



Green Entre
4Future

Sii il cambiamento climatico

Ambasciatore - Green

Toolkit

CONSORZIO DI PROGETTO



ID PROGETTO: 2021 - 1-CY02-KA220-YOU-000029171

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione Europea nell'ambito del Programma Erasmus+. Questa pubblicazione [comunicazione] riflette solo le opinioni dell'autore, e il La Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'uso che potrebbe essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

INTRODUZIONE

Questo toolkit vuole essere uno strumento utile per molti gruppi e tipi di persone, da attivisti e giovani desiderosi di lavorare per l'ambiente, a giovani imprenditori, NEET e persino responsabili politici e consumatori. Ogni categoria di persone può trovare i propri obiettivi di apprendimento e tenerli come indicazione su cosa cercare nei capitoli successivi.

Il nome del toolkit è "Sii l'ambasciatore del clima". Fornisce un panorama educativo completo con strumenti digitali pratici per l'educazione all'imprenditorialità verde, introduce i giovani in modo divertente alle politiche europee sulle questioni ambientali, comprende il cambiamento climatico e sviluppa idee imprenditoriali.

Il toolkit è rivolto ai giovani, per far sentire loro l'impatto del cambiamento climatico, e sarà un valido strumento di supporto per gli animatori giovanili di tutta Europa coinvolgendo persone con background diversi, compresi i più svantaggiati.

Il toolkit fornirà conoscenze di base, strumenti pratici di ludicizzazione, con particolare attenzione all'educazione all'imprenditorialità verde.

L'aspetto innovativo di questo toolkit è che non sarà un insieme statistico di risorse, ma seguirà un approccio flessibile e includerà materiale prezioso e misto (utilizzando metodologie educative sia informali che non formali), linee guida e modelli, pratiche suggerimenti per l'utilizzo del materiale sviluppato e altri strumenti utili, risorse audiovisive educative, teoria pertinente, ecc.

Il toolkit è suddiviso in tre capitoli principali. Lo scopo del primo capitolo è quello di fornire al lettore un background teorico, esplorando i principi sulla gestione dei progetti verdi. Ci vorranno anche casi e buoni esempi per esplorare meglio come le migliori pratiche possono essere applicate concretamente. È diviso in due sottosezioni principali:

- principali sfide di questo progetto (come la questione dei trasporti, la comunicazione digitale, la sostenibilità dei viaggi, l'energia, le emissioni di CO₂, il consumo di acqua ecc.)
- competenze verdi, e così il lettore imparerà a conoscere l'imprenditorialità, il design e il pensiero, le migrazioni climatiche ecc. Questa sezione esaminerà anche il Double Diamond Framework (un approccio di progettazione strutturato per affrontare le sfide in quattro fasi) e alcuni Business Model Canvas.

Il secondo capitolo riguarda gli strumenti e le tecniche. Questa sezione illustrerà le tecniche e le metodologie di approccio ai discenti, secondo le specificità del gruppo target (giovani, NEET, neolaureati, immigrati, ecc). La discussione ruoterà attorno a temi come strumenti di proposta di valore verde, tela di proposta di valore verde, analisi di impatto verde, report di sostenibilità, tela del modello di business (descrivendo i suoi componenti, presentando domande attraverso le quali consente all'imprenditore verde di riflettere e acquisire familiarità con il concetto di modelli di business sostenibili), personaggi e lavori da svolgere. È inoltre presente un modulo il cui scopo è quello di contribuire al dibattito sull'impatto che il cambiamento climatico ha sulle migrazioni, sul potenziale contributo che queste ultime possono dare ai processi di adattamento in risposta agli effetti negativi dell'attuale crisi climatica e sull'importanza di prevenzione per arginare questo fenomeno.

L'ultimo capitolo è quello del gioco, che utilizza un modo creativo per introdurre tecniche e strumenti, utilizzando quiz, scenari e risorse ambientali.



Obiettivi formativi

Gli obiettivi di apprendimento di questo toolkit possono essere suddivisi a seconda del gruppo in cui ogni individuo può riconoscersi. Ogni gruppo capirà fin dalle prime pagine come è necessario lavorare in un mondo più sostenibile attraverso la transizione verde in ogni aspetto della propria vita, dall'acquisto e atteggiamenti di consumo, all'imprenditorialità, alla consapevolezza, all'attivismo e alle politiche.

Giovani Imprenditori e startupper troveranno qui linee guida, consigli teorici e possibili attività per prepararsi a un nuovo modo più green di fare impresa. Loro potranno:

- **Capire:** l'importanza di investire nell'imprenditorialità verde, come sviluppare un modello di business canvas, le tecnologie disponibili nonché le politiche e gli strumenti giuridici, la necessità di preparare i giovani imprenditori per quanto riguarda abilità, conoscenze e competenze.
- **Valutare:** le diverse soluzioni per selezionare quelle più sostenibili e adatte al business in questione.

