

Progetto di JA Italia e Fondazione CDP

SFIDA: La promozione di pratiche sostenibili ed innovative nella propria comunità a contrasto del cambiamento climatico attraverso il digitale.

SCENARIO

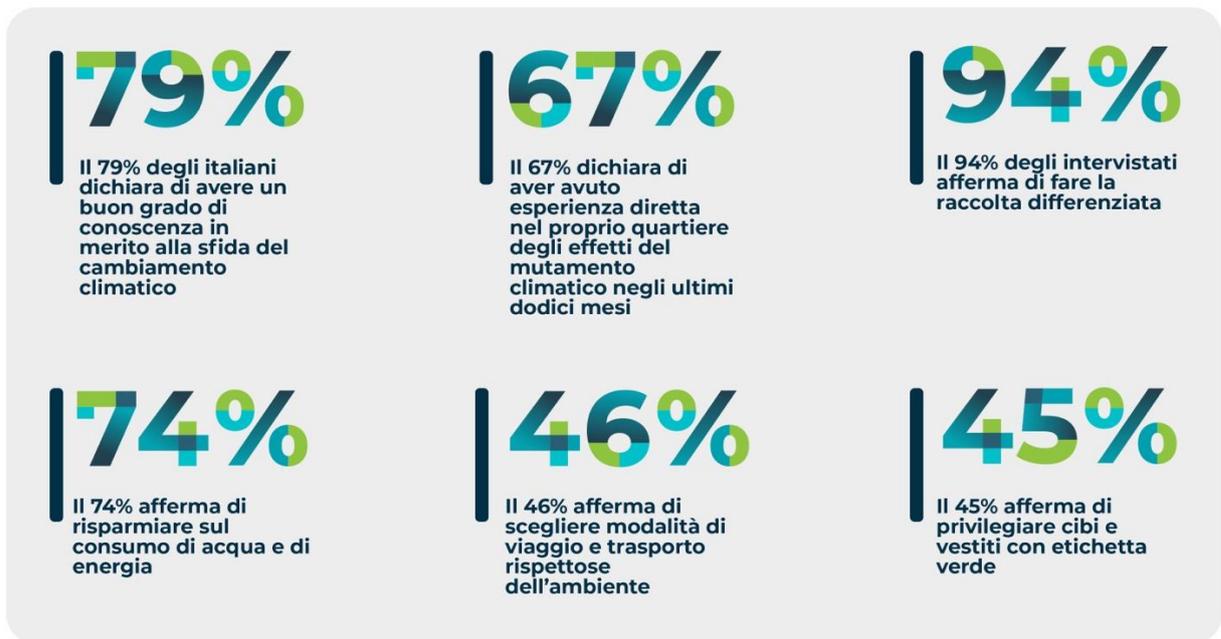
La sostenibilità è un concetto che si riferisce alla capacità di un sistema di persistere nel tempo mantenendo le sue funzioni vitali e le sue risorse naturali. Nel contesto ambientale, la sostenibilità significa gestire le risorse naturali in modo tale da garantirne la disponibilità per le generazioni future e preservare l'equilibrio ecologico del pianeta. La sostenibilità riguarda anche il benessere sociale e economico, e si basa sulla necessità di garantire un equilibrio tra le esigenze attuali e future delle società umane e del mondo naturale. In sintesi, la sostenibilità è un modello di sviluppo che mira a garantire un futuro prospero per tutti, mantenendo le risorse naturali e proteggendo l'ambiente.

Il cambiamento climatico è un problema globale che richiede l'impegno di tutti per essere affrontato efficacemente. Nelle comunità locali, ognuno di noi può fare la differenza promuovendo pratiche innovative e coinvolgenti di comportamenti sostenibili che riducano l'impatto negativo sul clima.

Queste pratiche possono includere:

- **Uso di mezzi di trasporto sostenibili:** incoraggiare l'uso di mezzi di trasporto sostenibili come biciclette, mezzi pubblici e auto elettriche, anziché l'uso di automobili a benzina.
- **Riduzione dei rifiuti:** sensibilizzare la comunità sull'importanza della riduzione dei rifiuti e promuovere l'utilizzo di pratiche sostenibili come il riciclo, il compostaggio e la riduzione dell'utilizzo di materiali usa e getta.
- **Uso di energie rinnovabili:** promuovere l'installazione di fonti di energia rinnovabile come pannelli solari, eoliche, e altre fonti di energia sostenibile nella comunità.
- **Alimentazione sostenibile:** promuovere un'alimentazione sostenibile e la riduzione dell'utilizzo di carne, e l'aumento dell'utilizzo di alimenti locali e di stagione.
- **Produzione e uso di prodotti sostenibili, locali e biologici:** sensibilizzare la comunità sull'importanza dell'utilizzo di prodotti sostenibili e promuovere l'acquisto di prodotti a base vegetale, prodotti riciclati e prodotti a basso impatto ambientale.

