



VISION

INNOVAZIONE E SVILUPPO

Green e Blue Economy

Paolo Ricotti

ALDAI Milano 21 Febbraio 2018

PLANET LIFE ECONOMY FOUNDATION (WWW.PLEF.ORG)

- Fondazione senza scopo di lucro e indipendente di uomini d'impresa nata per dare concretezza alla Sostenibilità nelle Imprese e nei Territori. Opera dal 2003.
- **Visione olistica e non solo ambientale e sociale della Sostenibilità** (Finanza, Distribuzione, Occupazione, Tecniche gestionali, Beni Culturali: tutto ciò che fa parte del Nuovo Mondo a basso impatto ambientale e alto benessere complessivo)
- **Opera sostanzialmente in Italia in tutti i territori. Sede in Milano.**
- **Membro costituente del Consiglio Nazionale della Green Economy (dal 2013)**
- **Membro costituente dell'Associazione ASVIS (dal 2016) – Obiettivi ONU 2030**
- **Attività:**
 - 1) Sviluppo di proprie metodologie e strumenti per la pianificazione strategica sostenibile e competitiva delle imprese e dei territori.
 - 2) PLEF Academy: alta formazione manageriale (imprese, P.A., giovani post-laurea).
 - 3) Incubatore di progetti propri e dei soci.
 - 4) Realizzazione di studi, check-up d'Impresa, territori, progetti e scuole.
 - 5) *Individuato modello economico sostenibile nella "Renasissance Economy"*

APPROCCIO AL TEMA DELL'ECONOMIA SOSTENIBILE

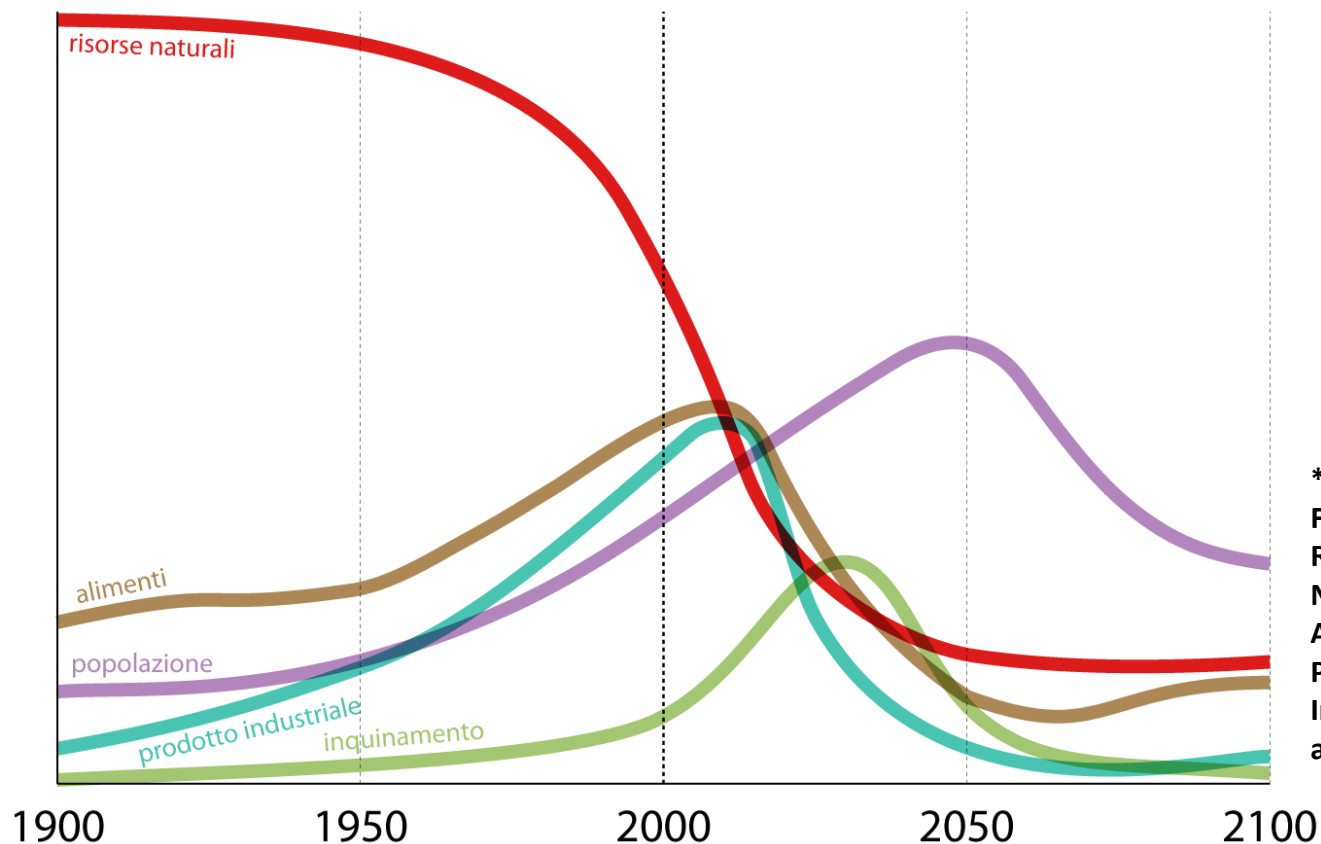
ARGOMENTI CRITICI PER L'IMPRESA ISOLATI E ADOTTATI NEL MODELLO PLEF

- Istituto per il Rinnovamento Urbano e Rurale del Canavese – I-RUR **Adriano Olivetti – 1954**
- I Limiti dello Sviluppo **(Club di Roma e MIT - 1972)**
- Commissione Brundtland: Sviluppo Sostenibile **(Daly - Tiezzi - 1987)**
- L'ecologia del commercio **(P. Hawken - 1993)**
- Capitalismo Naturale **(P. Hawken – A.Lovins - 1999)**
- C.S.R. Corporate Social Responsibility **(EU - 2001)**
- L'economia all'idrogeno **(J. Rifkin - 2002)**
- Cradle to Cradle **(W. McDonough – 2002)**
- L'impresa Civile. Una via Italiana all'economia di mercato **(L. Bruni -2009)**
- Sostenibilità e Green economy: Quarto settore **(Paolo Ricotti – 2010)**
- Blue Economy **(Gunter Pauli - 2010)**
- Conscious Capitalism **(John Mackey – 2013)**
- La riscossa delle PMI di territorio **(Paolo Ricotti – 2014)**
- Renaissance Economy **(Paolo Ricotti – 2016)**

