

Tommaso Pittarello,
Marketing Manager, Etifor | Valuing Nature

Servizio erogato dalla RTI
«Comunità di pratica per gestire 2020»



www.naturachevale.it
biodiversita@regione.lombardia.it

25 giugno 2020 | AZIENDE PER IL CLIMA E LA BIODIVERSITÀ

I vantaggi competitivi per le aziende "climate and biodiversity positive"

Capofila RTI:



Animazione:



LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.
La strategia integrata per l'area Natura 2000 in Lombardia.

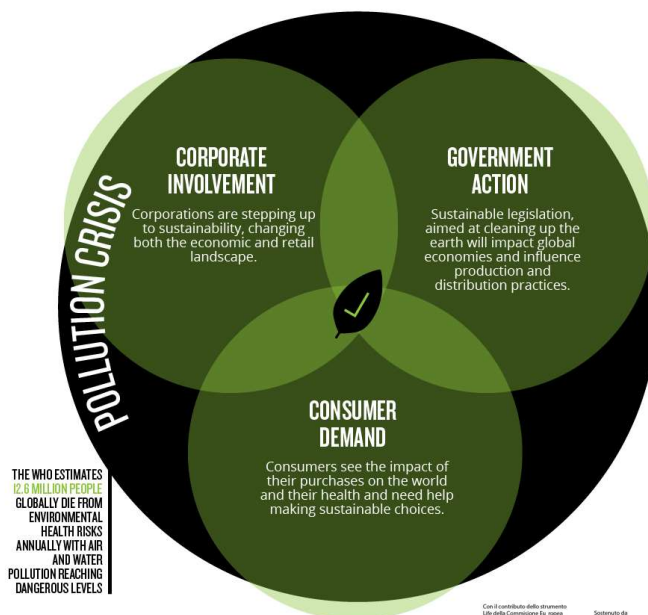
1

Crisi climatica



2

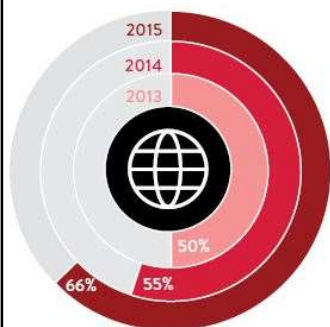
La nuova era della sostenibilità: mercato, governi e aziende hanno lo stesso obiettivo.



Con il contributo dello strumento
Life della Commissione Europea
Sostenuto da
Fondazione CARIPLO

LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.
La strategia integrata per la Natura 2020 in Lombardia

3



SIXTY-SIX PERCENT OF GLOBAL RESPONDENTS ARE WILLING TO PAY MORE FOR SUSTAINABLE GOODS, UP FROM 55% IN 2014 (AND 50% IN 2013).

I clienti premiano le aziende sostenibili

• Nielsen – [The Sustainability Imperative](#) (2015) – sondaggio su 30000 consumatori in 60 paesi:

- ✓ **Sostenibilità ha ritorno economico:** vendite di marche che mostrano impegno in sostenibilità crescono di più (4% vs 1%)
- ✓ 66% dei consumatori dichiarano di essere disposti a pagare di più per brand sostenibili (e la percentuale è in crescita: 55% nel 2014, 50% nel 2013). Top 4 driver per sovrapprezzo:
 - ✓ Fiducia nel marchio/azienda → fiducia e reputazione sono cruciali
 - ✓ Benefici in termini di salute o benessere
 - ✓ Ingredienti/componenti naturali, biologici, ecc.
 - ✓ Prodotto di un'azienda conosciuta per essere environmentally friendly
- ✓ Non tutti i consumatori che dichiarano di volere prodotti eco-friendly riescono a essere soddisfatti → **opportunità**

Con il contributo dello strumento
Life della Commissione Europea
Sostenuto da
Fondazione CARIPLO

LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.
La strategia integrata per la Natura 2020 in Lombardia

4

Report Nielsen 2018: i clienti vogliono conoscere la posizione politica delle aziende sul tema ambiente.

Le aziende sostenibili accresceranno la loro influenza.

