

“Sostenibilità e sviluppo delle produzioni locali in una prospettiva internazionale”

Marco Frey



San Michele all'Adige, 2017

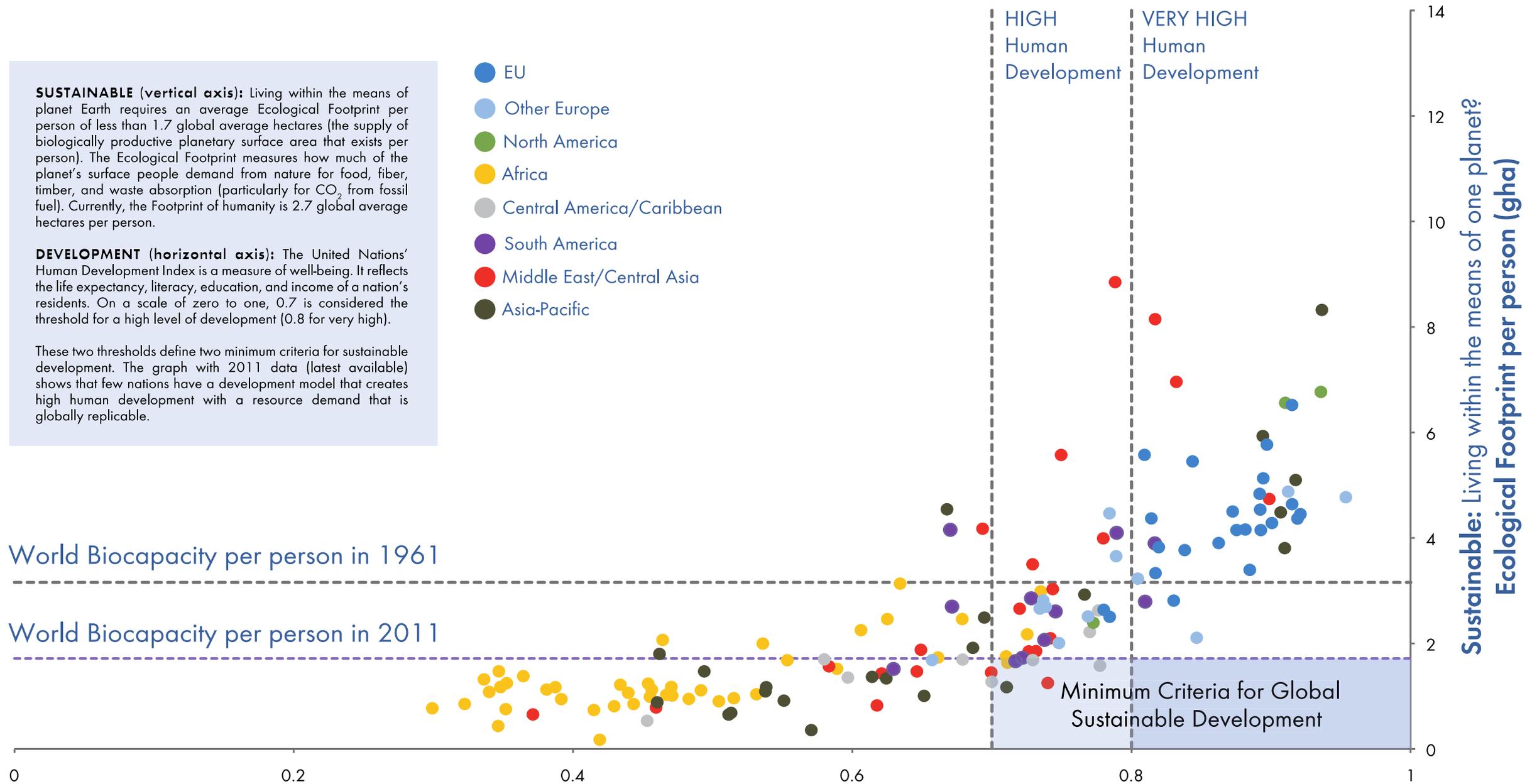
Il mondo è insostenibile

SUSTAINABLE (vertical axis): Living within the means of planet Earth requires an average Ecological Footprint per person of less than 1.7 global average hectares (the supply of biologically productive planetary surface area that exists per person). The Ecological Footprint measures how much of the planet's surface people demand from nature for food, fiber, timber, and waste absorption (particularly for CO₂ from fossil fuel). Currently, the Footprint of humanity is 2.7 global average hectares per person.

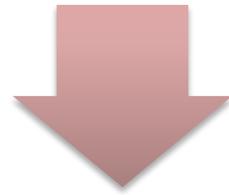
DEVELOPMENT (horizontal axis): The United Nations' Human Development Index is a measure of well-being. It reflects the life expectancy, literacy, education, and income of a nation's residents. On a scale of zero to one, 0.7 is considered the threshold for a high level of development (0.8 for very high).

These two thresholds define two minimum criteria for sustainable development. The graph with 2011 data (latest available) shows that few nations have a development model that creates high human development with a resource demand that is globally replicable.

- EU
- Other Europe
- North America
- Africa
- Central America/Caribbean
- South America
- Middle East/Central Asia
- Asia-Pacific

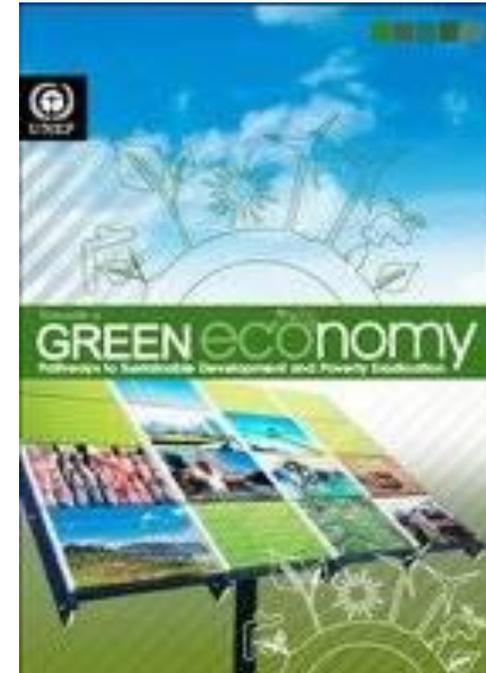


Il Rapporto “verso una green economy” del 2011 la definisce “come un’economia capace di produrre un benessere, di migliore qualità e più equamente esteso, migliorando la qualità dell’ambiente e salvaguardando il capitale naturale”.



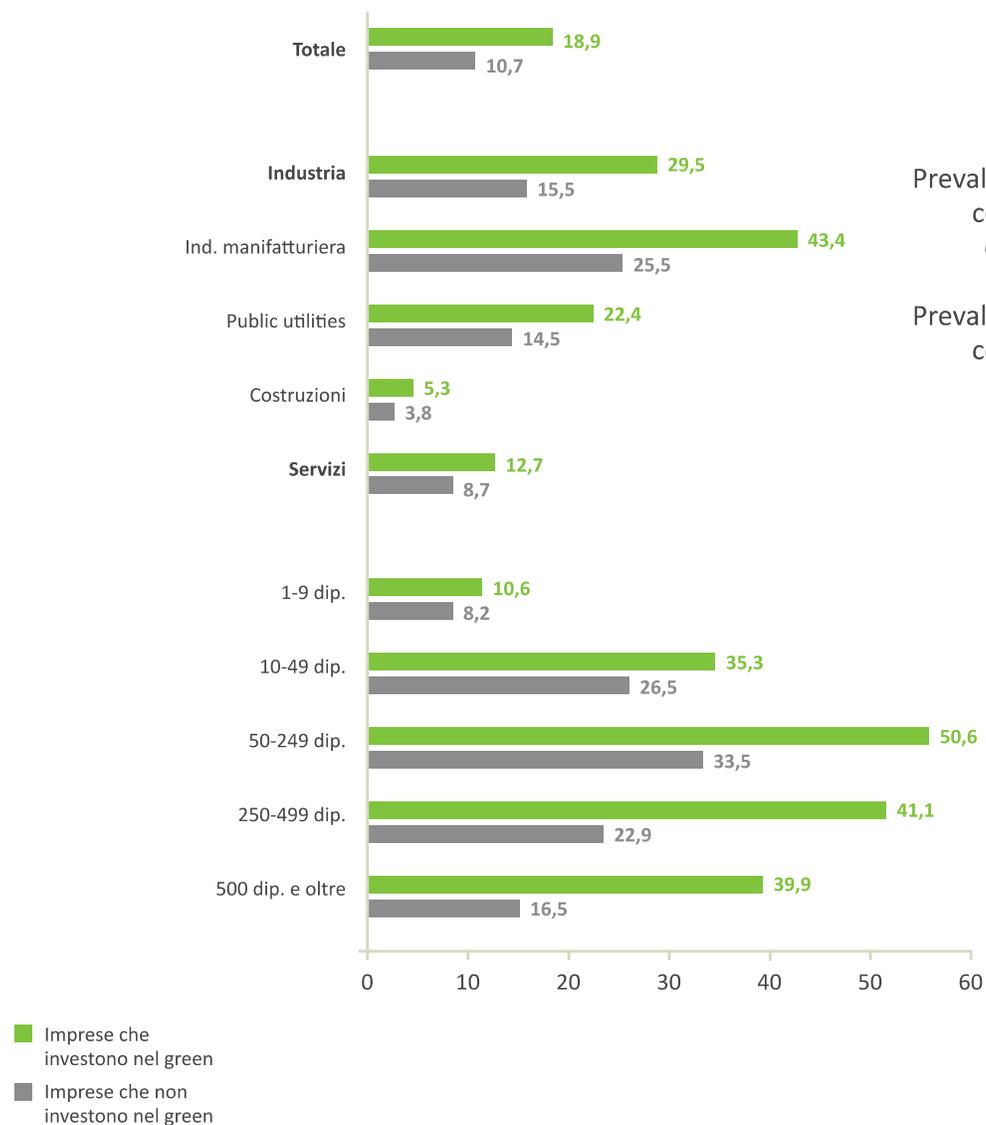
Il rapporto stima che per attuare la conversione dell’economia tradizionale in una green economy, sia necessario impegnare annualmente investimenti pari a circa il 2% del Pil mondiale, una cifra che si aggira intorno a 1.300 miliardi di dollari, in 10 settori strategici, che sarebbero in grado di rilanciare lo sviluppo e l’occupazione producendo anche notevoli benefici ambientali e di mitigazione della crisi climatica

