

Green business: ecco i 5 maggiori vantaggi della sostenibilità in azienda

Sono sicuramente più di uno i motivi per i quali un numero sempre maggiore di aziende sta riconsiderando in chiave “green” le proprie strategie. Per questo il sito GreenBiz.it ha pensato di presentare a chi come voi sta pianificando di entrare nel mondo della green economy, o vi è già entrato, i cinque principali vantaggi che questa scelta potrà apportare alla vostra azienda. Naturalmente il tutto supportato da evidenze derivanti dalle principali ricerche di mercato sul settore. Seguiteci.

1) Incremento del valore della marca e sviluppo di vantaggi competitivi

Il NMI (Natural Marketing Institute), primario istituto di ricerca USA, specializzato nei settori della salute e del benessere e nell'analisi delle tendenze green in tutte le industrie, afferma che sta crescendo costantemente dal 2002 ad oggi il numero dei consumatori attenti alla sostenibilità. Questi ultimi, secondo il NMI, propendono per l'acquisto di prodotti realizzati da aziende consapevoli del loro impatto ambientale e che stanno seriamente lavorando per ridurlo. In più studi sociologici affermano che nel corso degli ultimi 40 anni si sta sviluppando una nuova tendenza culturale e sociale rappresentata dal gruppo dei “Cultural Creatives”. Questi individui, stimati dall'NMI come pari a 68 milioni in USA e circa 100 milioni in Europa sarebbero forieri di un cambiamento sociale orientato verso un'economia più etica, uno stile di vita più sano e naturale, una più elevata consapevolezza individuale e collettiva che si evidenzia anche nelle loro scelte di acquisto quotidiano. Secondo il BBMG Conscious Consumer Report, inoltre, circa 9 americani su 10 acquistano più volentieri (a parità di prezzo e qualità)

prodotti realizzati attraverso un utilizzo efficiente dell'energia (90%), sono attenti alla salute ed alla sicurezza dei loro acquisti (88%), supportano le aziende che intraprendono azioni di fair trade e di sostenibilità sociale (87%), definendosi così "consumatori consapevoli" (conscious consumer).

2) Aumento della produttività e riduzione dei costi

Attraverso lo sviluppo di strategie e pratiche sostenibili aumenta l'efficienza delle attività e dei processi aziendali, tutte le risorse vengono utilizzate in maniera più razionale, si riducono gli sprechi e quindi i costi. Nel 2011 KPMG, in collaborazione con l'Economist, ha realizzato un'indagine definita "The corporate sustainability: a progress report". In essa vengono riportati i principali benefici che sono derivati ad alcune maggiori aziende USA dall'applicazione di pratiche di sostenibilità. Secondo i responsabili aziendali nel 34% dei casi tali strategie hanno permesso alla propria azienda di ridurre i costi. Anche una recente ricerca di mercato compiuta dalla Buck Consultant, relativa ad un campione di 100 imprese americane di varie dimensioni ed operanti in diversi settori, conferma la crescente presenza di programmi verdi che vengono intrapresi soprattutto alla ricerca di vantaggi economici e riduzioni di costi. La motivazione fortemente "cost saving" allo sviluppo di pratiche sostenibili viene confermata dal fatto che il 60% del campione afferma di aver ottenuto dei risparmi di costo fino al 39% relativamente all'uso dei principali input energetici e di risorse naturali come l'acqua.

3) Miglioramento delle opportunità finanziarie

Gli analisti finanziari riconoscono come un'importante criterio di valutazione delle aziende, la loro propensione a sviluppare piani di sostenibilità, in particolare per quanto riguarda la loro efficienza energetica e la riduzione dell'impatto ambientale. Degno di nota è il recente rapporto "Global 500 Report 2011", realizzato per il Carbon Disclosure Project (CDP) dalla PricewaterhouseCoopers Advisory. Il report Global 500 del CDP si basa sulle risposte ad un questionario

inviato alle maggiori aziende del mondo. Uno dei principali risultati dell'edizione 2011 afferma l'esistenza di una correlazione positiva tra performance ambientali e risultati finanziari. Le aziende più impegnate sul fronte ecologico hanno premiato gli investitori con un rendimento due volte superiore rispetto alla media nel periodo 2005-2011.

4) Minimizzazione dei rischi

Secondo Ernst & Young tra i principali 10 rischi per le aziende riportati nel suo report "Business Risk for Business" ci sono il mancato adeguamento a leggi e regolamenti riguardanti l'ambiente ed il rischio legato all'utilizzo delle fonti fossili la cui disponibilità è destinata a decrescere, ed i costi quindi ad aumentare, nel corso del prossimo decennio. Le aziende quindi potranno fronteggiare e non trovarsi sprovviste di fronte a tali possibili situazioni di difficoltà solo se prenderanno coscienza con anticipo della necessità di sviluppare politiche rivolte all'utilizzo di fonti energetiche sostenibili ed alla riduzione delle proprie emissioni di carbonio.

5) Attrazione e mantenimento delle risorse umane

Le aziende proattive nei confronti delle problematiche ambientali sono quelle che attraggono maggiormente risorse umane più motivate e che rimangono fedeli nel tempo. La prima ricerca sul tema della gestione sostenibile delle risorse umane nelle aziende italiane, realizzata dal CSR manager network Italia, l'associazione che riunisce i responsabili delle politiche ambientali e sociali delle maggiori imprese italiane segnala un forte allineamento tra CSR Manager (87,5%) e HR manager (80,5%) che giudicano la CSR come elemento strategico essenziale per lo sviluppo di lungo periodo della competitività aziendale. Secondo quanto riportato nel documento: "L'assunzione della responsabilità sociale quale leva strategica per le imprese può migliorare le condizioni di salute e sicurezza dei lavoratori, fare delle aziende dei luoghi più attenti al benessere dei propri collaboratori anche al di fuori del contesto lavorativo, accrescere produttività e motivazione delle persone, ed in prospettiva, essere un

elemento di attrazione dei talenti sul mercato del lavoro".