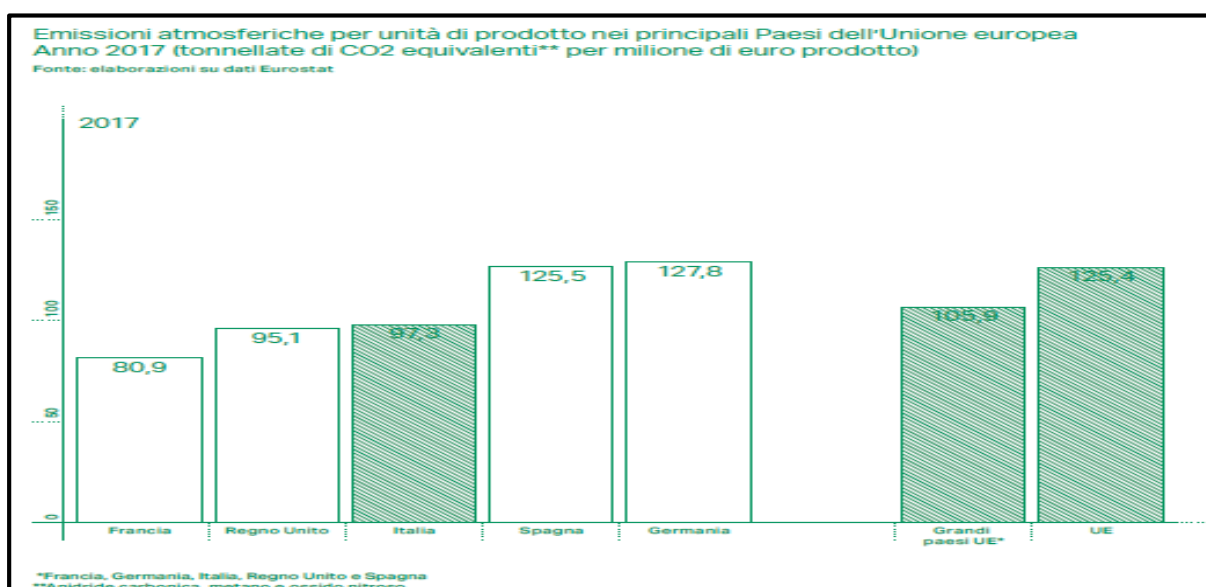
Analizzando i dati per unità, troviamo che l'impiego di energia in Italia è ottimale se rapportato con gli altri Paesi europei (14,8 tonnellate di petrolio contro i 18 della media europea).

La nostra eco-efficienza è data soprattutto dal minor spreco di risorse di materiali che svolgono la funzione di input nel processo produttivo. Ad esempio, per generare un milione di euro in Italia sono necessarie 285,9 tonnellate di materie prime, mentre all'inizio di tale decennio, tale dato si aggirava intorno alle 500 tonnellate. Al momento siamo dietro solo al Regno Unito.



(Fonte: SYMBOLA, Fondazione per le qualità italiane, GreenItaly 2019, Una risposta alla crisi, una sfida per il futuro, 2019. )

La seconda fase dell'indicatore IPO riguarda il process. Esso fa riferimento alla produzione di rifiuti e ha evidenziato che il 2016 è stato il picco con maggiori rifiuti prodotti per l'Italia al momento. I nostri dati sono ottimi (da 44.9 a 43.2 tonnellate di rifiuti per milione di euro di output, contro la media europea di 89,1).



(Fonte: SYMBOLA, Fondazione per le qualità italiane, GreenItaly 2019, Una risposta alla crisi, una sfida per il futuro, 2019. )

Per quanto riguarda gli output (emissioni di CO2), l'Italia si trova al quinto posto, poiché è stata superata di recente dal Regno Unito, capace di ridurre di 64 milioni di tonnellate di emissioni nell'ultimo decennio.

In generale si può dire che il nostro Paese ha a cuore questo tema che sembra andare a braccetto con la qualità degli output prodotti e permette alle nostre imprese di essere competitive in un

mondo economico in continua evoluzione. Si può addirittura denominarlo il “leader europeo dell’economia circolare”.<sup>5</sup>

Questo titolo viene confermato da tre indicatori: l’uso di materia seconda nell’economia, la produttività e il consumo di risorse. Tale appellativo ce lo siamo conquistati non in base alla nostra storia, ma grazie agli ultimi anni dove abbiamo dimostrato una trasformazione ecologica nel nostro territorio introducendo delle politiche pubbliche, investimenti e comportamenti volti a ridurre l’impatto negativo sull’ambiente.

A livello manifatturiero l’Italia detiene il più basso consumo pro capite: per ogni kg di risorsa generiamo 3,5€ di Pil contro la media europea pari a 2,2€ e le nostre performance migliorano ancora se osserviamo i dati relativi al riciclo dei rifiuti (siamo primi in questo), forniti da Eurostat nel 2016 (79% contro la media europea del 38%).

In termini quantitativi tale dato si traduce in 58 milioni di tonnellate ed è supportato specialmente dal riciclo di carta, plastica e vetro, grazie alla diffusione della raccolta differenziata praticata dai cittadini italiani. Questo permette anche una performance ottimale sull’utilizzo della seconda materia (materia prima già utilizzata una volta nel processo produttivo) e in generale porta l’Italia ad avere un tasso di circolarità superiore al 50%.

La nostra competitività in questo campo è incrementata grazie alle politiche pubbliche che hanno incentivato l’adozione delle energie rinnovabili. Un esempio: il fenomeno degli impianti fotovoltaici, al quale abbiamo assistito a un vero e proprio boom delle vendite: da 71000 impianti a 820000 impianti, con un contributo di energia pari al 33% rispetto al 20% del decennio scorso. Il loro supporto nella creazione di energia ha superato quello idroelettrico. Con un’evoluzione mondiale che tiene sempre più conto dell’energia “pulita”, in Italia stiamo avendo una controtendenza, cioè minore propensione all’utilizzo di tali fonti.

A livello di investimenti nelle energie rinnovabili, l’Italia si trova al settimo posto, mentre a livello occupazionale si conferma il trend internazionale, ovvero una crescita netta delle occupazioni (circa 100000 posti). Ora come ora per mantenere la nostra eco-efficienza, è fondamentale investire nel settore energetico. È importante puntare su mobilità nuove e le ultime invenzioni sono su questo trend: l’esempio più eclatante riguarda l’e-bike. È importante promuovere l’elettrificazione dei trasporti pubblici e promuovere l’adozione di veicoli privati elettrici o a metano, che permettono un minore impatto ambientale rispetto a veicoli a diesel o a benzina e per questo non bisogna ridurre lo sforzo a livello di investimenti effettuati fatti fino adesso. Non è da sottovalutare allo stesso tempo l’attività di espansione dell’adozione di energia eolica ed elettrica che permetta di agevolare il repowering di impianti.

---

<sup>5</sup> D.Bianchi, “Economia circolare in Italia”, Edizione 2018)

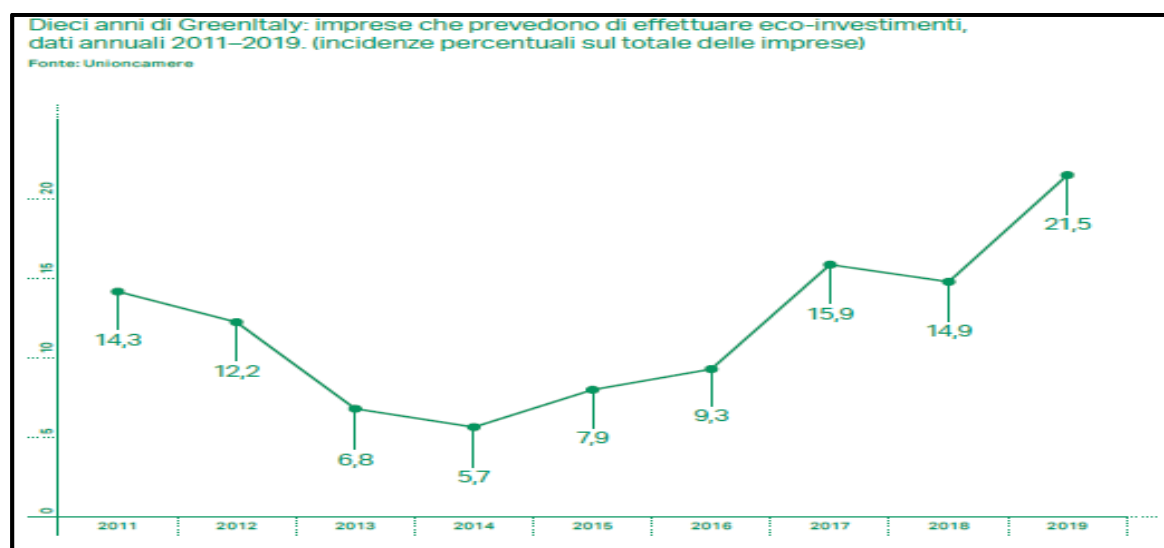


Inoltre è opportuno non diminuire le attività di ricerca e sviluppo per il futuro come l'energia geotermica, le biomasse sostenibili e il solare termodinamico.

### 1.3 Un Made in Italy competitivo e investitore green

La competitività delle imprese green è confermata. Osservando le imprese eco-investigatrici, il 51% di loro esporta all'estero. Il motivo? La Green Economy è molto apprezzata a livello internazionale e le imprese attive sul "green" operano come riporta Symbola in modo "maggiore nelle Global Value Chains rispetto a quelle non investigatrici (27% contro 14%)”<sup>6</sup>.

Esse sono più propense anche nell'innovazione: "il 79% di esse ha svolto un'attività innovativa nel triennio 2016-2018 contro il 61% delle imprese non attive nel campo ambientale”<sup>7</sup>. Tale divario aumenta se consideriamo solamente le piccole imprese e una conferma di ciò arriva osservando quali imprese hanno adottato il modello "Industria 4.0" (21% contro 10%).