L'ORIGINE DEL PROBLEMA

“DIAGRAMMA DEL COLLASSO”: PERCHE' OCCORRE CAMBIARE

Tutte le tendenze sono oggi confermate *



**System Dynamic Group
MIT - Club di Roma
I limiti dello sviluppo, 1972**

* Valutazione del Prof. Alberto di Fazio, membro originale del Club di Roma e scienziato anziano del National Institute of Astrophysics/Astronomical Observatory of Rome, Presidente del Global Dynamic Institute, scienziato permanentemente accreditato presso l'ONU (UNFCCC)

L'ECONOMIA SOSTENIBILE COME LEVA STRATEGICA PER LE IMPRESE

IL DILEMMA: COME TRAMUTARE LA TEORIA IN PRATICA

SOSTENIBILE **E** COMPATIBILE



Sostenibile¹ con i principi dello sviluppo sostenibile:

- Risorse scarse e rinnovabili
- Impatto ambientale
- Impatto società civile
- Soddisfazione dei bisogni delle popolazioni future

¹ Commissione "Brundtland" del 1987 per la definizione dello sviluppo sostenibile, adottata dalla UE nel 2001



Compatibile² con le esigenze del mercato:

- Creazione valore e ricchezza per l'Economia e l'Impresa (Profitto)
- Creazione di qualità di vita senza rinunce per il consumatore (Benessere)
- Coesione sociale, cooperazione e deleghe per le PA e il territorio (Consenso)
- Universalità e durabilità delle applicazioni

² Planet Life Economy Foundation 13 Giugno 2003

METODOLOGIE E APPROCCIO SISTEMICO PLEF AL DILEMMA

APPLICAZIONE CONSISTENTE DI DUE FILTRI DI BASE

- **SINTESI MANAGERIALE**
- **SELEZIONE DEI SOLI FATTORI E CONCETTI RILEVANTI, COMPRENSIBILI E APPLICABILI AL MERCATO REALE**

LE BASI SCIENTIFICHE DELLE LEGGI NATURALI: BIO-IMITAZIONE

PRINCIPI UNIVERSALI CHE ISPIRANO L'EVOLUZIONE DELL'UNIVERSO, DELLE SUE SPECIE VIVENTI, DELLE CIVILTÀ'

TUTTO CIO' CHE NON "PASSA" ATTRAVERSO QUESTI FILTRI NON E' PER DEFINIZIONE SOSTENIBILE E, QUINDI, SISTEMATICAMENTE MESSO SOTTO ANALISI CRITICA O RIFIUTATO



Approccio originale e completo

Non dogmatico, partecipativo e in continua evoluzione

I 6 PRINCIPI NATURALI* CHE ISPIRANO LA VITA E LA SUA ORGANIZZAZIONE SOCIALE SOSTENIBILE

1. SOVRANITÀ ENERGIA: motore della vita e **dell'abbondanza**.
2. PROCESSO EVOLUTIVO: **dal piccolo al grande** e non viceversa,
3. NOZIONE DI COMUNITÀ: individuo, famiglia, **comunità**, società, nazione, federazione di nazioni, mondo.
4. CONVIVENZA ARMONICA DELLE SPECIE (e degli individui): **diversità**, rispetto, funzione, dignità di tutti.
5. BIO IMITAZIONE: **ciclo chiuso** (Cradle to Cradle o Economia Circolare) e **Autosufficienza**: gestione sistemica chiusa, waste = food, riciclo, zero spreco.
6. TEMPO: ritmi e **tempi giusti** che mutano in relazione alla situazione contingente

Unici criteri di base credibili per l'osservazione delle coerenze di sostenibilità reale per ogni fattispecie osservata, incluso ogni possibile modello di Economico Sostenibile.

* Prof. Roberto Gabrielli - Biologia vegetale – Un. Firenze
Paolo Ricotti: Quarto Settore – Franco Angeli – 2010
ALDAI – Milano 21 Febbraio 2018



Green Economy

- Tutto ciò che aiuta a preservare l'ambiente e la sua vitalità:
 - Minimizzazione di risorse scarse (acqua, foreste, metalli)
 - Utilizzo di energia rinnovabile di origine solare (fotovoltaico, termoelettrico, idroelettrico, termodinamico, geotermico, eolico, biomassa)
 - Impiego di materie prime sostenibili (riproducibili all'infinito, senza intaccare il capitale delle risorse naturali)
 - Minimi scarti e rifiuti non riciclabili
 - Zero impatti ambientali nell'aria, acqua, terra.
 - Comportamenti e scelte di acquisto ambientalmente corrette.

Ma...

- Prospetta un mondo dominato dalla scarsità, implicando una speculazione sul controllo delle risorse scarse (grandi paesi, grandi imprese, grandi oligopoli, grande finanza)
- Implica l'impiego di tecnologie evolute, spesso controllate da oligopoli
- Non molto coerente ai principi evolutivi della natura (abbondanza, ciclo chiuso, autosufficienza)
- Non prevede importanti modifiche nell'attuale paradigma economico di base degenerativo (Financial Capitalism)
- Difficilmente strategicamente perseguibile nel nostro paese



Utile ma non sufficiente, anche fuorviante

Blu Economy

Gunter Pauli - 2010

- Implica una filosofia applicativa “**Cradle to Cradle**” (Economia Circolare) alle tecnologie.
- Replica i processi naturali in una logica di **equilibrio di ecosistema**:
 - Produzioni locali
 - Tipicizzazione dei prodotti e servizi
 - **Autosufficienza**
 - Creazione di valore locale
- Prevede **un’economia rigenerativa di abbondanza** e non di scarsità
- Implica l’impiego di tecnologie evolute, **anche locali** (es. nanotecnologie)
- Implica libertà d’azione, **cooperazione** e bassa burocrazia.
- Perseguibile nel **nostro paese**
- **Non prevede importanti modifiche nell’attuale paradigma economico di base** (Financial Capitalism)



Evolve molto, inglobandola, la Green Economy, ma non è ancora pienamente compatibile con la nuova finanza

DUE NOZIONI A CONFRONTO

Principi economici sostenibili- Principi naturali	GREEN ECONOMY	BLUE ECONOMY
Sovranità dell'energia e dell'abbondanza	NO: scarsità	SI: Abbondanza
Processo evolutivo: dal piccolo al grande	NO: Globale	SI: Locale
Armonia eco-sistemica locale	NO: Oligopoli	SI: PMI
Nozione di convivenza sociale: comunità	SI	SI
Bioimitazione e ciclo chiuso	NO	SI
Autosufficienza	NI: Selettiva	SI: Ovunque
Economia Rigenerativa	NO: Degenerativa	SI: Rigenerativa
Tempo utile	NO: Efficienza	SI: Efficacia
Nuova Economia e Finanza sostenibile	NO	NO, ma...