La percezione sul cambiamento climatico in Italia



Per individuare la strategia migliore in grado di stimolare l'adozione di stili di vita sostenibili e rispettosi dell'ambiente cogliendo le priorità, le percezioni e gli interessi della propria comunità è utile conoscere, a livello generale, cosa pensano i nostri concittadini in merito al cambiamento climatico.

Gli italiani, infatti, al contrario di quanto si potrebbe pensare, sono i più preoccupati in Europa per le conseguenze che l'effetto serra può produrre sulle generazioni future. Lo rivela il report dal titolo *"Gli italiani e il mutamento climatico: un barometro eco-sociale"*, scritto dal prof. Ferrera, ordinario di Scienza politica all'Università Statale di Milano¹.

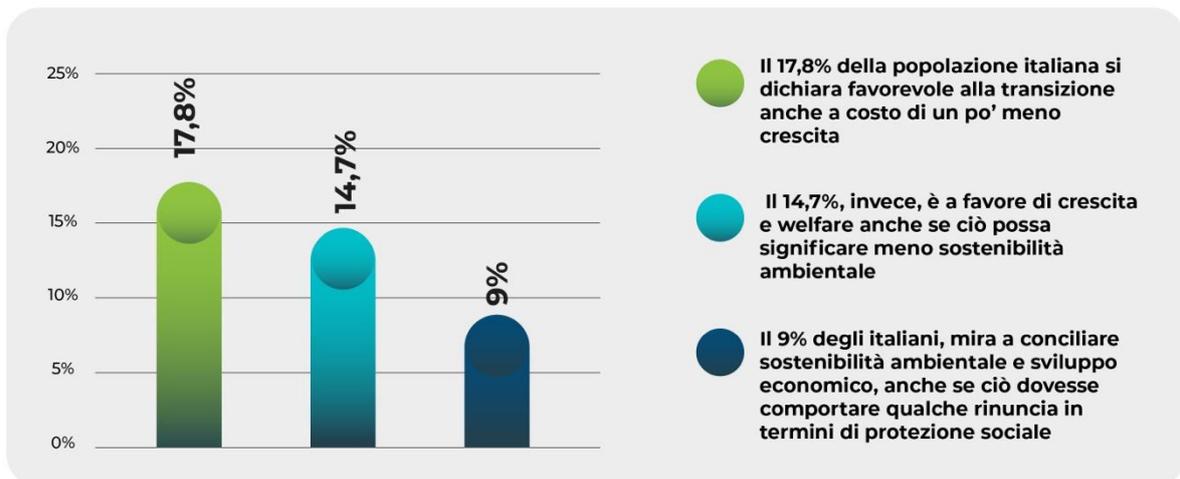
Il **79%** dei nostri connazionali dichiara di avere un buon grado di conoscenza in merito alla sfida del cambiamento climatico e il **67%** di aver avuto esperienza diretta nel proprio quartiere degli effetti del mutamento climatico negli ultimi dodici mesi.

Il **94%** degli intervistati afferma di fare la raccolta differenziata, il **74%** di risparmiare sul consumo di acqua e di energia, il **46%** di scegliere modalità di viaggio e trasporto rispettose dell'ambiente e il **45%** di privilegiare cibi e vestiti con etichetta verde. A far paura sono, soprattutto, la questione energetica (**97%**) e i suoi possibili effetti sulla sicurezza occupazionale ed economica delle famiglie (**67%**).

¹ <https://www.fondazionelottomatica.it/wp-content/uploads/2023/07/Gli-italiani-e-il-mutamento-climatico-un-barometro-eco-sociale.pdf>

Ma cosa sono disposti a fare gli italiani per contrastare il cambiamento climatico?

Da un lato, si aspettano che lo stato intervenga per aiutare le famiglie a sostenere i costi, in particolare dell'efficientamento energetico degli edifici, dall'altro, si dicono disponibili, in buona parte, ad accettare regolamentazioni che introducano una serie di limiti e restrizioni in tal senso. Il **17,8%** della popolazione italiana si dichiara favorevole alla transizione anche a costo di un po' meno crescita, basta che non si tocchi il welfare. Il **14,7%**, invece, è a favore di crescita e welfare anche se ciò possa significare meno sostenibilità ambientale. La terza via, quella meno preferita, che raccoglie i consensi solo del **9%** degli italiani, mira a conciliare sostenibilità ambientale e sviluppo economico, anche se ciò dovesse comportare qualche rinuncia in termini di protezione sociale. I ceti più vulnerabili si sentono più minacciati dalla transizione verde e sono molto preoccupati delle possibili riduzioni che investire nella lotta al cambiamento climatico potrebbe apportare a crescita, lavoro e reddito. Al contrario, chi è meno spaventato e più a favore della transizione verde mostra maggiore disponibilità a ridurre il vecchio welfare.



