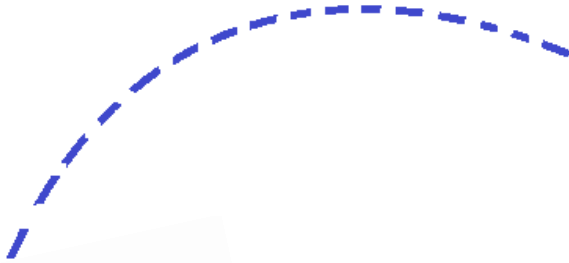


# Dal green marketing verso la blu economy



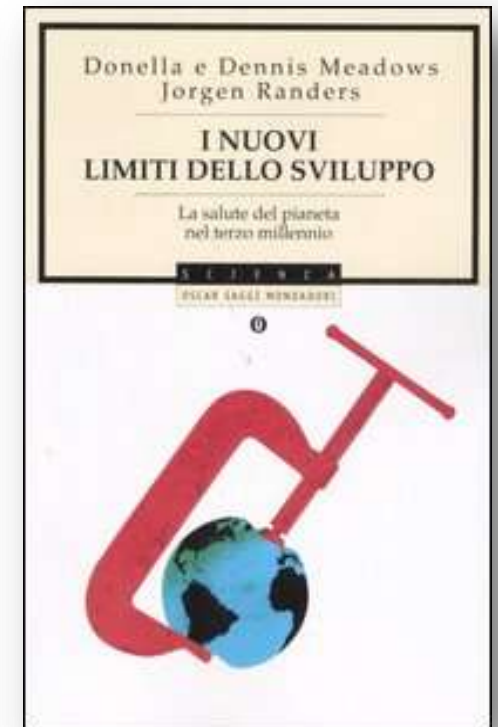
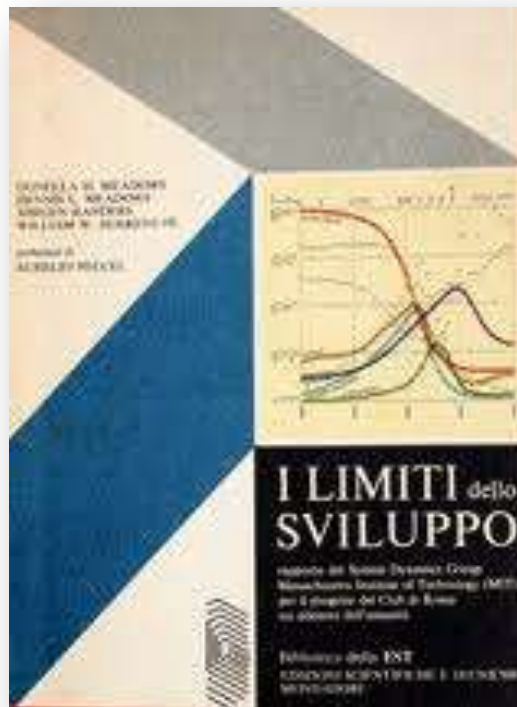
**Carlo Alberto Pratesi - Università Roma Tre**

# **Perché parliamo di sostenibilità?**



“Lo sviluppo economico non renderà più facile la protezione dell’ambiente”

- *Dennis Meadows, Institute for Policy and Social Science Research, University of New Hampshire*





*“Mi piacerebbe essere ottimista e dire che sopravviveremo, ma ho buoni motivi per non pensarlo. Per essere al sicuro dovremmo ridurre le emissioni di Co2 del 70% entro il 2015. Oggi ne produciamo il 3% in più all’anno”*

- Paul J. Crutzen, Nobel per la chimica 1995

Secondo alcuni modelli la temperatura media rischia di aumentare di 4° entro 50 anni.

Se così fosse le implicazioni per la vita sulla terra sarebbero spaventose.

# Le attività dell'uomo che provocano effetto serra

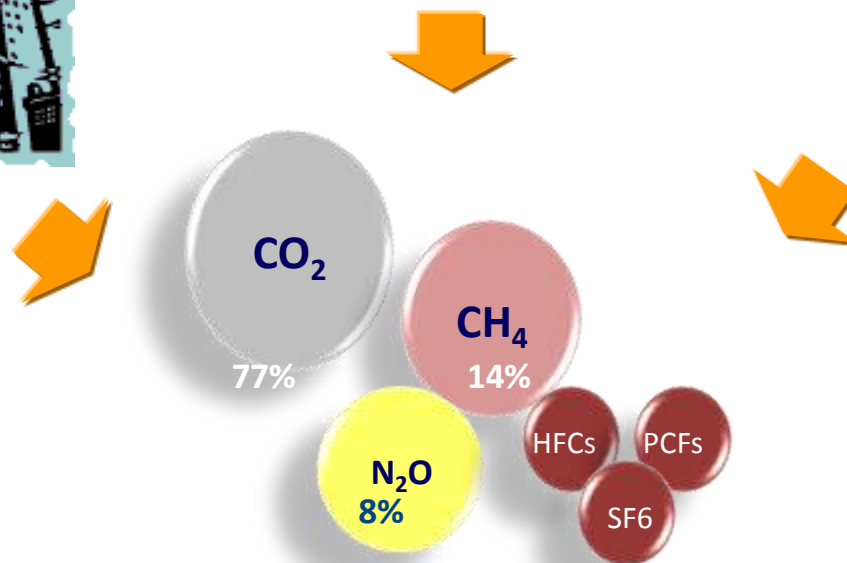
Generazione di energia e processi industriali