Le risposte: 1) Il rapporto dell’UNEP

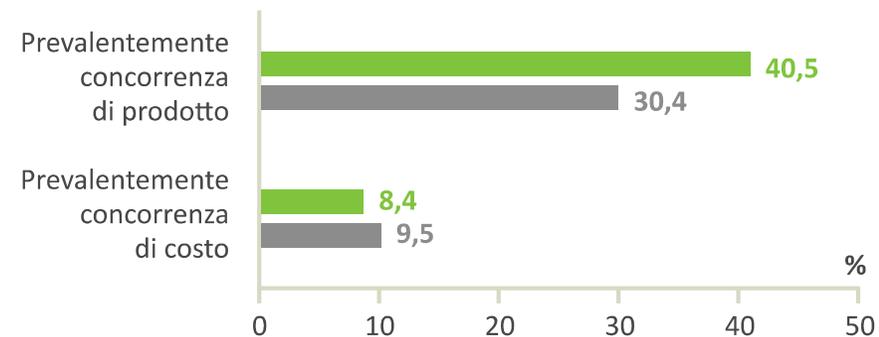


2.2.N Incidenza percentuale delle imprese esportatrici tra le imprese che hanno effettuato eco-investimenti, a confronto con quelle che non investono, per settore di attività e classe dimensionale

Incidenza percentuale delle imprese esportatrici



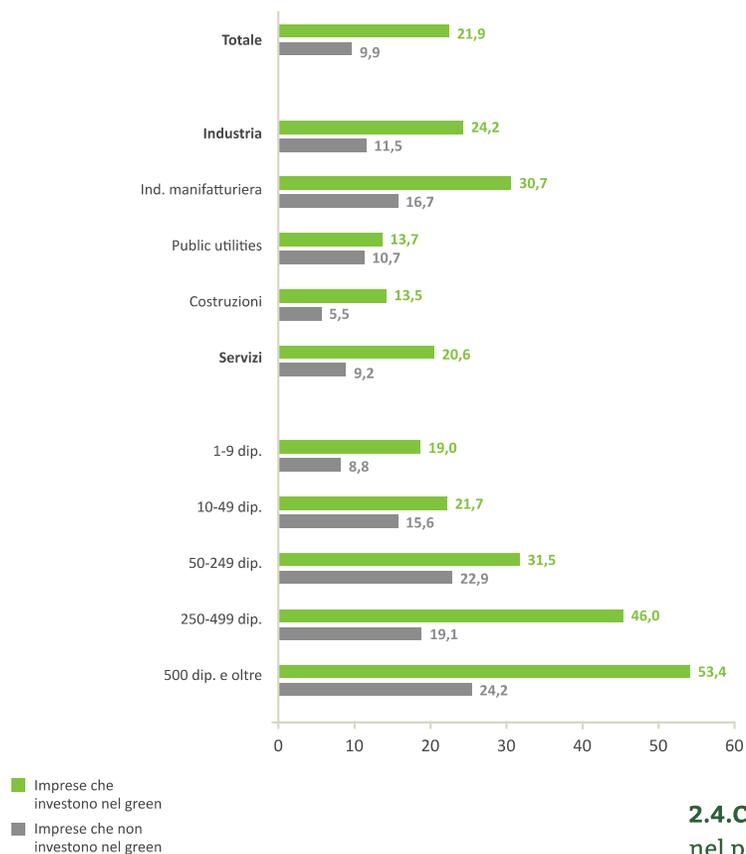
LE IMPRESE CHE INVESTONO IN GREEN ESPORTANO DI PIU' E MEGLIO



Fonte: Centro Studi Unioncamere

2.2.S Incidenza percentuale delle imprese che hanno sviluppato nuovi prodotti o servizi tra le imprese che hanno effettuato eco-investimenti, a confronto con quelle che non investono, per settore di attività e classe dimensionale

Incidenza percentuale delle imprese innovatrici



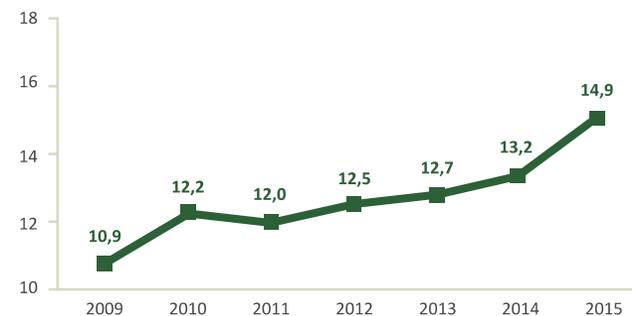
LE IMPRESE CHE INVESTONO IN GREEN INNOVANO DI PIU' ANCHE QUANDO SONO MOLTO PICCOLE

E VI SONO INTERESSANTI EFFETTI SULL'OCCUPAZIONE....

Fonte: Centro Studi Unioncamere

2.4.C Andamento delle assunzioni di green jobs programmate dalle imprese* nel periodo 2009-2015

(incidenze percentuali sul totale delle assunzioni)



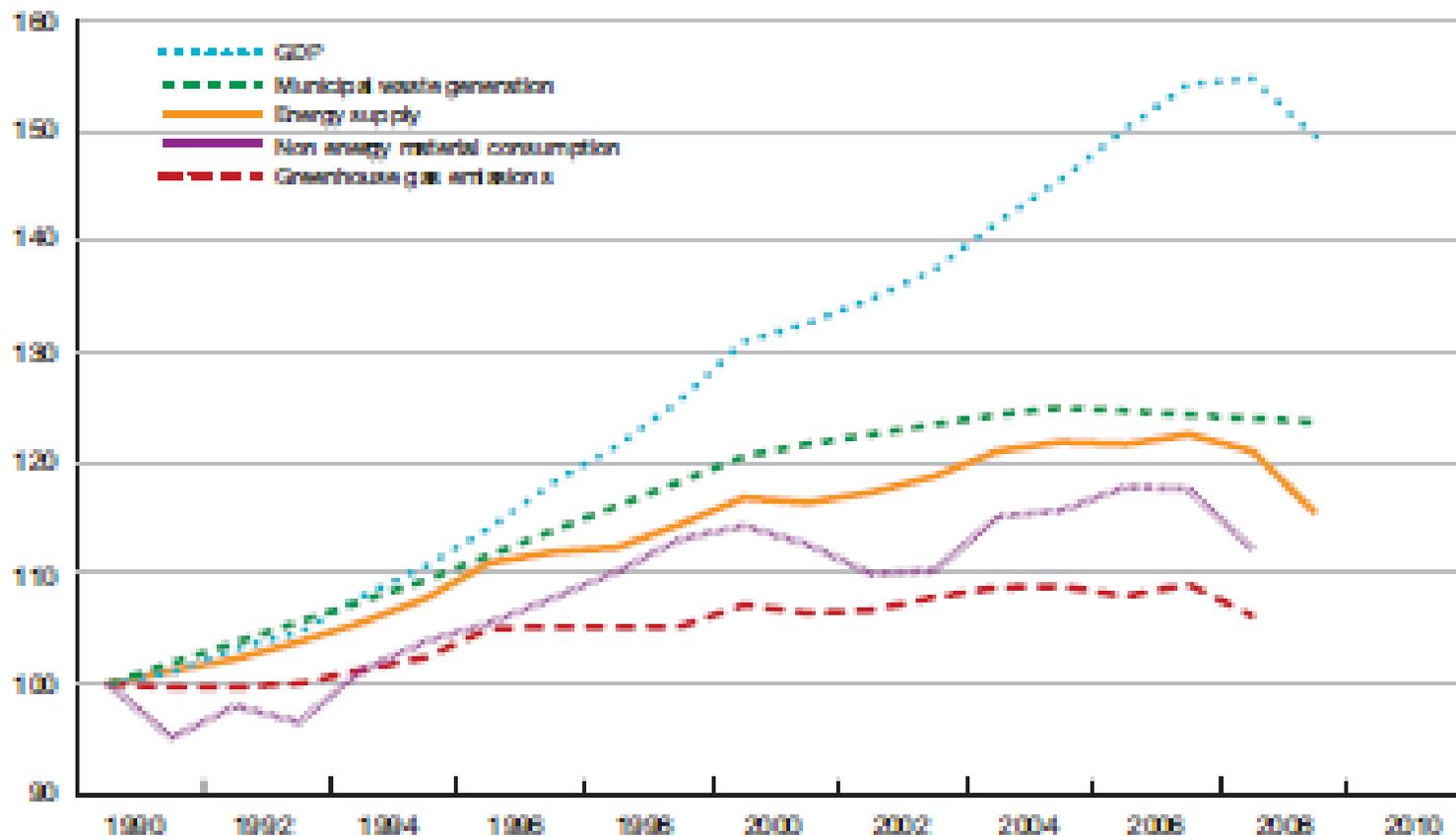
** Imprese dell'industria e dei servizi con almeno un dipendente. Tale precisazione vale anche per i dati riportati nei grafici e tabelle successive.*