(Fonte: SYMBOLA, Fondazione per le qualità italiane, GreenItaly 2019, Una risposta alla crisi, una sfida per il futuro, 2019. )

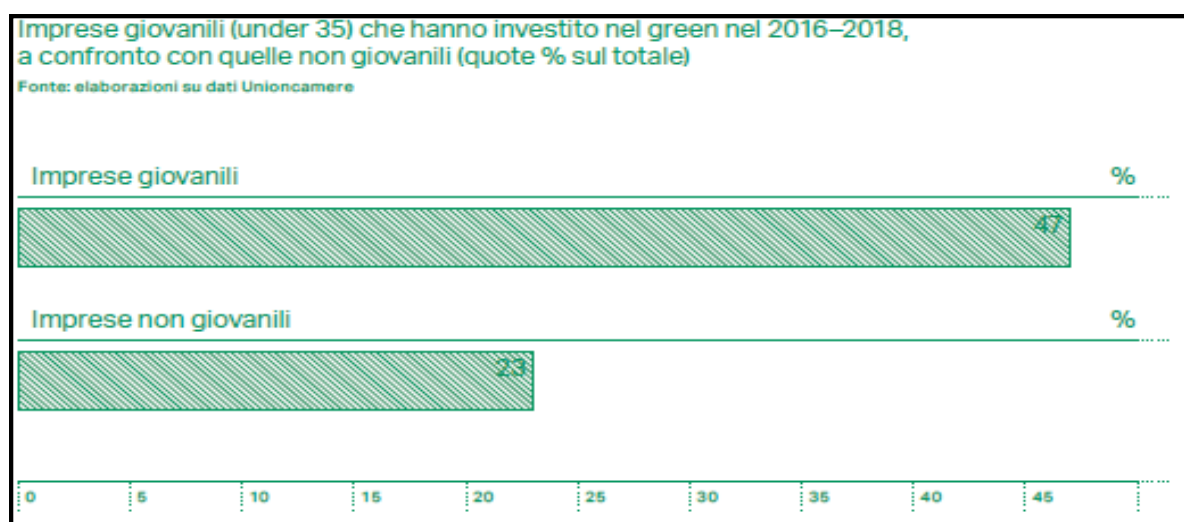
Le dichiarazioni delle imprese in merito alla "sinergia Green Economy-innovazione" sono positive, in quanto affermano di aver osservato un effetto positivo a livello di produttività. Ad esempio si sono ridotti gli sprechi di risorse grazie al maggior utilizzo della materia seconda, sono diminuite le emissioni di sostanze nocive e di rifiuti a livello quantitativo.

I veri attori protagonisti di questo "progresso italiano" sono i giovani, in quanto circa la metà delle imprese attive nel green sono guidate da imprenditori under 35 e da non sottovalutare è l'impatto sociale che tali azioni hanno a livello di benessere collettivo se ci riferiamo ai lavoratori e agli stakeholder aziendali.

<sup>6</sup> Gruppo Symbola e Unioncamere, "Una risposta alla crisi, una sfida per il futuro", GreenItaly 2019

<sup>7</sup> Ibidem

<sup>7</sup> Ibidem



(Fonte: SYMBOLA, Fondazione per le qualità italiane, GreenItaly 2019, Una risposta alla crisi, una sfida per il futuro, 2019. )

A conferma di quanto citato sopra, guardando il periodo pluriennale 2015-2019, si può notare come la propensione verso gli eco-investimenti sia aumentata considerevolmente nel nostro Paese. Secondo il rapporto GreenItaly, il numero di imprese che ha investito per diminuire l'impatto ambientale è passato da 345.390 a 432.288 con una quota pari a 31,2 % delle imprese che rientrano nel settore agricolo. Osservando i dati relativi al settore industriale si nota un leggero incremento (34,4%).

Nelle industrie, il settore leader è quello delle public utilities idriche e energetiche con un numero di imprese eco-investitrici pari al 42,46% e con un importante riallineamento negli ultimi anni da parte del settore dell'edilizia. Un esempio italiano che possiamo citare è Enel, che ha modificato il modello di business per orientarsi a soddisfare i bisogni dei consumatori più attenti all'ambiente. Essa ha creato Enel Green Power che è una società dedicata allo sviluppo e alla gestione delle attività di energia rinnovabile entrata nel 2016 nel gruppo Enel. Enel Green Power con oltre 1200 impianti in esercizio sparsi nei 5 continenti "è in grado di soddisfare i consumi di milioni di famiglie e contribuisce a ridurre le emissioni di anidride carbonica, contrastando i cambiamenti climatici e facilitando un nuovo modello di sviluppo che elimina il carbone"<sup>8</sup>.

Per quanto riguarda i servizi, il 30% delle attività economiche rientranti in questo settore è attivo nel campo della Green Economy. Ricollegandoci al sesto punto del quadro generale, l'esempio italiano più eclatante è la politica adottata da Banca Generali. Essa ha iniziato una "rivoluzione sostenibile", lanciando degli investimenti sostenibili concentrati sulle tematiche ESG (Environmental, Social and Governance) attraverso strette collaborazioni con famiglie e consulenti. L'obiettivo di Banca Generali è riuscire a conciliare il raggiungimento di traguardi

<sup>8</sup> Affaritaliani.it, *sostenibilità, le aziende italiane "più verdi"*, lunedì 20 maggio 2019

nel campo della sostenibilità senza trascurare la difesa degli investitori dai rischi attraverso la piattaforma Personal Portfolio, “uno strumento che fornisce al consulente modelli di portafogli predefiniti che potranno essere personalizzati in base al singolo risparmiatore e alle sue caratteristiche”.<sup>9</sup> Banca Generali per creare tale piattaforma ha collaborato con MainStreet Partners, società di Londra specializzata negli investimenti sostenibili.

#### 1.4. Il formato A4 italiano

Con questo termine intendo definire le quattro importanti forze che definiscono “l’ossatura” del nostro Paese rendendolo unico e speciale, ma soprattutto competitivo ed eccellente a livello non solo europeo, ma mondiale.

La prima forza è il settore agroalimentare, primo a livello europeo per quanto riguarda le iniziative “green”. Qui la sostenibilità è integrata con la qualità e la creazione di nuovo valore in un settore non aiutato in maniera sostanziosa dai sussidi nazionali rispetto agli altri Paesi Occidentali. Il suo valore attualmente è pari a 205 miliardi di euro (12% del Pil), garante di 1,3 milioni di posti e una crescita del 33,33% negli ultimi cinque anni. Un punto di forza sono le esportazioni (+47,8% dal 2008 e valore complessivo 41,8 miliardi di euro) apprezzate per qualità, salubrità e sostenibilità. La minaccia principale per l’agroalimentare è rappresentata dai falsi Made in Italy circolanti, problema risolvibile se fosse obbligatorio definire la provenienza dei prodotti. L’ambiente per quanto riguarda l’agroalimentare offre opportunità molto allettanti, data la grande biodiversità presente (7mila specie di flora, 58 mila specie di animali) e anche per questo motivo l’Italia è il Paese con il maggior numero di prodotti a marchio protetto. Ad esempio, possiamo citare l’aceto balsamico di Ponti I.G.P (indicazione geografica protetta), la mozzarella di bufala D.O.P (denominazione origine protetta). Attualmente abbiamo 299 indicazioni geografiche riconosciute a livello europeo: 167 DOP, 130 IGP e STG.

Il modo in cui viene interpretato il mercato agroalimentare in Italia è unico, poiché sono presenti nel nostro territorio mercati a km 0, che secondo Coldiretti consentono di ridurre gli sprechi del 60% e di far sopravvivere molti agricoltori locali.

Sono stati trovati anche molti accordi a livello di filiera come ad esempio l’olio Made in Italy e il progetto di filiera sulla carne bovina. Quest’ultimo consente agli allevatori di avere un prezzo minimo e tutelare il bestiame, riducendo le possibilità di incendio e dissesto idrogeologico e coinvolgendo tutto il territorio nazionale, da Nord a Sud. Un’impresa portabandiera di tale progetto è Eataly di Oscar Farinetti, esportatrice a livello mondiale del cibo italiano gourmet, decantandone l’origine della carne bovina dei suoi hamburger e

---

<sup>9</sup>Affaritaliani.it, *sostenibilità, le aziende italiane “più verdi”*, lunedì 20 maggio 2019

descrivendo come viene allevato e tutelato il bestiame. Nel prossimo futuro, Eataly aprirà un supermercato alimentare con la sostenibilità protagonista, grazie al progetto Green Pea. Per il futuro la sfida principale per questo settore, sarà favorire un maggiore approvvigionamento di energia dalle fonti rinnovabili, sfida accettata soprattutto dai giovani formati, pionieri della sostenibilità che vedono la terra come una grande opportunità e non come ultima spiaggia. Un tema centrale per il prossimo futuro sarà la gestione delle risorse idriche e Coldiretti, TERNA e Albi hanno tracciato la strada per eliminare gli sprechi e garantire un livello quantitativo e qualitativo di acqua costante, grazie a nuovi software relativi al sistema di irrigazione, creati da Anbi che comunicano all'agricoltore come, quanto e quando irrigare.

La seconda forza fa riferimento al settore dell'arredamento, famoso per l'eccellenza e per prodotti innovativi. In Italia "oltre il 95% dei rifiuti derivanti dalla lavorazione del legno è avviato per la produzione di pannelli per l'industria mobile." (Fonte: Rapporto GreenItaly 2019) Questo risultato è stato reso possibile grazie agli investimenti costanti per la ricerca e lo sviluppo effettuati anche negli anni di crisi, e un'ottima coniugazione dei bisogni internazionali con quelli locali, in una prospettiva "glocale". I protagonisti di tale successo dell'economia circolare in questo settore sono il Gruppo Mauro Saviola, il Gruppo Frati, Saib e Fantoni.

Il Gruppo Fantoni partecipa attivamente alla rimozione dei ceppi di legno rimasti a seguito del disastro ambientale del 2018 nel Nord-Est italiano, mentre SAIB con il progetto Renwood utilizzando materiale secondario e riciclato, produce pannelli truciolari grezzi e nobilitati evitando di abbattere 750000 alberi. Il Gruppo Saviola aveva già inventato nei primi anni Novanta, un pannello creato interamente da materiale riciclato. Questo ci permette di capire perché l'Italia è già in linea con gli obiettivi del 2030 della nuova Direttiva Imballaggi in tema di economia circolare. Il Politecnico di Milano afferma che "la filiera basata sulle attività di recupero e di riciclo del legno post consumo in Italia, diversamente da quanto accade in altri Paesi, dove il legno post consumo viene prevalentemente bruciato per produrre energia, ha consentito di rigenerare e quindi riutilizzare quasi il 30% degli imballaggi recuperati e di riciclare la parte restante, consentendo di produrre pannelli per l'arredo senza bisogno di consumare legno vergine. In termini ambientali, ciò ha consentito un risparmio nel consumo di CO<sub>2</sub> pari a quasi un milione di tonnellate." Oltre all'economia circolare, alcune regioni hanno saputo sfruttare al meglio i materiali a disposizione. Il caso più interessante è la Sardegna, con le sue sugherete, in quanto il sughero è un legno molto leggero, resistente, impermeabile e elastico e ha saputo intensificare al massimo le attività di trasformazione di questa materia prima per produrre tappi per bottiglie di vino o pannelli isolanti, come dimostrato dal Sugherificio Molinas.

