

Settimana per l'Energia

21|26 OTTOBRE 2019

Evento promosso da:



Con il Patrocinio di:



Nell'ambito delle iniziative di:



23 OTTOBRE 2019 – A.P.I.

LA VIA DELLA SOSTENIBILITÀ A PORTATA DI PMI



LA VIA DELLA SOSTENIBILITÀ A PORTATA DI PMI

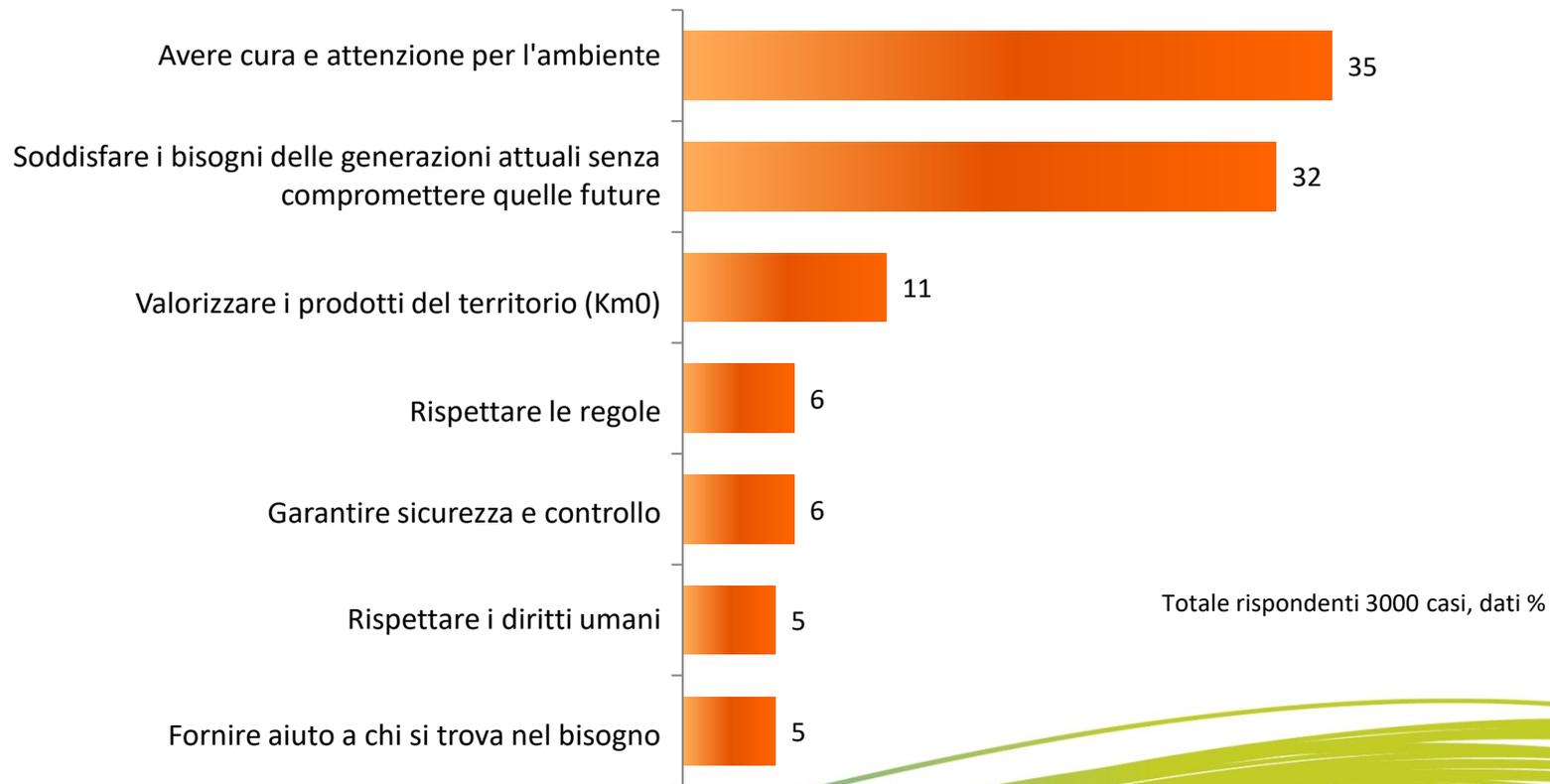
PLEF – Planet Life Economy Foundation, associazione non profit nata nel 2003 da uomini d'impresa per le imprese

