

ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 24 - numero 5274 di Venerdì 11 novembre 2022

Per coltivare la sostenibilità serve un piano

Perseguire la sostenibilità necessita di un piano d'intervento chiaro e preciso, che indirizzi le scelte e arrivi a indurne di nuove, anticipando i problemi a cui dare risposte guidate dalla necessità di riscoprirsi sempre più sostenibili. Di C. Volpi.

Sostenibilità, una questione di consapevolezza

All'interno della propria azienda, il primo tassello da apporre a questo percorso verso il futuro è rappresentato dalla coscienza e conoscenza. **Essere consapevoli** delle opportunità offerte dalla sostenibilità ed essere pienamente consci della realtà in cui si proverà a perseguirle è fondamentale per **ottimizzare le risorse e muoversi fin da subito nella direzione più consona** alle possibilità della propria impresa.

Rivolgersi a realtà consolidate nello studio di fattibilità e applicazione della sostenibilità permette di mettere basi solide alla propria missione. Grazie al lavoro di **tecnici ed esperti** e all'ausilio di *tools* e *software* specialistici, è possibile **analizzare ogni singolo processo della propria catena produttiva**. Ed è proprio da qui che prende avvio la stesura del piano di sostenibilità.

Avere sottomano e chiaro lo stato di salute della propria azienda permette di **valutarne criticità e punti di forza e di impostare un piano d'azione realistico**. Si può iniziare col porre rimedio alle questioni più semplici, per poi allargare lo sguardo e prendere in considerazione problematiche a più ampio respiro.

Pubblicità

<#? QUI-PUBBLICITA-SCORM1-[EL0790] ?#>

Sostenibilità a grandezza d'impresa

La cosa importante e che deve guidare ogni scelta di questo viaggio è **avere sempre ben presente che cosa effettivamente è possibile chiedere alla propria azienda** in termini di investimenti e obiettivi. Insomma, fare il proverbiale passo più lungo della gamba, potrebbe costringere a correre rischi inutili e, soprattutto, facilmente evitabili.

Procedere per gradi e costanza si rivela la scelta più saggia. Sulla medesima linea, muove la necessità di **selezionare con cura il progetto da perseguire**. Ovviamente, nessuna azienda ha le possibilità, le capacità e le risorse per prendersi carico di tutti i **17 obiettivi di sviluppo sostenibile (Sustainable Development Goals, SDGs) dell' Agenda 2030**.

Ecco perché, prendere gli SDGs comunque come riferimento e **settare la bussola selezionando quelli più affini alla propria realtà** è un atto di coscienza necessario e basilare per consentire all'azienda di perseguire al meglio la sostenibilità che, è bene ricordarlo, deve essere impostato e ragionare sul medio-lungo periodo.

Quattro approcci di sviluppo sostenibile

Chiariti questi concetti, le aziende hanno la possibilità di mettere in atto **quattro diversi approcci allo sviluppo sostenibile**:

- approccio **tradizionale**, basato su una prospettiva di *risk management* che pone una forte attenzione ai problemi di *compliance* e alla licenza di operare e non è ritenuta un'opportunità di business;
- simile al tradizionale, l'approccio **comunicativo** pone una maggiore attenzione a iniziative pubbliche, per dimostrare di avere a cuore la sostenibilità;
- **opportunistico** è, invece, un approccio che spinge le aziende a cogliere le opportunità che possono presentarsi. Siano esse bandi di gara o particolari richieste del mercato, l'azienda si attiva in base alle necessità del mercato;
- infine, l'approccio **trasformativale** vede le aziende impostare interamente la propria strategia in base alle opportunità della sostenibilità, agendo in tutte le aree e includendo la sostenibilità tra i principi guida di ogni attività, modellando in pratica intorno a esse il proprio modo di fare e intendere il business.

Creare valore sociale e ambientale senza trascurare il business

Qualsivoglia sia l'obiettivo di riferimento, parlare di sostenibilità in azienda vuol dire lavorare alla **creazione di valore sociale e ambientale**, tenendo a ogni modo alta l'attenzione sull'aspetto economico, di business e di ritorno d'immagine. Perché, la sostenibilità è, e deve essere intesa, fin da subito come un'**opportunità di crescita** capace di restituire un guadagno tangibile e reputazionale alla propria attività.

Oltre a ridurre i costi e l'impatto sull'ambiente, infatti, ragionare in modo sostenibile permette di **attrarre investitori e fidelizzare partner e clienti**. In questo senso, coinvolgere gli stakeholder, collaborare con loro sulle tematiche sostenibili e conoscere alla perfezione la propria *supply chain* è un ulteriore passo per realizzare e perseguire la sostenibilità in modo accorto e sicuro.

Cristina Volpi

Corporate Communication Manager

Link:

[Sviluppo sostenibile | European Economic and Social Committee \(europa.eu\)](#)

[L'UE e le Nazioni Unite: obiettivi comuni per un futuro sostenibile | Commissione europea \(europa.eu\)](#)



Licenza Creative Commons

www.puntosicuro.it