La terza forza del nostro Paese è rappresentata dall'automotive che ha un fatturato di oltre 330 miliardi con 1,2 milioni di occupati. Il settore industriale conta 5700 imprese e 258700 addetti generando un fatturato di oltre 100 miliardi equivalente al 5,9 % del Pil e investimenti lordi per quasi 4 miliardi, il 13% degli investimenti della manifattura italiana. Le spese in R&S sono 1,79 miliardi equivalente al 18% totale della manifattura. Il tema centrale di questi ultimi anni per questo settore è la mobilità sostenibile. “Per mobilità sostenibile si intendono tanti tipi di spostamento, perlopiù localizzato nella sfera degli spostamenti urbani che vadano a soddisfare i nuovi requisiti della sostenibilità ambientale, economica e sociale.”<sup>10</sup>

Una possibile soluzione è l'introduzione delle auto elettriche al posto delle auto che funzionano attraverso motori a benzina o diesel. Ma saranno in grado di rimpiazzarle? Un vantaggio naturalmente sarebbe la possibilità di diminuire l'inquinamento acustico e le emissioni di CO<sub>2</sub>, ma uno svantaggio sicuro riguarderebbe la gestione dello smaltimento delle batterie elettriche. L'innovazione nel campo dell'automotive, deve avere come obiettivo la creazione di motori alimentati da energia pulita e non da combustibili fossili e le soluzioni trovate al momento sono tre: motori ad idrogeno, ad aria compressa e motori elettrici. L'ultima opzione è quella che si sta sviluppando maggiormente e Tesla ne dà l'esempio, in quanto produce auto elettriche e impianti fotovoltaici per creare una coesione completa tra fonte e alimentazione del prodotto utilizzato. I centri di ricarica sono attualmente il problema principale che sta impedendo una crescita elevata dell'utilizzo di auto elettriche, nonostante esse assieme alle auto Gpl siano maggiormente disponibili, in parte grazie alle nuove normative Euro 5 e Euro 6. L'automotive inoltre sta evolvendo il concetto di auto, in quanto include ora la guida autonoma e connessioni Bluetooth per poter rispondere a chiamate e ascoltare musica su Spotify ad esempio. A livello nazionale FCA si sta muovendo sul campo dell'elettrico con la partnership con Enel X e ENGIE per lanciare sul mercato con successo la Fiat 500 elettrica e la Jeep Renegade ibrida plug-in.

“Grazie alla collaborazione con i due partner, Fca offrirà ai suoi clienti la possibilità di installare presso la propria abitazione uno specifico punto personalizzato (la cosiddetta wallbox) per l'ottimizzazione e la gestione intelligente della ricarica in base alle effettive necessità. I partner cureranno con Fca la fase preliminare, rivolta alle verifiche di fattibilità e installazione, così come la fase di gestione e manutenzione della wallbox. Il cliente sarà dunque accompagnato e assistito durante l'intero ciclo di vita del veicolo e della sua wallbox”.<sup>11</sup>

Oltre a FCA anche Pirelli si sta muovendo nella direzione della sostenibilità applicando i principi dell'economia circolare e trasformando gli scarti dei pneumatici delle gare di F1 in carburante o bruciandoli ad alta temperatura (1400 gradi) creando una mole importante di

---

<sup>10</sup> Brumbrum blog, *Mobilità sostenibile: il futuro dell'automotive*, 29 novembre 2019

<sup>11</sup> Il Sole 24 ore, *Fca al via partnership con Enel-X ed Engie per le auto elettriche*, 14 giugno 2019

energia, come avvenuto per le gomme del GP di Melbourne del 2020 non disputato a causa del Covid-19.

La quarta forza è l'abbigliamento- tessile in cui i più famosi marchi della moda italiana come Gucci, Armani, Prada, Moncler hanno sottoscritto al Fashion Act un documento con la “finalità di contrastare i cambiamenti climatici e ridurre l'inquinamento di microplastiche di mari e oceani” (Fonte: Rapporto GreenItaly). La moda genera un valore sui 60,7 miliardi di euro e comprende 38000 addetti, l'abbigliamento come settore in generale 350000. Il green è sempre più un tema centrale in questo settore dato che imprese come Gucci hanno deciso di controllare la produzione delle fibre naturali utilizzate per evitare l'uso di pesticidi, favorendo i lavoratori locali e rinunciando alle energie dei combustibili fossi per utilizzare nel prossimo futuro energia rinnovabile per un valore oscillante dal 70 al 100%. Un altro esempio è Max Mara che recupera e valorizza le eccedenze dei tessuti di cammelli per reinventarli in pannelli termici e anche gli eventi si stanno muovendo in questa direzione come il Pitti di Firenze del 2019, basato sulla sostenibilità ambientale.

### 1.5 Strategie e obiettivi della Green Economy

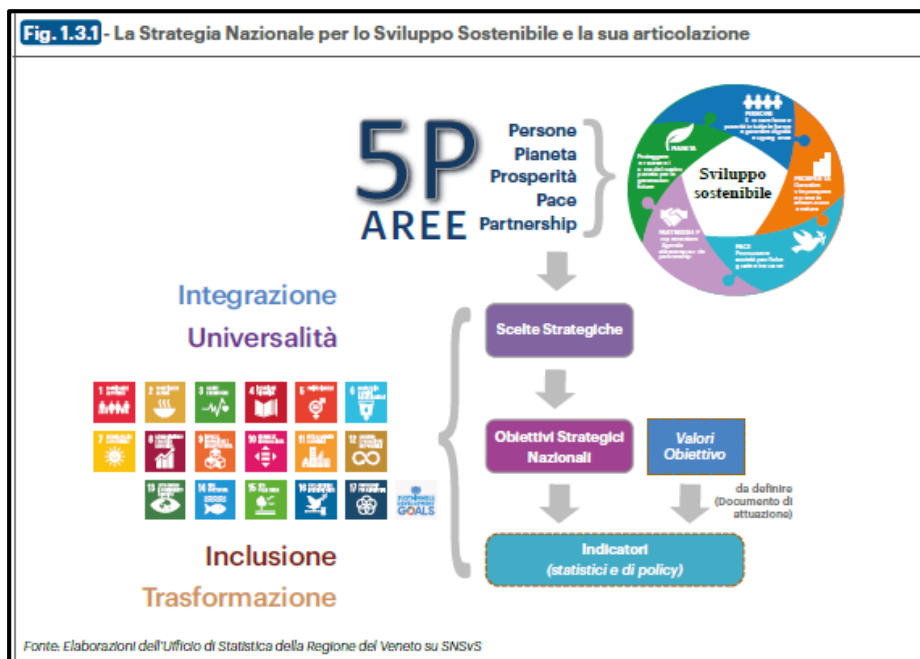
Il 25 settembre 2015 è stata istituita da parte dell'Assemblea Generale delle Nazioni Unite l'Agenda 2030 sottolineando quali sono i 17 obiettivi, contenenti a loro volta 167 sub-obiettivi che si dovranno raggiungere nel 2030. Essi sono:

1. sconfiggere la povertà;
2. sconfiggere la fame;
3. assicurare la salute e il benessere per tutti;
4. istruzione di qualità;
5. parità di genere;
6. acqua pulita e igiene;
7. energia pulita e accessibile;
8. lavoro dignitoso e crescita economica;
9. promuovere l'innovazione e una industrializzazione equa e sostenibile;
10. ridurre le disuguaglianze;
11. città e comunità sostenibili;
12. consumo e produzione responsabili;
13. lotta contro il cambiamento climatico;
14. conservare gli oceani, i mari e le risorse marine;
15. uso sostenibile dell'ecosistema terrestre;
16. pace, giustizia e istituzioni forti;

17. partnership per gli obiettivi rafforzare e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile.

Nel 2 ottobre del 2017 su proposta del Ministro dell'Ambiente è stata approvata la Strategia di sviluppo sostenibile 2017-2030 da parte del Consiglio dei Ministri per cercare di raggiungere ciò che l'Agenda 2030 ha delineato per il futuro.

Gian Luca Galletti l'ha definita come "il documento attorno al quale edificare l'Italia nei prossimi decenni: non un libro dei sogni, ma l'indirizzo preciso fornito da istituzioni e società civile per raggiungere gli obiettivi dell'Onu e onorare l'accordo di Parigi sul Clima".



Tale documento è composto da 5P: Persone, Pianeta, Prosperità, Pace e Partnership.

Il target del primo punto è azzerare povertà e esclusione sociale eliminando i divari territoriali, garantire le condizioni per lo

sviluppo del potenziale umano e promuovere salute e benessere. Per il secondo punto si vuole arrestare la perdita di biodiversità custodendo i paesaggi e creando comunità e territori resilienti. A livello di prosperità si vuole incentivare l'innovazione garantendo piena occupazione e formazione di qualità e orientarsi verso le energie rinnovabili.

Riguardo la pace invece si vuole eliminare ogni forma di discriminazione razziale, e assicurare legalità e giustizia, mentre con l'ultimo punto gli obiettivi sono un'agricoltura sostenibile e sicurezza alimentare, la salute e la salvaguardia del patrimonio naturale e culturale.

A livello aziendale a un'impresa conviene chiaramente perseguire la strada della sostenibilità e lo può fare attraverso una strategia che deve essere completa in tutti i suoi aspetti. Tutto parte da una pianificazione sostenibile degli investimenti e una scelta di green procurement, realizzazione di progetti concreti con scuole, parchi (es. Federlegno-arredo con il progetto EQWOOD), collaborazioni con le istituzioni pubbliche come le università, progetti di welfare aziendale e orientamento verso le energie sostenibili. Il tutto deve essere comunicato con le corrette strategie di marketing, in modo da far comprendere al cliente che il prezzo del bene e del servizio è giustificato dal valore offerto. Con tale strategia l'azienda può perseguire in modo

migliore i suoi obiettivi come rendere i propri clienti fedeli e profittevoli nei confronti del brand, utilizzo delle leve emotive giuste, avere un impatto concreto, visibile e tangibile e un rafforzamento della propria immagine. I consumatori ora fanno sempre più attenzione al tema della sostenibilità e se le grandi aziende investono in questo campo, perché non farlo?

## CAPITOLO 2 La Green Economy a livello regionale

### 2.1 Un quadro sostenibile veneto

“Un approccio condiviso è la migliore garanzia per una Strategia che sia in grado di individuare le traiettorie fondamentali su cui focalizzarsi. La concretezza delle azioni favorirà nuovi sentieri di sviluppo sociale, nuove opportunità di fare impresa e lavoro di qualità nell’assoluto rispetto dell’ambiente.” (Presidente della Regione Veneto, Luca Zaia).