- membro dal 2011 del Consiglio Nazionale della Green Economy,
- membro dal 2015 dell'Alleanza Italiana per lo sviluppo Sostenibile (ASviS),
- dal 2018 integrata con Acquisti & Sostenibilità, associazione leader sul tema dei processi di fornitura,
- dal 2019 convenzionata con A.P.I., ADICO e Advanced Smart Solutions per l'Accademia della Sostenibilità d'Impresa



LA VIA DELLA SOSTENIBILITÀ A PORTATA DI PMI

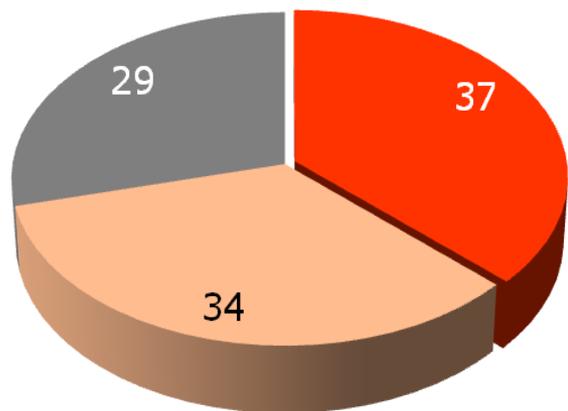
I consumatori / cittadini quando parlano di Sostenibilità intendono:



Ricerca sulla popolazione italiana - Astarea© 2019

LA VIA DELLA SOSTENIBILITÀ A PORTATA DI PMI

I fattori di Sostenibilità che i cittadini si aspettano dalle imprese:



- Un'impresa che si preoccupa dei risultati di lungo termine e non solo di quelli a breve, cioè che nelle sue normali attività presta attenzione anche al benessere della società e alla protezione del pianeta
- Un'impresa che agisce sempre secondo principi etici, rifiutando pratiche irregolari e deprecabili (es: inquinamento, sfruttamento del lavoro minorile, frodi finanziarie, pubblicità ingannevole, etc.)
- Un'impresa che investe le proprie risorse non solo per il profitto, ma anche per salvaguardare l'ambiente, per aiutare i più deboli, per combattere la povertà e le malattie

Totale rispondenti 3000 casi, dati %

Ricerca sulla popolazione italiana - Astarea© 2019

LA VIA DELLA SOSTENIBILITÀ A PORTATA DI PMI

Cosa bisogna fare?

Costruire in modo durevole:

- Valore Aggiunto per le Imprese,
- Benessere per la comunità di riferimento

Come farlo?

- Dotandosi di un posizionamento strategico distintivo basato sulle proprie forze in rapporto al Territorio in cui si opera,
- lavorando sul Valore Aggiunto, contenendo i costi variabili senza risparmiare sui costi fissi,
- non competendo sul prezzo

LA VIA DELLA SOSTENIBILITÀ A PORTATA DI PMI

Cosa non si deve fare?

Oggi viene suggerito alle PMI di:

- 1) Raggiungere una maggiore dimensione attraverso Merger& Acquisitions per una migliore economia di scala complessiva.
- 2) Ridurre i costi fissi con massime efficienze possibili (razionalizzazioni spinte, Outsourcing, Outplacement personale, ecc.).
- 3) Ridurre i costi di produzione delocalizzando in paesi a basso costo del personale.
- 4) Minimizzare i prezzi al mercato per essere più competitivi.



**Spesso sono suggerimenti «Tossici» e pericolosi per le PMI
(salvo le PMI leader di nicchia)**

LA VIA DELLA SOSTENIBILITÀ A PORTATA DI PMI

Perchè?