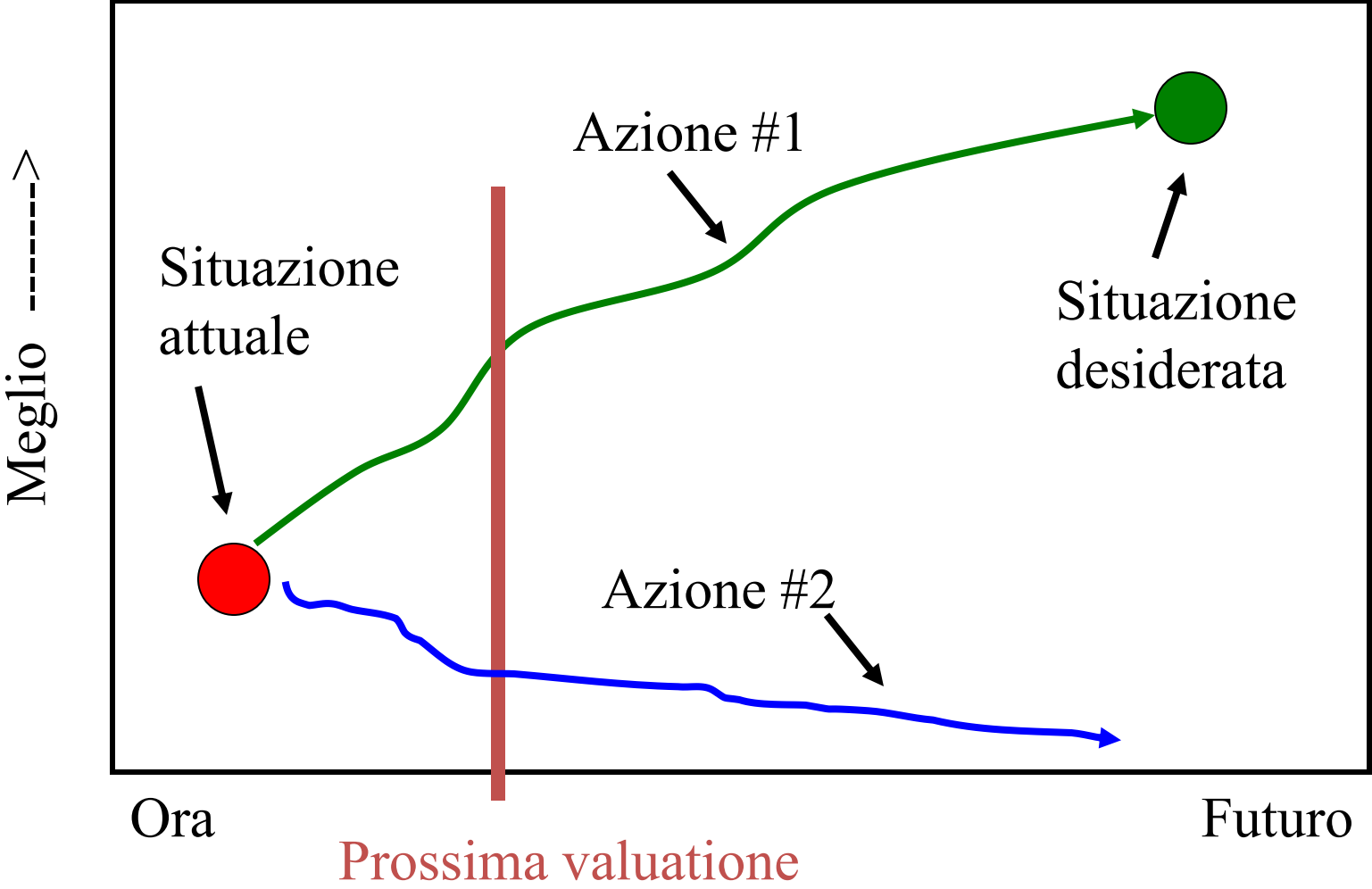
Trasporti



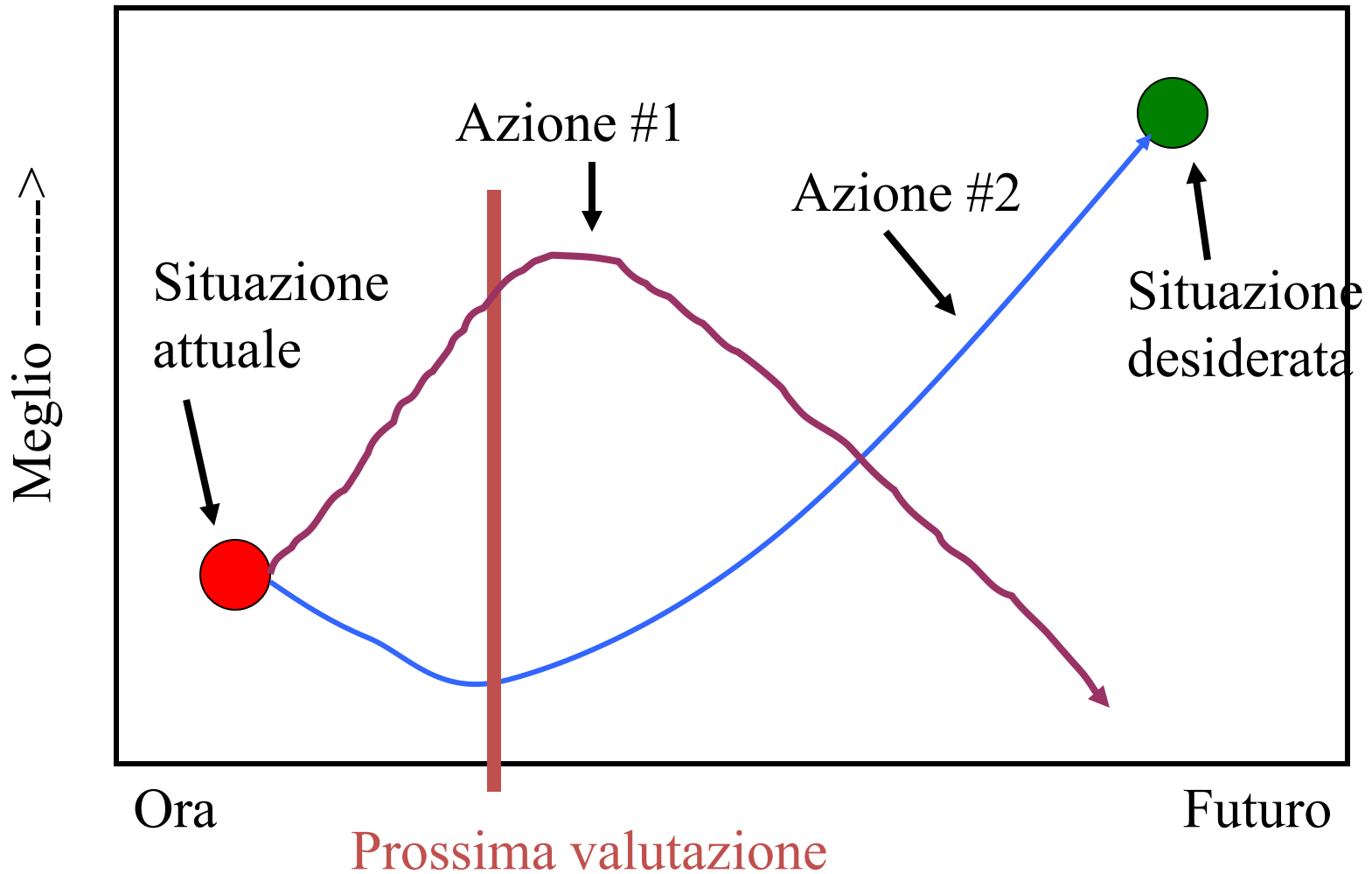
Agricoltura e deforestazione



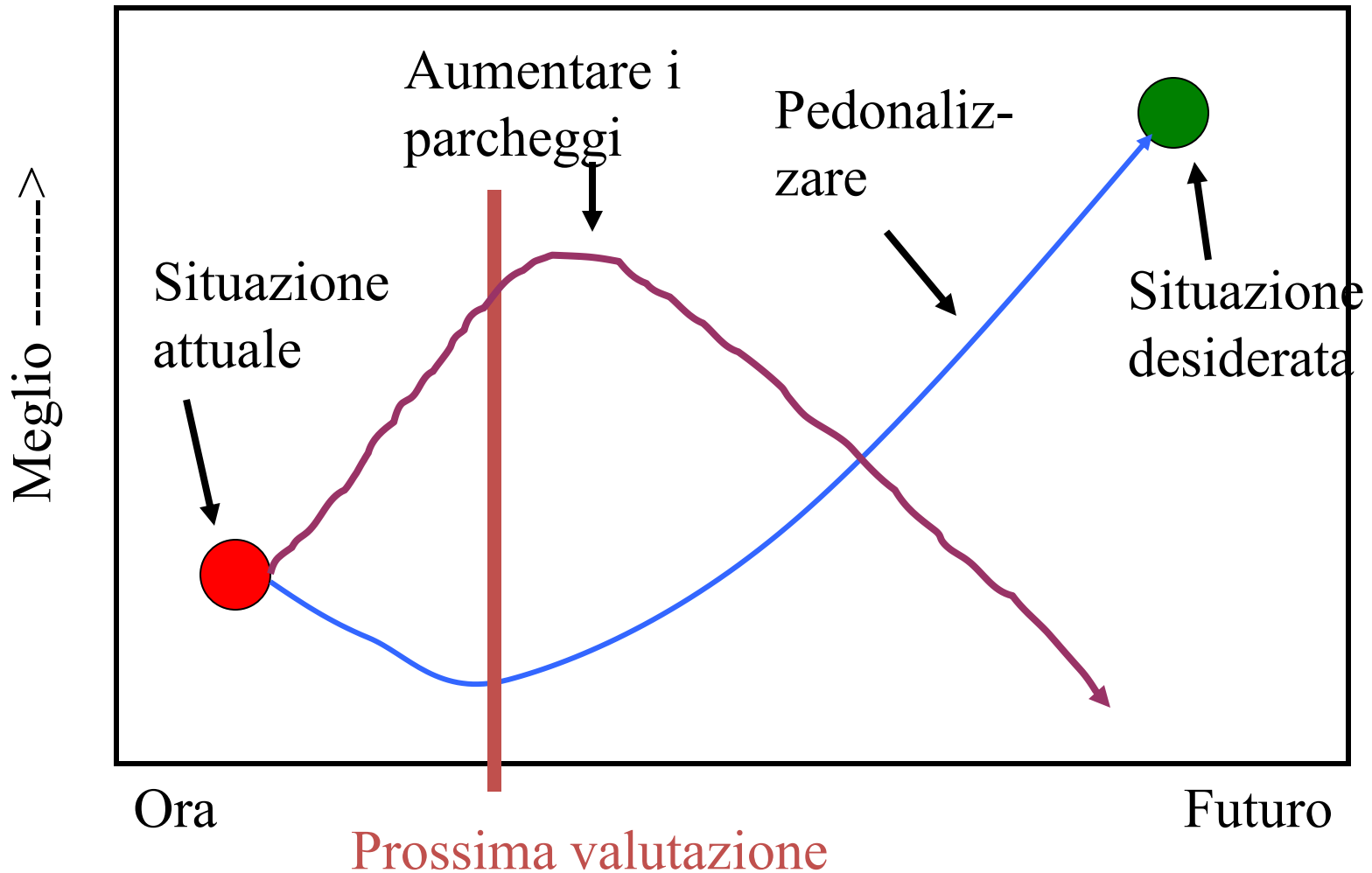
# Problemi facili



# Problemi difficili



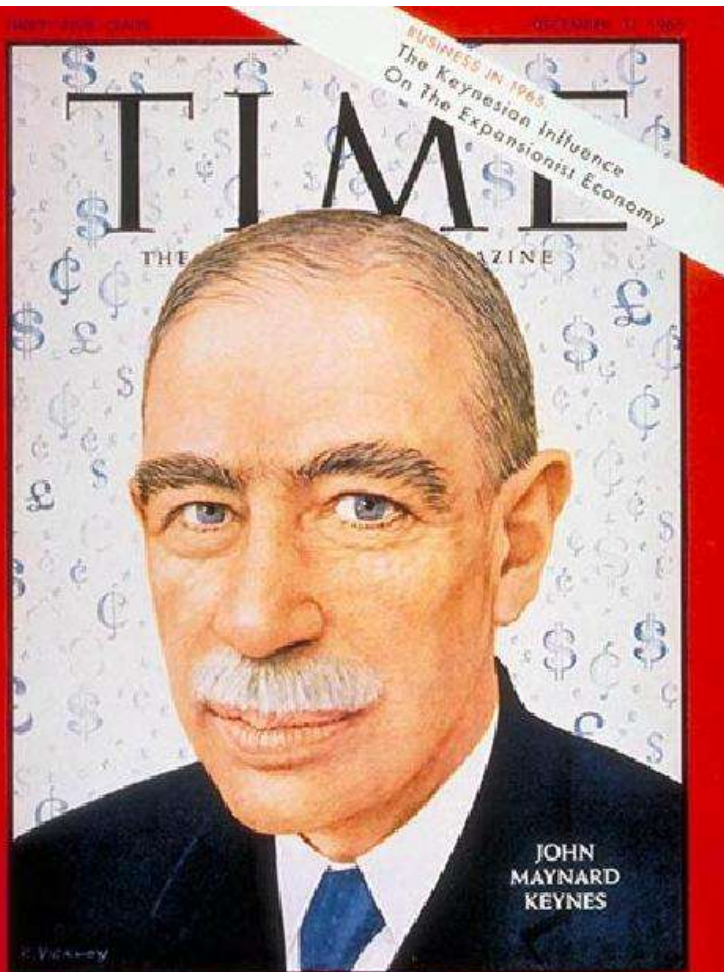
# Esempio del traffico in città





*In the long run we are all dead*

- John Maynard Keynes