Facendo riferimento alla Strategia di Sviluppo Sostenibile 2017-2030 le regioni hanno attuato delle specifiche politiche all’interno del proprio territorio per agevolare i traguardi delineati dalle 5P, miranti a soddisfare gli obiettivi dell’Agenda 2030, grazie al supporto fornito da istituzioni nazionali come il Ministero dell’Ambiente e della Tutela del Territorio. Osservando il Veneto, egli può contare su istituzioni fondamentali per centrare gli obiettivi delle 5P come ad esempio le Università degli Studi di Padova, la Ca’Foscari di Venezia e supportare l’Italia a migliorare il suo punteggio (75,4) ottenuto per ora che le permette di piazzarsi al 29° posto a livello mondiale in merito agli obiettivi da raggiungere al 2030. È fondamentale avere una buona relazionalità e un collegamento con le istituzioni, dato che secondo un test empirico svolto sui modelli di crescita spaziali per le regioni europee da Arbia<sup>12</sup>, questo permette grazie agli effetti geografici di vicinanza con altri territori competitivi, di creare delle esternalità positive che portano ad avere un progresso importante e significativo verso il futuro. La Regione Veneto ha creato anche un sito web per permettere un confronto diretto, sfruttando gli effetti di rete con gli enti locali e con tutti i portatori d’interesse di questo tema.

Secondo la tabella riportata dal documento “Veneto Sostenibile”, risulta evidente come la sostenibilità sia un tema maggiormente presente nelle regioni del Nord e ci sia un ritardo delle regioni del Sud. Le regioni che in generale stanno coprendo meglio tutti i goal senza nessuna “zona rossa” sono il Piemonte, il Friuli Venezia Giulia, le Marche e l’Umbria, ma anche il Veneto ottiene un buon posizionamento presentando solamente una zona rossa sul campo della vita sulla terra e ben otto zone verdi scuro, simbolo di eccellenza sul campo della sostenibilità

---

<sup>12</sup> Arbia G., Battisti M. and Di Vaio G. *Institutions and geography: Empirical test of spatial growth models for European regions*, Economic modelling, 2010, vol.27, issue 1-21



intesa a livello sociale, ambientale ed economico. Secondo il “Manifesto di Cernobbio”, documento promosso da Coldiretti e Symbola, presentato a Palazzo Moroni (PD), “Il Veneto con quasi 43mila imprese green è la seconda regione d’Italia con la vocazione alla sostenibilità.” Inoltre emerge che l’80% delle imprese venete è green e il 60% vuole ridurre l’impatto che ha nell’ambiente fin dalla fase di progettazione<sup>13</sup>. Dalla ricerca “Quanto green sei” condotta da Giancesin Canepari & Partners attraverso un’indagine statistica su un campione di 50 aziende è emerso che il 73% delle imprese ha ottimizzato il proprio processo produttivo rispondendo con i “fatti” e il 60% dichiara di trarne vantaggio grazie alla riduzione di costi e sprechi anche attraverso il risparmio energetico e l’ottimizzazione dell’uso di energia.

| Tab. 2.2.1 - Il posizionamento delle regioni rispetto ai Goal dell'Agenda 2030 - Anno 2017 |                        |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|---------------------|--------------------|-----------------------|------------------|------------------------------------------|------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------|------------------------------|-----------------------------------|------------------|--------------------------------------|--|
|                                                                                            | Goal                   |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |
|                                                                                            | 1                      | 2                   | 3                  | 4                     | 5                | 6                                        | 7                            | 8                                     | 9                                     | 10                        | 11                           | 12                                | 15               | 16                                   |  |
|                                                                                            | Sconfiggere la povertà | Sconfiggere la fame | Salute e benessere | Istruzione di qualità | Parità di genere | Acqua pulita e servizi igienico-sanitari | Energia pulita e accessibile | Lavoro dignitoso e crescita economica | Imprese, innovazione e infrastrutture | Ridurre le disuguaglianze | Città e comunità sostenibili | Consumo e produzione responsabile | Vita sulla terra | Pace, giustizia e istituzioni solide |  |
| Piemonte                                                                                   |                        |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |
| Valle d'Aosta                                                                              |                        |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |
| Liguria                                                                                    |                        |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |
| Lombardia                                                                                  |                        |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |
| P.A. Bolzano                                                                               |                        |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |
| P.A. Trento                                                                                |                        |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |
| <b>VENETO</b>                                                                              |                        |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |
| Friuli V. G.                                                                               |                        |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |
| Emilia Rom.                                                                                |                        |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |
| Toscana                                                                                    |                        |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |
| Umbria                                                                                     |                        |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |
| Marche                                                                                     |                        |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |
| Lazio                                                                                      |                        |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |
| Abruzzo                                                                                    |                        |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |
| Molise                                                                                     |                        |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |
| Campania                                                                                   |                        |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |
| Puglia                                                                                     |                        |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |
| Basilicata                                                                                 |                        |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |
| Calabria                                                                                   |                        |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |
| Sicilia                                                                                    |                        |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |
| Sardegna                                                                                   |                        |                     |                    |                       |                  |                                          |                              |                                       |                                       |                           |                              |                                   |                  |                                      |  |

Legenda

Maggiore sostenibilità

Discreto livello di sostenibilità

Leggera criticità nella sostenibilità

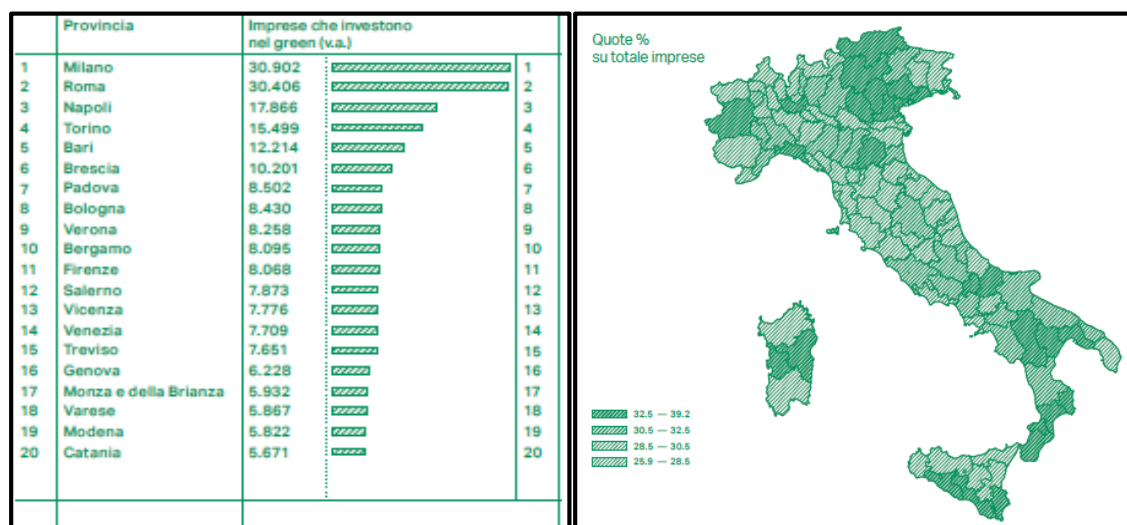
Ritardo nella sostenibilità

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati ASVIS

Sostanzialmente le prestazioni regionali si confermano anche a livello provinciale con Vicenza, Verona, Venezia, Padova e Treviso che rientrano tra le prime 20 posizioni per eco-investimenti a livello nazionale e “i primati regionali continuano con 45.990 nuovi contratti per lavori verdi,

<sup>13</sup> Lifegate, Lorenzo Brenna, *Il Veneto è sempre più verde, l’80% delle aziende è sostenibile*, 25 aprile 2016

cioè quelle figure professionali che si occupano di modelli sostenibili nei vari settori economici.<sup>14</sup>



(Fonte: SYMBOLA, Fondazione per le qualità italiane, GreenItaly 2019, Una risposta alla crisi, una sfida per il futuro, 2019. )

Guardando gli investimenti effettuati nel periodo 2014-2020 seguendo il programma nazionale ed europeo nella nostra Regione gli sforzi si sono concentrate su 4 macro aree: smart agrifood, smart manufacturing, creative industries e sustainable living. A guidare la classifica nell'ambito dello sviluppo si posiziona al primo posto lo smart manufacturing, seguito a ruota dalla sostenibilità ambientale (48%).

Secondo una classificazione sviluppata da Hart nel 1995 basata sull'intensità degli investimenti necessari per incrementare le performance aziendali, sono possibili quattro strategie:

- End-of-pipe o reattiva: l'azienda si adatta alle normative presenti;
- Pollution prevention: adattamento continuo per rimodernare i processi produttivi e riduzione degli sprechi e scarti. Il miglioramento è continuo e ci si adatta alle normative ex-ante.
- Product stewardship: si scelgono le materie prime e caratteristiche dei prodotti che consentano la minimizzazione dei costi ambientali, sociali ed economici del ciclo di vita del prodotto adottando una strategia di differenziazione.
- Sviluppo sostenibile: l'ottica passa al medio-lungo periodo e si mira ad ottenere importanti performance a livello sostenibile. L'azienda ha a cuore gli aspetti sociali e cerca di essere socialmente responsabile attraverso l'introduzione di nuove tecnologie.

Alcune iniziative sono state lanciate per diffondere sempre più l'impegno nel campo della sostenibilità. Facendo riferimento al tema della Customer Social Responsibility, il 23 maggio 2018 si è tenuto un convegno a Verona con le testimonianze di importanti aziende attive nel nostro territorio come il Consorzio Tutela Vini Valpolicella attivo nel settore agrifood e il

<sup>14</sup> Lifegate, Lorenzo Brenna, *Il Veneto è sempre più verde, l'80% delle aziende è sostenibile*, 25 aprile 2016

Gruppo Zordan che realizza arredamenti per i retail del lusso, di cui parlerò nei prossimi paragrafi. Con Customer Social Responsibility si intende un'attenzione a raggiungere non solo obiettivi economici, ma anche obiettivi relativi all'ambiente e al benessere della società attraverso delle interdipendenze. Questo ha portato anche alla creazione nelle aziende di politiche di Marketing 3.0 che mettono al centro tali pilastri. L'obiettivo di tale incontro era creare un punto di connessione tra le imprese, le istituzioni e società civile secondo ciò che è stato delineato dall'Agenda 2030 a cui hanno partecipato figure importanti come Gianni Potti, delegato Confindustria Veneto per Industria 4.0, Veronica Polin, commissione sostenibilità dell'Ateneo dell'Università di Verona e Santo Romano, direttore Area capitale umano, cultura e programmazione della Regione Veneto. Successivamente ogni anno si tiene nel nostro territorio la Green Week, un evento interregionale in cui partecipano le aziende attive nel "green" che spiegano le basi del loro successo e vengono premiate attraverso opportuni riconoscimenti, come si vedrà nei paragrafi successivi.

