Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Torino

Fondazione Piero Piccatti e Aldo Milanese
ORDINE DOTTORI COMMERCIALISTI ED ESPERTI CONTABILI TORINO

Economia Circolare

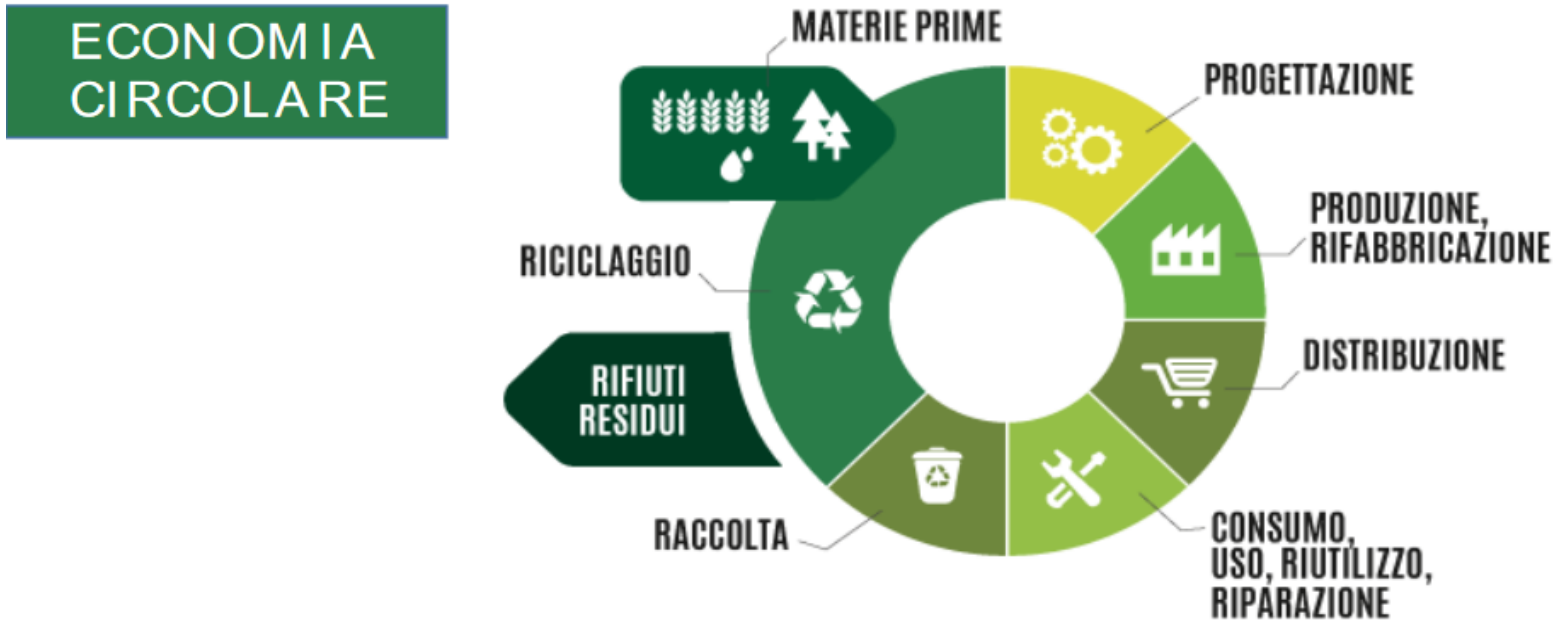
Valori, norme e comportamenti

Emanuela Barreri – Psicologa del Lavoro e Dottore Commercialista

Torino, 26 Ottobre 2023

Economia lineare v/s economia circolare

ECONOMIA LINEARE: TAKE, MAKE, DISPOSE



ECONOMIA CIRCOLARE: MAKE, USE, REUSE, REMAKE, RECYCLE

Economia lineare v/s economia circolare

L'economia LINEARE basata solo sulla massimizzazione della produttività e che non tiene conto della perdita di valore delle risorse **è un modello incompatibile con la sostenibilità ambientale, sociale ed economica**

Nell'**economia** CIRCOLARE si cerca prima di tutto di **allungare il ciclo di vita dei prodotti e solo in ultima istanza il riciclo delle parti effettivamente riciclabili,** contribuendo a **ridurre i rifiuti al minimo.**

L'economia CIRCOLARE è un modello di produzione e consumo che implica **condivisione, prestito, riutilizzo, riparazione, ricondizionamento e riciclo dei materiali e prodotti** esistenti il più a lungo possibile

Facendo riferimento alle materie prime il modello di riferimento è quello delle **3 R**:

RIDURRE (usare il meno possibile di materie prime)
RIUTILIZZARE (massimo riutilizzo di prodotti e parti di prodotto)
RIDURRE (riutilizzare al massimo le materie prime)

Definizione di economia circolare

Esistono più di 100 definizioni di economia circolare, a seconda dello studioso e/o professionista che ne parla vengono sottolineati aspetti diversi