Sono suggerimenti utili solo alle grandi imprese e «Leader» di mercato. Se si compete con loro, vinceranno comunque perché quei suggerimenti li hanno già colti o sono per loro più facilmente accessibili, con know-how e costi inferiori:

- 1) Avranno comunque le maggiori dimensioni di scala e, dunque, minori costi di produzione e trasporto.
- 2) Sono già delocalizzate e presenti in tutti i mercati e possono produrre ovunque secondo la propria convenienza.
- 3) Possono fare investimenti tecnologici importanti e, soprattutto, tenere il passo con le relative evoluzioni e obsolescenze.
- 4) Sono già presenti nei tavoli che contano e hanno accesso più facile alla finanza.
- 5) Solo loro possono resistere nel tempo se si compete sui prezzi, perché dispongono, a parità di prodotto, di un maggiore valore aggiunto.

LA VIA DELLA SOSTENIBILITÀ A PORTATA DI PMI

Perché lo si deve fare?

- Lo richiedono le norme – nuove regole (es. rifiuti)
- Lo richiedono le filiere – richieste dei clienti (es. GDO)
- Lo richiede il Mercato – es. la Reputazione
- Lo richiedono gli investitori – un ritorno sicuro e durevole
- Lo richiede la nostra impresa per i valori che rappresenta nella proprietà e nei lavoratori
- Lo richiede l'Italia che ha il 99,9 % di PMI

LA VIA DELLA SOSTENIBILITÀ A PORTATA DI PMI

Che vantaggi competitivi abbiamo?

- Essere flessibili,
- Avere una relazione diretta col mercato,
- Conoscere i clienti,
- Disporre di una tecnologia accessibile via internet e il digitale.

La rigenerazione di un sistema produttivo avviene grazie ai «piccoli», siano essi neonati o ristrutturati

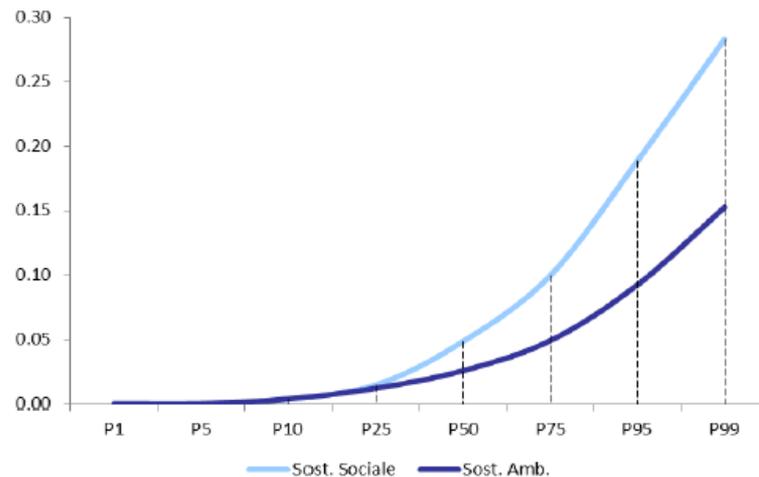
LA VIA DELLA SOSTENIBILITÀ A PORTATA DI PMI

Che benefici otteniamo?

1. Maggiore produttività
2. Facilità di far rete
3. Essere conosciuti e apprezzati
4. Attrarre gli investitori

L'impatto della sostenibilità ambientale e sociale

- La stima di una relazione microeconomica tra livelli di produttività d'impresa e indicatori di sostenibilità evidenzia un impatto positivo SOLO in un contesto di interazione con livelli crescenti di capitale fisico e umano.
- Le interazioni sono significative e di impatto progressivamente crescente sia per la sostenibilità ambientale sia per quella sociale.



17

Presentazione dei risultati
Roma, 23 ottobre 2018

Istat Istituto Nazionale di Statistica

plef
planet life economy foundation

settimanaenergia.it

LA VIA DELLA SOSTENIBILITÀ A PORTATA DI PMI

Che azioni sono prioritarie?