## 2.2 L'agroalimentare

L'agrifood è un settore da sempre importante in Veneto, che sta compiendo enormi progressi nel campo della sostenibilità. Deteniamo il 13% delle certificazioni totali e la produzione in questo settore è pari al 6% del Pil nazionale classificandosi terzo dietro solamente a Emilia Romagna e Lombardia. A Legnaro, il 30 settembre 2019 ad Agripolis si è tenuto il convegno denominato "La rete Bioinnova verso il 2030: l'agricoltura biologica come leva di sviluppo sostenibile dei territori". Nata con la cooperazione dell'Università degli Studi di Padova, IUAV di Venezia e con Fondazione Univeneto si è arrivati a creare il primo corso di laurea dedicato a tale settore denominato "Tecniche di gestione delle produzioni biologiche vegetali". L'assessore regionale Marcato si è dichiarato soddisfatto, ribadendo: "questa è un'essenziale rete innovativa regionale, capace di trainare il settore agricolo, in particolare il comparto dello smart agrifood, avendo cura di valorizzare l'ambito Bio nelle varie declinazioni settoriali di cui la rete si compone." A livello di sostenibilità ambientale il Veneto ha partecipato all'iniziativa lanciata nel 2015 dal messaggio dell'Expo di Milano che ha portato risultati positivi, poiché c'è stato un aumento di addetti del 4,1 % e ha permesso di far conoscere al mondo il "buono del Veneto"<sup>15</sup>. Un sub-settore caratterizzante dell'agrifood veneto è il wine in cui il Veneto è primo per quanto riguarda le certificazioni (53), spinto dall'eccezionale Prosecco prodotto nelle nostro territorio primo per produzione e totale vendite, che funge da vero e proprio "brand ambassador". Il fatturato di questo settore ammonta a 1,3 miliardi con 5 province venete tra le

---

<sup>15</sup> Regione del Veneto, 2018, *Rapporto statistico: il Veneto si racconta, il Veneto si confronta*

prime 10, confermando l'importanza che ha nel territorio. Una conferma arriva anche dalle esportazioni dove le bottiglie di vino permettono di generare un valore pari a 2,1 miliardi di euro e dare la prima posizione in questa speciale classifica. Parlando delle iniziative sostenibili sono aumentati i territori in cui si coltivano prodotti Bio del 35%, sfiorando i 24 mila ettari. In questo paragrafo usufruirò dell'aiuto di un'area, che ha saputo coniugare la sua eccellenza e notorietà del brand del prodotto con il tema della sostenibilità e di prodotti "rispettosi" della terra attraverso il suo progetto Riduci-Risparmia-Rispetta: la Valpolicella.

### 2.2.1 La Valpolicella

“Il colore simbolo è quello del rosso Amarone, ma nei 19 comuni della Doc Valpolicella si fa sempre più largo il verde, quello della sostenibilità”<sup>16</sup>. Con questa frase si può riassumere l'ultimo decennio che ha contraddistinto questo territorio nel veronese.



Sentendo il nome Valpolicella, naturalmente ci vengono subito in mente tre parole che ne richiudono la sua essenza: la cultura, l'arte e il vino. I territori di quest'area sono confinati dal fiume Adige e si estendono fino ai colli di Soave, suddividendosi in tre microaree: la Valpolicella classica, la Valpolicella Valpantena e la Valpolicella.

(Fonte: I vini della Valpolicella, Eccellenze del territorio Veneto)

L'economia di quest'area ha un valore pari a 345 milioni di euro ed è composta da 2273 produttori di uve, 272 aziende imbottigliatrici con 373 fruttai destinati all'appassimento, con la tecnica enologica candidata a diventare patrimonio dell'Unesco.

Avepa (Agenzia veneta per i pagamenti in agricoltura) sottolinea un cambiamento significativo di risultati per quanto riguarda il “green” nelle aree enologiche di Verona, tanto da poterla definire una vera e propria “tendenza bio” secondo il direttore del Consorzio tutela vini Valpolicella. I dati: crescita del 152% in termini di superficie del bio con un'impennata del 14% nel 2019.

L'impegno della Valpolicella parte dal 2015, anno in cui ha deciso insieme al Consorzio Conegliano Valdobbiadene Superiore di presentarsi su invito di Uvive (Unione consorzi vini

---

<sup>16</sup> Storie di eccellenza, Mauro Pigozzo, *VINO: IN VALPOLICELLA LA RIVOLUZIONE GREEN DELL'AMARONE ACCELERANO I VIGNETI SOSTENIBILI, OGGI A 1/4 DEL TOTALE IN CANTIERE L'OSSERVATORIO VALPOLICELLA' DI AVEPA E CONSORZIO*, 31 gennaio 2020.

veneti) al Padiglione del vino dell'Expo di Milano, una vetrina internazionale per comunicare i nuovi valori che contraddistinguono il settore enologico.



(Fonte: Valpolicella DOP: parte il progetto del Consorzio sulla sostenibilità)

Alberto Franchi spiega, che tale progetto “realizza una serie di attività formative per i produttori e di riconoscimenti fitosanitari, in modo da garantire una produzione salubre dal punto di vista sia della qualità del prodotto che dell'ambiente”.

Esso rappresenta il primo caso di start-up in Italia per la certificazione di prodotto volontaria di un'area a denominazione, riferendosi alle normative UNI 11233 per i sistemi di produzione integrata nelle filiere agroalimentari e quindi al completo processo produttivo. Dal 2017 c'è stata una crescita del 31% delle certificazioni RRR.

"Il protocollo e la certificazione "Riduci-Risparmia-Rispetta, a cui arriviamo dopo cinque anni di lavoro sulla vitivinicoltura sostenibile rappresentano la risposta alla domanda dei consumatori, sempre più frequente e decisa di vini più immediati, testimoni di un ambiente più salubre per gli abitanti della Valpolicella. Puntare a ottenere vini che valorizzino il vigneto, di qualità e socialmente sostenibili è il nostro obiettivo". (Olga Bussinello, Direttrice Consorzio)

Naturalmente come insegna il manuale di Kotler quest'offerta di valore superiore deve essere trasmessa in modo chiaro e corretto al consumatore finale e per questo motivo è stato messo a punto un apposito bollino sulle bottiglie di vino nate dai “vigneti etici”. Un packaging efficace e in linea con la trasmissione di un messaggio “green”. Il progetto RRR ha permesso a Valpolicella di ottenere il Premio Nazionale “Eco-friendly” nel 2017 per l'impegno nella sostenibilità ambientale al Merano WineFestival.

### 2.3 L'arredamento

I dati relativi a questo settore confermano che il Veneto è una delle regioni più dinamiche per quanto riguarda il settore del mobile. È la prima regione italiana per fatturato (6,5 miliardi di euro), numero di addetti e con una produzione pari al 25 % di quella totale. Il numero di imprese

presenti nella nostra regione è pari a 8000 suddivise in 49% nel mobile, 45% nel legno e 6% nell'illuminazione<sup>17</sup>. Famoso per la qualità dei prodotti che sa offrire ed esportazioni molto elevate, nella nostra regione troviamo un caso che è riuscito a coniugare alla perfezione i 17 obiettivi dell'Agenda 2030 e della Strategia Regionale: il Gruppo Zordan.

### 2.3.1 Gruppo Zordan

Zordan è un'azienda di Valdagno (VI) realizzatrice di arredi per negozi monomarca nel lusso internazionale. Essa ha saputo conquistarsi una posizione di rilievo grazie alle collaborazioni con brand importanti come Bulgari, Ferragamo e Tumi attraverso la partnership con CEDEC, con il target di rinforzare i meccanismi interni del funzionamento aziendale, aggredendo il mercato e cercando di anticipare i futuri bisogni della clientela per crearsi un vantaggio competitivo. Un processo pratico dei concetti teorici del volume di Kotler "Principi di marketing". Grazie a un'ottima gestione del passaggio generazionale e adottando i principi del modello anglosassone "Trust", Zordan ha saputo rinnovarsi e soddisfare le esigenze primarie del mondo d'oggi a livello di sostenibilità, trasparenza e carattere sociale trasformandosi in una Società Benefit, portandola nel 2016 ad avere un fatturato pari a 16 milioni di euro con utile intorno al milione di euro. Naturalmente gli impegni verso una costruzione sostenibile sono stati premiati, come avvenuto nel 2015 con il Bulgari Design Award a Miami con riconoscimenti personali all'imprenditore Alfredo Zordan e al project manager Giuseppe Caruso. Nel 2016 ha ricevuto il Premio Radical Green che riconosce i migliori esempi di imprenditorialità sostenibile del Triveneto ed è stato l'evento principe della Green Week del 2016. A ritirare il premio c'era la chef financial officer Marta Zordan.

"Il rispetto della natura e dei suoi ritmi è stato per noi insieme naturale ed imprescindibile, fin dall'inizio, dal 1965: all'epoca, il tema della sostenibilità non era stato codificato, eppure essa era già in tutte le azioni e in tutti i pensieri portati avanti dalla nostra azienda." (Marta Zordan). Un tema dimostrato nei fatti dato che nel 2007 l'azienda si è dotata di un impianto fotovoltaico, volto a soddisfare il 20% del fabbisogno energetico, ha digitalizzato i documenti per ridurre l'uso di carta e ha riattivato il sistema di riscaldamento attraverso la biomassa legnosa certificata. L'impegno di Zordan nel campo della sostenibilità è totale, poiché collabora con fornitori di legno locali, segue la filosofia della Lean Production e cerca di sostenere la comunità locale e quindi si dimostra pioniere nel soddisfare i development goals dell'Agenda 2030. L'obiettivo dei prossimi anni, come sottolineato da Marta è di creare un modello di business

---

<sup>17</sup> Professione Verniciatore, *I numeri del settore del legno-arredo*, 12 settembre 2018

sostenibile in grado di preservare il territorio per le altre persone, mantenendo centrale la relazione uomo-habitat.

## 2.4 La moda veneta

Ricollegandomi con quanto detto nel paragrafo precedente, anche la moda rappresenta un settore cardine della nostra regione, sottolineando come quest'ultima presenta livelli elevati di esportazione restando un fiore all'occhiello del nostro territorio, dato che sa coniugare perfettamente l'artigianato con l'industria. Il valore dell'export è stato pari a 10,4 miliardi nel 2017, merito dei clienti esteri sempre più attratti da questi prodotti contraddistinti per raffinatezza e qualità. Sebbene sia il secondo settore più inquinante, vorrei dimostrare come l'impegno verso la sostenibilità nella moda sia costante, soprattutto da parte delle aziende che lavorano la pelle, attraverso un'azienda famosa per far parte dei brand identificatori del concetto di lusso, capace di esportare in tutto il mondo l'uso della parola "intrecciato": Bottega Veneta.

### 2.4.1 Bottega Veneta

Chi tra il mondo femminile non ha desiderato acquistare una borsa di Bottega Veneta?