Fonte: elaborazione Centro Studi Unioncamere su dati Sistema Informativo Excelsior

Le risposte 2) OECD 2011 – Disaccoppiare la crescita dall'uso delle risorse

Decoupling trends, OECD

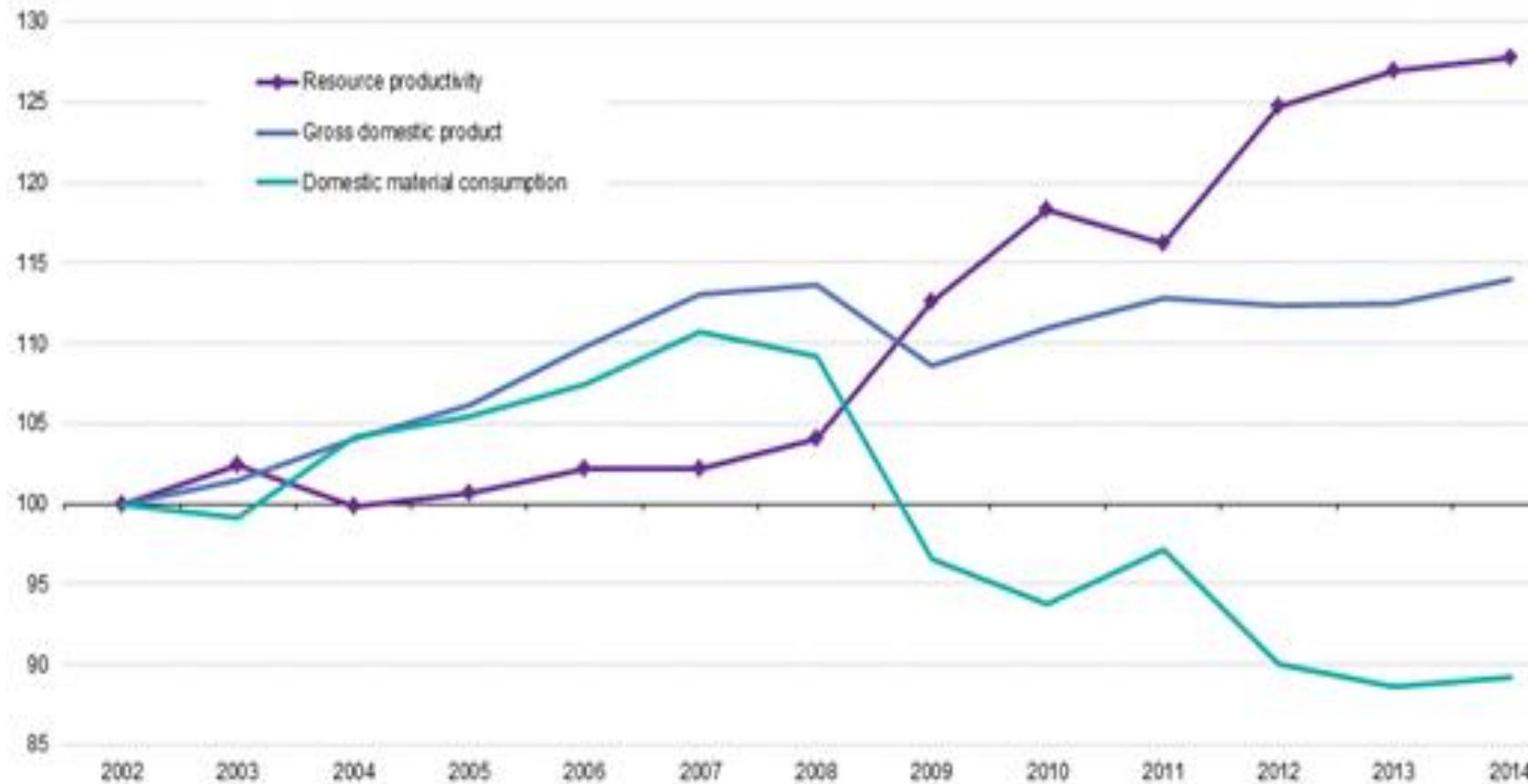
Index, 1990 = 100



Source: OECD and IEA environmental data.



Produttività nell'uso delle risorse, GDP e DMC (EU-28) 2002-2014

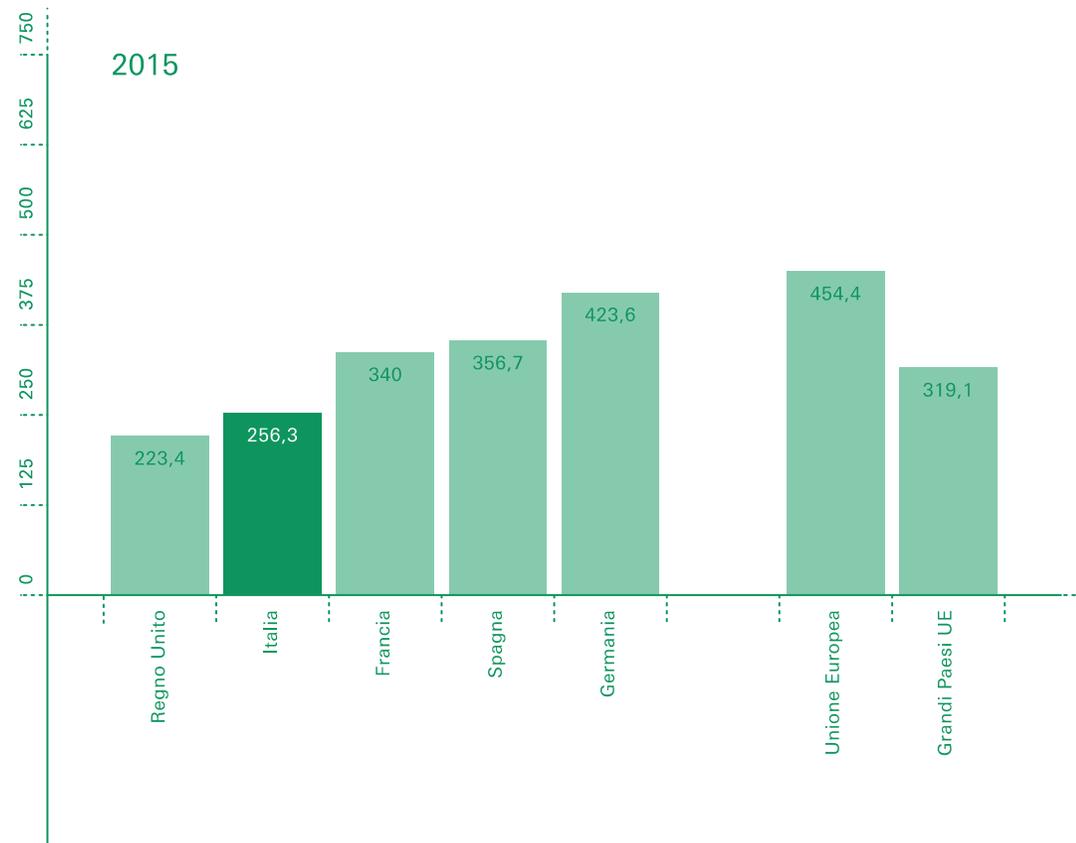
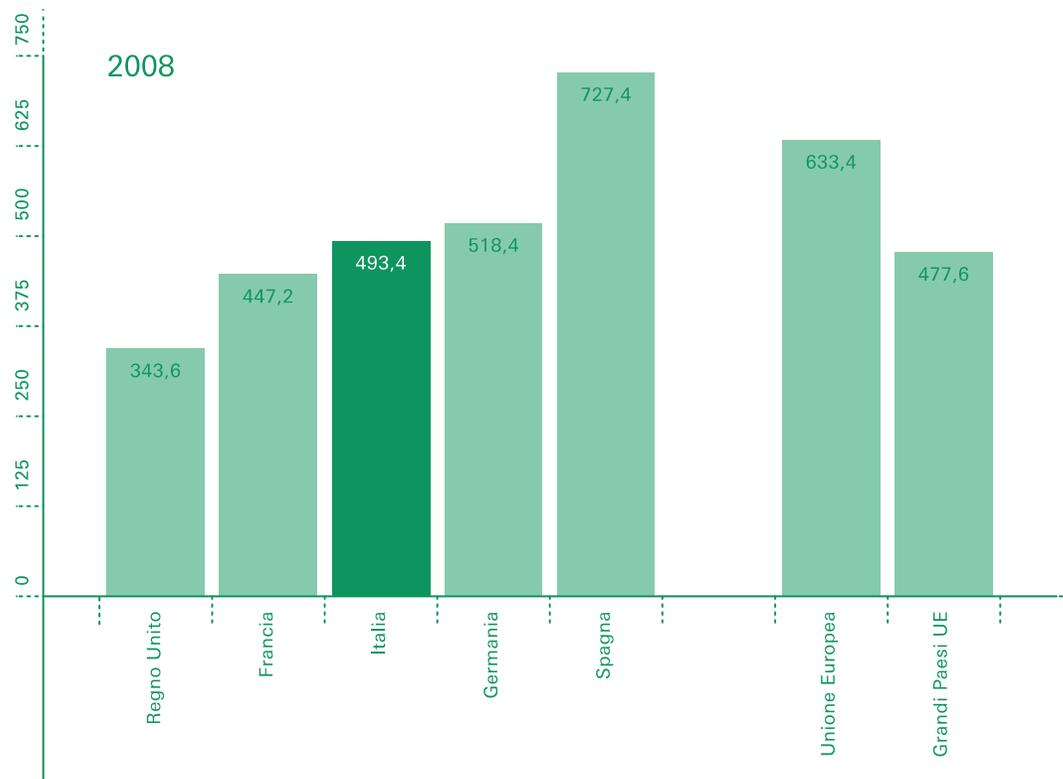