I giovani che entreranno nel mercato del lavoro, ma anche i responsabili politici e i formatori:

- **Capire:** la necessità di prepararsi al mercato del lavoro, ma con una maggiore attenzione a come adoperarsi per un ambiente di lavoro più sostenibile in termini di capacità, competenze e conoscenze. Vedranno inoltre le caratteristiche del mercato del lavoro in termini di competenze trasversali e i vantaggi di avviare un'impresa pensando fin dal primo minuto alla sostenibilità ambientale (ma anche sociale) e all'ecologia.
- **Sviluppare:** dopo aver individuato le cosiddette competenze green, le svilupperanno per fare il loro ingresso nel mercato del lavoro nel modo migliore per loro e per il pianeta e la società.

Consumatori, attivisti e appassionati di ecologia e ambiente:

- **Capire:** la necessità della transizione verde in dettaglio, nonché le sfide future e gli strumenti, dalle politiche e dal diritto, nonché dalla tecnologia e dalla società, per valutarle e affrontarle. Saranno anche in grado di vedere e capire come le scelte e le politiche sostenibili possono avere un impatto sul quadro generale, dalle azioni più piccole.
- **Educare:** il vasto pubblico e gli altri consumatori sul cambiamento climatico, le sue sfide e le nostre armi. Saranno in grado di definirli, sensibilizzarli in ogni aspetto della loro vita, comprendere l'impatto delle sfide e delle scelte di tutti, e quindi diffondere la conoscenza alla loro comunità di riferimento e alla parte della società in cui vivono.
- **Analizzare:** in che modo i diversi comportamenti di consumo influiscono sull'ambiente più ampio e come minimizzare, comprendere e descrivere il ciclo di vita dei prodotti che consumano.
- **Fare domanda a:** le loro conoscenze per aumentare la consapevolezza e lavorare alla realizzazione e trasformazione di ogni comportamento, sul posto di lavoro e fuori, in modo più sostenibile.



CAPITOLO 1 - TEORIA

Questo capitolo intende fornire riferimenti introduttivi per i futuri imprenditori verdi in quanto fornisce loro definizioni e principi importanti, in base al loro ruolo di imprenditori di progetti di business sostenibili. Inoltre, questo capitolo affronta anche due metodologie basate sulla sostenibilità per l'imprenditorialità e per i futuri imprenditori per interrogarsi sui vari aspetti che dovrebbero prendere in considerazione nel prodotto/servizio che stanno per sviluppare.

In questo senso, serve come uno strumento utile affinché il tuo progetto sia più sostenibile e contribuisca nel modo migliore all'ambiente, alla società ed economicamente sostenibile.

Oltre alle definizioni, ai principi e alle metodologie basate sulla sostenibilità, il capitolo affronta anche due esempi di Business Case Projects.

Cosa imparerai

Con questo capitolo 1, il futuro imprenditore verde sarà in grado di acquisire conoscenze su:

- a. Ruolo dell'imprenditore verde;
- b. Concetto di Eco innovazione;
- c. Definizione di progetti sostenibili e gestione di progetti sostenibili;
- d. Due metodologie basate sulla sostenibilità.

Chi dovrebbe leggere questo capitolo

Futuri imprenditori verdi; mentori imprenditoriali; animatori giovanili; Trainers; Uomo d'affari e dirigenti

Concetti chiave

- Progetti sostenibili
- Imprenditore verde
- Eco-innovazione
- Metodo della tripla linea di fondo
- Metodologia di gestione dei progetti verdi



Definizioni, principi e metodologie sostenibili

Obiettivi formativi:

- Definire progetti sostenibili
- Riconoscere il ruolo dell'imprenditore verde
- Apprendimento delle dimensioni del modello GPM

Durata: Un'ora

Casi applicativi:

Due progetti di casi aziendali.

Presentiamo due progetti di business case come Green Value Proposition. Uno di questi riguarda la creazione di Orti per la promozione dell'Agricoltura Biologica utilizzando prodotti che derivano dal Compostaggio Domestico. L'altro si basa su un modello di economia circolare, attraverso la realizzazione di: un "Centro Recupero Rifiuti Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche" e un "Centro Recupero Apparecchiature Mobili".

Esempio di progetto di caso aziendale 1- **Recuperare è vincere**

Esempio di progetto di caso aziendale 2- **Circolare aiuta**

Riepilogo dei contenuti:

Questo capitolo intende che il futuro imprenditore verde, comprenda la definizione di progetti sostenibili, eco-innovazione, comprenda il ruolo dell'imprenditore verde e abbia familiarità con il metodo Triple Bottom Line e la metodologia del Green Project Management (GPM). Utilizzandolo quando necessario, questo permetterà all'imprenditore di valutare il proprio prodotto/servizio in tre dimensioni: Ambiente, Persone ed Economia. In generale, questo capitolo intende per il futuro imprenditore ottenere conoscenze sufficienti per costruire una proposta di valore tenendo conto dei pilastri della sostenibilità.