# **Quali implicazioni per le imprese?**

**(So what?)**





sostenibilità



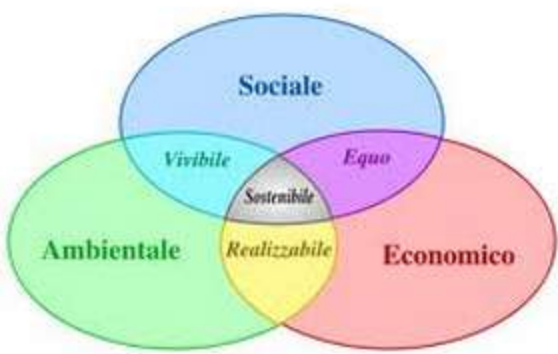
Ricerca

Circa 2.400.000 risultati (0,14 secondi)

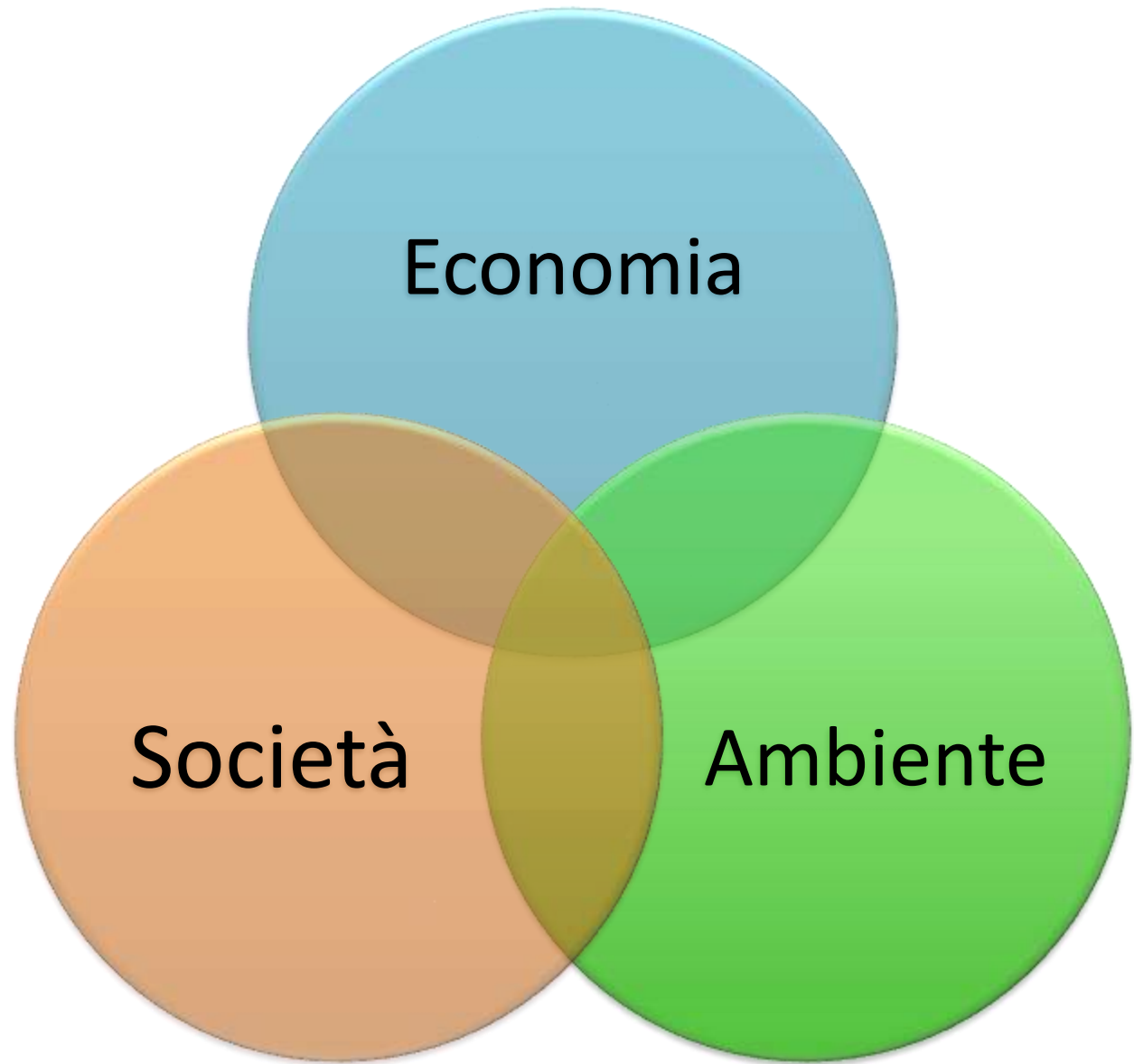
Safe Search

- Tutto
- Immagini
- Maps
- Video
- Notizie
- Shopping
- Libri
- Più contenuti

Ricerche correlate: [sostenibilità ambientale](#)



