

[Sviluppo sostenibile]

# Nasce la nuova scienza della "Planomia"

**Planet Life Economy Foundation conia un neologismo e dà alle stampe un volume che raccoglie quindici contributi di consulenti, ricercatori, manager e imprenditori, che hanno un obiettivo comune: dimostrare che la sostenibilità non deve essere considerata come una minaccia o un costo per l'impresa, ma come un'opportunità strategica per la creazione di valore aggiunto.**

**di Donatella Carè** | Di sviluppo sostenibile si parla dagli anni '80, da quando cioè si è cominciato a considerare che lo stato dell'ambiente sta peggiorando e che l'attuale modello di sviluppo, fondato sulla crescita della produzione e dei consumi di beni materiali, in un'economia di mercato risulta sia ecologicamente sia socialmente insostenibile.

**Ricotti**, fondatore di Planet Life Economy Foundation e docente presso l'Università di Milano Bicocca.

## Una catena del valore "lunga"

La definizione, formulata per la prima volta nel 1987 dalla World Commission on Environment and Development (Commissione Brundtland), afferma che lo sviluppo sostenibile è "uno sviluppo in grado di assicurare il soddisfacimento dei bisogni di oggi senza compromettere la possibilità delle generazioni future di far fronte alle proprie esigenze". Un concetto ampio, che passa attraverso il rispetto dei valori sociali e solidali e una revisione degli stili di vita e dei processi economici, ma che tuttavia, secondo Ricotti, rischia di restare lettera morta se non è calata in profondità dentro l'impresa e le

Un contributo importante, decisivo per l'approccio multidisciplinare che lo caratterizza, è rappresentato dalla nascita della "Planomia", una nuova "scienza dello sviluppo" che propone la sostenibilità come elemento trasversale a tutte le altre discipline, i cui principi sono stati esposti ne "Il primo libro della Planomia. Realtà, sogni, ambizioni della sostenibilità", edito da **Franco Angeli**.

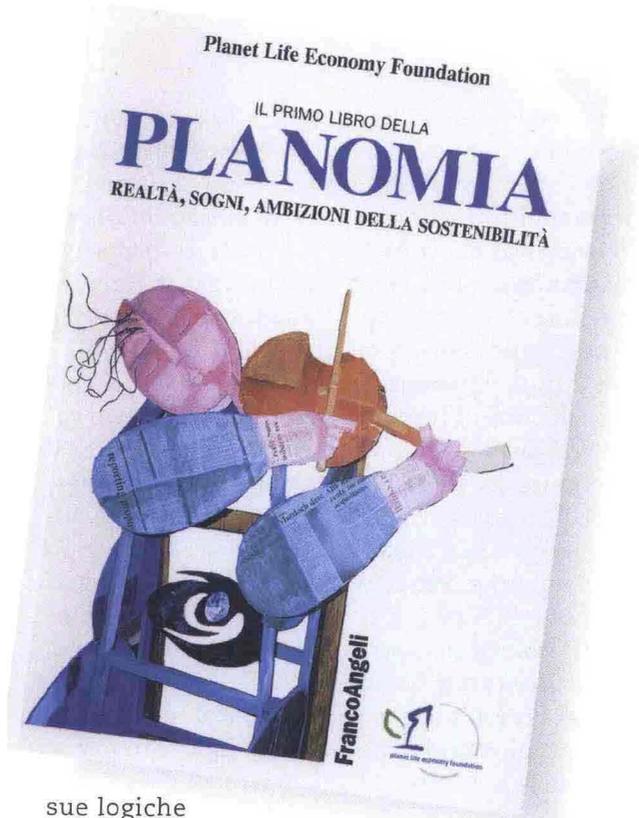
Il neologismo è stato coniato da **Planet Life Economy Foundation**, un'organizzazione non-profit costituita nel 2003 da un gruppo di manager, imprenditori e professionisti animati dall'obiettivo co-

mune di favorire l'evoluzione della compatibilità fra ambiente, società e mercato, agendo direttamente sulla catena del valore delle imprese.

Il libro, frutto di quattro anni di lavoro del Comitato Scientifico della Fondazione, è coordinato da **Emanuele Plata**, consigliere delegato di **Crai**, co-fondatore di Planet Life Economy Foundation nonché presidente del Comitato scientifico, e raccoglie quindici contributi di consulenti, accademici, ricercatori, manager e imprenditori che abbracciano un panorama vastissimo - che va dalla geologia, alla storia, filosofia, biolo-

gia, sociologia, farmacologia, medicina, psicologia, economia, ecologia, economia ambientale -, offrendo al lettore delle chiavi di lettura per tradurre in realtà quelli che altrimenti rimarrebbero sogni e ambizioni della sostenibilità.