'L'ECONOMIA CIRCOLARE NON E' SOLO LA GESTIONE DEI RIFIUTI, MA L'AMBIZIOSA RICERCA DEI MECCANISMI SOCIO-ECONOMICI-INDUSTRIALI CHE RIGENERANO GLI ECOSISTEMI NATURALI E PROMUOVONO IL BENESSERE, LA SALUTE E LA FELICITA' DI TUTTI GLI ESSERI VIVENTI»

Modelli di Business Circolari – Il processo agile e visuale per creare Modelli di Business più solidi, efficienti e sostenibili – 2022 Edizioni LSWR

Caratteristiche dell' economia circolare

- richiede un approccio **SISTEMICO**, sulla interconnessioni delle parti e sulla reciproca influenza delle stesse (tutti gli stakeholders/attori del processo sono collegati, se crea una rete e le azioni di ciascuno influenzano gli altri)

- richiede la gestione della **COMPLESSITA',** (ambiente – infrastrutture – politica – economia – sociale ecc.)

- è **MULTIDISCIPLINARE** (e tutti coloro che sono coinvolti ne sottolineano aspetti diversi, un chimico, un ingegnere, un economista o un sociologo ne danno definizioni diverse)

Caratteristiche dell'economia circolare

- è **CREATIVA,** ci obbliga a pensare e a realizzare nuovi modelli di business circolari (input circolari, estensione di vita del prodotto, piattaforma di condivisione, prodotto come servizio, upcycling, minimizzazione impatto e sprechi (*)

- è **INCLUSIVA** (secondo alcuni studiosi è necessaria l'inclusione sociale per passare da un modello lineare ad un modello circolare)

- è basata sulla **CONDIVISIONE** e sulla **COLLABORAZIONE**

Fonte Mercato Circolare – www.mercatocircolare.it

Caratteristiche dell'economia circolare

Richiede un

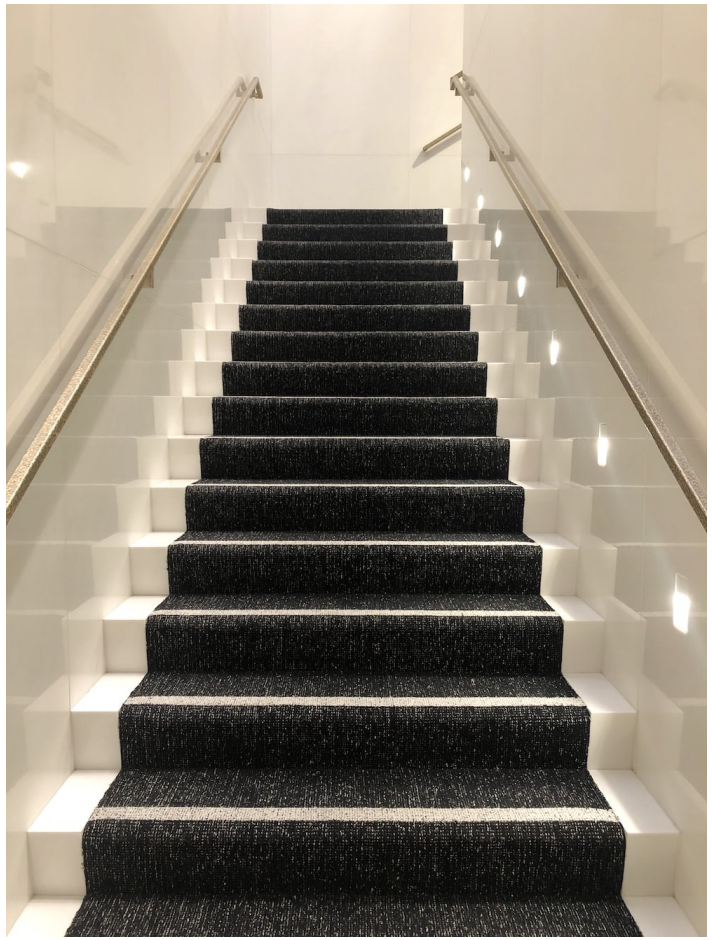
ECODESIGN

preventivo, è cioè necessario pensare prima alla progettazione di prodotti che preservino il valore o a servizi che possano essere condivisi

Fonte Mercato Circolare – www.mercatocircolare.it

Norme e confini dell’economia circolare

Economia Lineare: Pensiero Convergente



Economia Circolare: Pensiero Divergente

Teoria degli stakeholder
R.Edward Freeman

Milton Friedman (1912-2006):

Le società non hanno responsabilità sociale, o meglio hanno una responsabilità sociale di creare profitto per gli azionisti. Creando profitto per agli azionisti, di riflesso verrà creato valore anche per tutti gli altri

Edward Freeman (1951- vivente):