GDP in chain-linked volumes, reference year 2010.
Source: Eurostat (online data codes: nama_10_gdp and env_ac_mfa)

Source: Eurostat

Input di materia per unità di prodotto nei principali Paesi dell'Unione europea Anni 2008 e 2015 (valori in tonnellate per milione di euro prodotto)

Fonte: elaborazioni su dati Eurostat

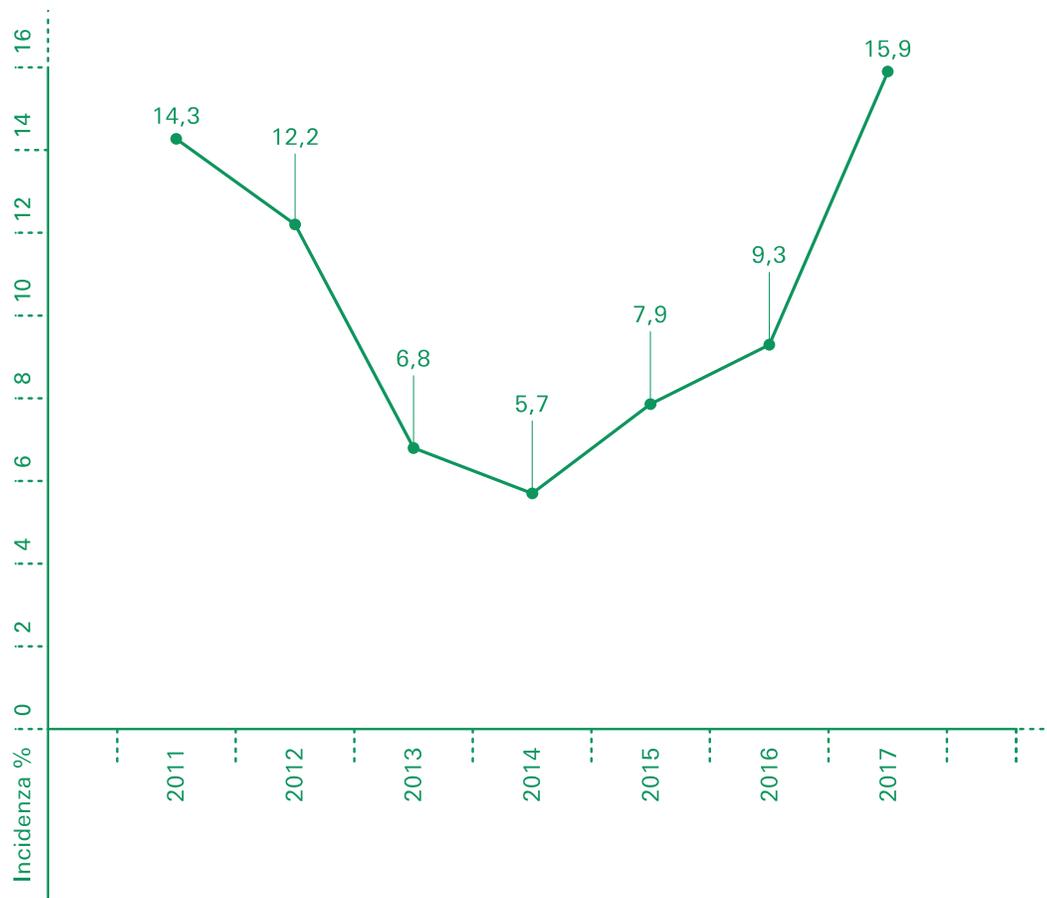


GreenItaly Rapporto 2017

Una risposta
alla crisi,
una sfida per
il futuro

Imprese che prevedono di effettuare eco-investimenti, dati annuali (incidenze percentuali sul totale delle imprese)

Fonte: Unioncamere



Incidenza delle imprese che hanno effettuato eco-investimenti nel periodo 2010–2016 e/o investiranno nel 2017 in prodotti e tecnologie green sul totale delle imprese, per provincia (classi di incidenza percentuale delle imprese che investono nel green sul totale delle imprese provinciale)

Fonte: Unioncamere

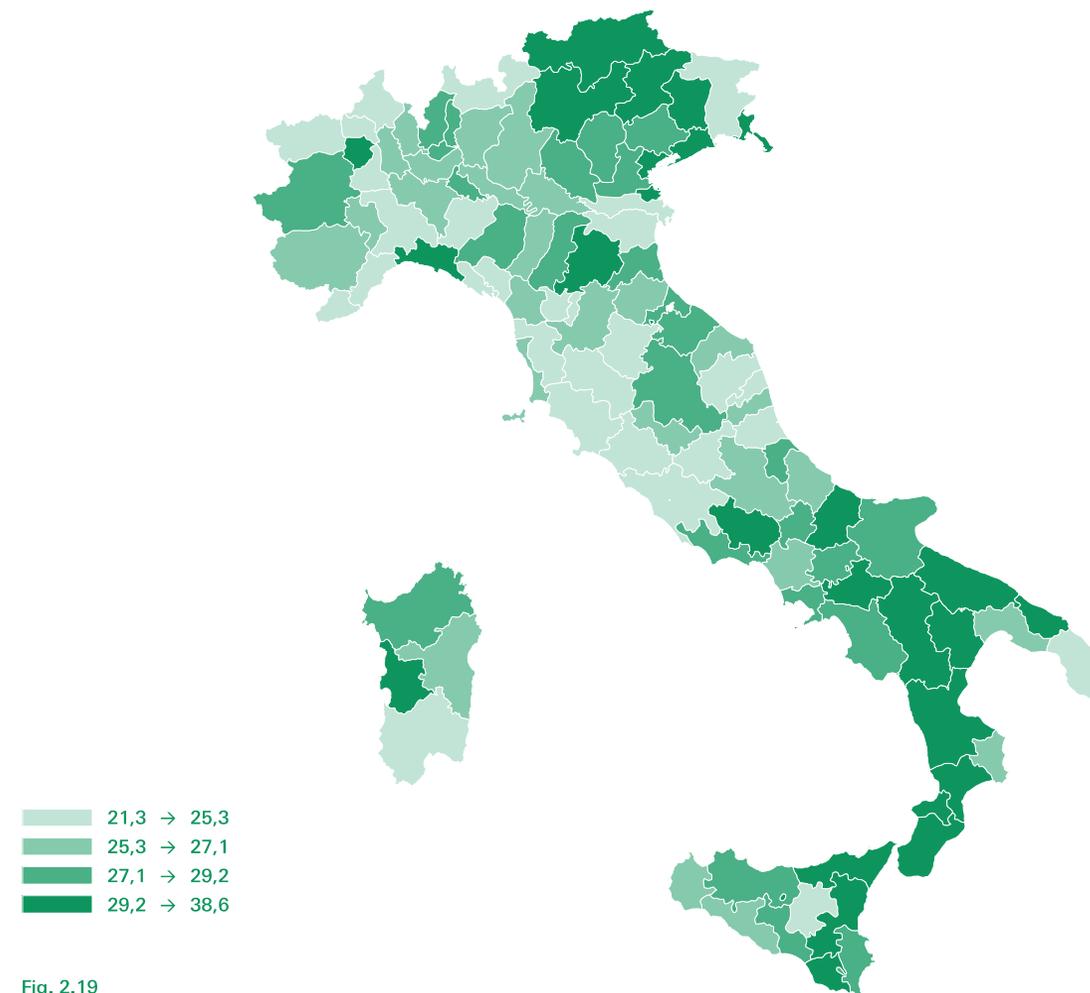
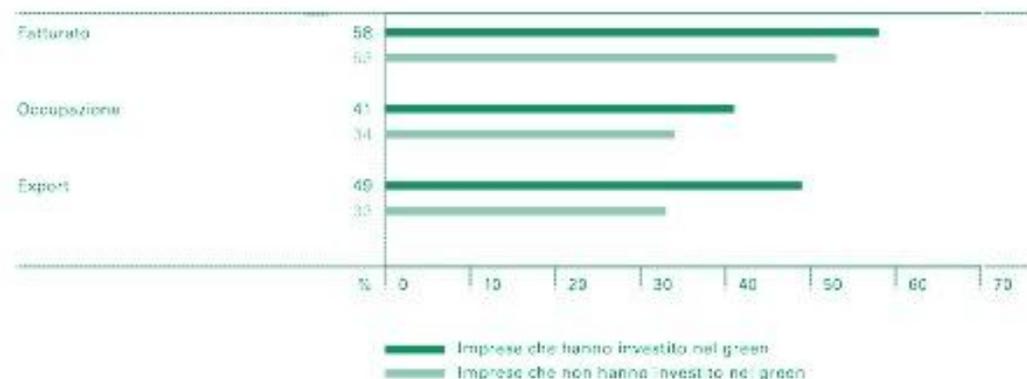


Fig. 2.19

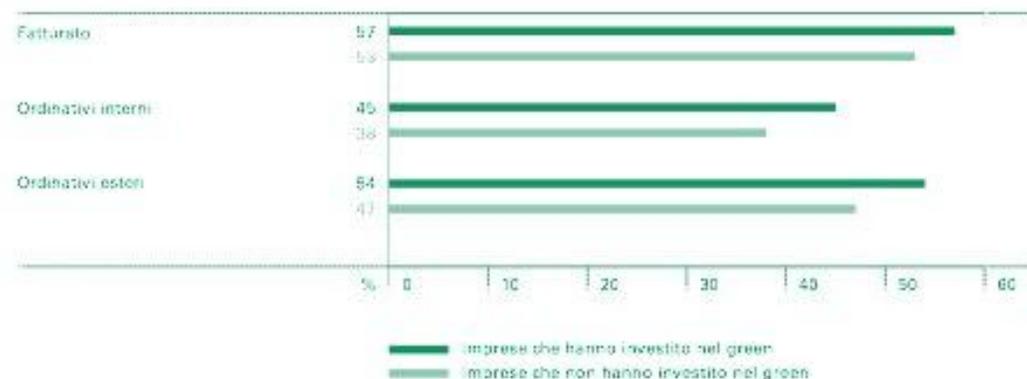
Performance nel 2016 delle medie imprese che hanno investito in prodotti e tecnologie green nel triennio 2014-2016 a confronto con quelle che non hanno investito