L'ARCHITRAVE DI OGNI RAGIONAMENTO POGGIA SULLA
COMPRESIONE DEL SIGNIFICATO STRATEGICO ED ECONOMICO DELLA



FUNZIONE IMMATERIALE DI OGNI PRODOTTO O SERVIZIO OFFERTO. (VALORI INTANGIBILI)

**C'E' SEMPRE UNA CORRELAZIONE DIRETTA POSITIVA OGNI VOLTA CHE OSSERVIAMO GLI EFFETTI
CHE L'IMMATERIALITA' GIOCA NEI CONFRONTI DI QUALSIVOGLIA FATTISPECIE OSSERVATA**

- **ECONOMIA= MAGGIOR VALORE AGGIUNTO**
- **AMBIENTE= MINORE INQUINAMENTO E UTILIZZO DI RISORSE SCARSE**
- **SOCIETA'= MAGGIORE COESIONE SOCIALE**
- **INDIVIDUO CONSUM-ATTORE=MAGGIORE SODDISFAZIONE, QUALITA' DI VITA,**
- **UNIVERSO = TUTTO E' PIU' ARMONICO, EQUILIBRATO, FELICE.**

SEGMENTAZIONE DEI BISOGNI UNIVERSALI E RELAZIONE TRA VALORE AGGIUNTO E IMMATERIALITA'

Bisogni secondari

(frigo, tv, trasporti, utensili)

++++ **materialità** + **Immaterialità e Valore Aggiunto**

Bisogni voluttuari

(telefonini, PC, navigatore, seconda casa, gastronomia, educazione secondaria)

+++ **materialità**
++ **immaterialità e V. A.**

Bisogni aspirazionali

(lusso, moda, prestigio, clubs, educazione superiore)

++ **Materialità**
+++ **Immaterialità e V. A.**

Bisogni culturali

(arte, musica, cultura, sport, intrattenimento, spettacolo, turismo, wellness, editoria, ICT, Internet, enogastronomia sostenibile, beni storici, beni naturali, beni relazionali)

+ **materialità** +++++ **immaterialità e Valore Aggiunto**

Bisogni primari

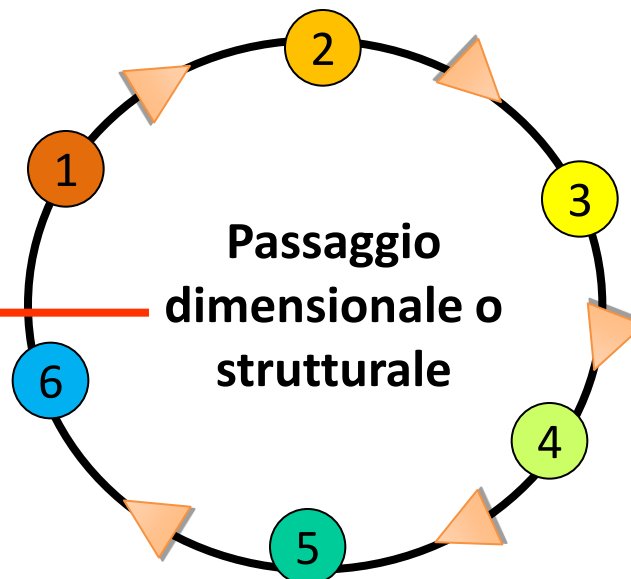
(cibo, vestiario, tetto, procreazione, salute)

++++ **materialità**

Bisogni spirituali

(contemplazione, meditazione, trascendenza)