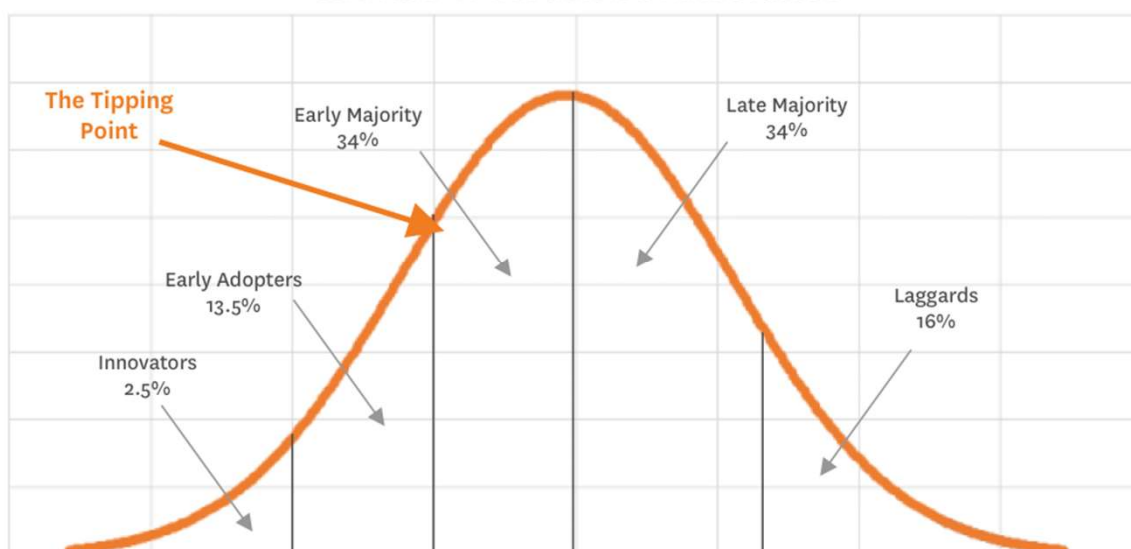
Le aziende che affrontano le sfide della sostenibilità e vincono eserciteranno più influenza politica e culturale che mai. I consumatori premieranno i marchi che proteggono loro, le loro famiglie e il mondo. I governi riconosceranno le aziende che stanno guidando un grande cambiamento, migliorando la vita dei loro elettori.

(fonte: <https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2018/the-education-of-the-sustainable-mindset/#consumers-demand-sustainability>)



5

The Law of Diffusion of Innovation

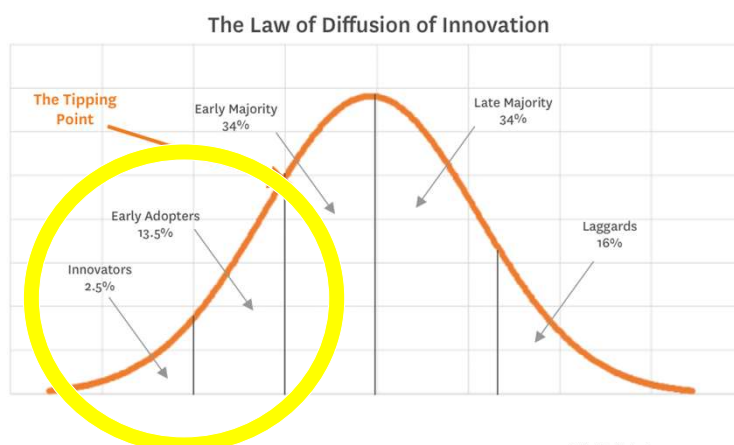


6

Chi investe da subito sull'ambiente si posiziona meglio

Chi si muove per primo viene percepito come moderno, attento, sensibile ai problemi della società.

I clienti penseranno;
"Questi sono visionari, si occupano davvero del pianeta!"



Con il contributo dello strumento
 LIFE della Commissione Europea
 Sostegno da
 Fondazione CARIPLO

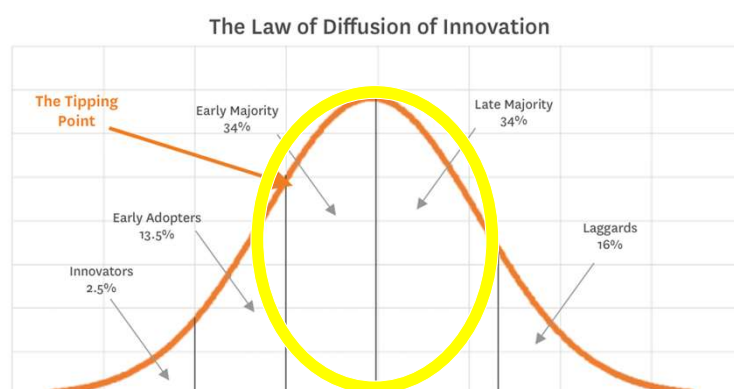
LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.
 La strategia integrata per la Natura 2020 in Lombardia

7

Le aziende che aspettano dovranno adeguarsi per non essere penalizzate

Chi si muove tardi sarà un normale follower, semplicemente ha dovuto farlo.