Da questo quadro emergono alcune tendenze significative; **la consapevolezza e la percezione del rischio ambientale** sono ormai consolidate ma il fattore economico resta un elemento chiave nelle scelte dei cittadini.

Quando pensiamo a strategie di coinvolgimento e mobilitazione, anche a livello locale, dobbiamo quindi partire da questi dati per ragionare su possibili spinte motivazionali che possano avere seguito ed efficacia nella nostra comunità di riferimento.

L'approccio "Triple P: People, Planet, Profit"



L'approccio **Triple P**, o "**Triple Bottom Line**", è un nuovo modello concettuale che valuta la performance e il successo di un'organizzazione non solo sulla base di parametri finanziari connessi al fatturato e agli utili, ma considerando tre dimensioni fondamentali, intrinsecamente interconnesse.

Le tre dimensioni sono:

1. **People (Persone)**: si riferisce all'impatto sociale dell'organizzazione analizzando parametri quali il benessere dei dipendenti, la responsabilità sociale d'impresa (CSR), il coinvolgimento della comunità e l'impatto sociale positivo delle attività aziendali. L'obiettivo è migliorare la qualità della vita delle persone e delle comunità coinvolte.
2. **Planet (Pianeta)**: riguarda l'impatto ambientale dell'organizzazione. Include considerazioni come la gestione sostenibile delle risorse, la riduzione delle emissioni di gas serra, la conservazione della biodiversità e la promozione di pratiche sostenibili per ridurre l'inquinamento e il degrado ambientale. L'obiettivo è contribuire alla tutela del pianeta.
3. **Profit (Profitto)**: è l'aspetto più tradizionalmente associato alla performance economica di un'organizzazione. Si riferisce alla capacità dell'organizzazione di generare profitti e valore economico.

Nell'approccio Triple P, quindi, il profitto è considerato insieme alle dimensioni "**People**" e "**Planet**" in modo da garantire che la redditività sia ottenuta in modo etico, sostenibile e responsabile e riconoscendo che il successo aziendale non dovrebbe essere misurato solo in termini di guadagni monetari, ma dovrebbe anche tener conto del benessere delle persone

e della salute del pianeta. In questo modo, si cerca di bilanciare gli obiettivi economici con quelli sociali ed ambientali al fine di promuovere uno sviluppo più sostenibile e responsabile.

Legare il concetto di sostenibilità ambientale ad aspetti economici e sociali, inoltre, costituisce un valore aggiunto anche nella creazione di nuove opportunità professionali e commerciali, oltre a comportare benefici tangibili per le aziende.

Ad esempio, il perseguimento della sostenibilità economica favorisce processi di efficientamento delle risorse, riducendo l'uso di risorse naturali e migliorando l'efficienza energetica. In tal modo le aziende possono ridurre i costi operativi e aumentare la redditività a lungo termine.

Anche dal punto di vista dell'innovazione, investire in tecnologie e processi sostenibili può creare nuove opportunità di business, ad esempio sviluppando prodotti ecologici o fornendo servizi legati all'ambiente che consentono di accedere a nuovi mercati caratterizzati da un'elevata sensibilità di consumatori e aziende all'approvvigionamento sostenibile.

Inoltre, le aziende che integrano pratiche sostenibili sono meno vulnerabili a cambiamenti normativi, sanzioni e oscillazioni dei prezzi delle materie prime, riducendo così l'impatto dei rischi finanziari.

Un'azienda che sceglie di puntare sulla sostenibilità sociale, adottando strategie di responsabilità sociale d'impresa (CSR) e impegnandosi a migliorare la vita delle comunità locali in cui opera, ad esempio sostenendo progetti di sviluppo sociale ed educativo, riducendo l'inquinamento atmosferico e offrendo posti di lavoro locali, riesce sensibilmente a migliorare la propria reputazione e, di conseguenza, ad aumentare il suo vantaggio competitivo, costruendo relazioni solide con i propri stakeholder (clienti, dipendenti, investitori e comunità).

Anche per quanto riguarda la creazione di nuove professioni, l'attenzione crescente alla sostenibilità ha creato nuove opportunità professionali in settori come la consulenza sostenibile, l'ingegneria ambientale, la gestione delle risorse sostenibili, il green marketing e la finanza etica. Le competenze legate alla sostenibilità sono sempre più richieste nelle organizzazioni, e chi possiede tali competenze può contribuire significativamente al successo dell'azienda.