Tutti i risultati Per argomento  
Qualsiasi



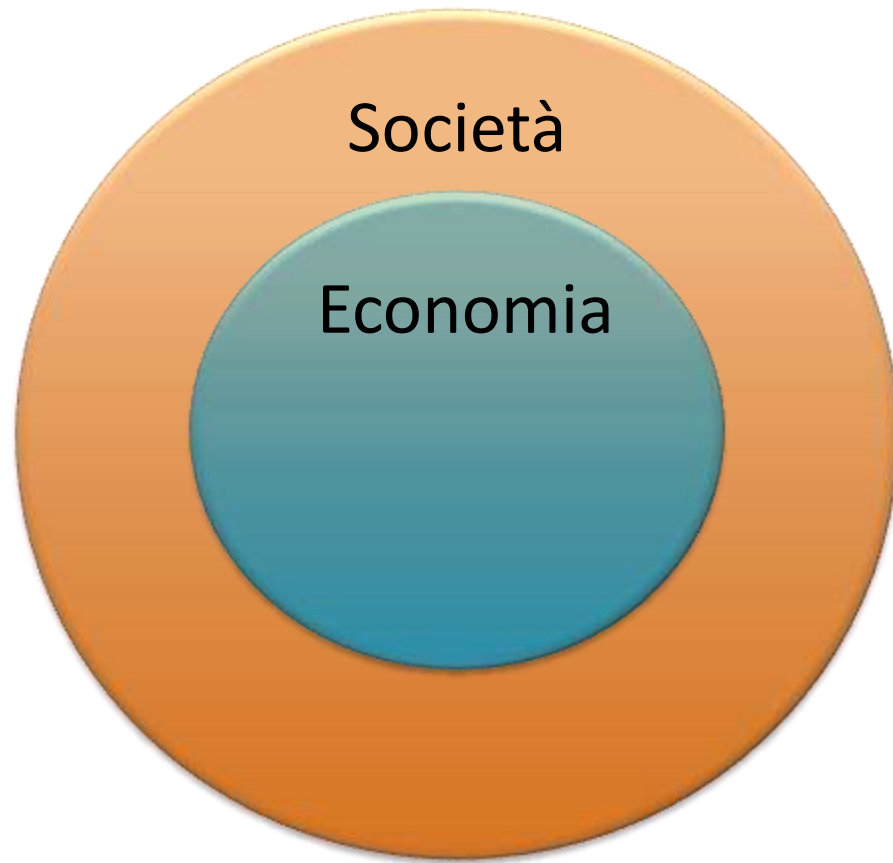
**Economia**

**Società**

**Ambiente**

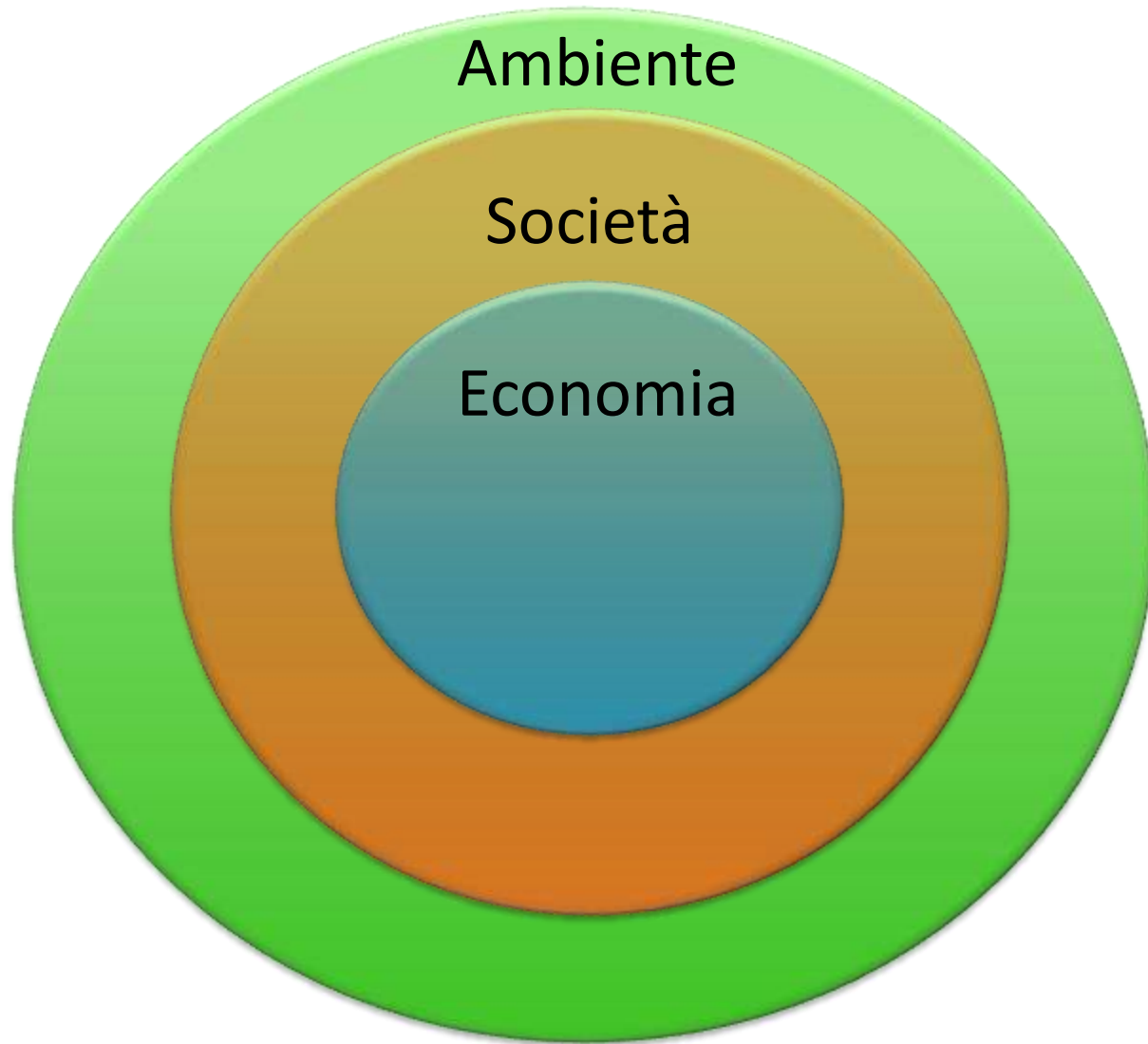


Economia



Società

Economia



Ambiente

Società

Economia

# **Come cambia il marketing**





# 1. L'approccio "classico"

**Singolo  
consumatore**

**Collettività**

**Benessere  
di lungo periodo**

**Vantaggio  
immediato**


## 2. L'approccio "greenwashing"

	Singolo consumatore	Collettività
Benessere di lungo periodo		
Vantaggio immediato		

# 3. L'approccio "green"

Singolo  
consumatore

Collettività

Vantaggio  
di lungo periodo

Vantaggio  
immediato


# 4. L'approccio "responsabile" (customer advocacy)

	Singolo consumatore	Collettività
Benessere di lungo periodo		
Vantaggio immediato		

