

Focus Valore Italia

La ricerca

Innovazione e sostenibilità, il rebus nasce un indice sulla responsabilità

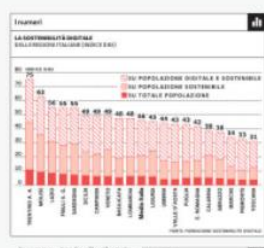


AMBROSIO
Sono numerose le incognite tra cittadini, imprese, pubblica amministrazione e governi. E così viene misurato il grado di comprensione solo uno su cinque è pronto

L'innovazione e la sostenibilità sono concetti sempre più usati... Sono numerose le incognite tra cittadini, imprese, pubblica amministrazione e governi. E così viene misurato il grado di comprensione solo uno su cinque è pronto

La ricerca ha dimostrato che il concetto di sostenibilità è sempre più diffuso... Sono numerose le incognite tra cittadini, imprese, pubblica amministrazione e governi. E così viene misurato il grado di comprensione solo uno su cinque è pronto

La ricerca ha dimostrato che il concetto di sostenibilità è sempre più diffuso... Sono numerose le incognite tra cittadini, imprese, pubblica amministrazione e governi. E così viene misurato il grado di comprensione solo uno su cinque è pronto



Il grafico mostra che il 90% della popolazione digitale è consapevole... Sono numerose le incognite tra cittadini, imprese, pubblica amministrazione e governi. E così viene misurato il grado di comprensione solo uno su cinque è pronto

La ricerca ha dimostrato che il concetto di sostenibilità è sempre più diffuso... Sono numerose le incognite tra cittadini, imprese, pubblica amministrazione e governi. E così viene misurato il grado di comprensione solo uno su cinque è pronto

La ricerca ha dimostrato che il concetto di sostenibilità è sempre più diffuso... Sono numerose le incognite tra cittadini, imprese, pubblica amministrazione e governi. E così viene misurato il grado di comprensione solo uno su cinque è pronto

La ricerca ha dimostrato che il concetto di sostenibilità è sempre più diffuso... Sono numerose le incognite tra cittadini, imprese, pubblica amministrazione e governi. E così viene misurato il grado di comprensione solo uno su cinque è pronto

La ricerca ha dimostrato che il concetto di sostenibilità è sempre più diffuso... Sono numerose le incognite tra cittadini, imprese, pubblica amministrazione e governi. E così viene misurato il grado di comprensione solo uno su cinque è pronto

La multinazionale

Il benessere consapevole priorità di Philip Morris

Il gruppo sta investendo per sviluppare e promuovere alternative che siano meno dannose per la salute. 'La scienza e i fatti tracciano la strada'

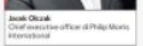
La sostenibilità e la performance aziendale sono fattori sempre più importanti... Sono numerose le incognite tra cittadini, imprese, pubblica amministrazione e governi. E così viene misurato il grado di comprensione solo uno su cinque è pronto

La ricerca ha dimostrato che il concetto di sostenibilità è sempre più diffuso... Sono numerose le incognite tra cittadini, imprese, pubblica amministrazione e governi. E così viene misurato il grado di comprensione solo uno su cinque è pronto

La ricerca ha dimostrato che il concetto di sostenibilità è sempre più diffuso... Sono numerose le incognite tra cittadini, imprese, pubblica amministrazione e governi. E così viene misurato il grado di comprensione solo uno su cinque è pronto

La ricerca ha dimostrato che il concetto di sostenibilità è sempre più diffuso... Sono numerose le incognite tra cittadini, imprese, pubblica amministrazione e governi. E così viene misurato il grado di comprensione solo uno su cinque è pronto

La ricerca ha dimostrato che il concetto di sostenibilità è sempre più diffuso... Sono numerose le incognite tra cittadini, imprese, pubblica amministrazione e governi. E così viene misurato il grado di comprensione solo uno su cinque è pronto



Jack Okun, Chief executive officer di Philip Morris International

**ANDREA FROLLÀ**

Sono numerose le incognite tra cittadini, imprese, pubblica amministrazione e governi. E così viene misurato il grado di comprensione: solo uno su cinque è pronto

**L'**innovazione e la sostenibilità sono concetti ormai così intrecciati tra loro che discutere del primo senza prendere in considerazione il secondo, e viceversa, ha sempre meno senso. Se da un lato lo scoppio della pandemia ha acceso i riflettori e favorito un'accelerazione su entrambi i fronti tra cittadini, imprese, PA e governi, dall'altro ha generato una popolarità improvvisa che si è spesso scontrata con l'assenza di un dibattito profondo, maturo ed equilibrato. Una carenza che stona con la complessità delle sfide poste dalla sostenibilità digitale, o innovazione sostenibile che dir si voglia. E che ancora oggi rischia di generare confusione attorno a due pilastri strategici del nostro futuro.