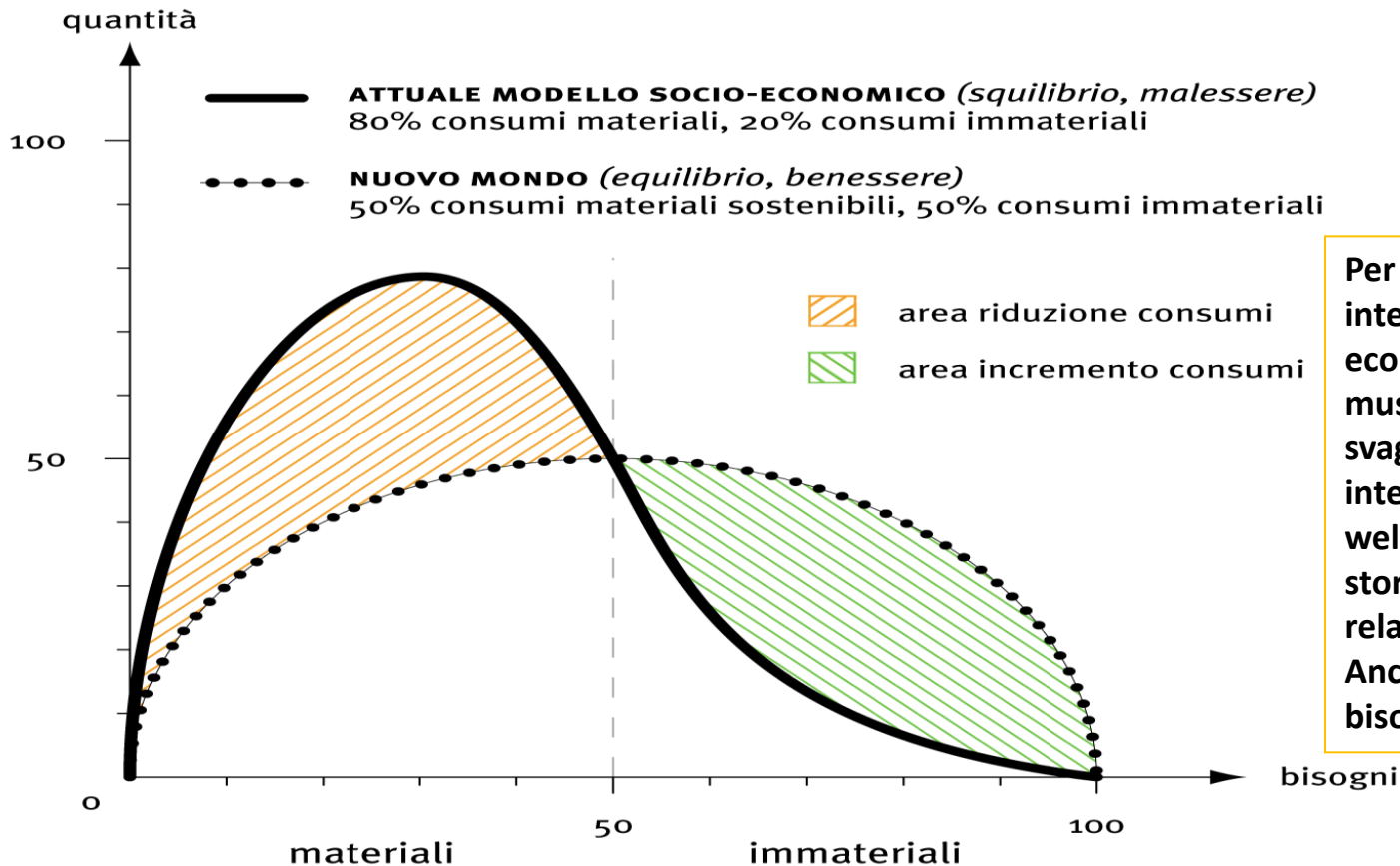
++++ **immaterialità**



LA SOLUZIONE POSSIBILE:

EQUILIBRIO TRA BISOGNI MATERIALI ED IMMATERIALI

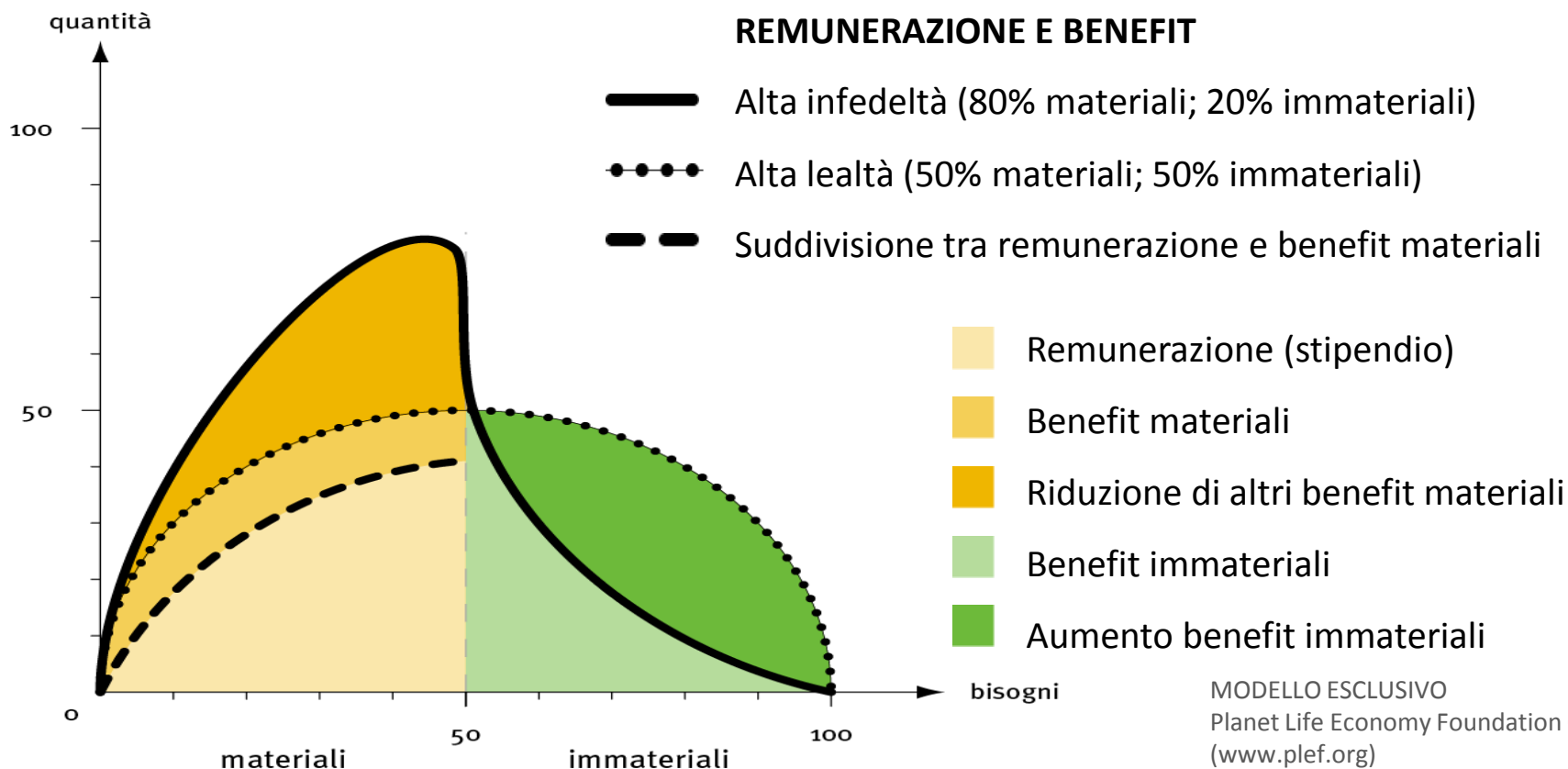
SVILUPPO ECONOMICO PER **TRASFORMAZIONE** DEI BISOGNI (NÉ CRESCITA, NÉ DECRESCITA)



Per Bisogni Immateriali intendiamo la fruizione di beni economici collegati a: arte, musica, sport, intrattenimento, svago, lettura, cinema, TV, internet, cultura, turismo, wellness, ICT, mutualità, beni storici, beni naturali, beni relazionali, ecc. Anche beni materiali collegati ai bisogni immateriali.