Scrive nel 1984

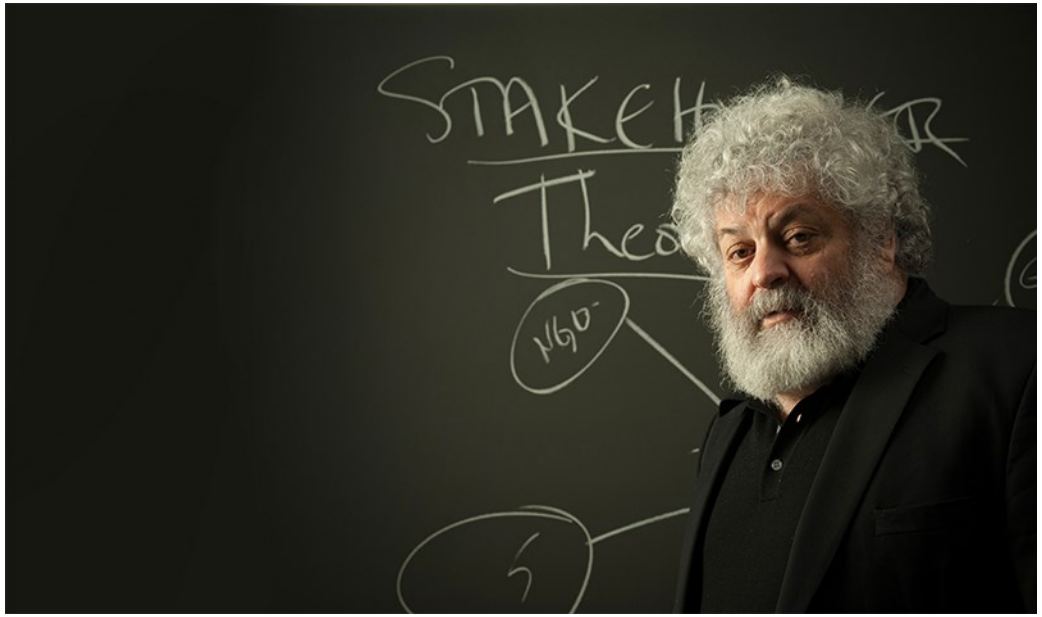
«Strategic Management: A Skateholder Approach»

L'idea che il business sia massimizzare i profitti per gli azionisti è obsoleta e non funziona molto bene, il compito dei dirigenti è quello di creare il massimo valore possibile per le parti interessate senza ricorrere a compromessi. Le grandi aziende faticano perché riescono ad allineare gli interessi degli stakeholder nella stessa direzione.

« Se riesci a far nuotare o remare tutti coloro che hanno interesse nella stessa direzione hai un'impresa con un reale potere.

Dire che i profitti sono l'unica cosa importante per una società è come dire «I globuli rossi sono la vita» – I globuli rossi sono la vita ma avete bisogno di molto di più»

https://redwardfreeman.com/



Attualmente professore di Business Administration presso la Darden School of Business dell'Università della Virginia, professore associato presso la Copenaghen Business School della Danimarca in «Stakeholder Management, visiting professor alla Nyenrode Business School nei Paesi Bassi e professore associato in Management alla Monash University di Melbourne

Principio base: il successo aziendale è massimo quando gli interessi di tutti gli stakeholder coincidono

Successo v/s profitto, il valore non è solo denaro

Es. fornitori: se non sono soddisfatti -> la nostra azienda verrà trascurata

Es: dipendenti: se lavorano motivati -> aumenterà la produttività

Es. clienti: se sono soddisfatti -> compreranno di più e porteranno altri clienti

Quando tutti vanno nella «stessa direzione», Freeman utilizza il termine «armonizzare gli interessi», «flusso di note armonizzate nella stessa canzone»

Una nuova narrazione, una nuova storia del business

Rivoluzioni delle «idee»

Quello che è «buono» per i consumatori deve essere «buono» per i dipendenti, per gli azionisti, per la comunità - la crisi arriva perché di solito si pensa solo ad uno o al max due degli stakeholder

E' un nuovo modo di pensare al «valore creato»

E' un modo di pensare che scatta quando le persone si rendono conto che qualcosa non funziona, se non si «vede» non si può cambiare

Voler vivere in un mondo migliore, allenare le skills creative

Faccio questo perché devo farlo, perché mi fa guadagnare o perché è giusto farlo?

Quando funziona il percorso verso l'economia circolare e gli ESG?

Quando è «vero», cioè quando le persone ci credono veramente, siano esse la governance o la base.

Quando corrisponde alla mission e alla vision aziendali, indipendentemente dalle norme

«CULTURA AZIENDALE»

Dalle NORME ai COMPORTAMENTI, radicandoci sui VALORI

“Ogni individuo ha il potere di fare del mondo un posto migliore”

Sergio Barbaren

Grazie per l'attenzione

Emanuela Barreri – Psicologa del Lavoro e Dottore commercialista e.barreri@studiobarreri.it Tel. 335 6629629

www.studiobarreri.it

Foto: unsplash.com