«Oggi si parla molto sia di innovazione che di sostenibilità ma, come diceva Mao Zedong, "grande è la confusione sotto il cielo" – osserva Stefano Epifani, presidente della Fondazione per la sostenibilità digitale e docente di Sostenibilità digitale dell'Università di Pavia – La situazione è infatti tutt'altro che eccellente e il rischio è che senza la necessaria chiarezza questi due termini diventino buzzword svuotate di significato. Oggi

tutti si dicono sostenibili, ma pochi sanno davvero cosa voglia dire». Per tentare di mettere un po' d'ordine e fare chiarezza in questo scenario confuso la fondazione ha elaborato il Digital Sustainability Index (DISI), un indice che misura il livello di consapevolezza degli utenti nell'uso delle tecnologie digitali quali strumenti di sostenibilità analizzando tre dimensioni: il livello di digitalizzazione, inteso come rapporto tra la propria competenza percepita e quella desumibile da fattori oggettivi; il livello di sostenibilità, inteso come il rapporto tra consapevolezza sul tema nelle sue dimensioni ambientale, economica e sociale ed i conseguenti atteggiamenti e comportamenti; e il livello di sostenibilità digitale, inteso come la propensione dell'individuo ad utilizzare consapevolmente le tecnologie digitali come strumenti a supporto della sostenibilità.

I risultati dello studio segnalano uno scarto non indifferente tra la grande enfasi sulla sostenibilità digitale e lo stato dell'arte effettivo. Appena un quarto degli italiani (26%) si colloca infatti nella categoria più "matura", quella dei sostenibili digitali: sono in prevalenza uomini di età dai 18 ai 44 anni (55%

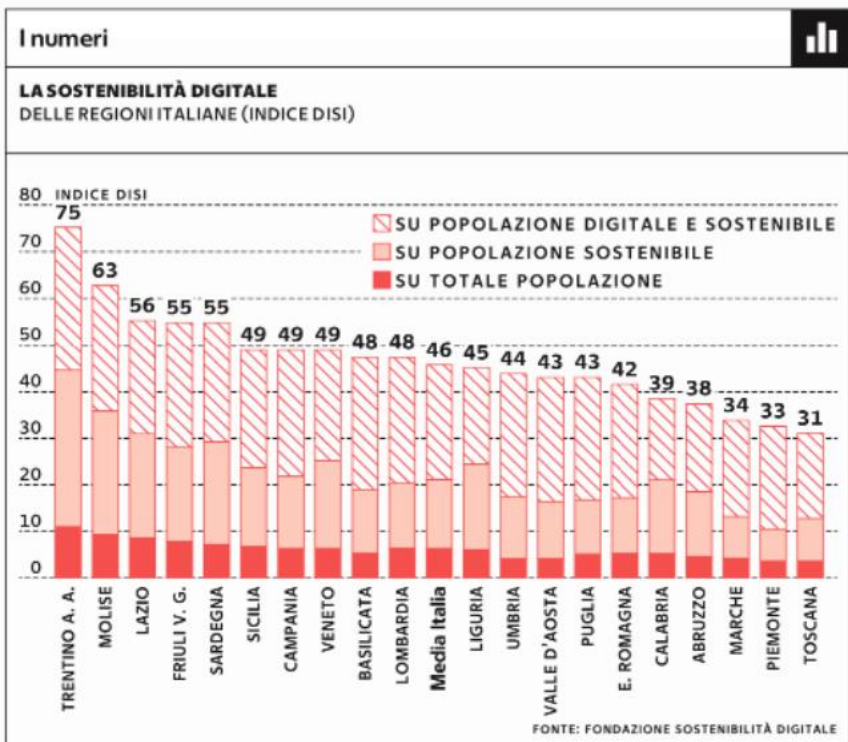
**L'opinione**

**Servono competenze nuove. La vera sfida è ripensare il proprio business in questa chiave e per coglierla servono visione, capacità e investimenti**