Chi è un imprenditore verde?

Un imprenditore verde o eco-imprenditore è un imprenditore che avvia la propria attività da idee innovative e rispettose dell'ambiente che risolvono i problemi esistenti. Tutti i prodotti e servizi disponibili sono progettati per ridurre l'impatto ambientale, sociale ed economico. Pertanto, il modello di business tradizionale viene sostituito da uno che include la sostenibilità ambientale e la protezione dell'ambiente nelle decisioni da prendere [1].

L'eco-imprenditorialità è associata a una serie di principi, ad esempio [2]:

- Riduzione dei rifiuti (solidi, liquidi, energetici);
- Riduzione delle emissioni (carbonio, inquinanti atmosferici);



- Riduzione dell'uso di rifiuti chimici pericolosi;
- Riutilizzo di scarti industriali come materia prima; Materia prima sostenibile;
- Uso sostenibile dell'energia; ridurre l'eccesso.

Ciò viene fatto utilizzando e adattando i metodi, gli strumenti e le tecniche appropriati per guidare il team di progetto, coinvolgere le parti interessate e portare avanti il progetto, salvaguardando la società, l'ambiente e i diritti umani.

Cos'è l'eco innovazione?

Schumpeter ha associato l'imprenditorialità all'innovazione, secondo questo autore l'essenza dell'imprenditorialità risiede nella percezione e nell'uso di nuove opportunità di business; l'imprenditore è responsabile dei processi di distruzione creativa. Secondo la teoria della distruzione creativa, gli imprenditori distorcono l'equilibrio del mercato, diventando agenti di cambiamento e crescita che agiscono per introdurre nuove combinazioni di mercato, prodotto o innovazione [3]. In tal modo, si differenziano dalla concorrenza, sia presentando prodotti e/o servizi innovativi, sia utilizzando nuove tecnologie e/o processi.

Ad esempio, “qualsiasi innovazione che si traduca in un passo importante verso lo sviluppo sostenibile, riducendo l'impatto dei nostri modi di produzione sull'ambiente, rafforzando la resilienza della natura alle pressioni ambientali o utilizzando le risorse naturali in modo più efficiente e responsabile” [2], costituisce un'innovazione, o Eco-innovazione.

L'eco innovazione [2], promuovendo nuovi processi, tecnologie e servizi che rendano le attività economiche più ecologiche (trasformando le sfide ambientali in opportunità di business, in particolare per le piccole e medie imprese [2]), consentono di ottimizzare il potenziale di crescita e, allo stesso tempo, contribuire a trovare risposte a sfide come il cambiamento climatico, la scarsità di risorse e il declino della biodiversità [1]. In altre parole, l'eco innovazione è strettamente correlata al modo in cui le risorse naturali vengono utilizzate e ai modelli di produzione e consumo, nonché ai concetti di eco efficienza ed eco industria.

Cosa sono i progetti sostenibili?

GPM definisce un progetto come “un investimento che richiede un insieme di attività coordinate svolte in un periodo di tempo finito al fine di raggiungere un unico risultato a supporto del risultato desiderato”. Affinché un progetto sia sostenibile, l'attenzione deve essere posta sulla creazione di valore. I requisiti e i vincoli del progetto dovrebbero includere la mitigazione degli impatti ambientali, sociali ed economici negativi e il raggiungimento dei benefici delineati nel business case Project.

Che cos'è la gestione sostenibile dei progetti (o progetti verdi)

La gestione sostenibile dei progetti è l'applicazione di metodi, strumenti e tecniche per raggiungere un obiettivo dichiarato, tenendo conto dell'intero ciclo di vita del risultato del progetto per garantire un impatto ambientale, sociale ed economico netto positivo.

Man mano che la gestione del progetto matura, anche la tua visione di cosa sia il successo del



progetto cambia. L'imprenditore sta ora andando oltre la sua tradizionale attenzione al tempo, ai costi e alla portata per enfatizzare il raggiungimento di obiettivi nel business case, pur mantenendo il focus sul ciclo di vita dell'asset. Il passo successivo nel processo evolutivo è l'adozione di un ethos di sostenibilità in cui i progetti non vanno a scapito del pianeta e delle sue risorse limitate.