- Trovare il beneficio essenziale che possiamo offrire e a chi vogliamo offrirlo
- Riconsiderare i processi riducendo il superfluo, adottando il riuso del prodotto finito, in tutto o in parte, ricostruendo col vecchio il nuovo, creando prodotti disassemblabili e riasssemblabili, sostituendo alla vendita il noleggio, il possesso alla proprietà, l'autosufficienza energetica alla dipendenza energetica
- Credere in ciò che si fa e far partecipare chi ci crede e lavora con noi in squadra

LA VIA DELLA SOSTENIBILITÀ A PORTATA DI PMI

Chi ci aiuta?

- Il tempo del cambiamento
- Le nuove regole UE/Italia
- I nuovi bisogni dei cittadini
- Le reti di eccellenza del Territorio
- Un'associazione di categoria che creda nella sostenibilità per se stessa
- I clienti più grossi di noi da cui imparare e per i quali rendersi indispensabili
- I fondi di investimento e i private equity

LA VIA DELLA SOSTENIBILITÀ A PORTATA DI PMI

Per promuovere questo cambiamento A.P.I. e PLEF hanno lanciato l'**Accademia della Sostenibilità d'Impresa** con questo programma



1- SCENARI DEL CAMBIAMENTO
VISIONE, INNOVAZIONE E SVILUPPO



2 - STRATEGIA COMPETITIVA
DIREZIONE SOSTENIBILE



3 - DIAGNOSI D'IMPRESA
IDENTIFICAZIONE FATTORI CRITICI E OPPORTUNITA'



4 - DIAGNOSI DI MERCATO
GAP STRATEGICI DA COLMARE



5 - ECONOMIA CIRCOLARE, SUPPLY CHAIN SOSTENIBILE
CATENA DEL VALORE COMPATIBILE



6 - RENDICONTAZIONE NON FINANZIARIA
FATTORI AMBIENTALI, SOCIALI, DI GOVERNANCE (ESG) E IMPATTI SUL VALORE D'IMPRESA



7 – IN PLACEMENT
FELICITÀ D'IMPRESA



www.accademiadellasostenibilita.org



settimanaenergia.it

LA VIA DELLA SOSTENIBILITÀ A PORTATA DI PMI

3 testimonianze d'Impresa



- L'unica B Corp in Italia ed Europa nel cleaning;
- L'unica impresa di pulizie che utilizza prodotti professionali biologici e sistemi di riduzione dei consumi di acqua;
- L'unica che impiega oli essenziali puri al 100%.

In altre parole, BioClean è l'UNICA impresa che si prende cura del nostro benessere.

BioClean Pulizie Ecosostenibili ha inoltre ricevuto il premio CSR da Regione Lombardia nel 2013, nel 2015 e 2017(*)

(*) PREMIO IMPRESA RESPONSABILE per valorizzare l'impegno delle imprese che sanno conciliare gli obiettivi economici con quelli sociali e ambientali, creare modelli di sviluppo sostenibile, facilitare il dialogo tra gli attori della filiera nel rispetto della trasparenza e legalità

NUOVA VISIONE FUTURIBILE

DA ECONOMIA DI QUANTITA' A ECONOMIA DI QUALITA' VERSO UN FUTURO SOSTENIBILE

La strategia imprenditoriale si basa, oltre che sullo sviluppo e sulle applicazioni delle tecnologie, anche sulla creazione di sinergie con i vari protagonisti della filiera che per Bond Factory si concretizza in esempi quali:

- **MODA FUTURIBILE®**
Progetto presentato periodicamente secondo un preciso format in cui la volontà è quella di unire in modo sinergico diversi attori della filiera al fine di creare manufatti innovativi e inediti.
- **Bond-in**
Introduzione di una tecnologia innovativa nel settore della moda tramite sinergie e rete d'impresa.
- **Accademia Costume e Moda di Roma e UNIC**
Collaborazione che prevedeva di ridurre l'impatto ambientale della concia e delle nobilitazioni sulla pelle per la sua valorizzazione in ottica sostenibile.
- **Re-think, Re-use, Re-knit**
Progetto di re-intervento su capi invenduti e rimanenze di magazzino, proposta di customizzazioni esemplificative delle infinite trasformazioni possibili, per esprimere il valore aggiunto della reinterpretazione di oggetti già esistenti nell'ottica di un'economia circolare e inclusiva.
- **Tiziano Guardini eco-designer**
Coinvolgimento dell'eco-designer in progettualità specifiche, incentrate sul tema della **sostenibilità**.
- **Italo Marseglia x Altaroma**
Performance tra moda sostenibile, letteratura, teatro e musica. Bond Factory ha curato le termosaldature dei pizzi e dei tessuti donati da Sophie Hallette, altrimenti destinati al macero.

bond factory

settimanaenergia.it

Le sfide ci portano a migliorare



Settimana per l'Energia

21|26 OTTOBRE 2019

Evento promosso da:



Con il Patrocinio di:



Nell'ambito delle iniziative di:



Supply Chain Sostenibile

API Milano - PLEF | 23 ottobre 2019

Luca Guzzabocca | General Manager Right Hub srl

I DRIVER

Economici

- Globalizzazione dei mercati ed espansione-dispersione delle Supply Chain, con conseguente aumento delle inefficienze.
- Aumento dei costi legati agli approvvigionamenti di energia, materie prime, trasporti, ecc.
- Importanza crescente dei parametri ambientali e sociali nella valutazione del rischio e Valore d'impresa da parte di investitori, amministratori e altri stakeholder.

Ambientali

- Riduzione della disponibilità di risorse naturali – materia prime necessarie all'attività produttiva.
- Aumento delle pressioni normative in campo sociale.
- Il fattore “green” come fattore di distinzione e diversificazione commerciale.

Sociali

- Crescita della richiesta da parte di vari stakeholder di prodotti e servizi con profilo green / sostenibilità / eco-friendly.
- Aumento delle pressioni normative in campo sociale.
- I nuovi media rendono più facile la perdita o il guadagno di reputazione in connessione alle prestazioni ambientali e sociali.

GLI AMBITI (PROCESSO)

Progettazione-design prodotto - Si stima che la maggior parte degli impatti ambientali di un prodotto siano già determinati in fase di progettazione/design.

È quindi fondamentale agire, per quanto possibile, sul prodotto o sui componenti in tale fase per ottenere ampi margini di riduzione degli impatti.

Acquisti - La fase di definizione dei bisogni di acquisto e la scelta dei fornitori e dei materiali riveste un ruolo cruciale: da un lato per la posizione “a monte” in cui il buyer si trova ad operare e la possibilità di ridurre “a valle” vari impatti e costi “nascosti” in fase di acquisto; dall’altro per il fatto che tale fase prevede il coinvolgimento di numerosi stakeholder e può facilmente stimolare la diffusione di pratiche green lungo la Supply Chain.

Non dimentichiamo anche la «supplier diversity» e il «social procurement».

Produzione - L’ottimizzazione delle operazioni di logistica e trasporto è essenziale innanzitutto per l’aumento costante dei prezzi di energia e carburanti; inoltre è fondamentale per ridurre le emissioni di CO2 e l’inquinamento legati al traffico merci.

Un trasporto sostenibile è dunque quello in grado di soddisfare le necessità di trasferimento con le stesse performance, generando meno impatti ambientali.

Logistica di Ritorno (Reverse Logistics) - Una componente fondamentale è la cosiddetta logistica di ritorno (Reverse Logistics), ovvero il flusso di materiali da soggetti “a valle della produzione” (es. packaging, pezzi difettosi, ecc.) di ritorno al produttore, in ottica di riciclo, riutilizzo e recupero.