**STEFANO EPIFANI**  
PRESIDENTE DELLA FONDAZIONE

del cluster), laureati con un reddito superiore ai 30 mila euro e vivono per lo più in grandi centri urbani del Nord Est e del Centro. Un altro quarto (25%) si posiziona nella categoria degli insostenibili digitali, quella che vanta un buon livello di digitalizzazione ma uno scarso grado di sostenibilità. Ci sono poi i cosiddetti sostenibili analogici (18% degli italiani), attenti alla sostenibilità ma poco maturi dal punto di vista digitale. E infine c'è la categoria più nutrita degli insostenibili analogici (31%), ossia coloro che scontano i peggiori punteggi su entrambi i fronti. «Un quarto è davvero troppo poco per parlare davvero di sostenibilità. Se poi guardiamo ai comportamenti la situazione peggiora ulteriormente – sottolinea Epifani – Le persone che si dichiarano "sostenibili" e hanno comportamenti conseguenti sono una netta minoranza. Ad esempio, il 73% dei nostri concittadini non è disponibile a spendere di più per servizi sostenibili. Va ancor peggio se analizziamo capacità degli italiani di usare il digitale in chiave di sostenibilità: al di là di ciò che dichiara, il 56% degli italiani ha convinzioni e comportamenti "insostenibili" e il 49% è sostanzialmente "analogico"».

**Sostenibilità:** i risultati dello studio segnalano uno scarto tra l'enfasi e lo stato dell'arte



Insomma, stando alle rilevazioni del DISI sembra proprio che il racconto stia decisamente superando la realtà. Ma dov'è allora che si nasconde il collo di bottiglia che impedisce all'innovazione e alla sostenibilità di dialogare sul campo? «Tutti pensano che sia un problema di qualcun altro e la maggior parte degli italiani ritiene che sia principalmente una responsabilità delle istituzioni. Solo un italiano su cinque pensa che la responsabilità sia dei cittadini. Eppure, dobbiamo capire che tutti devono fare la propria parte. Le istituzioni con azioni che premiano i comportamenti sostenibili di cittadini ed imprese. I cittadini cambiando davvero i loro comportamenti, se si vuole andare davvero verso una sostenibilità che non sia solo di facciata. E le imprese con uno sforzo deciso verso soluzioni che rispettino davvero la sostenibilità ambientale, economica e sociale». Su quest'ultimo fronte, sostiene Epifani, qualcosa è stato fatto ma ancora tanto si può e si deve fare: «Eliminato lo strato di greenwashing, sono poche le aziende che stanno davvero cambiando il proprio modello di business per sviluppare processi e percorsi orientati all'innovazione sostenibile. I dati preliminari di una ricerca sui c-level italiani che rilasceremo tra tre mesi evidenziano nettamente come il management percepisca prevalentemente, se non esclusivamente, la questione ambientale. Ma non può esserci sostenibilità ambientale senza obiettivi economici e sociali».

La priorità, conclude Epifani, è la formazione, a tutti i livelli. «Comprendere cosa sia davvero la sostenibilità, mettere a fuoco le connessioni tra sostenibilità e business model, e ancora capire come l'innovazione possa aiutare. Per far tutto ciò servono competenze nuove. La vera sfida è ripensare il proprio business in chiave di sostenibilità e per coglierla servono visione e competenze. Oltre che, naturalmente, investimenti».



**LE SCELTE DEGLI ITALIANI**

Quali sono le azioni che gli italiani sono disposti a introdurre nella propria routine per favorire un minor consumo di energia e salvaguardare il Pianeta? Sono questi gli interrogativi che dominano l'ultimo studio Ipsos dedicato ai comportamenti sostenibili del nostro Paese. In Italia la percentuale di cittadini convinta che la transizione sostenibile debba passare dalle singole azioni di ciascuno si attesta al 71%, in linea con la media di altri grandi Paesi (70%). Tuttavia, una buona quota di responsabilità è attribuita ai governi (68%) e alle aziende (66%). Le nuove buone abitudini che coinvolgono in percentuale maggiore gli italiani comprendono diversi ambiti d'azione: si va dalla scelta di prodotti da acquistare all'utilizzo di mezzi di mobilità sostenibile al riciclo e un'attenzione crescente per il dispendio energetico e lo spreco d'acqua. Ultime le consuetudini alimentari. Ad esempio, in tema di mobilità il 55% degli italiani intervistati dichiara di preferire la bicicletta e andare a piedi rispetto all'utilizzo della macchina. Non è da meno il fronte dell'energia: il 61% si dice attento ai consumi di casa.