VALORE UMANO: POLITICHE DI WELFARE

TRASFORMAZIONE TRA REMUNERAZIONE MATERIALE E IMMATERIALE FEDELITÀ, MOTIVAZIONE, APPARTENENZA

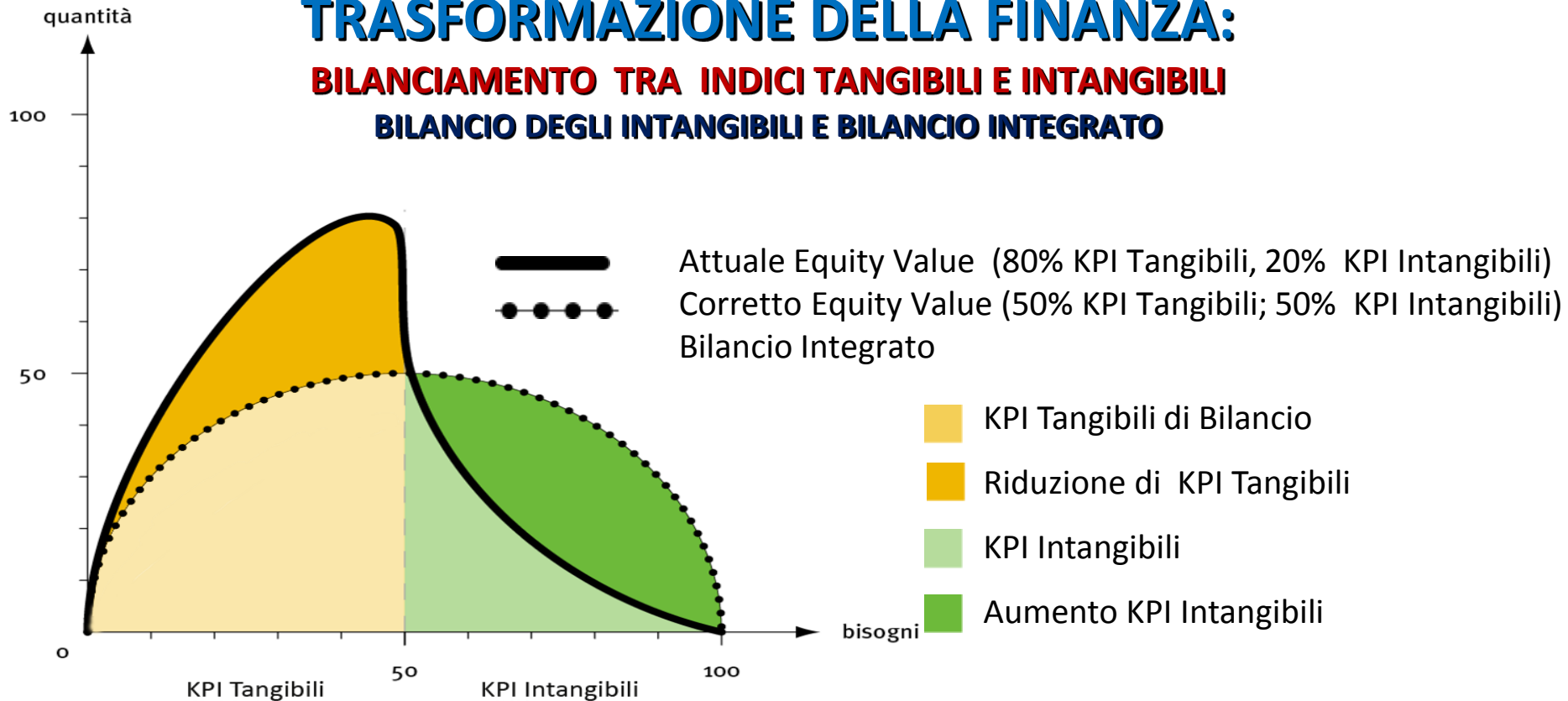


Remunerazione immateriale: clima interno, comfort ambiente di lavoro, formazione, partecipazione, spaccio, asili, servizi per la famiglia, trasporto, flessibilità, two-ways communication, viaggi, gare, hobbies, svago, nozione di tempo utile, valori relazionali.

TRASFORMAZIONE DELLA FINANZA:

BILANCIAMENTO TRA INDICI TANGIBILI E INTANGIBILI

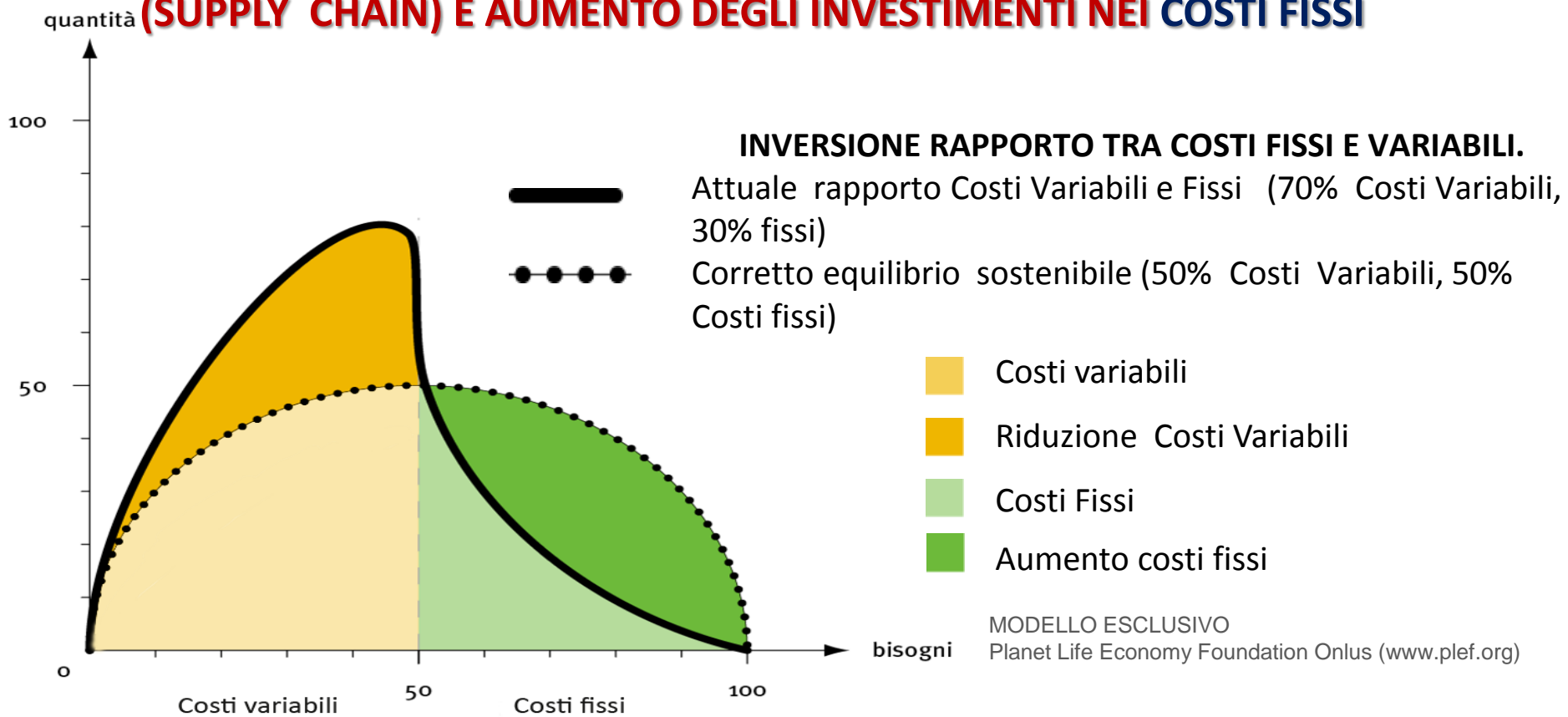
BILANCIO DEGLI INTANGIBILI E BILANCIO INTEGRATO



KPI INTANGIBILI: **1) ETICA:** responsabilità, correttezza, autostima, libertà, coscienza, integrità. **2) LA FORZA DEL SAPERE:** ricerca, know.how, distintivo, protezione, sviluppo, esperienza, innovation-renovation. **3) MOTIVAZIONE E APPAGAMENTO:** fedeltà d'impresa, orgoglio, partecipazione, coinvolgimento, pro-attività, copartecipazione, sicurezza sul lavoro. **4) FORMAZIONE:** ricerca e sviluppo originale, formazione interna, learnign organization. **5) RADICAMENTO TERRITORIO:** distintività, irreplicabilità, km zero, comunità. **6) VINCOLI AMBIENTALI:** bio-imitazione, vitalità ecosistemi, autosufficienza, vitalità eco-sistemi, tempo giusto. **7) IL VALORE DEL MARCHIO:** notorietà, riconoscibilità, originalità, autenticità, leadership, **8) IL RACCORDO CON IL CLIENTE:** fedeltà, fiducia, sicurezza, CRM, qualità, time to market,. **9) IL RACCORDO CON GLI ALTRI SOGGETTI INTERESSATI:** reput eccellenti, sinergie..

PRODUZIONE E LOGISTICA:

SMATERIALIZZAZIONE DEI COSTI VARIABILI NELLA CATENA DEL VALORE (SUPPLY CHAIN) E AUMENTO DEGLI INVESTIMENTI NEI COSTI FISSI



NB: le risorse umane, gli investimenti in ricerca e sviluppo, gli Investimenti Marketing, praticamente tutto il capitale intellettuale (e immateriale) dell'impresa fanno parte dei costi fissi, oggi bersaglio continuo per un loro contenimento, mentre le vere opportunità di mercato e di sostenibilità vertono sul contenimento dei costi variabili, *a parità di costi complessivi.*