Un'icona del lusso, produttrice di borse e accessori attraverso la pelle, attiva nella fascia della moda prêt-à-porter che ha incrementato notevolmente i ricavi nel corso degli anni, passando da 945,6 milioni di euro di fatturato nel 2013 a 1,35 miliardi di euro nel 2019.<sup>18</sup> La sua sede principale risiede a Lugano con sedi secondarie a Milano e Vicenza.



(Fonte: <https://www.beautydea.it/borse-bottega-veneta/>)

La sua attività è cominciata dal 1966 grazie a Michele Taddei e Renzo Zengiaro, fondatori di questa realtà importante del nostro territorio ed oggi facente parte del Gruppo Kering, in seguito all'acquisizione nel 2001.

Essa opera nel settore della moda, del fashion e del lifestyle a tutto tondo. Facendo riferimento al percorso storico di quest'azienda si possono sottolineare degli aspetti importanti in tema di sostenibilità sociale e ambientale dichiarati da Marco Bizzarri, ex megadirettore di Bottega Veneta, ora facente parte del CEO di Gucci, in un'intervista rilasciata a Panorama nel 2013. Egli ha sottolineato come il 92% dei dipendenti considerava l'azienda una "great place to work"

---

<sup>18</sup> BorsaMagazine.it, *Bottega Veneta + 9,8 %, fatturato supera 1 miliardo di euro*, 6 novembre 2019



e come il “mantra aziendale” sia far coincidere il benessere delle persone con i risultati economici, appoggiando pienamente i concetti della sostenibilità sociale. Oltre agli aspetti interni, l’azienda ha curato gli aspetti relativi alla comunità nel territorio veneto organizzando una collaborazione con la Scuola arti e mestieri a Vicenza per garantire l’eccellenza tecnica, codificando conoscenze e tradizioni e insegnando ai giovani i segreti dell’artigianato.

Successivamente assieme alla Regione Veneto è stato costruito un laboratorio ad Arsiero, una comunità montana per aiutare le donne, facenti parte di quest’area dove era presente un elevato tasso di disoccupazione. Anche per questi motivi, è stata riconosciuta la certificazione SA8000, valida a livello internazionale e considerata la più prestigiosa nell’ambito sociale.

Bottega Veneta si è impegnata molto anche sul campo ambientale trasferendo la sede veneta nella zona industriale di Vicenza a Villa Schroeder-Da Porto, un’area di 55 mila metri quadrati protetti dai Beni ambientali in un ambito storico immerso nella natura di Montebello Vicentino. Questo progetto ha permesso all’azienda di ottenere la Leed certification a livello Platinum.



Leed sta per acronimo di Leadership in energy and environmental design ed è il sistema di certificazione degli edifici e di processi industriali che rispettano i principi della sostenibilità e cura dell’ambiente sviluppato.

(Fonte: <https://www.fantetti.it/portfolio/bottega-veneta-atelier/>)

È stata creata da Green Building Council, un’azienda caratterizzata dalla sua rigidità nel rilasciare tale tipo di certificazioni con sede negli Stati Uniti.

Successivamente Bottega Veneta si è impegnata a recuperare gli alberi autoctoni e ad applicare principi di contenimento idrico, acustico ed energetico. Un esempio concreto sono i 1200m quadrati di pannelli fotovoltaici installati nella villa vicentina. Altre iniziative sono state la creazione di un sistema che permetta il riciclo dell’acqua piovana e l’implementazione del sistema di aria condizionata che riduce le emissioni di anidride carbonica, basato sullo scambio di calore nel sottosuolo.

Gli obiettivi di Bottega Veneta per il futuro sono in linea con il Gruppo Kering, sempre attivo nel campo della moda e del fashion e soprattutto nel campo della sostenibilità.

## CAPITOLO 3: Sariv nell’automotive

### 3.1 L’automotive



Questo settore seppur non molto presente all'interno del nostro territorio è il maggior rappresentante delle iniziative sostenibili assieme al settore della concia. Negli ultimi anni l'automotive però ha iniziato a svilupparsi in Veneto, merito soprattutto dell'innovazione, parte essenziale per acquisire un vantaggio competitivo nel mercato attuale.

Dai dati emersi dall'Osservatorio sulla componentistica automotive, coordinata a livello scientifico da CAMI, che si è avvalsa di collaborazioni importanti come l'Università di Venezia Ca'Foscari, l'automotive veneto produce un fatturato pari al 7% nazionale, con un tasso di occupazione in crescita dell'1,5% e buona capacità di penetrazioni di nuovi "Oceani Blu". Un punto di debolezza sono ancora le potenzialità inesprese e una scarsa propensione ad investire, data la scarsità di personale nell'area di Ricerca e Sviluppo e le poche partnership prestabilite. Nel Veneto troviamo l'8% delle aziende totali presenti in Italia e si può dire che in questo territorio vengono soprattutto svolte le attività delle filiere, che producono maggior valore aggiunto. Una caratteristica connotante è la diversità delle attività che si svolgono in Veneto, dato che possiamo riscontrare aziende attive per gli interni di pelle delle auto di lusso come aziende attive sul campo della robotica e della Industria 4.0. Osservando la localizzazione territoriale il 30% di queste imprese è situato a Vicenza, mentre il 24% a Padova, il 17% a Treviso, il 14% a Verona e il 9 % a Venezia.<sup>19</sup> Sottolineando l'aspetto dell'innovazione, fondamentale per le PMI del nostro territorio, i dati sono al di sotto della media nazionale (52% contro 56%) per quanto riguarda le iniziative prese in questo campo negli ultimi 3 anni e questo può rappresentare una minaccia, poiché ora le aziende investono molto sul campo dell'innovazione e della sostenibilità. È importante adottare per utilizzare al meglio la materia seconda, i nuovi strumenti dati dal progresso tecnologico come ad esempio la Stampante 3D o i sistemi informatici che permettono di archiviare milioni di dati (consumo minore di carta) e connettere i macchinari sempre più evoluti. In questo capitolo parlerò di Sariv, un'azienda facente parte del settore della meccanica, che grazie a un cambio drastico della gestione aziendale è riuscita a entrare nel settore dell'automotive, fornendo quindi un modello da seguire per le aziende operanti in questo campo presenti nel territorio veneto.

### 3.2 La storia dell'azienda Sariv



(Fonte: <https://www.expometals.net/it-it/stand-online-sariv-srl>)

Sariv nasce nel 1989 come azienda di un gruppo di proprietà familiare, già operante in altre industrie del settore meccanico. La visione di Sariv sin dai primi anni della sua nascita è di riferirsi al mercato internazionale, motivo per cui apre 5 magazzini in Europa (Polonia,

---

<sup>19</sup> Il Nordestquotidiano, *il settore della componentistica automotive in veneto*, 17 dicembre 2018

Repubblica Ceca, Croazia, Slovacchia e Russia). Nel 2003 decide di effettuare un investimento importante: costruire il primo capannone di proprietà a cui viene affiancato un magazzino di 5000 posti pallet e nel 2009, periodo colpito dalla crisi finanziaria-economica, decide di cambiare totalmente la gestione aziendale puntando soprattutto nel progresso tecnologico e nei nuovi metodi di produzione, specializzandosi nella capacità di problem solving. Con le novità introdotte inizia a lavorare per le industrie del settore automotive e continuando la sua fase di sviluppo e l'acquisizione di know how, nel 2014 acquista un'impresa israeliana, trasferendo i macchinari nella sede principale di Fontaniva (Via del Progresso 2, Padova).



(Fonte: <https://www.sariv.it/>)

Nella comunità in cui vivo rappresenta una delle aziende più all'avanguardia, in quanto ambasciatrice dei principi dell'Industria 4.0 e della Lean Production. Con questo ultimo termine si identifica una produzione snella, capace di ridurre al minimo difetti e scarti, soprattutto adottando l'ottica Just in Time, minimizzando il tempo che intercorre dalla richiesta del cliente alla consegna del prodotto.

A proposito di prodotti, Sariv produce i rivetti che si possono classificare in varie tipologie: rivetti a strappo standard, rivetti a strappo speciali, rivetti a strappo strutturali, inserti filettati e rivettatrici. Tutto questo viene prodotto con il massimo che offre il progresso tecnologico, in quanto tutti i macchinari sono connessi dal sistema informatico Mes e vengono avviati dagli operatori tramite l'utilizzo di tablet. La strada verso questo successo è stata possibile grazie all'acquisizione di "know how" all'interno dell'azienda e all'assunzione di personale qualificato e formato per occuparsi delle varie funzioni aziendali, messo a disposizione come servizio per i consumatori per farli sentire vicini alla realtà aziendale.

I riconoscimenti non mancano dato che è stata chiamata dal Politecnico di Milano a esporre i principi dell'Industria 4.0. Ho deciso di riportare questo esempio di azienda di successo nella mia comunità perché è stata capace di partire da un'azienda a conduzione familiare con processi produttivi standardizzati per trasformarsi in un'impresa all'avanguardia e attiva nel green.

### 3.3 Industria 4.0

Come accennato nel primo capitolo una sfida importante è la connessione tra le tematiche sostenibili con l'industria 4.0. Quest'ultimo termine venne fondato da Henning Kagermann, Wolf-Dieter Lukas e Wolfgang Wahlster che lo utilizzarono alla Fiera di Hannover nel 2011 per la prima volta. Tale appellativo serviva a identificare le nuove vie percorse dall'industria cioè ammodernamento degli impianti, delle infrastrutture, maggiore uso delle fonti energetiche rinnovabili, maggiori investimenti sulla ricerca e sviluppo e uso della rete wireless per collegare i macchinari tra loro. Anche per questo se si denomina l'Industria 4.0 non si può non pensare alla smart factory che può essere suddivisa in tre parti principali che ci permettono di osservare un collegamento stabile con la sostenibilità.

Il primo punto è la smart production che si riferisce al collegamento tra i macchinari produttivi cooperando con tutti gli operatori e gli strumenti disponibili in azienda. Sariv è applicatore perfetto di questi principi, in quanto collega tutti i macchinari attraverso il sistema Mes. La sigla Mes sta per Manufacturing Execution System e indica un sistema informatizzato che svolge il compito di gestire e controllare la parte produttiva aziendale. Questo permette di verificare in tempo reale tramite i dispositivi digitali come smartphone e tablet se sono presenti dei difetti durante la lavorazione del prodotto, il livello di efficienza della produzione e se le performance sono in linea con quanto previsto. Sariv ha interconnesso i vari macchinari di produzione per garantire la sicurezza e tracciare ogni fase di lavorazione dei prodotti dal punto di vista di colata, composizione chimica e dando la possibilità di allegare al prodotto il relativo numero di lotto.



(Fonte: <https://www.sariv.it/>)

Questo rende possibile la verifica dei progressi in base alle serie storiche di dati che hanno a disposizione. I dati ottenuti rimangono all'interno del database per ottenere un controllo di qualità efficace ed efficiente restando sostenibili, dato che gli sprechi e gli errori vengono ridotti. A livello di iniziative è stato istituito un laboratorio, in cui sono presenti un durometro, un macchina di trazione e un comparatore ottico per rispettare le caratteristiche tecniche e i livelli di performance meccanici.