Fonte: elaborazioni su dati Unioncamere



Performance previste nel 2017 delle medie imprese che hanno investito in prodotti e tecnologie green nel triennio 2014-2016 a confronto con quelle che non hanno investito

Fonte: elaborazioni su dati Unioncamere



La diffusione della R&S tra le medie imprese che hanno investito in prodotti e tecnologie green nel triennio 2014-2016 a confronto con quelle che non hanno investito

Fonte: elaborazioni su dati Unioncamere



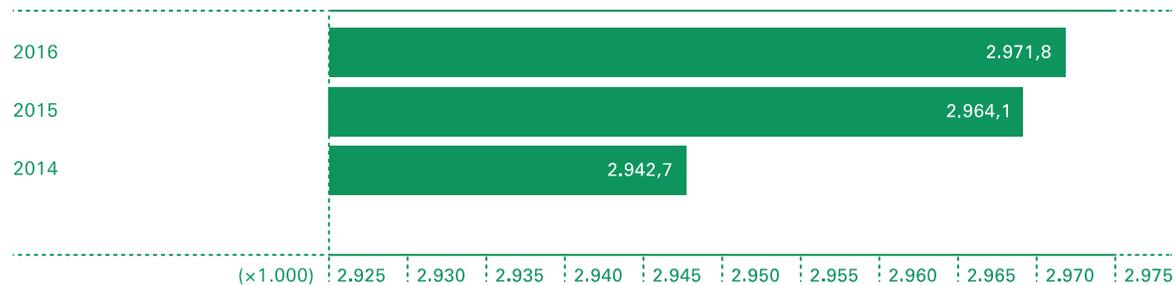
L'impegno nel sostegno allo sviluppo del proprio territorio delle medie imprese che hanno investito in prodotti e tecnologie green nel triennio 2014-2016 a confronto con quelle che non hanno investito

Fonte: elaborazioni su dati Unioncamere



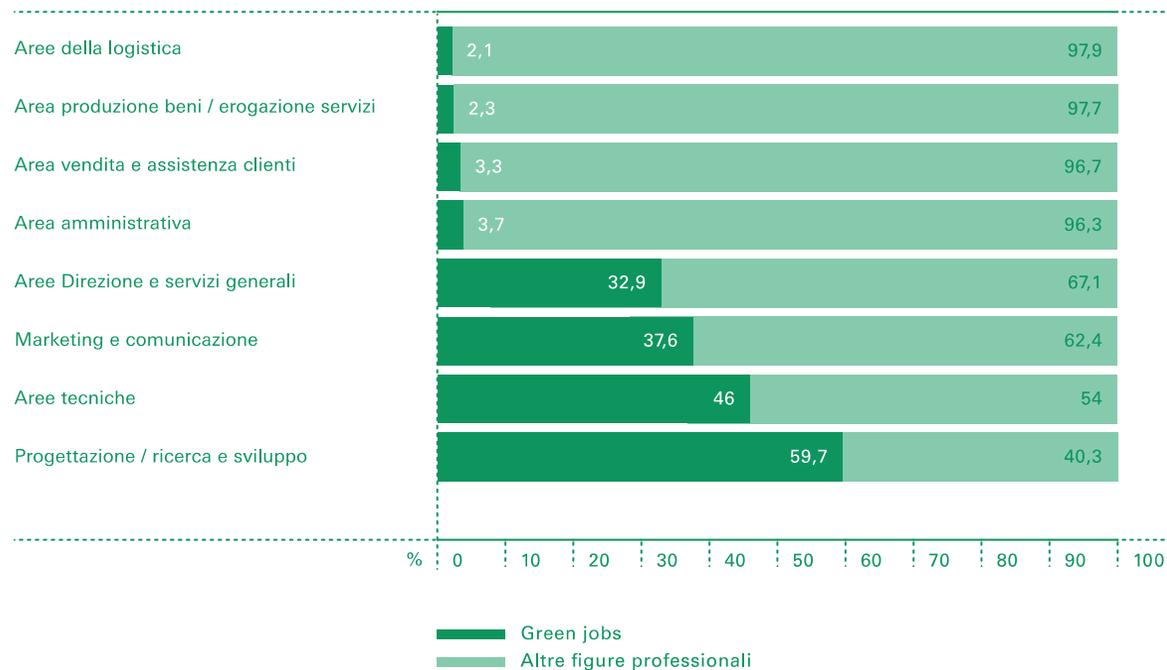
Occupati che svolgono una professione di green jobs Anni 2014–2016 (valori assoluti in migliaia)

Fonte: elaborazioni su dati Istat



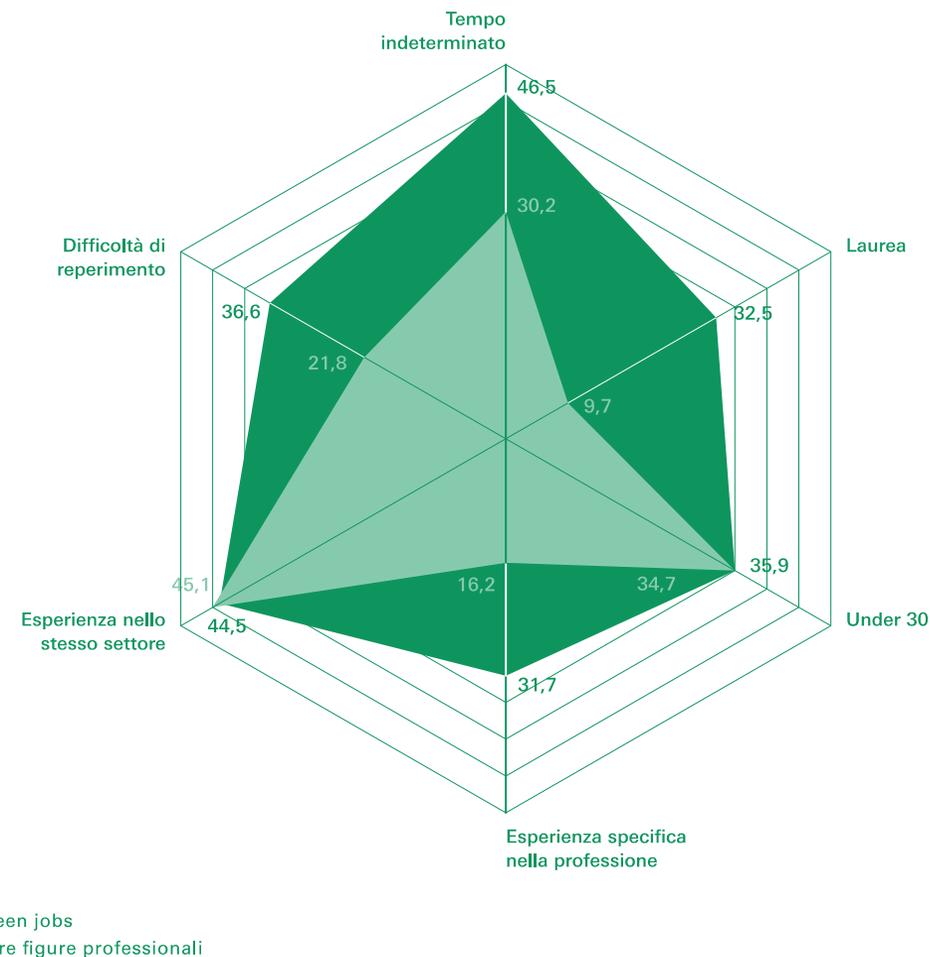
Distribuzione percentuale delle assunzioni programmate dalle imprese nel 2017 in ciascuna area aziendale di inserimento tra green jobs e altre figure professionali

Fonte: Unioncamere



Le principali caratteristiche delle assunzioni previste dalle imprese di green jobs nel 2017, a confronto con le altre figure professionali (incidenze percentuali sul totale delle assunzioni per tipologia di figura)