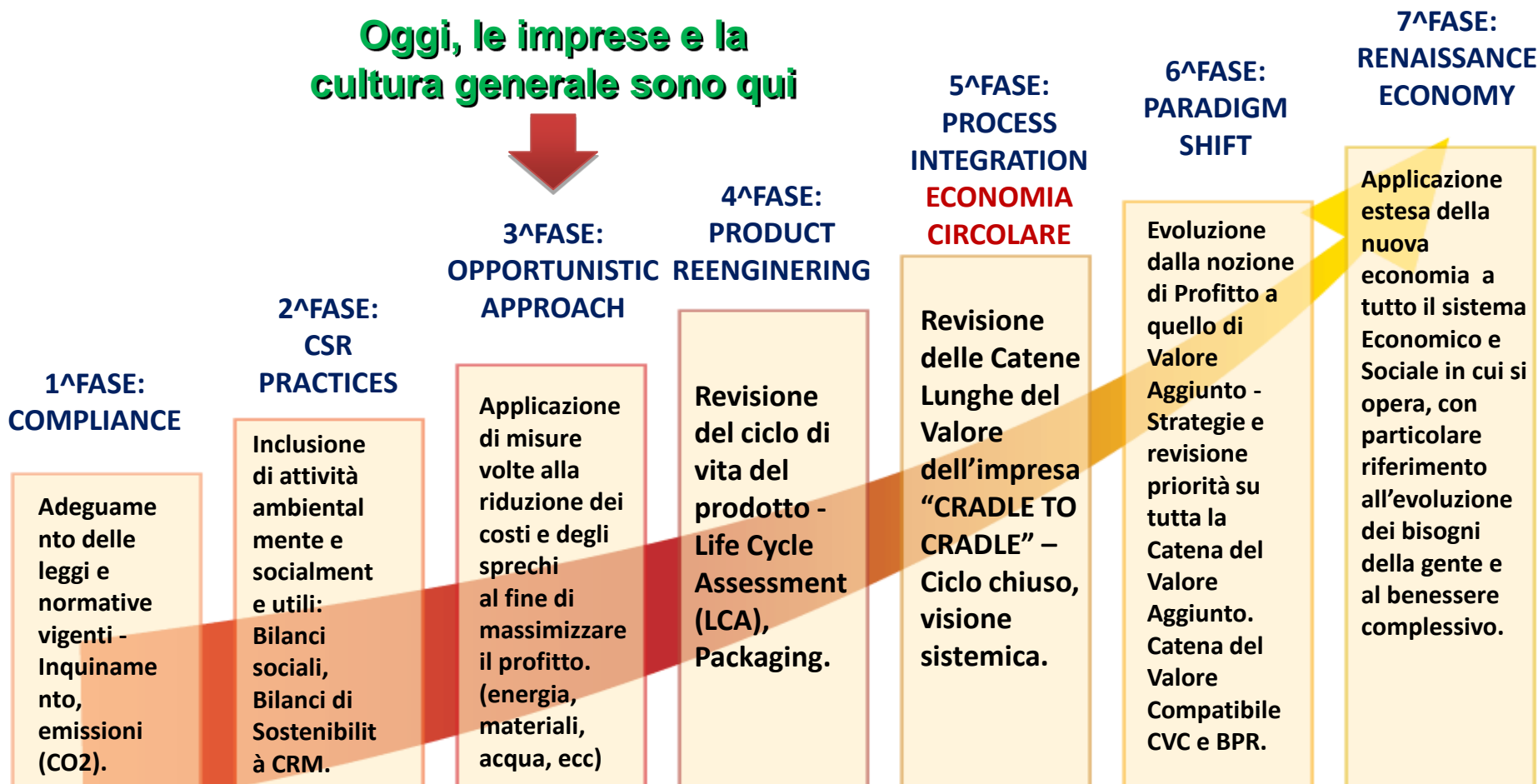
COMPARAZIONE DI STRUTTURE DI COSTI NELLE DIVERSE CATENE DEL VALORE

FATTORE PRODUTTIVO	Impresa Leader di marca	Impresa con Prezzi Minimi	Impresa Sostenibile ((CVC)
Energia	1	1	2
Materie prime	11	8	12
Materiali accessori	2	1	1
Packaging, imballi	10	8	2
Mano d'opera produzione e confezion.	8	3	6
Impianti di produzione (ammortamento)	2	1	2
Impianti di pakaging (ammortamento)	4	3	1
Trasporti	3	4	2
Magazzino	3	4	2
Informatica	2	2	2
Amministrazione	3	3	2
Ricerca e sviluppo	2	0	2
Controllo qualità	2	0	2
Acquisti	2	3	2
Marketing	5	2	3
Pubblicità e promozioni	8	4	5
Rete commerciale	8	7	5
Interessi passivi	2	1	1
Personale (uffici)	8	5	6
Profitto (valore assoluto)	14	10	10
Totale PREZZO di vendita	100	70	70
Profitto (percentuale)	14%	14%	14%

SOSTENIBILITA':

FASI EVOLUTIVE ALL'INTERNO DELLA CULTURA D'IMPRESA

Oggi, le imprese e la cultura generale sono qui



Modello originale PLEF©

CONCLUSIONI

- La Blue Economy, basandosi su logiche e coerenze con i principi naturali è la strada maestra che supera e migliora la nozione di Green Economy.
- La sua applicazione non riguarda solo lo sviluppo di prodotti ambientalmente corretti, ma riguarda tutti i mercati esistenti.
- Per essere efficace e strategicamente risolutiva per le imprese occorre analizzare bene e individuare le sue componenti di natura immateriale in grado di generare e proteggere il valore aggiunto dell'impresa.
- Occorre anche che le imprese si basino su modelli gestionali concreti, accettabili e trasformativi nel tempo, senza rivoluzioni organizzative e traumi bloccanti.
- La Renaissance Economy di PLEF è un modello economico flessibile, interpretabile, adattabile dalle organizzazioni di volta in volta, non conflittuale con l'attuale paradigma.
- Occorre uno spirito positivo e costruttivo, non critico e distruttivo

Nuovo mondo, nuovo paradigma economico-sociale, nuove opportunità per le imprese, soprattutto per le PMI di territorio

**GENEROSITÀ, CORAGGIO E PASSIONE
PER LE CAUSE VERE
MUOVONO IL MONDO**

www.plef.org

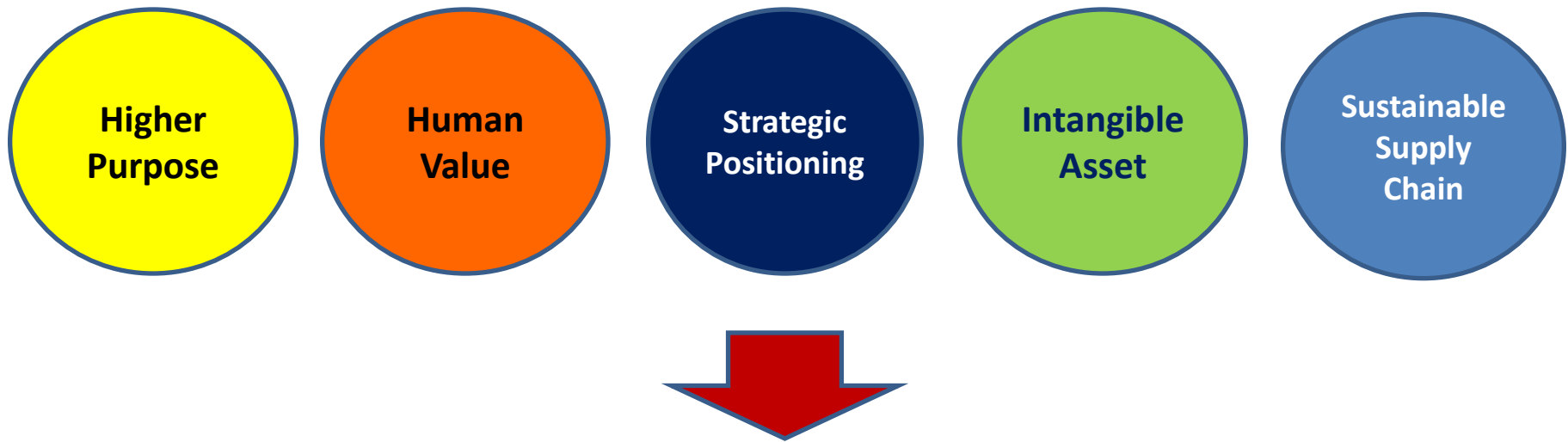
E-MAIL: info@plef.org

TEL. 02/39564687

In collegamento scientifico ed operativo con

Facoltà Scienze Chimiche Università degli Studi di Siena, Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, Space di Bocconi (MI), ISTEI – Bicocca (MI), Politecnico (MI), Università Cattolica (MI), Università Statale (MI), Università degli Studi (FI), Università di Parma, Università di Bologna, Università di Tor Vergata, Università la Sapienza, Acquisti e Sostenibilità, The Natural Step (Svezia), Club di Budapest (Ungheria), STIR Foundation (Holland), Aiesec, ECR-Indicod, LifeGate, Mimotec, Rinenergy, Società Umanitaria, The Hub, Lama, APCO, ICA, NEXT, Consiglio Nazionale per la Green Economy, Confcommercio, Fondazione Olivetti, Comune di Milano, Basilicata futura, Gestione Associata Isola d'Elba, ASVIS, ALDAI, ADICO, ISAM, Rondine.