# 5. L'approccio "sostenibile"

Singolo  
consumatore

Collettività

Benessere  
di lungo periodo

Vantaggio  
immediato


# **Come cambia la responsabilità dell'azienda**



# **Aumentano i livelli di responsabilità**



azienda

azionisti





azienda

azionisti

dipendenti



azienda

azionisti

dipendenti

consumatori



azienda

azionisti

dipendenti

consumatori

comunità  
locale



azienda

azionisti

dipendenti

consumatori

comunità  
locale

collettività



azienda

azionisti

dipendenti

consumatori

comunità  
locale

collettività

ambiente

I livelli di responsabilità

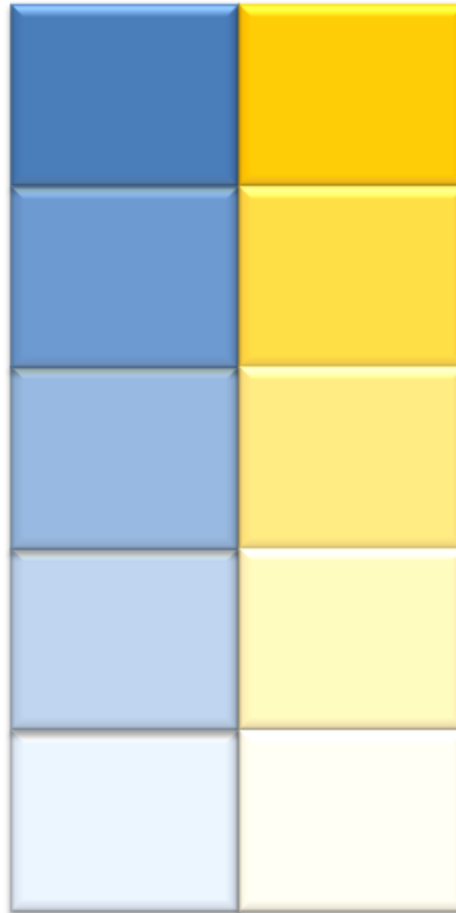


**Si ampliano gli ambiti  
della responsabilità**



azienda

trade



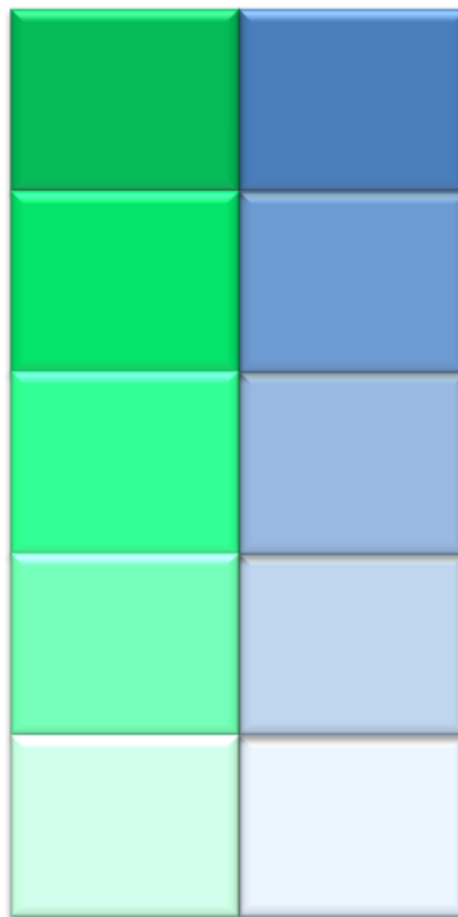
**A valle della  
filiera**



# A monte della filiera

supply  
chain

azienda

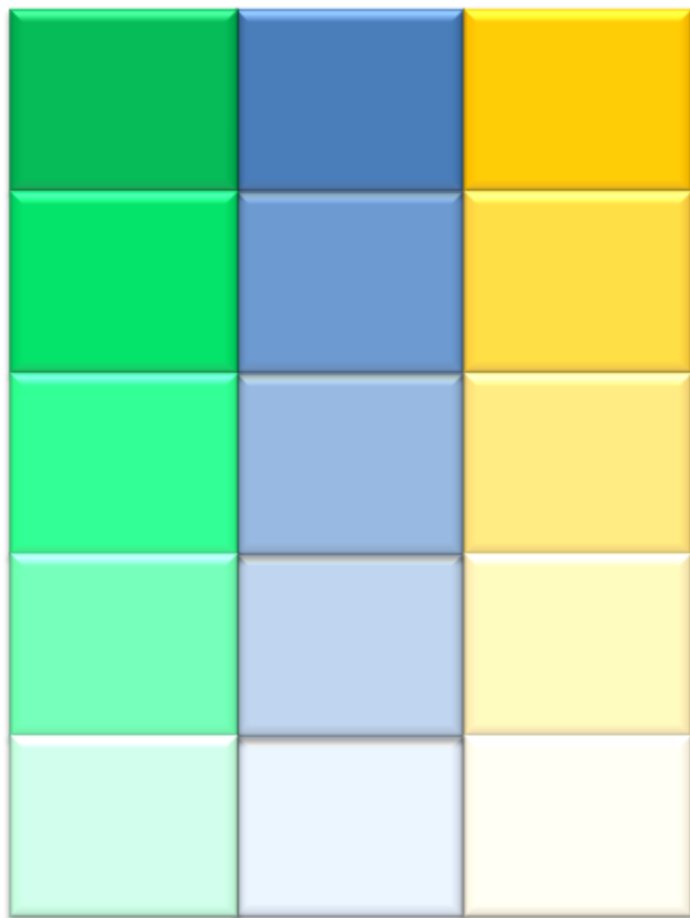




supply  
chain

azienda

trade

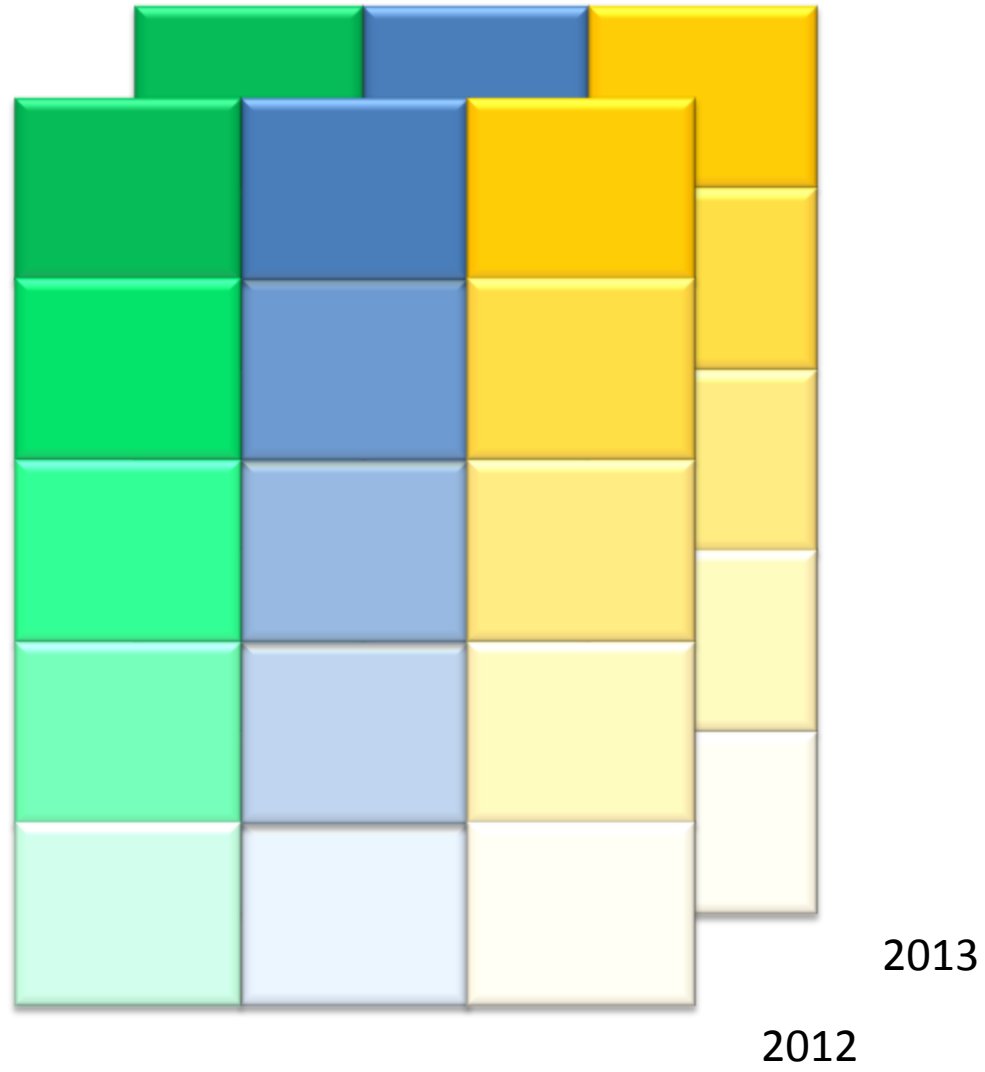


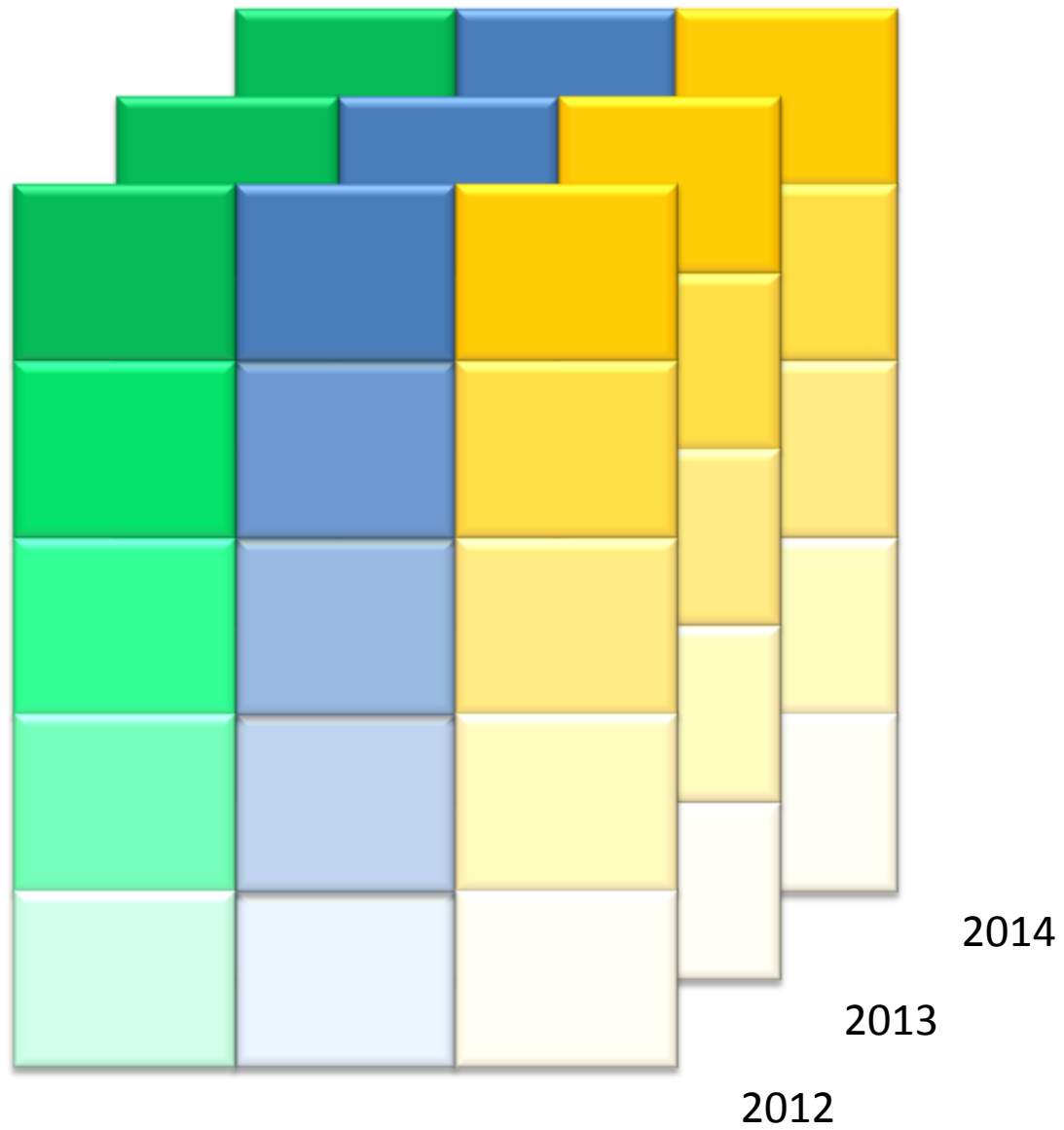
**Si allunga la prospettiva  
temporale**