Fonte: Unioncamere

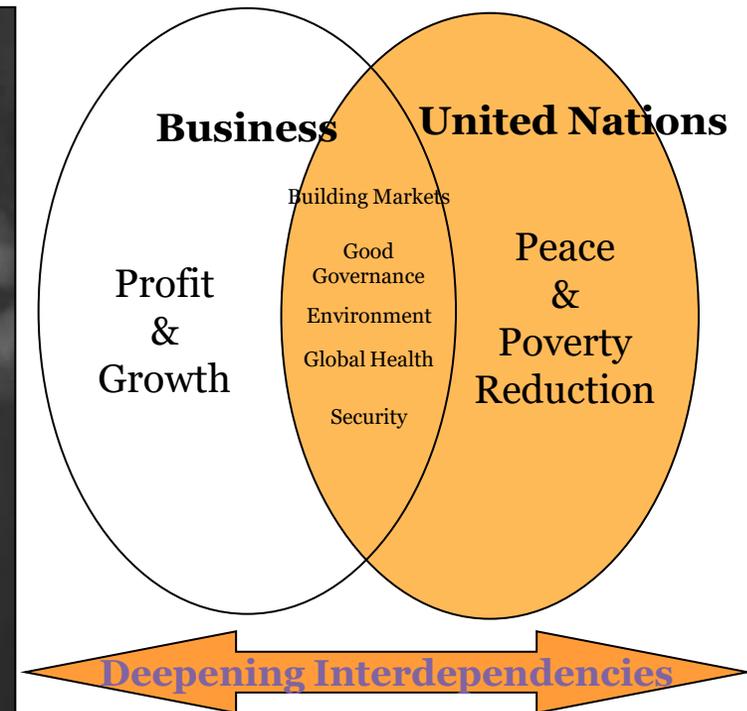


Dove eccelliamo nell'ecoinnovazione in Italia

Section	Voice	Tech	2001-10 Nr Pat ITA	ITA % over World	2001-10 RTA
A.3.2	Material recovery, recycling and re-use	33	168,00	6,74%	2,13861
A.3.2.4	Separating solid materials; General arrangement of separating plant specially adapted for refuse	1	22,00	11,83%	3,75366
A.3.2.7	Recovery of plastics or other constituents of waste material containing plastics	1	46,00	8,63%	2,73889
A.3.2.8	Presses specially adapted for consolidating scrap metal or for compacting used cars	1	14,00	17,50%	5,55372
A.3.2.10	Stripping waste material from cores or formers, e.g. to permit their re-use	1	4,00	20,00%	6,34710
A.3.2.11	Applications of disintegrable, dissolvable or edible materials	1	21,50	7,44%	2,36095
A.3.2.18	Clay-wares; Waste materials or Refuse	1	4,00	16,00%	5,07768
A.3.2.23	Obtaining zinc or zinc oxide; From muffle furnace residues; From metallic residues or scraps	1	3,00	6,67%	2,11570
A.3.2.26	Paper-making; Fibrous raw materials or their mechanical treatment - using waste paper	1	4,00	33,33%	10,57851
A.3.2.29	Paper-making; Pulping; Non-fibrous material added to the pulp; Waste products	1	2,00	15,38%	4,88239
A.3.2.30	Apparatus or processes for salvaging material from electric cables	1	1,00	9,09%	2,88505
A.3.2.31	Recovery of material from discharge tubes or lamps	1	5,00	20,00%	6,34710
A.3.2.32	Reclaiming serviceable parts of waste cells or batteries	1	3,00	11,54%	3,66179
A.3.2.33	Reclaiming serviceable parts of waste accumulators	1	4,00	7,41%	2,35078



Le risposte 3: Coinvolgiamo le imprese -Il Global Compact delle Nazioni Unite



«Propongo di stipulare tra voi, i leader dell'economia riuniti a Davos, e noi, le Nazioni Unite, un Patto Globale di valori e principi condivisi, così da dare un volto umano al mercato globale»

(Kofi Annan, Segretario Generale delle Nazioni Unite, World Economic Forum, 31 gennaio 1999, Davos)

Visione e obiettivi del Global Compact

VISION

“Una economia più sostenibile e inclusiva”

DUE OBIETTIVI COMPLEMENTARI

Rendere i dieci principi parte integrante della strategia, delle operazioni e della cultura dell'azienda

Integrazione

Catalizzare le azioni a supporto dei più generali obiettivi delle Nazioni Unite, includendo gli Obiettivi di Sviluppo del Millennio

Contributo allo sviluppo

Il legame tra le imprese e il loro contesto operativo

Esiste un forte legame tra l'impresa e il contesto in cui essa opera:

- La **competitività dell'impresa** dipende dall'ambiente circostante e dalla comunità in cui opera (es. lavoratori qualificati, condizioni di lavoro sicure, ambiente imprenditoriale privo di corruzione, ambiente naturale favorevole, accesso alle risorse, ecc.)
- Il **benessere** di una **società** dipende dalla possibilità di avere sul proprio territorio aziende competitive che possano creare ricchezza e sostenere alti salari
- C'è una **sinergia di lungo periodo** tra obiettivi economici e sociali
- Per massimizzare questa sinergia, le decisioni aziendali e le politiche sociali devono essere prese seguendo il principio del **valore condiviso** ovvero facendo in modo che sia la competitività delle imprese e che le condizioni sociali ne beneficino contemporaneamente



Ban Ki-moon, Segretario Generale delle Nazioni Unite



Risposte 4: L'agenda 2030 e gli SDG

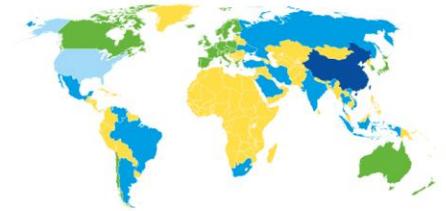


Likelihood of meeting the 17 Sustainable Development Goals in five world regions:

-  Goal likely to be reached (i.e target fulfilment of more than 95%)
-  Goal not likely to be reached, but more than 50% of gap between today's status and the goal is likely closed
-  Goal not likely to be reached, and less than 50% of gap between today's status and the goal is likely closed



		ROW	BRISE	CHINA	OECD	USA
1	No poverty					
2	Zero hunger					
3	Good health and well-being					
4	Quality education					
5	Gender equality					
6	Clean water and sanitation					
7	Affordable and clean energy					
8	Decent work and economic growth					
9	Industry, innovation and infrastructure					
10	Reduced inequality					
11	Sustainable cities and communities					
12	Responsible consumption and production					
13	Climate action					
14	Life below water					
15	Life on land					
16	Peace, justice and strong institutions					
17	Partnerships for the goals	Not enough data to assess				



FIVE REGIONS:

-  USA
-  OECD (excl. USA)
-  CHINA
-  BRISE (Brazil, Russia, India, South Africa and ten other Emerging economies)
-  ROW (Rest of the World)

OVERALL PERFORMANCE

Index score

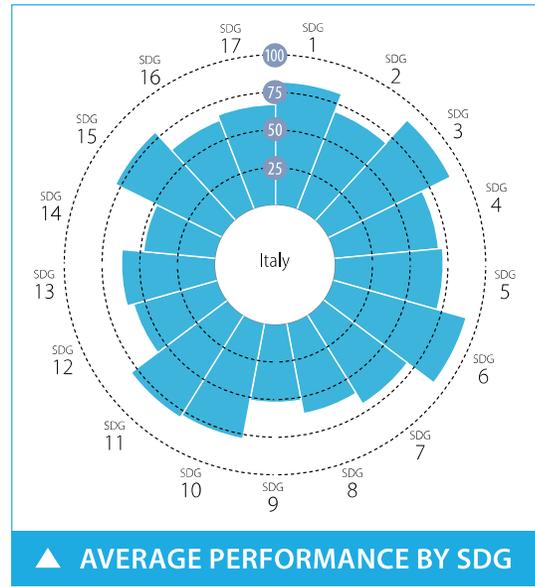


Regional average score



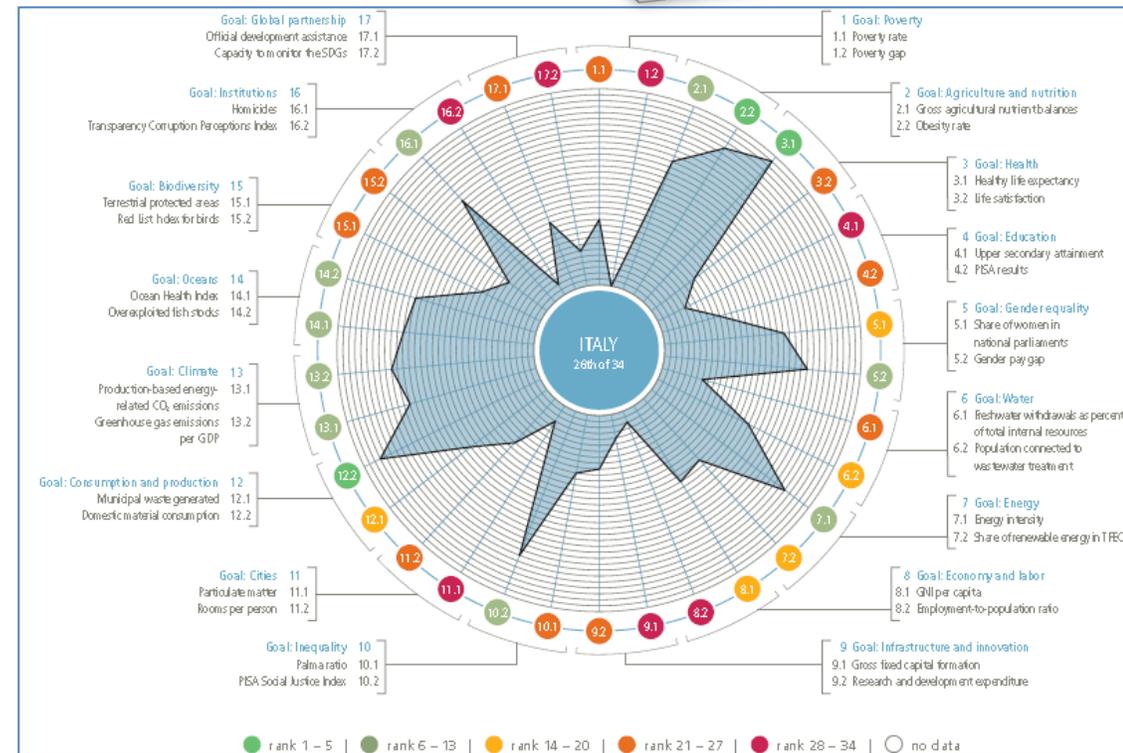
SDG Global rank

30 (OF 157)



2016

SDSN Indicator Report + Sustainable Governance Indicators of the Bertelsmann Stiftung