In conclusione, il tema della sostenibilità ambientale è cruciale per il benessere economico e sociale a lungo termine. Le organizzazioni che comprendono e integrano la sostenibilità in tutte le loro attività possono creare valore, crescere in modo sostenibile e sfruttare nuove opportunità economiche e professionali.

Oggi più che mai, infatti, perseguire un modello di sviluppo sostenibile che riesca a soddisfare le esigenze delle generazioni presenti senza compromettere l'ambiente, la coesione sociale e il futuro delle prossime generazioni è un atto di responsabilità necessario e fondamentale.

Le opportunità del digitale

In questo senso, il digitale può svolgere un ruolo cruciale nel diffondere buone pratiche di sostenibilità ambientale, in diversi modi:

- **Accesso facilitato alle informazioni:** il web offre un accesso rapido e diffuso a informazioni dettagliate sulla sostenibilità ambientale. Le persone possono accedere a dati, report, studi di caso e guide pratiche per comprendere meglio le sfide ambientali e le soluzioni disponibili.
- **Comunicazione e sensibilizzazione:** Le piattaforme digitali, come i social media, consentono a individui, organizzazioni e governi di sensibilizzare il pubblico sulla sostenibilità ambientale. Si possono condividere notizie, fatti e storie per aumentare la consapevolezza e l'interesse.
- **Condivisione di buone pratiche:** Le aziende e le organizzazioni possono utilizzare il digitale per condividere le loro esperienze e le migliori pratiche di sostenibilità. Questo può ispirare altri a seguire il loro esempio e adottare misure simili.
- **Monitoraggio e tracciabilità:** La tecnologia digitale, come l'Internet delle cose (IoT), può essere utilizzata per monitorare e tracciare l'uso delle risorse e le emissioni. Questi dati possono essere condivisi in tempo reale o periodicamente per promuovere la responsabilità e la trasparenza.
- **Piattaforme di collaborazione:** Le piattaforme digitali consentono la collaborazione tra organizzazioni, governi e individui interessati alla sostenibilità. Queste collaborazioni possono portare a iniziative congiunte per affrontare le sfide ambientali.

- **Educazione e formazione online:** La formazione digitale può essere utilizzata per educare le persone sulle pratiche sostenibili. Corsi online, webinar e materiale didattico interattivo sono facilmente accessibili a un pubblico globale.
- **Applicazioni per la sostenibilità:** Ci sono numerose app e piattaforme digitali progettate per aiutare le persone a ridurre il loro impatto ambientale quotidiano. Queste app forniscono suggerimenti, monitorano le abitudini e forniscono feedback per incoraggiare comportamenti più sostenibili.
- **Mercati online per prodotti sostenibili:** Le piattaforme di e-commerce offrono un modo conveniente per acquistare prodotti sostenibili e biologici. Questi mercati online consentono ai consumatori di fare scelte più informate quando acquistano beni di consumo.
- **Crowdsourcing e partecipazione pubblica:** Il digitale può essere utilizzato per coinvolgere il pubblico nella raccolta di idee e soluzioni per affrontare i problemi ambientali. Le iniziative di crowdsourcing possono portare a nuove idee e approcci innovativi.

In conclusione, quindi, lavorare insieme come comunità per promuovere pratiche sostenibili può avere un impatto significativo sulla salute del nostro pianeta. Siamo tutti responsabili di fare la nostra parte per proteggere il futuro del nostro mondo e il vostro ruolo come attivatori di pratiche sostenibili ed innovative a contrasto del cambiamento climatico nelle vostre comunità, è determinante.

Solo attraverso la consapevolezza e la comprensione del problema si può agire concretamente per contrastare il cambiamento climatico.

SFIDA

Immaginate un prodotto, un'iniziativa o un servizio innovativo che incentivi, attraverso il vostro coinvolgimento diretto, la diffusione e promozione di modelli di sviluppo sostenibile nel vostro territorio.

Scopo della sfida è abilitare le vostre comunità di riferimento (concittadini, coetanei, esercenti, aziende, associazioni ed enti) a diventare promotori attivi dell'adozione e diffusione di comportamenti sostenibili finalizzati a risolvere aspetti particolarmente problematici e significativi nel vostro territorio (ad esempio: promozione del risparmio energetico, gestione responsabile dell'acqua, riciclo e riduzione dei rifiuti, ricorso a forme di mobilità e alimentazione sostenibile, scelta di prodotti ecofriendly, riduzione dell'uso della plastica) sfruttando al contempo le straordinarie potenzialità economiche, sociali e occupazionali derivanti dall'adesione a modelli di sviluppo sostenibili.