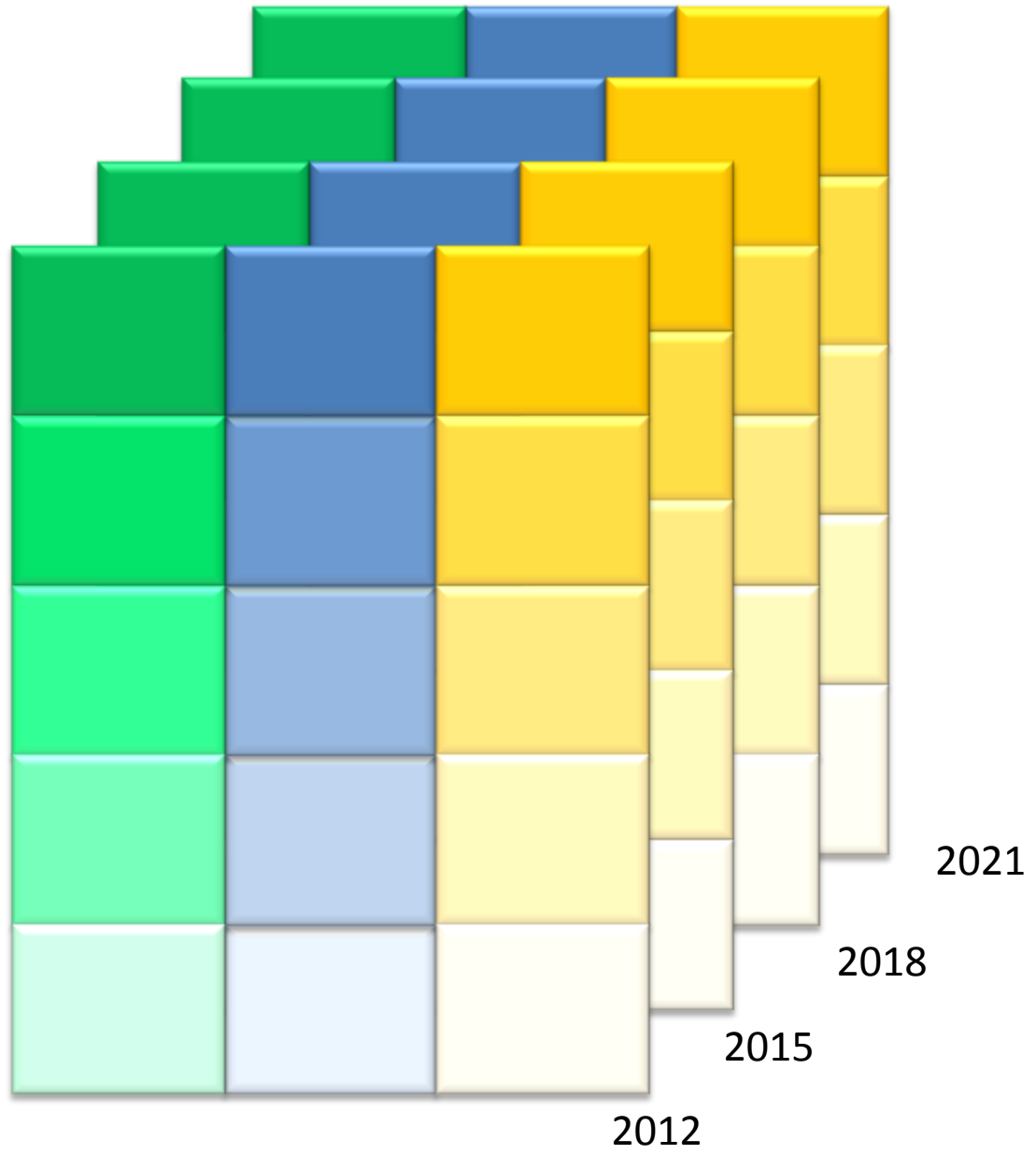


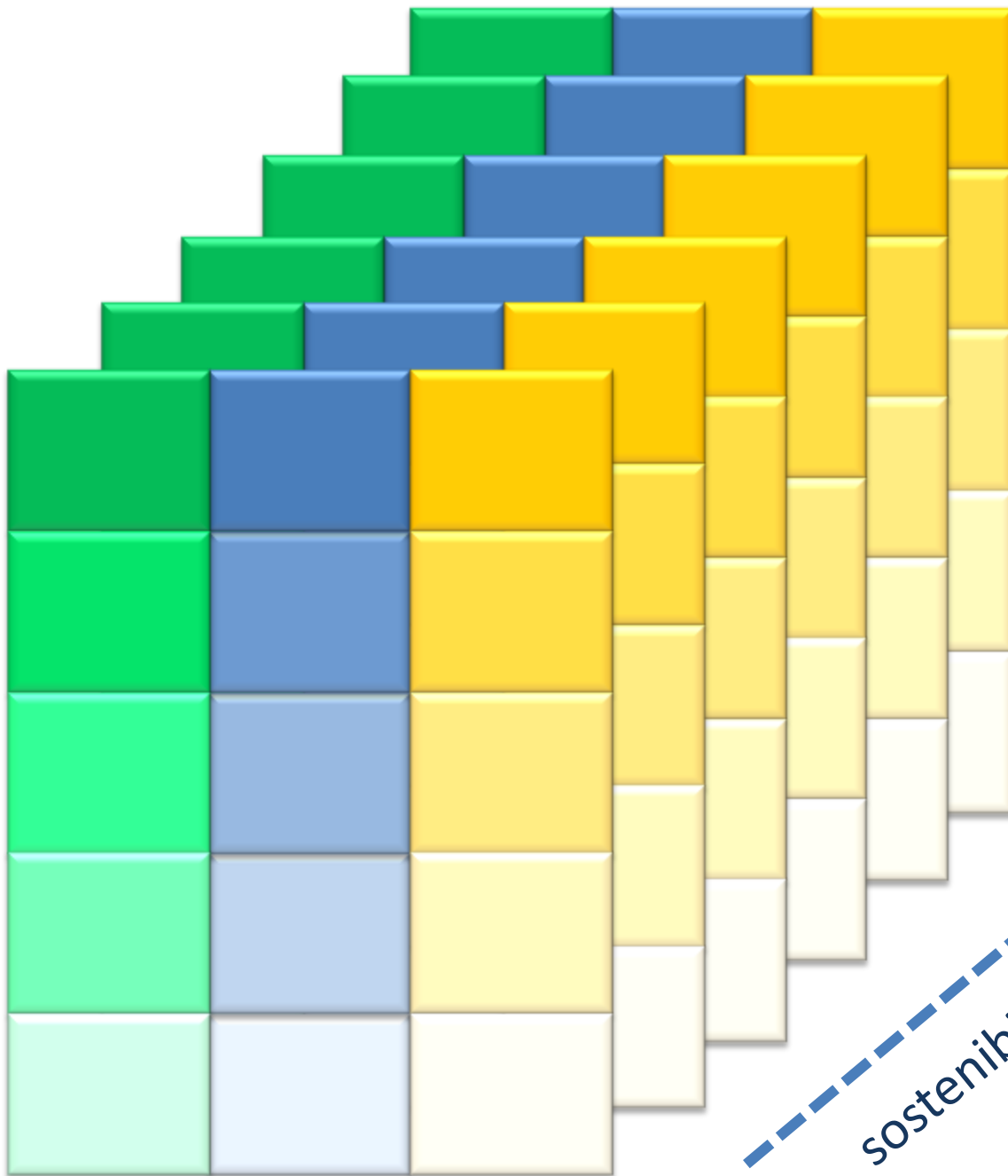


2012

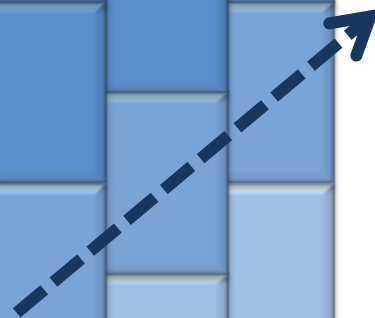
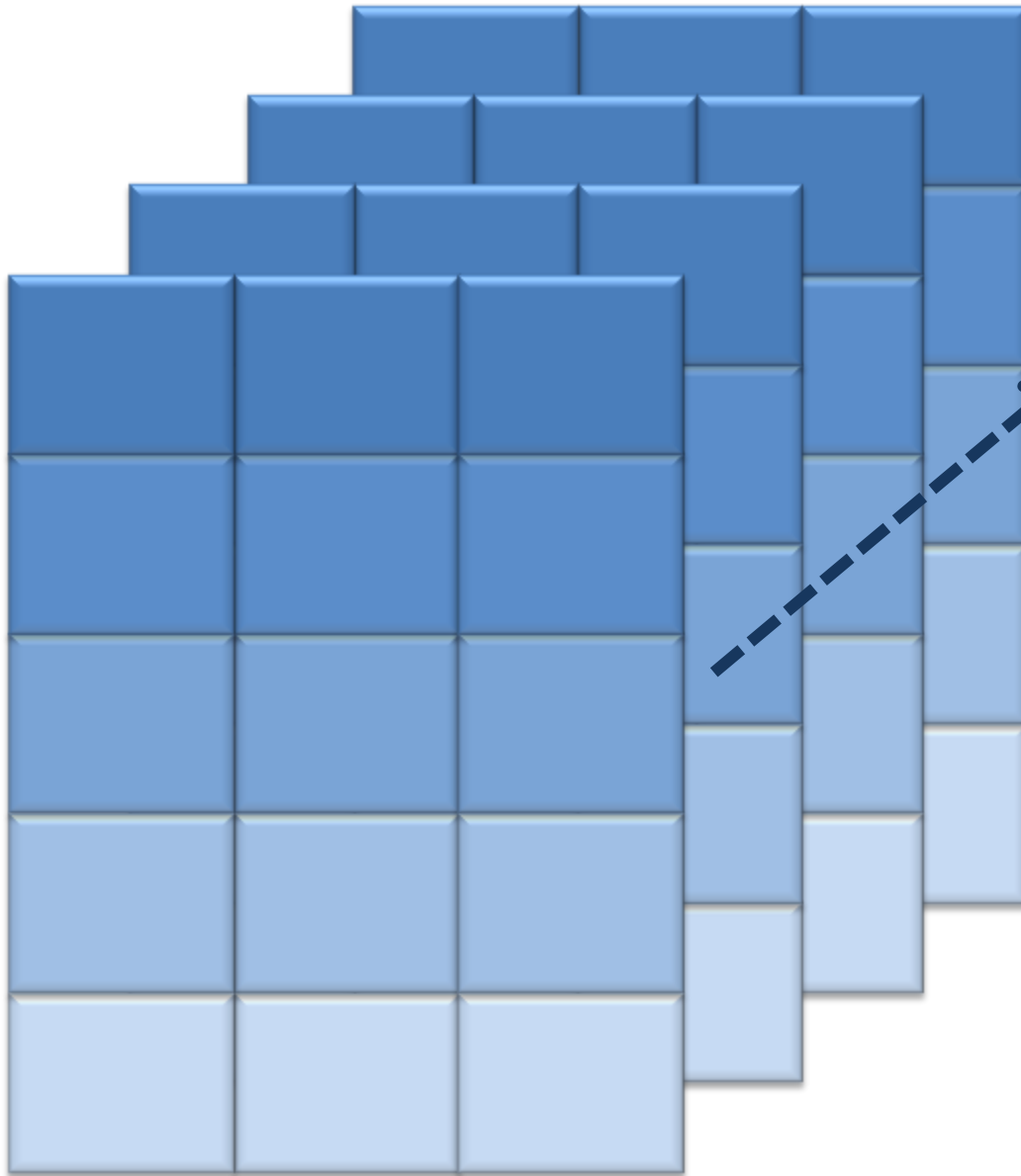