(Fonte: <https://www.sariv.it/>)

Un'altra dimostrazione la si può osservare dalla nuova selezionatrice "attrezzata" di tre telecamere che monitorano il prodotto e la presenza di difetti per passare allo scarto. Tutto questo permette di arricchire a Sariv la sua presenza nell'automotive e ottenere certificati di qualità che permettono di acquisire uno status importante nel mercato.

Il secondo punto è lo smart service, ovvero l'insieme dei componenti informatici fondamentali nel collegare e unire i vari macchinari di produzione e integrarli tra loro e con le aziende che fanno parte della filiera. I vantaggi ottenibili sono che possono produrre analisi sofisticate, in quanto l'azienda sa in ogni momento dove sono le cose, cosa sta succedendo e cosa deve fare aiutandola a cambiare o confermare le sue decisioni prese. In ottica di economia circolare vengono gestiti meglio i rifiuti riducendo gli sprechi e gli scarti di produzione, portando a un'ottimizzazione complessiva e centrando gli obiettivi della lean production. Un esempio illustrato da Sariv è il cambio di mentalità per quanto riguarda la fase di sgrassaggio acquisendo una lavatrice ad alcoli modificati operante a sottovuoto, che separa l'olio di lavorazione meccanica dal solvente di lavaggio per permettere il suo riutilizzo come materia seconda.



(Fonte: <https://www.sariv.it/>)

Questo porta ad avere innanzitutto un basso impatto ambientale e un'applicazione pratica dell'economia circolare dato che l'alcol separandolo dall'olio a 90° o 100° viene recuperato da una doppia unità di distillazione per essere pronto a un nuovo utilizzo nella fase di sgrassaggio. Il terzo punto riguarda la smart energy e fa riferimento all'abbandono dell'energia prodotta da combustibili fossili per interfacciarsi con l'energia pulita proveniente dalle fonti rinnovabili.



Sariv è già da anni in questa direzione verso la “sostenibilità energetica”, poiché ha installato nel 2017 una nuova facciata ad alto isolamento termico e perfettamente ecosostenibile e ha deciso di costruire un impianto fotovoltaico di 200kw per produrre in modo autonomo per quanto possibile l’energia di cui ha bisogno. A livello di visione “green” l’azienda ha deciso di istituire all’interno del reparto produttivo delle piante, “supervisori e controllori” dell’ambiente per garantire delle condizioni di lavoro salubri ai dipendenti.

### 3.4 I certificati di sostenibilità

#### 3.4.1. *ISO9001*

Pur non essendo presente nel campo della sostenibilità, guardando al futuro per le imprese ora è sempre più importante ottenere le certificazioni relative alla qualità dei prodotti, all’impatto ambientale e al benessere sociale dei propri dipendenti, in linea con i development goals dell’Agenda 2030.

La prima certificazione è la ISO9001, “una norma di gestione volontaria che aiuta l’azienda a organizzarsi secondo uno standard riconosciuto a livello mondiale, focalizzando l’attenzione sull’efficacia del proprio sistema di gestione e puntando sulla soddisfazione del proprio Cliente”<sup>20</sup>. La sua funzione è incentivare l’azienda a migliorare i processi di gestione interni ed è una scelta strategica per le imprese che mirano ad espandersi, a ridurre i loro costi o fidelizzare maggiormente i clienti. Nell’esempio portato, Sariv ha ottenuto tale certificazione nel 2015. Per ottenere tale certificazione è necessario chiederla a un Ente di Certificazione supportati da una Società di Consulenza specializzata sul campo della qualità. Successivamente bisogna adottarla nel lato pratico, dato che la seconda fase prevede un controllo e una vigilanza per comprovare l’idoneità dell’azienda. La ISO9001 ha durata triennale, rinnovabile ripetendo la stessa procedura. Facendo riferimento al settore automotive la certificazione più importante riscontrabile che ha acquisito Sariv nel 2016 è riferibile alla norma IATF16949. Essa è una certificazione più specifica rispetto a quella generale che è la ISO9001, ottenibile solamente per coloro che producono componenti, assemblaggi e parti per l’industria automobilistica. “La norma IATF 16949 enfatizza lo sviluppo di un sistema di gestione della qualità orientato ai processi che prevede il miglioramento continuo, la prevenzione e la riduzione degli sprechi e delle variazioni nella catena di approvvigionamento”.<sup>21</sup> L’obiettivo principale è comune anche al marketing aziendale: la customer satisfaction.

---

<sup>20</sup> Quality Services Italia, *Tutto su ISO9001: come ottenerla, a cosa serve e quanto dura*, 20 marzo 2020

<sup>21</sup> Organismo di certificazione globale, *Automotive management IATF 16949*

### 3.4.2 ISO14001

La seconda certificazione è la ISO14001 ed è legata alla sostenibilità ambientale, perfettamente in linea con i punti focali del prossimo futuro, dato che l'attenzione in questo campo è in costante crescita. Per ottenere tale certificazione è necessario fare un'analisi delle emissioni emesse e degli aspetti ambientali che l'impresa deve amministrare capendo e restando in linea alle normative in merito. Successivamente l'azienda deve delineare la propria politica ambientale dichiarando la propria responsabilità in materia ambientale e rispettando i criteri previsti dalla certificazione.

I vantaggi ottenibili sono maggiore trasparenza informativa con i propri stakeholder, un'immagine positiva a livello esterno dell'azienda e minori sprechi delle risorse naturali come l'acqua salvaguardando il proprio ecosistema e trasmissione di un modello da seguire nella propria comunità. Sariv ha ottenuto tale certificazione nel mese di marzo dell'anno 2020 e ha sottolineato l'importanza di questo tema per i clienti del Centro Europa che acquistano i loro prodotti. Con la certificazione ISO14001 si centrano gli obiettivi dei development goals previsti dall'Agenda 2030, per quanto riguarda il settore ambientale.

### CONCLUSIONE

La mia conclusione in merito all'elaborato da me presentato mette in risalto l'importanza della Green Economy, centrale nel presente, ma soprattutto nel futuro, poiché le previsioni fornite dall'ONU, dicono che saremo circa 9,7 miliardi di persone nel 2050.

È importante iniziare a salvaguardare l'ambiente e i nostri ecosistemi per fare in modo che il passaggio generazionale dovuto al “cerchio della vita” sia integro e che l'equilibrio del nostro mondo, dei nostri campi, delle nostre aziende sia rispettato e salvaguardato. Nuove soluzioni sono state trovate, grazie all'avvento della tecnologia e dell'Industria 4.0, ma è importante che tutte le aziende passino ad attuare una strategia di sviluppo sostenibile per avvicinarsi a implementare un'economia “verde” e che le istituzioni siano efficienti e presenti nel nostro territorio supportando il processo di crescita e sviluppo in ottica di lungo periodo, per raggiungere tutti i 17 obiettivi iscritti nell'Agenda 2030. I dati e gli esempi aziendali portati sono una dimostrazione che la Green Economy rappresenta un'opportunità di raggiungere sia traguardi economici, sia obiettivi sociali e ambientali. È importante essere sostenibili, innovare presentare continue evoluzioni che salvaguardino le risorse naturali, poiché “la nostra sfida più grande in questo secolo è l'idea di adottare un'idea che sembra astratta – sviluppo sostenibile”. (Kofi Annan, Premio Nobel per la pace 2001)

Conteggio parole: 9992

## Bibliografia

ANON., 2016, Bottega Veneta leader di sostenibilità nella moda, *Meglio possibile*, (online)

Disponibile sul sito: <https://www.megliopossibile.it/green-architecture/7107-bottega-veneta-leader-di-sostenibilita-nella-moda>

Data di accesso: 22/05/2020

ANON., 2016, "Riduci-Risparmia-Rispetta": ecco il progetto del Consorzio Tutela Vini della Valpolicella sulla viticoltura sostenibile, che dopo 5 anni di lavoro insieme al Crea-Vit è stato testato su 30 aziende. E ha ricevuto il premio "Ecofriendly 2017", *Vinitaly*, (online)

Disponibile sul sito: <https://www.vinitaly.com/it/verona/news/wine-news/riduci-risparmia-rispetta-ecco-il-progetto/>

Data di accesso: 21/05/2020

ANON., 2017, Il Consorzio e la sostenibilità, estratto pag.8, *Corriere di Verona*. Disponibile sul sito: <https://www.qualivita.it/news/valpolicella-dop-progetto-consorzio-e-sostenibilita/>

Data di accesso: 21/05/2020

ANON., 2017, I vini della Valpolicella Eccellenze del territorio Veneto, *Italia a Tavola*, (online)

Disponibile sul sito: [https://www.ansa.it/canale\\_terraegusto/notizie/expo\\_2015/2015/09/02/i-consorzi-valdobbiadene-e-valpolicella\\_d3b10ac4-82e0-4070-a19a-3ea660861a5f.html](https://www.ansa.it/canale_terraegusto/notizie/expo_2015/2015/09/02/i-consorzi-valdobbiadene-e-valpolicella_d3b10ac4-82e0-4070-a19a-3ea660861a5f.html)

Data di accesso: 21/05/2020

ANON., 2018, Il settore della componentistica automotive in Veneto, *il NordEst quotidiano*, (online)

Disponibile sul sito: <https://www.ilnordestquotidiano.it/2018/12/17/il-settore-della-componentistica-automotive-in-veneto/>

Data di accesso: 22/05/2020

ANON., 2018, I numeri del settore legno-arredo, *Professione Verniciatore*, (online)

Disponibile sul sito: <https://www.professionevernicatore.it/i-numeri-del-settore-legno-arredo/>

Data di accesso: 21/05/2020

ANON., 2018, Veneto seconda regione per investimenti green con 35 mila aziende, *Askaneews* (online).

Disponibile sul sito: [https://www.askaneews.it/economia/2018/05/22/veneto-seconda-regione-per-investimenti-green-con-35-mila-aziende-pn\\_20180522\\_00007/](https://www.askaneews.it/economia/2018/05/22/veneto-seconda-regione-per-investimenti-green-con-35-mila-aziende-pn_20180522_00007/)

Data di accesso: 21/05/2020

ANON., 2019, Fca, al via partnership con Enel-X ed Engie per auto elettriche, *Il Sole 24 ORE*, (online).

Disponibile sul sito: <https://www.ilsole24ore.com/art/fca-via-partnership-enel-x-ed-engie-le-auto-elettriche-ACHIE7Q>

Data di accesso: 21/05/2020

ANON., 2019, Green economy, Veneto secondo in Italia e Padova Provincia più verde, *la difesa del Popolo*, (online).