I clienti penseranno:
"È ok. Tutto normale."



Con il contributo dello strumento
 LIFE della Commissione Europea
 Sostegno da
 Fondazione CARIPLO

LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.
 La strategia integrata per la Natura 2020 in Lombardia

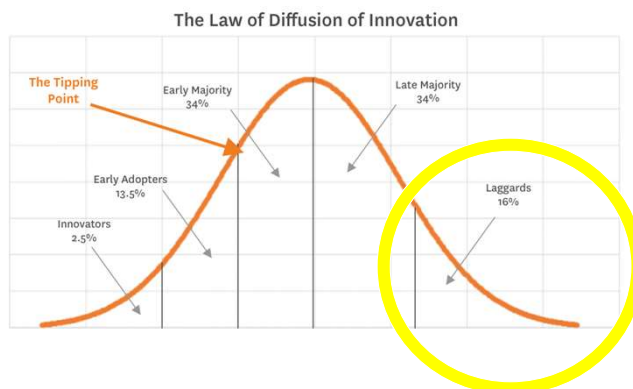
8

Le aziende che ignorano il cambiamento dovranno agire per recuperare il terreno perduto

Chi non si muove e ignora questo tema sarà percepito come *"Evil"*.

I clienti penseranno:

"A questi NON interessa il pianeta!"



Con il contributo dello strumento
Life della Commissione Europea
Sostenuto da
Fondazione CARIPLO

LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.
La strategia integrata per la Natura 2020 in Lombardia

9

La sostenibilità è vantaggiosa (lo dicono le aziende)

L'IMPEGNO DELLE AZIENDE

LA SOSTENIBILITÀ È VANTAGGIOSA PER LE AZIENDE



Per l' **87%** delle aziende l'impegno nella sostenibilità porta benefici:



26%
miglioramento nella percezione
della buona gestione dell'azienda



24%
nuovi clienti



21%
riduzione dei costi nel breve attraverso il
risparmio energetico e a lungo termine
con un aumento della profittabilità

Base: aziende che hanno ricevuto benefici dall'impegno in sostenibilità (87)

27

L'Osservatorio Findomestic **Consumi 2017**

Findomestic
Più responsabili, insieme

Con il contributo dello strumento
Life della Commissione Europea
Sostenuto da
Fondazione CARIPLO

LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.
La strategia integrata per la Natura 2020 in Lombardia

10

Acqua Levico è la prima acqua “Climate Positive”

CHI SIAMO | CLIMATE POSITIVE WATER | SOLO VETRO | ACQUA | BIBITE | NEWS | DOVE TROVARCI | ITALIANO

IL PROGETTO CLIMATE POSITIVE

Come diventare Climate Positive: il metodo MARC

SCOPRI

110% RIMOZIONE CO₂

Con il contributo dello strumento Life della Commissione Europea. Sostegno da

Fondazione CARIPLO

LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020. La strategia integrata per la Natura 2000 in Lombardia

11

Servizio erogato dalla RTI
«Comunità di pratica per gestire 2020»

natura che vale
RACCOMANDA REGIONALE DELLA LOMBARDIA

www.naturachevale.it
biodiversita@regione.lombardia.it

Per ulteriori informazioni:
Tommaso Pittarello
Tommaso.pittarello@etifor.com

Capofila RTI: **ETIFOR**
animazione: **gerardo de luzenberger**
comunità ambiente: **comunità ambiente**
Fondazione Lombardia per l'Ambiente: **FLA**
WWF: **WWF**
ERSAF: **ERSAF**
Regione Lombardia: **Regione Lombardia**

Con il contributo dello strumento Life della Commissione Europea. Sostegno da

Fondazione CARIPLO

LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020. La strategia integrata per la Natura 2000 in Lombardia

12