Un approccio pragmatico, concreto, manageriale che dimostra come "un modello economico sostenibile, in equilibrio fra economia, ambiente e società, può diventare una vera leva strategica di mercato in grado di conquistare il cuore dei consumatori e il sostegno dei cittadini, istituzioni e movimenti d'opinione", spiega nel saggio di apertura **Paolo**



sue logiche organizzative e finanziarie (competitività, marketing, valore aggiunto, indici a parametri del valore di borsa dell'impresa, codici e certificazioni).

Secondo Plef, un percorso concreto e di sicura "compatibilità" con il mercato reale parte dall'allungamento della catena del valore. In altre parole, un modello di impresa veramente responsabile è quello in grado di spostare la catena del valore da "corta", che tende a fare ricadere parte dei costi propri e problemi su altri territori (delocalizzazioni, processi produttivi inquinanti, ecc.), a "lunga" e compatibile, l'unica in grado di generare reale valore aggiunto, benessere e ricchezza, mantenendo peraltro molto elevato il

risultato operativo dell'azienda. Un esempio virtuoso in questo senso è rappresentato dall'EcoPoint Crai, il format per la vendita di prodotti alimentari sfusi, senza imballo, che coniuga con profitto sostenibilità e competitività.

Un'economia pienamente sostenibile e compatibile con le logiche del mercato, in altre parole un'economia del "benessere", è quella dunque che sa coniugare

**L'economia mondiale sta sfruttando le risorse naturali a un tasso superiore rispetto alla loro capacità di rigenerazione.**

re le esigenze di vitalità del pianeta per le generazioni future, sa operare in armonia con la comunità e gli stakeholders, sa introdurre una cultura interna di gestione d'impresa che sfrutta strategicamente la sua "catena del valore compatibile", e, infine, sa rendere felici i propri clienti/consumatori soddisfacendo i loro desideri.

#### La crescita del Pil: un mito globale

In realtà l'economia mondiale sta sfruttando le risorse naturali a un tasso superiore rispetto alla loro capacità di rigenerazione, erodendo le possibilità delle future generazioni. Non solo - afferma **Stefano Pogutz**, ricercatore presso l'Università Bicconi di Milano -, se si esaminano con attenzione i documenti delle principali istituzioni mondiali che si occupano di sostenibilità, nei fatti la crescita economica rimane il presupposto per lo sviluppo sociale e la compatibilità ambientale.

Il Prodotto interno lordo rimane oggi il principale indicatore per misurare il livello di benessere di una società o di una nazione. Un mito globale oggi dominante rispetto al quale **Robert Kennedy** affermava: "Il Pil non misura né la nostra arguzia né il nostro corag-

gio, né la nostra saggezza né la nostra conoscenza, né la nostra compassione né la devozione al nostro paese. Misura tutto, in breve, eccetto ciò che rende la vita veramente degna di essere vissuta".

Da tempo un gruppo di economisti propone un nuovo modo qualitativo di misurare la ricchezza delle nazioni, in contrapposizione al vecchio modo quantitativo, sintetizzato nel Pil, che misura solo quanti beni materiali hanno i cittadini di una nazione. La ricchezza di una nazione va misurata anche sulla base di indici immateriali come la cultura, la salute, la qualità dell'ambiente, la qualità della vita. Una visione interessante perché, come sottolineano **Paola Mosconi Bernardini** e **Raul Gagliardi**, che hanno collaborato a progetti internazionali di cooperazione, propone un quadro in cui l'economia cessa di essere un fine e (ri)diventa il mezzo per migliorare le aspettative dei paesi poveri, che nel 2005 hanno raggiunto un debito totale di 2,2 mila miliardi.

#### L'Italia: culla del futuro

Secondo il mito della crescita economica, affinché il sistema funzioni la crescita dovrebbe continuare all'infinito, ma ciò non è possibile perché una crescita

infinita non può funzionare in un sistema chiuso, come è quello della Terra.