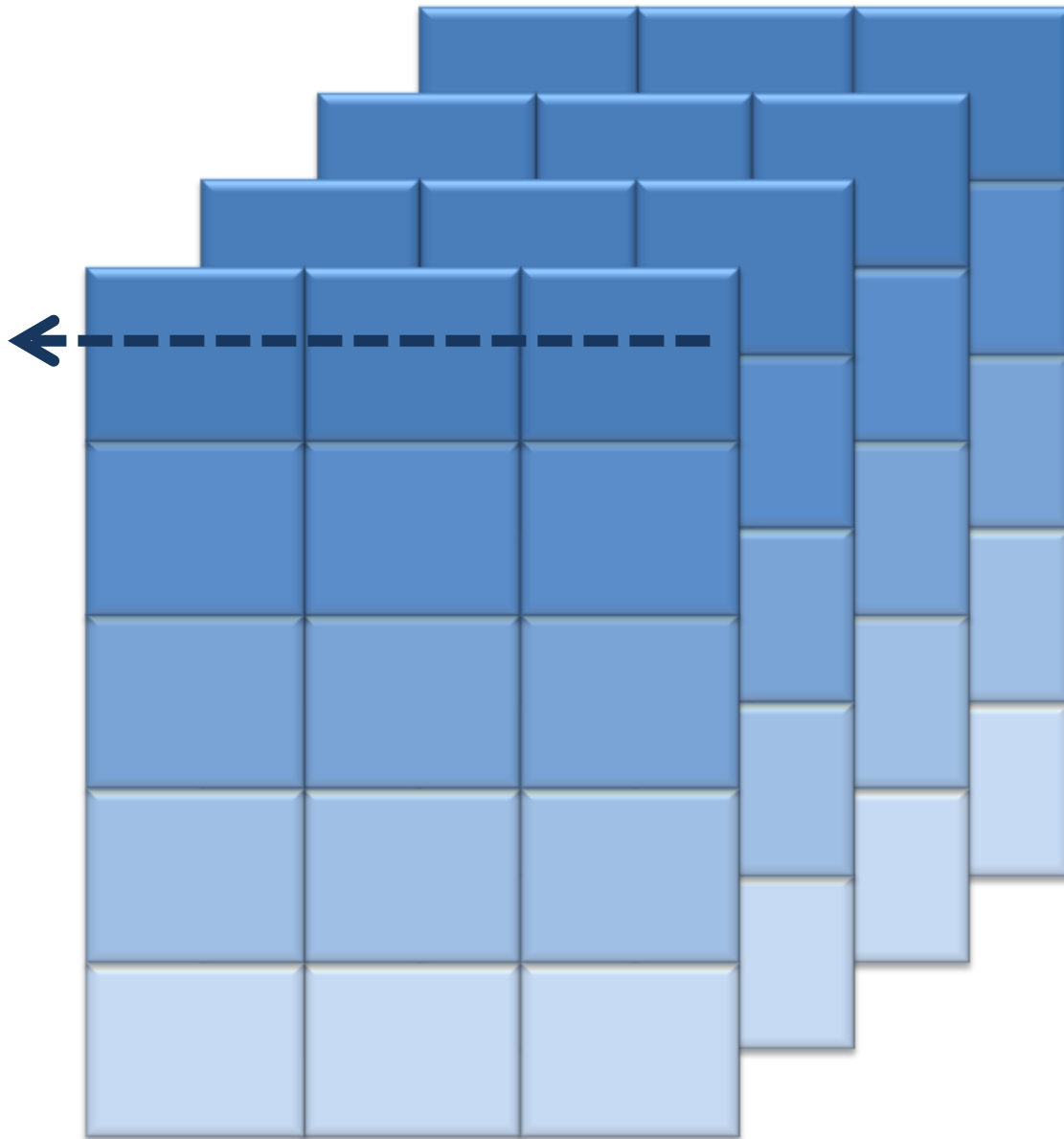
sostenibilità



Per esempio:  
dalla customer satisfaction  
alla customer advocacy

**Cambia la *visione* strategica**



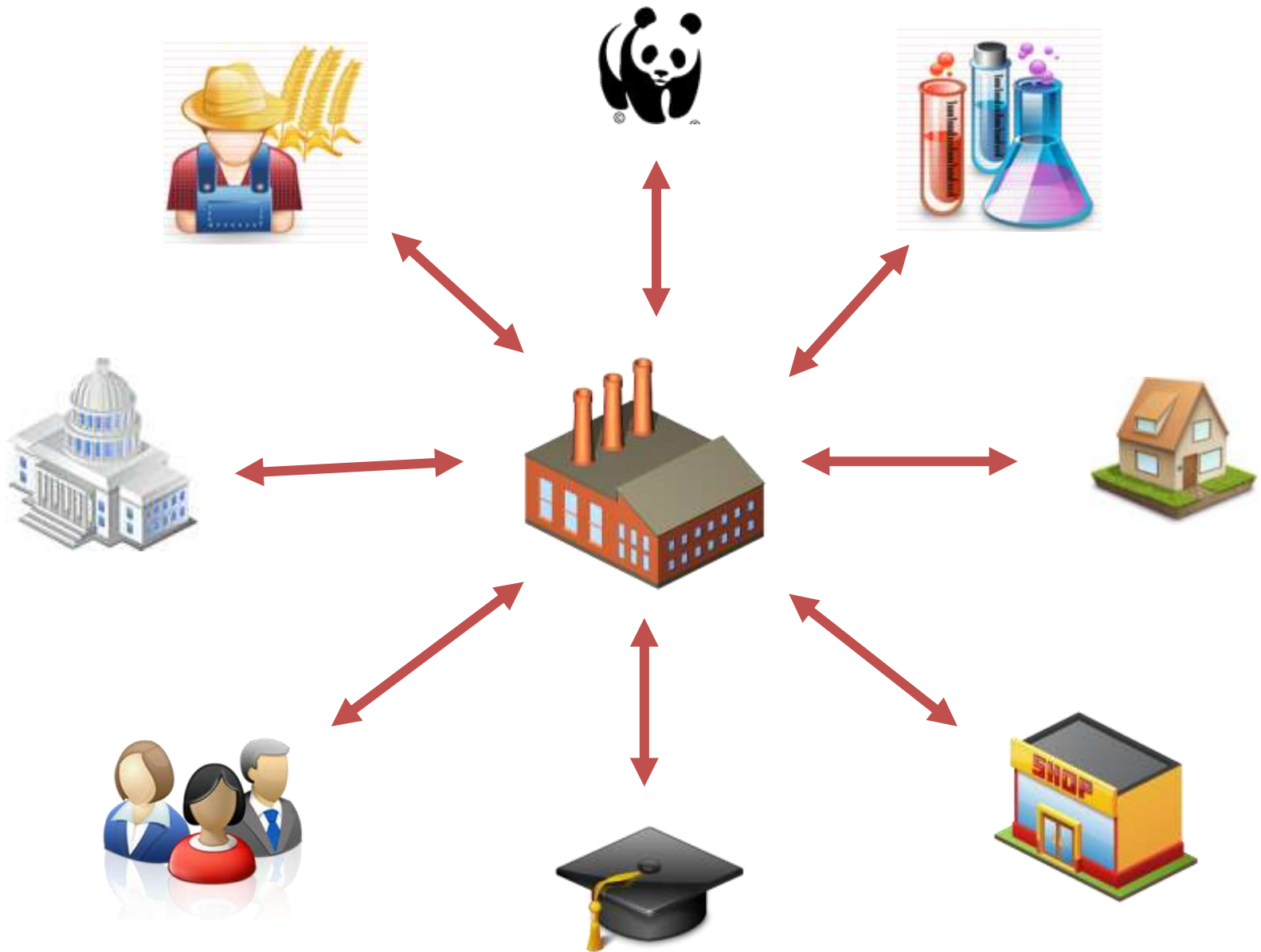


Dalla gestione  
degli acquisti  
agli accordi di  
filiera

**Cambia la *visione* strategica**

# **Come realizzare la sostenibilità?**





# L'approccio open innovation