GLI AMBITI (SOSTENIBILITA')

Politiche - Azioni - Risultati



I. AMBIENTE

- Consumo energetico e CO2
- Acqua
- Biodiversità
- Inquinamento locale
- Materiali, sostanze chimiche e rifiuti
- Emissioni gassose

- Utilizzo e Smaltimento
- Ciclo di vita del prodotto
- Salute e Sicurezza dei Consumatori
- Consumo Sostenibile



II. SOCIALE

- Salute e Sicurezza dei lavoratori
- Condizioni di lavoro
Salario equo
- Relazioni Sindacali
Gestione delle carriere e formazione

- Lavoro Forzato e Minorile
- Politiche discriminatorie
- Diritti Umani fondamentali



III. ETICA

- Corruzione e collusione
- Rispetto dei termini contrattuali
- Pratiche non competitive
- Marketing responsabile

LE OPPORTUNITA'

- L'adozione di **criteri di selezione dei fornitori** sulla base della conformità alle politiche e agli obiettivi aziendali in tema ambientale rappresenta una **riduzione del rischio complessivo per l'impresa**.
- La **sostenibilità dei fornitori** rappresenta un importante elemento che può migliorare l'immagine dell'impresa e proteggerla da **rischi connessi alla perdita di reputazione** dovuta a relazioni con attori scarsamente impegnati sul fronte ambientale.
- La **collaborazione con i fornitori** e la possibilità di attingere al loro know-how e al loro capitale intellettuale rappresenta un importante **opportunità di innovazione sulle performance dei prodotti e dei processi e di riduzione dei costi relativi** ad acquisti, trasporto, produzione packaging. Ne risulta un aumento generalizzato della competitività dell'impresa.
- L'adozione di **misure di ottimizzazione dei trasporti e della logistica** con i fornitori e i partner logistici ha come conseguenza la **riduzione dei costi di trasporto e distribuzione e l'ottimizzazione dei flussi logistici**.
- La **visione complessiva delle relazioni** è centrale in una fase in cui l'aumento della **complessità e delle dimensioni delle catene di fornitura e distribuzione** si accompagna al **crescente interesse degli stakeholder** (amministratori, comunità locali, ecc.) nei confronti della responsabilità ambientale e sociale degli attori del mercato.

LE OPPORTUNITA'

Gestione del rischio

- Riduzione dei rischi connessi alla perdita di reputazione aziendale
- Risposta pro-attiva alle regolazioni normative
- Riduzione del rischio ambientale associato ai processi e ai prodotti
- Miglioramento dell'immagine dell'impresa

Efficienza dei processi

- Riduzione della quantità di materiali acquistati
- Riduzione dei consumi e dei costi
- Miglioramento dei processi produttivi e logistici

Sostenibilità dei prodotti

- Maggiore competitività sui mercati «green»
- Miglioramento dei prodotti in termini di efficienza, durabilità, qualità, ecc.

FATTORI DI CRITICITA'

1. La **carezza di informazione e formazione** attinente agli aspetti ambientali e sociali della Supply Chain nello staff dei referenti acquisti e logistica, forse anche i referenti della Direzione aziendale.
2. La **complessità gestionale** che sottende il processo di analisi e realizzazione delle azioni di miglioramento ambientale della gestione della filiera fornitori.
3. La **difficoltà nella valutazione del ritorno dell'investimento** di un'operazione che pone obiettivi di medio-lungo termine.
4. La **mancaza di strumenti adeguati e condivisi di misurazione delle performance** lungo la filiera fornitori.
5. La possibile **carezza di risorse (persone e budget)** messe a disposizione per i progetti legati alla sostenibilità d'impresa.
6. Le modalità-abitudini consolidate nella gestione della filiera (dagli acquisti alla logistica) che possono mettere «**resistenza**» e «**inerzia**» ai cambiamenti.
7. La consuetudine a considerare principalmente i costi d'acquisto, anziché **l'insieme dei costi di filiera** (TCO – Total Cost of Ownership: costi di acquisto, manutenzione, gestione, post-consumo).
8. La percezione che gli **impatti lungo la Supply Chain non rientrino** nella responsabilità dell'impresa o nella politica ambientale d'impresa.

Grazie dell'attenzione



www.plef.org

www.greenretailexpo.it

www.accademiadellasostenibilita.org

info@plef.org

TEL. 02/39564687

settimanaenergia.it