GOAL/TARGET	Applicable?	Implementable?	Transformative?	Overall mark for goal target
Goal 12. Ensure sustainable consumption and production patterns	2.0	1.9	1.7	6.3
12.1 implement the 10-Year Framework of Programmes on sustainable consumption and production (10YFP), all countries taking action, with developed countries taking the lead, taking into account the development and capabilities of developing countries	2.0	2.0	2.0	8.0
12.2 by 2030 achieve sustainable management and efficient use of natural resources	2.0	1.7	2.0	6.7
12.3 by 2030 halve per capita global food waste at the retail and consumer level, and reduce food losses along production and supply chains including post-harvest losses	2.0	1.7	1.7	5.3
12.4 by 2020 achieve environmentally sound management of chemicals and all wastes throughout their life cycle in accordance with agreed international frameworks and significantly reduce their release to air, water and soil to minimize their adverse impacts on human health and the environment	1.7	2.0	1.0	3.3
12.5 by 2030, substantially reduce waste generation through prevention, reduction, recycling, and reuse	2.0	1.7	2.0	6.7
12.6 encourage companies, especially large and trans-national companies, to adopt sustainable practices and to integrate sustainability information into their reporting cycle	2.0	2.0	2.0	8.0
12.7 promote public procurement practices that are sustainable in accordance with national policies and priorities	2.0	2.0	1.3	5.3
12.8 by 2030 ensure that people everywhere have the relevant information and awareness for sustainable development and lifestyles in harmony with nature	2.0	2.0	1.7	6.7
Goal 13. Take urgent action to combat climate change and its impacts	2.0	2.0	1.8	7.1
13.1 strengthen resilience and adaptive capacity to climate related hazards and natural disasters in all countries	2.0	2.0	1.3	5.3
13.2 integrate climate change measures into national policies, strategies, and planning	2.0	2.0	2.0	8.0
13.3 improve education, awareness raising and human and institutional capacity on climate change mitigation, adaptation, impact reduction, and early warning	2.0	2.0	2.0	8.0

UNIVERSAL SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Understanding the Transformational Challenge for Developed Countries

REPORT OF A STUDY BY STAKEHOLDER FORUM
MAY 2015

AUTHORS: Derek Osborn, Amy Cutler and Farooq Ullah



Produced by:



The UN Global Compact-Accenture Strategy CEO Study 2016

Toward Global Goals

The UN Global Compact-Accenture Strategy CEO Study 2016

1,000+ CEOs, 100+ countries, 25+ industries





Risposte 5: l'economia circolare

«L'anello mancante»

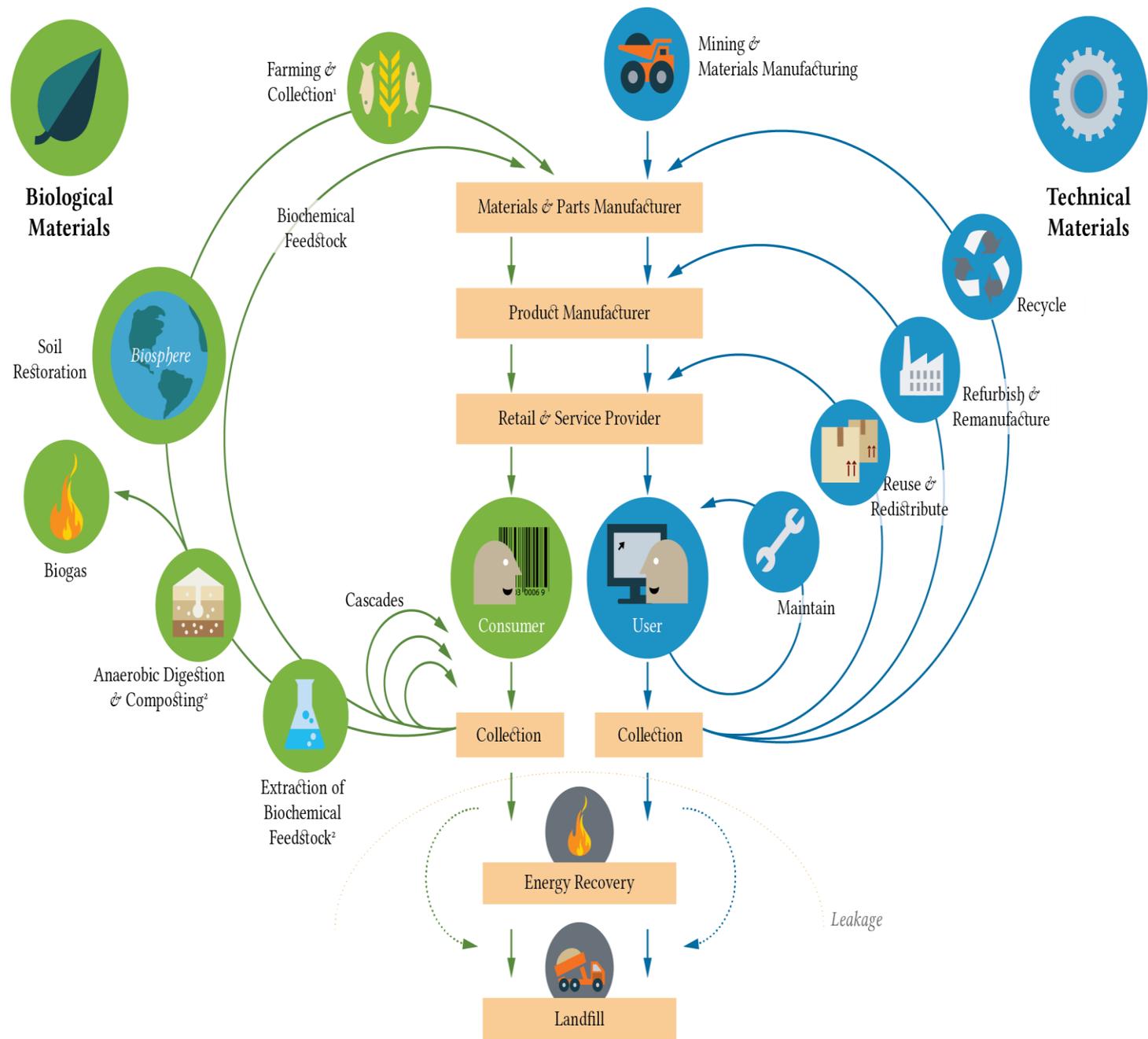
2 dicembre 2015

Commissione Europea emana il **Pacchetto sulla Circular Economy**:

- ✓ Comunicazione **COM(2015) 614**
- ✓ 4 proposte di **Direttive** per **emendamenti** a:
 - ✓ Directive 2008/98/EC – **waste**
 - ✓ Directive 1994/62/EC - **packaging and packaging waste**
 - ✓ Directive 1999/31/EC - **landfill of waste**
 - ✓ Directive 2000/53/EC - **end-of-life vehicles**; Directive 2006/66/EC - **batteries and accumulators and waste batteries and accumulators**; Directive 2012/19/EU - **waste electrical and electronic equipment**

“Closing the Loop - An EU Action Plan for the Circular Economy” [COM(2015) 614 final]



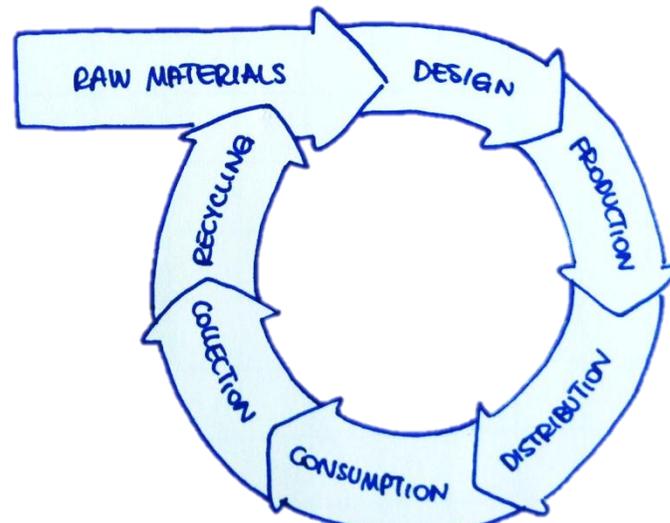


Serve un orientamento strategico

- L'abbondanza e il basso costo delle risorse naturali ha portato il sistema economico ad un modello lineare:



- Mentre la natura e le politiche ambientali mirano ad un “cerchio perfetto”:



EVIDENZE DA UN PROGETTO PER CONAI

	Popolazione	Rispondenti	% rispondenti sul totale
Aziende iscritte	52.000	1894	4%
Aziende commerciali	42.000	1365	3%
Produttori	2700	204	8%
Produttori MPS	370	24	6%
Totale	97.070	3.487	4%

3) Fase di produzione:

- La cosiddetta “simbiosi industriale” non è più un mito: gli scarti di produzione del 50% delle aziende italiane sono con varie modalità riutilizzati come input in processi di produzione di altre aziende dello stesso settore o di settori diversi.
- Si pensi che oltre il 70% degli scarti di produzione di 1 azienda su 10 sono riutilizzati come input in altri processi di produzione.
- Quasi il 40% delle aziende offre sul mercato prodotti costituiti, almeno in parte, da materiale riciclato.
- Ben il 30% delle aziende già oggi attua iniziative volte a fornire servizi di riparazione/sostituzione delle componenti danneggiate (oltre a quelli previsti dalla legge) al fine di aumentare la vita utile del proprio prodotto finito.

