

SOSTENIBILITA'

LAURA VANNUCCI



SOSTENIBILITA': COS'È

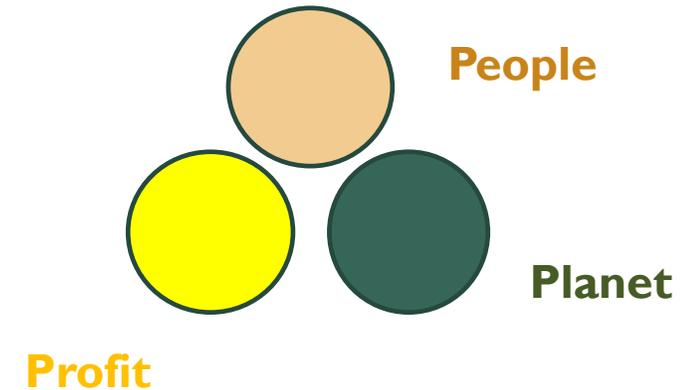
- Capacità di essere sopportato, dal punto di vista ambientale e sociale
- Sviluppo in grado di assicurare il soddisfacimento dei bisogni della generazione presente, senza compromettere la possibilità delle generazioni future di realizzare i propri (Rapporto Bundtland 1987 «Our common future»)



SOSTENIBILITA': COSA RIGUARDA

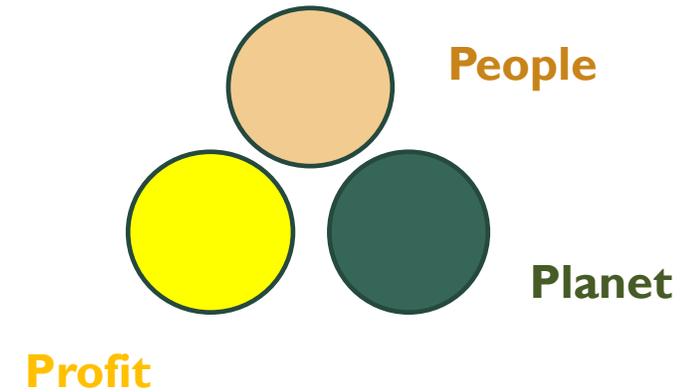
Tre ambiti della sostenibilità:

- Sociale: diritti umani, qualità della vita, salute
- Ambientale: disponibilità e qualità delle risorse naturali
- Economico: efficienza economica e reddito



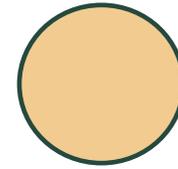
SOSTENIBILITA': COSA RIGUARDA

Triple Bottomline,
Elkington « è un progresso se un cannibale usa la forchetta?»,
dal libro «Cannibals with forks»



PERCHE':VIOLAZIONI

- Nel mondo ci sono 250 mln di bambini tra 5 e 14 anni che lavorano
- In Italia ci sono 250mila bambini che lavorano
- Nuove forme di schiavitù
- Discriminazione di razza, di genere, d'età, ...



People

PERCHE': IL CONSUMATORE OGGI

- Secondo indagine McKinsey :

65% acquista articoli più durevoli

71% disposto a tenere più a lungo quello che ha

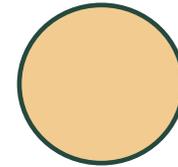
57% disposto a riparare

75% considera un marchio affidabile un importante fattore di acquisto

ma i giovani sono disposti a provare marchi meno noti

Nielsen : 52% dei consumatori disposto a spendere di più se il brand adotta pratiche di sostenibilità

- La pandemia ha aumentato l'attenzione alle risorse ed alla sostenibilità

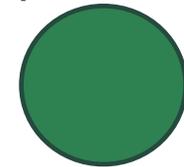


People



PERCHE': INQUINAMENTO

- Nel mondo 9 mln di morti premature all'anno legate all'inquinamento di aria, acqua, suolo
- 10 mld di tonnellate/anno di materie prime consumate, quadruplicati dal 1970, mentre la popolazione è raddoppiata
- 80% dei consumi di energia da fonte non rinnovabile
- Nel settore moda: consumiamo circa 13 kg di fibre tessili per abitante



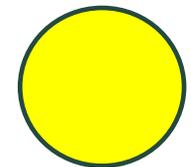
Planet



PERCHE': UN'ECONOMIA EVOLUTA



- L'Europa punta sullo sviluppo sostenibile: ha un ruolo dominante nell'attuazione dei 17 GOALS dell'ONU
- Per le aziende europee la guerra sui prezzi sarebbe persa in partenza!



Profit



PERCHE': IL MERCATO



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



I MESSAGGI AL MERCATO

- <https://www.campaignlive.co.uk/article/levis-buy-better-wear-longer-akqa/1713231>



ECONOMIA CIRCOLARE

Il concetto di rifiuto non esiste in natura



ECONOMIA CIRCOLARE

Evoluzione del concetto:

- Dalla culla alla tomba
- Dalla culla alla culla (2002), secondo il principio delle 3R: riuso, riduzione, riciclo. Si va contro il concetto di «oggetti nati per essere gettati via» , perché il «VIA» non esiste
- Si sposta l'attenzione dalla produttività umana alla produttività di risorse
- Prodotto come servizio: invece della vendita, così che il fabbricante sia interessato a produrre beni di lunga durata



ECONOMIA CIRCOLARE

L'uomo impara ad imitare la natura (Biomimesi), es. superfici autopulenti ispirate alle foglie di loto