RIVALUTAZIONE DEI VALORI E VIRTU' FONDAMENTALI: I Cinque pilastri di base

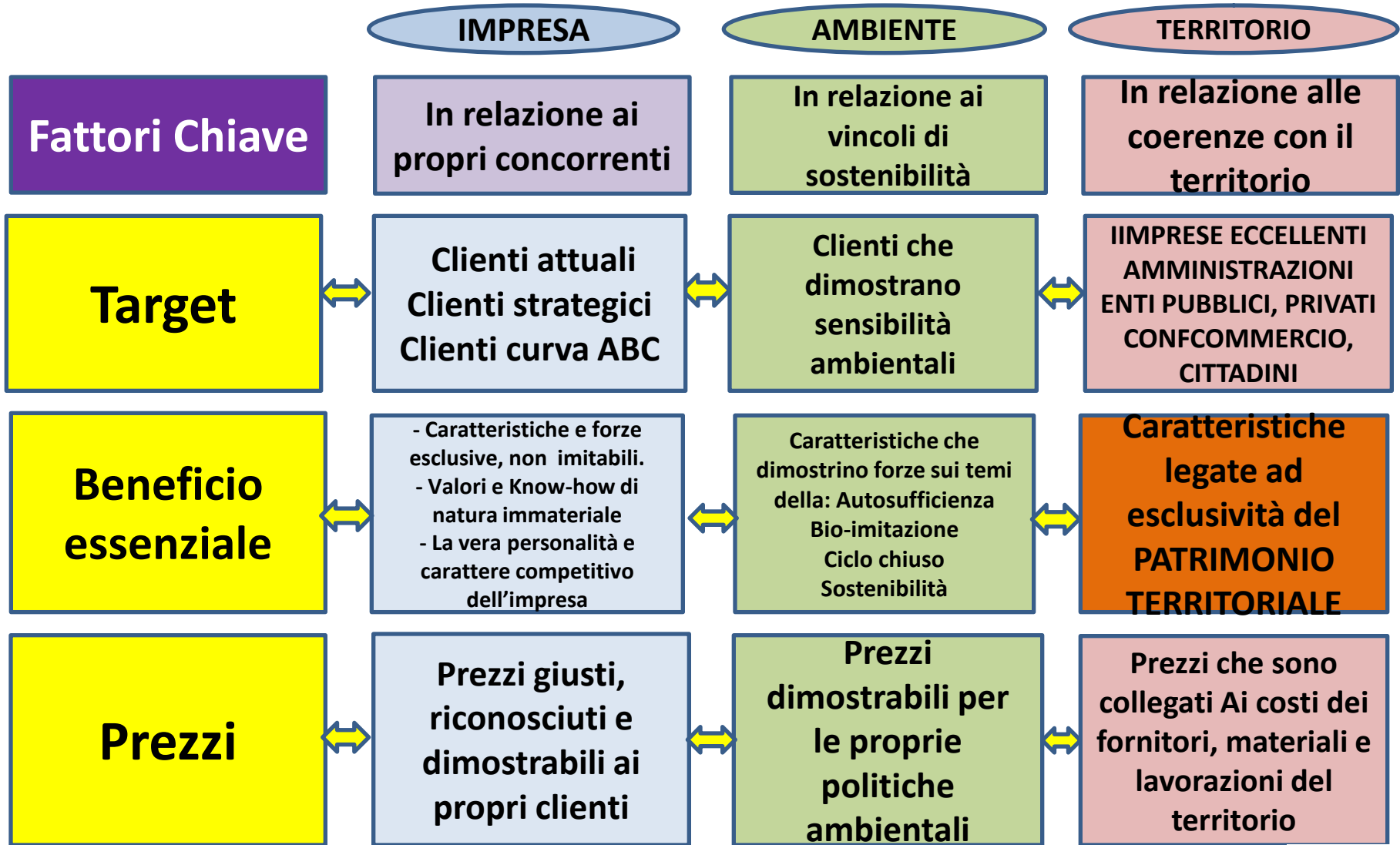


CREAZIONE DI VALORE AGGIUNTO

Nuovo e vero scopo di un'Organizzazione Sostenibile
(Il Profitto diventa una implicita e subordinata variabile del Valore Aggiunto)

TERZO PILASTRO:

MATRICE PLEF di Posizionamento Strategico Sostenibile di una PMI di territorio



DUE MODELLI ECONOMICI A CONFRONTO

FATTORI	CURRENT PARADIGM FINACIAL CAPITALISM	NEW PARADIGM RENAISSANCE ECONOMY
SCOPO	PROFITTO	VALORE AGGIUNTO
FOCALIZZAZIONE	OPERATIONAL DRIVEN, INTROVERSAL OUTLOOK	MARKET DRIVEN, EXTROVERSAL OUTLOOK
PRIORITA'	EFFICIENZA	EFFICACIA
LEVE GESTIONALI	COSTI FISSI	COSTI VARIABILI
INDICI	BILANCIO, FINANZIARI	IMMATERIALI, REALI DI MERCATO
ORIENTAMENTO	INTERESSE SHAREHOLDER	INTERESSI STAKEHOLDRE
CATENA DEL VALORE	CORTA	LUNGA
ORIZZONTE	SHORT TERM	LONG TERM
TEMPI	VELOCI, PRESSANTI, ESASPERANTI	GIUSTI: TEMPO NECESSARIO PER PRODURRE ECCELLENZA E QUALITA'

La Renaissance Economy ingloba il Capitalismo Finanziario di oggi, migliorandolo e non smentendolo