Disponibile sul sito: <https://www.difesapopolo.it/Fatti/Green-economy-Veneto-secondo-in-Italia-e-Padova-Provincia-piu-verde>

Data di accesso: 21/05/2020

ANON., 2019, Mobilità sostenibile: il futuro dell'automotive, *brumbrum BLOG* (online).

Disponibile sul sito: <https://www.brumbrum.it/blog/mobilita-sostenibile-futuro-automotive/9348/>

Data di accesso: 21/05/2020

ANON., 2019, ONU: nel 2050 la popolazione mondiale arriverà a 9,7 miliardi, *FOCSIV, Federazione degli Organismi Cristiani Servizio Internazionale Volontario*, (online).

Disponibile sul sito: <https://www.focsiv.it/news/onu-nel-2050-la-popolazione-mondiale-arrivera-a-97-miliardi/>

Data di accesso: 22/05/2020

ANON., 2019, Overshoot Day, oggi sono finite le risorse 2019 del Pianeta, *Rai news* (online).

Disponibile sul sito: [http://www.rainews.it/dl/rainews/articoli/Overshoot-Day-oggi-sono-finite-le-risorse-2019-del-Pianeta-04e0d6eb-d895-48ec-8e72-112fa012c6be.html?refresh\\_ce](http://www.rainews.it/dl/rainews/articoli/Overshoot-Day-oggi-sono-finite-le-risorse-2019-del-Pianeta-04e0d6eb-d895-48ec-8e72-112fa012c6be.html?refresh_ce)

Data di accesso: 21/05/2020

ANON., 2019, Sostenibilità, le aziende italiane più verdi, *Affariitaliani.it* (online).



Disponibile sul sito: <https://www.affaritaliani.it/economia/sostenibilita-le-aziende-italiane-piu-verdi-605622.html>

Data di accesso: 21/05/2020

ARBIA, G., BATTISTI, M., DI VAIO, G., 2010, *Institutions and geography: Empirical test of spatial growth models for European regions*, vol.27, issue 1, 12-21.

Disponibile sul sito:

[https://econpapers.repec.org/article/eeeecmode/v\\_3a27\\_3ay\\_3a2010\\_3ai\\_3a1\\_3ap\\_3a12-21.htm](https://econpapers.repec.org/article/eeeecmode/v_3a27_3ay_3a2010_3ai_3a1_3ap_3a12-21.htm)

Data di accesso: 21/05/2020

BRENNA, L., 2016, Il Veneto è sempre più verde, l'80% delle aziende è sostenibile, *Lifegate* (online). Disponibile sul sito: <https://www.lifegate.it/impresenews/veneto-green-economy-80-per-cento-impresen-sostenibile>

Data di accesso: 21/05/2020

CAPPELLARI, R., 2018 *Marketing della moda e dei prodotti lifestyle*, Roma: Carocci editore.

DI VICO, D., 2020, Oscar Farinetti: "Eataly fa largo ai giovani. A mio figlio Nicola la guida del gruppo", *Corriere.it* (online).

Disponibile sul sito: [https://www.corriere.it/economia/consumi/20\\_gennaio\\_09/oscar-farinetti-eataly-fa-largo-giovani-mio-figlio-nicola-guida-gruppo-752d6e58-3327-11ea-b5a6-c2421dcee75f.shtml](https://www.corriere.it/economia/consumi/20_gennaio_09/oscar-farinetti-eataly-fa-largo-giovani-mio-figlio-nicola-guida-gruppo-752d6e58-3327-11ea-b5a6-c2421dcee75f.shtml)

Data di accesso: 21/05/2020

KOTLER, P., ARMSTRONG, G., ANCARANI, F., COSTABILE, M., 2019, *Principi di marketing*, Diciassettesima edizione

MACCATROZZO, F., 2019, Irenes e Bioinnova due iniziative per la sostenibilità, *Innovazione Veneto*, (online).

Disponibile sul sito: <http://www.innovazioneveneto.it/?p=4407#more-4407>

Data di accesso: 21/05/2020

MARIOTTI, W., 2013, Bottega Veneta: storia, persone, sostenibilità, *Panorama*, (online)

Disponibile sul sito: <https://www.panorama.it/news/economia/bottega-veneta-storia>

Data di accesso: 22/05/2020

PIGOZZO, M., 2020, Vino: In Valpolicella la rivoluzione green dell'amarone accelerano i vigneti sostenibili, oggi a  $\frac{1}{4}$  del totale in cantiere l'osservatorio di Valpolicella di Avepa e consorzio, *Storie Di Eccellenza*, (online)

Disponibile sul sito: <https://storiadieccellenza.it/vino-in-valpolicella-la-rivoluzione-green-dellamarone-accelerano-i-vigneti-sostenibili-oggi-a-1-4-del-totale-in-cantiere-losservatorio-valpolicella-di-avepa-e-consorzio/>

Data di accesso: 21/05/2020

QS ITALIA, 2020, Tutto su ISO 9001: come ottenerla, a cosa serve e quanto dura, *QS ITALIA*, (online)

Disponibile sul sito: <http://qsitalia.net/tutto-su-iso-9001-come-ottenerla-a-cosa-serve-e-quanto-dura/>

Data di accesso: 22/05/2020

QUATTRONE, I., 2016, Ambiente: assegnato a Zordan il premio Radical Green 2016, *Meteo Web*, (online)

Disponibile sul sito: <http://www.meteoweb.eu/2016/03/ambiente-assegnato-a-zordan-il-premio-radical-green-2016/649138/>

Data di accesso: 22/05/2020

RASOTTO, F., 2019, Ricerca e innovazione: le aziende venete puntano su sostenibilità ambientale e smart manufacturing, *Innovation Post*, (online).

Disponibile sul sito: <https://www.innovationpost.it/2019/09/03/ricerca-e-innovazione-le-aziende-venete-puntano-su-sostenibilita-ambientale-e-smart-manufacturing/>

Data di accesso: 21/05/2020

REDAZIONE ANSA, 2015, Expo: Consorzi Valpolicella e Valdobbiadene si presentano, *ANSA*, (online)

Disponibile sul sito: [https://www.ansa.it/canale\\_terraegusto/notizie/expo\\_2015/2015/09/02/i-consorzi-valdobbiadene-e-valpolicella\\_d3b10ac4-82e0-4070-a19a-3ea660861a5f.html](https://www.ansa.it/canale_terraegusto/notizie/expo_2015/2015/09/02/i-consorzi-valdobbiadene-e-valpolicella_d3b10ac4-82e0-4070-a19a-3ea660861a5f.html)

Data di accesso: 21/05/2020

REDAZIONE ANSA, 2018, Sariv, da azienda familiare a 4.0, *Ansa.it*, (online)

Disponibile sul sito:  
[https://www.ansa.it/industry\\_4\\_0/notizie/storie\\_impresa/2018/07/02/sariv-da-azienda-familiare-a-4.0\\_d2086d79-2ca7-49cc-b5bf-27b496d29cb5.html](https://www.ansa.it/industry_4_0/notizie/storie_impresa/2018/07/02/sariv-da-azienda-familiare-a-4.0_d2086d79-2ca7-49cc-b5bf-27b496d29cb5.html)

Data di accesso: 22/05/2020

REGIONE DEL VENETO, *Rapporto statistico il Veneto si racconta, il Veneto si confronta*, 2019.

Disponibile al sito:

<http://statistica.regione.veneto.it/Pubblicazioni/RapportoStatistico2019/pdf/sintesi.pdf>

Data di accesso: 15/05/2020

REGIONE DEL VENETO, *Veneto sostenibile, gli obiettivi di sviluppo sostenibile: il posizionamento del Veneto*, 2018. Disponibile al sito:

[http://statistica.regione.veneto.it/AltriFiles/Rapporto\\_di\\_posizionamento\\_Volume.pdf](http://statistica.regione.veneto.it/AltriFiles/Rapporto_di_posizionamento_Volume.pdf)

Data di accesso: 15/05/2020

RIDOLFI, C., 2018, Cos'è la Green Economy? Definizione e funzionamento, *Money.it* (online).

Disponibile sul sito: <https://www.money.it/Cos-e-la-Green-economy-definizione-funzionamento>

Data di accesso: 21/05/2020

SLACK, N., BRANDON-JONES A., JOHNSON, R., 2016 *Operations Management*, Eight Edition.

SYMBOLA, Fondazione per le qualità italiane, *GreenItaly 2019, Una risposta alla crisi, una sfida per il futuro*, 2019.

Disponibile al sito: <https://www.symbola.net/ricerca/greenitaly-2019/>

Data di accesso: 15/05/2020

TUNISINI, A. PENCARELLI, T., FERRUCCI, L., 2018, *Economia e management delle imprese*, Quarta Edizione.

VINCENZO, F., 2019, Bottega Veneta + 9,8 %, fatturato supera 1 miliardo di euro, *BorsaMagazine.it*, (online)

Disponibile sul sito: <https://www.borsamagazine.it/informazioni-strategiche/bottega-veneta-fatturato-1-miliardo-di-euro/>

Data di accesso: 22/05/2020

## Sitografia

<http://www.aqanetwork.it/servizi/le-big-5-certificazioni/>

Data di accesso: 22/05/2020

<https://cedec-group.com/it/notizie/il-caso-zordan>

Data di accesso: 22/05/2020

<https://cedec-group.com/it/notizie/zordan-conquista-il-bulgari-design-award>

Data di accesso: 22/05/2020

<https://cedec-group.com/it/notizie/zordan-da-bottega-artigiana-a-societa-benefit-di-rilievo-internazionale>

Data di accesso: 22/05/2020

[https://it.wikipedia.org/wiki/Industria\\_4.0](https://it.wikipedia.org/wiki/Industria_4.0)

Data di accesso: 21/05/2020

<https://veronawinelove.com/terre-del-valpolicella/>

Data di accesso: 21/05/2020

<https://www.csqa.it/csqa/norme/sostenibilita-ambientale/iso-14001>

Data di accesso: 22/05/2020

<https://www.frasicelebri.it/argomento/ecologia/>

Data di accesso: 22/05/2020

<https://www.nga.com/it-it/certification/standards/iatf-16949>

Data di accesso: 22/05/2020

<https://www.sariv.it/>

Data di accesso: 21/05/2020

[https://www.stain.it/it/prodotti/?gclid=Cj0KCQjwncT1BRDhARIsAOQF9LtSmZ85TDLIHlrGmE-Ztr9v9NI0NPp6BjBrHz8olfhle5TIY5K6FQaAinwEALw\\_wcB](https://www.stain.it/it/prodotti/?gclid=Cj0KCQjwncT1BRDhARIsAOQF9LtSmZ85TDLIHlrGmE-Ztr9v9NI0NPp6BjBrHz8olfhle5TIY5K6FQaAinwEALw_wcB)

Data di accesso: 22/05/2020