In un simile contesto, dunque, il paradigma della crescita si deve allargare, secondo **Eric Ezechieli**, presidente di **The Natural Step Italia**, considerando non solo le risorse naturali del suolo e del sottosuolo ma puntando sulla cultura, sulle persone e sui bambini, che sono la risorsa più importante di un paese, "perché tutti i sistemi che non si danno meccanismi per trasformare la crescita da quantitativa in qualitativa sono destinati al collasso". La crescita economica di per sé dice poco o nulla sulla qualità di vita delle persone, mentre dovremmo far crescere l'intelligenza, la bellezza dei luoghi, la coesione sociale, la sicurezza, la salute, la felicità, la diversità biologica e culturale, la possibilità di soddisfare i propri bisogni e di contribuire al benessere di altri.

E l'Italia, con il suo modo di funzionare a "piccoli network" locali, dai distretti industriali e turistici, alle migliaia di piccole imprese, alle differenze gastronomiche, linguistiche e artistiche, secondo Ezechieli, sta manifestando delle dinamiche che ne fanno un caso interessante nel panorama

**La crescita economica di per sé dice poco o nulla sulla qualità di vita delle persone.**

globale della sostenibilità e possono essere considerate una fonte di ispirazione per innovare anche in altre parti del mondo. Apparenti fragilità che si trasformano in punti di forza evolutivi, come il calo demografico, la riduzione del tasso di crescita economica (assestata a un tasso zero nel 2005) e una relativamente limitata "impronta ecologica" (l'area di terra produttiva e di mare necessarie ad ognuno per sostenere i suoi consumi di materie prime, energia e per assorbire i rifiuti) che fa scuola nel mondo: attualmente l'impronta ecologica di ciascun italiano è di circa 3,8 ettari per persona l'anno, rispetto a una media di 2,2 ettari per ciascun abitante del pianeta, ma di oltre 5 ettari per persona degli altri europei e di circa 9 ettari per un nordamericano.

#### **Un nuovo agire etico-sociale**

Se tuttavia si affronta il tema della sostenibilità dal punto di vista

del consumatore, l'italiano medio ha concezioni e comportamenti contraddittori, afferma lo psicologo dei consumi **Gianfranco Siri**, vuole il benessere che si attende dallo sviluppo, ma rifiuta le scelte e l'assunzione di responsabilità che lo sviluppo comporta (ecologiche, sociali, energetiche) e, in ambivalenza fra atteggiamenti e comportamenti, difende (a parole) l'ecologia ma sporca il territorio, ha le quote di rifiuti tra le più elevate al mondo ma non vuole accanto a sé le discariche o gli impianti di incenerimento, ecc.. L'individualismo imperante, specchio del consumismo, si contrappone alla necessità dell'appartenenza sociale e "se il vento sta cambiando, se si vuole che rinasca una voglia di eticità è qui che le aziende attraverso la comunicazione e i loro atti potranno incidere".

Fermo restando il ruolo delle imprese nel guidare il cambiamento, tuttavia, lo psicologo **Mario Dondi**, sulla base dei risultati di una ricerca sviluppata per Pief sull'interpretazione e l'approccio verso la sostenibilità da parte dei top manager, evidenzia che le imprese genericamente sentono il problema e sono ansiose di conoscerlo e approfondirlo, ma molte di esse

sono alla finestra in attesa di modelli e di provvedimenti normativi.

Lo stesso impegno culturale e formativo deve investire il nuovo leader che, secondo lo psicologo dell'organizzazione **Giuseppe Varchetta**, deve essere capace, per guidare il cambiamento, di "interpretare la sfida del nostro tempo", trovando un equilibrio fra cognizione ed emozione, intuendo le ansie, cui ci mette di fronte l'ecologia, e proteggendo da queste i collaboratori.

Per concludere, la sostenibilità si colloca all'incrocio di una molteplicità di discipline e passa da un concetto generico di responsabilità di impresa a un concetto di *agire etico-sociale*, in base al quale, secondo il sociologo **Maurizio Mancuso**, l'impresa si fa portatrice del cambiamento a livello: delle regole cui l'azienda deve attenersi; della giustizia, di cui l'impresa si fa garante nei confronti di tutti gli stakeholder; della condotta, cioè della realizzazione dei principi definiti dall'azienda; e dell'impegno, cioè della vision e della progettualità futura. Per poter "trasformare il mondo", l'azienda che si impegna è pronta a mettersi in gioco, a ridefinirsi, a cambiare internamente ridefinendo il proprio modo di pensare.