2) Fase di Design

- Una azienda italiana su 3 offre sul mercato prodotti che sono disassemblabili in componenti “mono-materiali” per almeno il 50% delle parti di cui sono composti.
- Inoltre, sempre una azienda su 3 offre sul mercato prodotti che sono riciclabili per oltre il 70% del materiale che li compongono.
- Oltre il 30% delle aziende italiane oggi ha già attuato iniziative nella fase di design e di progettazione del prodotto volte ad ottimizzare l’utilizzo di imballaggio (ad esempio minimizzando gli spazi vuoti nel prodotto confezionato)
- Quasi il 25% delle aziende ha implementato azioni per incrementare la vita utile del proprio prodotto tramite ad esempio, la progettazione per componenti modulari facilmente smontabili e sostituibili e/o la preferenza di componenti e giunture standardizzate (e quindi con ricambi più agevolmente reperibili).

ITALIAN BUSINESS & SDGs ANNUAL FORUM

26 settembre 2016

Venice International University
Isola di San Servolo, Venezia



Global Compact Network Italia

La logica delle azioni collettive



Risposte 6

SOSTENIBILITÀ 2.0: LA CREAZIONE DI VALORE CONDIVISO

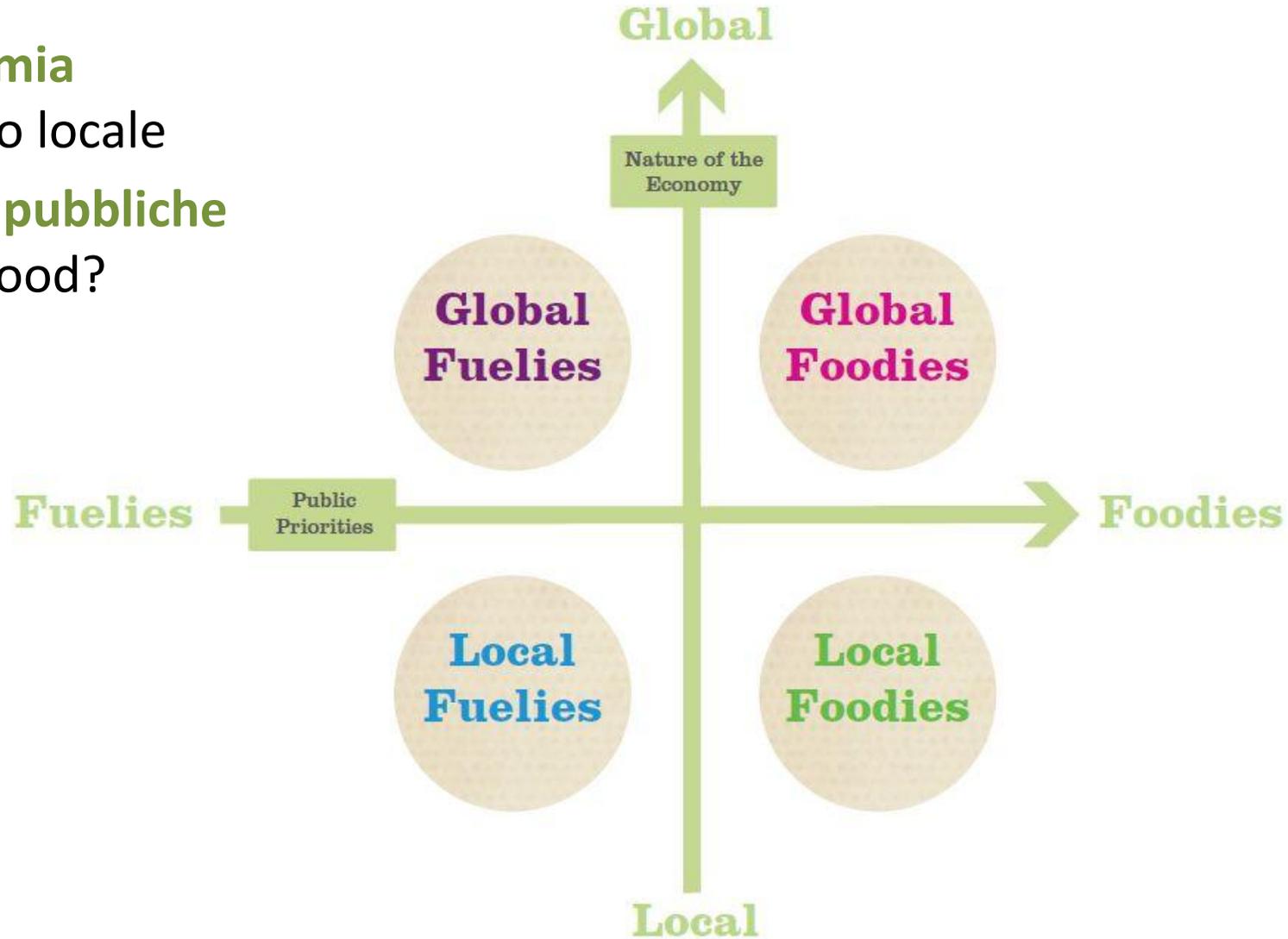
- La competitività di un'impresa e il benessere delle comunità che la circondano sono strettamente interconnessi.
- L'azienda ha bisogno di una comunità in buona salute, non solo per creare domanda per i suoi prodotti, ma anche per avere certi asset critici e un ambiente favorevole.
- La comunità ha bisogno di imprese di successo per mettere a disposizione dei suoi componenti posti di lavoro e opportunità di creazione di ricchezza.

Porter, M. E. and Kramer, M. R. (2011), "The Big Idea. Creating Shared Value, Harvard Business Review, 89 (1/2): 62-77



Gli scenari per la filiera del latte

- **L'economia**
globale o locale
- **Priorità pubbliche**
fuel or food?



*THE VISION OF DIARY 2020
A vibrant UK dairy industry
that enables people,
environment and business
to thrive*

2020 Dairy
Local Foodies



GROW YOUR OWN



↑ SMALL FARMS



The Dairy 2020 Guiding Principles



1. Looking outward

Proactively engaging with all key stakeholders as a leading member of the global food industry. Regularly monitoring and evaluating the performance of the UK dairy sector within a national and global context.



5. Engaging consumers

Communicating transparently, listening actively, and systematically involving consumers in key debates, particularly on nutrition.



2. Innovating and investing

Actively investing in technology, science and business models which deliver superior nutrition, improved environmental outcomes and long-term economic value. Fostering a dynamic, entrepreneurial culture for competitiveness on a global and local scale.



6. Minimising environmental impact

Achieving commercial success while striving to minimise negative environmental impact.



3. Working together

Cooperating actively and transparently across the supply chain to build trust and add value.



7. Stewarding nature

Working to protect and enhance ecosystems, improving elements such as biodiversity, water, soil fertility and nutrient availability.



4. Building skills and attracting talent

Working to ensure staff wellbeing and a culture of continuous learning and development.

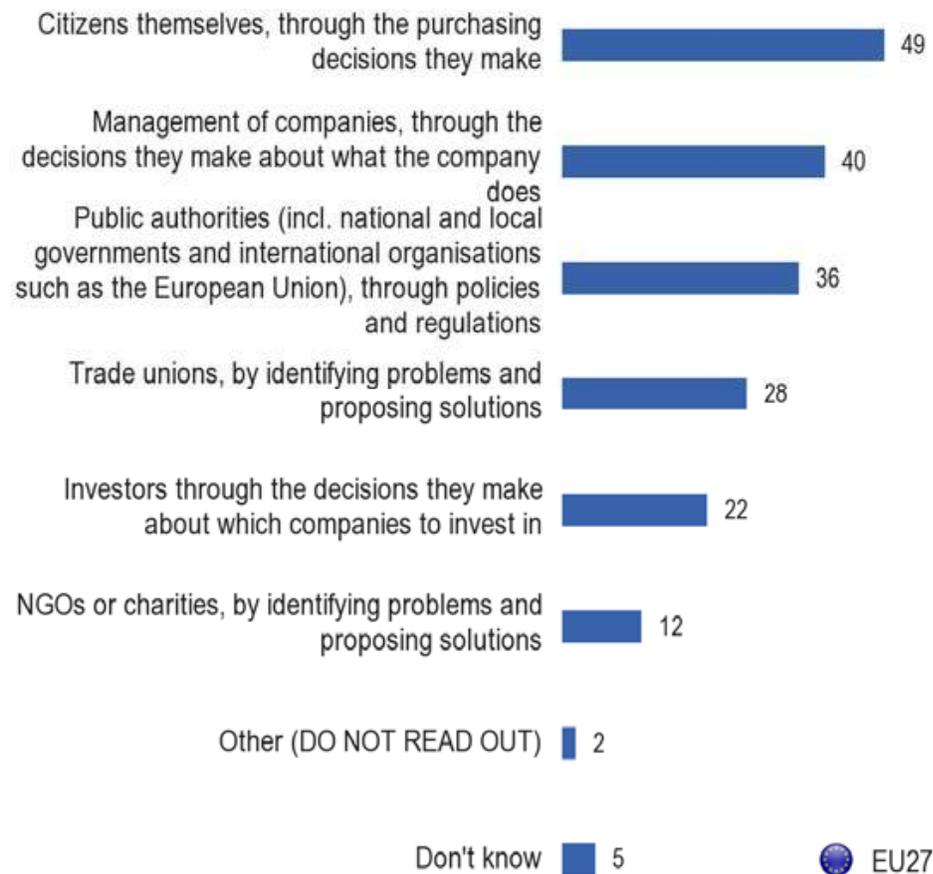


8. Improving animal welfare

Improving standards and safeguarding the health and welfare of the dairy cow.

UN RUOLO CRESCENTE DEI CITTADINI/CONSUMATORI

Q1. Many actors influence what companies do. Who do you think should take the leading role in influencing companies' actions in (OUR COUNTRY)?



(MAX. 3 ANSWERS)



Fonte: Eurobarometer, 2013