La creazione e la gestione dei progetti devono compiere maggiori sforzi per affrontare gli impatti sociali e ambientali di ogni progetto, in modo che il mondo in cui viviamo e che stiamo prendendo in prestito dalle generazioni future possa rigenerarsi e sostenersi. Per fare questo passo, la creazione e la gestione del progetto imprenditoriale devono arrivare ad avere una visione più ampia e globale dell'impatto e del valore del progetto, come illustrato di seguito.



Fonte: <https://greenprojectmanagement.org/about/what-is-sustainable-project-management>

Deve contenere appunto una proposta di valore basata sui pilastri della sostenibilità.

Vedremo, su proposta del sociologo e consulente britannico John Elkington [4] formulare il concetto Triple Bottom Line – “il treppiede della sostenibilità” - espressione attualmente custodita e conosciuta anche come le “Tre Persone, pianeta e profitto).

Cosa significa Triple Bottom Line?

Nel 1987, l'ONU ha lanciato il rapporto “Our Common Future” alla Commissione Mondiale per l'Ambiente e lo Sviluppo, introducendo il concetto di sviluppo sostenibile nella società. Fino ad allora, era raro pensare alla limitazione delle risorse naturali e all'impatto aziendale sull'ambiente.

Pochi anni dopo (1994), John Elkington creò la Triple Bottom Line o il treppiede della sostenibilità. Il metodo incorpora la visione ecologica nelle aziende sulla base di tre principi: People, Planet, Profit, noti anche come Sustainability 3Ps.

La sostenibilità non è più considerata una questione superflua, e oggi essere un'azienda sostenibile è più di uno status, significa guadagnarsi il rispetto dei propri consumatori e partner. Pertanto, la Triple Bottom Line ha acquisito così tanta importanza e ha portato una nuova mentalità ai manager. Per una facile visualizzazione, il concetto è solitamente rappresentato dall'intersezione di tre cerchi,



ognuno dei quali rappresenta una "P".

I tre pilastri della sostenibilità

Il Sustainability Tripod ha inaugurato un nuovo modo per le aziende di guardare allo sviluppo delle proprie attività: l'aspetto economico non dovrebbe essere l'unico indicatore della performance e del successo di un'azienda.

Fattori economici, sociali e ambientali, infatti, ritenuti incompatibili, sono perfettamente complementari e direttamente interconnessi. La performance finanziaria è legata alla sostenibilità di qualsiasi attività commerciale.

Scopri i tre pilastri della sostenibilità:

- **PERSONE** – I dipendenti sono il patrimonio più importante delle aziende e questo è un'ulteriore dimostrazione di quanto sia fondamentale curare la cultura organizzativa. Il trattamento che riceve il tuo team e le condizioni di lavoro sono gli aspetti principali che dovrebbero essere prioritari per le organizzazioni sostenibili, dal rispetto e rispetto delle norme sul lavoro in vigore alla qualità del clima organizzativo.
- **PIANETA** - Si riferisce agli impatti che le attività dell'azienda generano sull'ambiente e quali misure vengono adottate per evitare o mitigare i rischi di tale interferenza. Esistono numerosi modi per adattare la catena di produzione incorporando nuove misure di produzione, altri materiali o attrezzature che non inquinano. La tecnologia ha contribuito immensamente a soluzioni innovative per rendere le industrie meno dannose per l'ecosistema.
- **UTILE** – L'adozione di misure per i dipendenti e per il pianeta porta numeri positivi a fine mese. Quando il brand investe nel team e incorpora azioni sostenibili, di conseguenza migliora produttività, competitività e risultati. Un altro punto fondamentale è la visione a lungo termine, "sweet spot", in cui i suoi clienti percepiscono la responsabilità sostenibile del marchio e vedono un valore aggiunto nel suo servizio, stabilendo un rapporto di partnership duratura e identificazione tra gli interessi degli stakeholder e l'azienda.

A queste 3P, il GPM, espone altre 2P: Prodotti e processi e qui presentiamo la seguente figura (Fig. 1) adattata allo scopo di questo particolare capitolo:

Sulla base di queste ultime due P (prodotti e processi) nel prossimo capitolo presentiamo una serie di sette strumenti che consentono all'imprenditore verde di creare soluzioni allineate alla sostenibilità.

Tuttavia, prima di entrare in questi strumenti, lasciamo qui due video introduttivi per una migliore comprensione, uno su un metodo di progettazione per l'imprenditorialità verde e un altro su 14 idee di business verdi per imprenditori startup.

- <https://youtu.be/7mC9xaJC2dQ> (6:14 minuti)
- https://www.youtube.com/watch?v=ez09N1nH_OY (1:38 minuti)

Successivamente, introdurremo due esempi reali di due progetti di casi aziendali per una maggiore chiarezza e apprezzamento del contenuto di questo capitolo per gli studenti e in modo che possano analizzare gli aspetti strategici.

Allineamento dei due Business Case Project ai noti Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni



Unite.

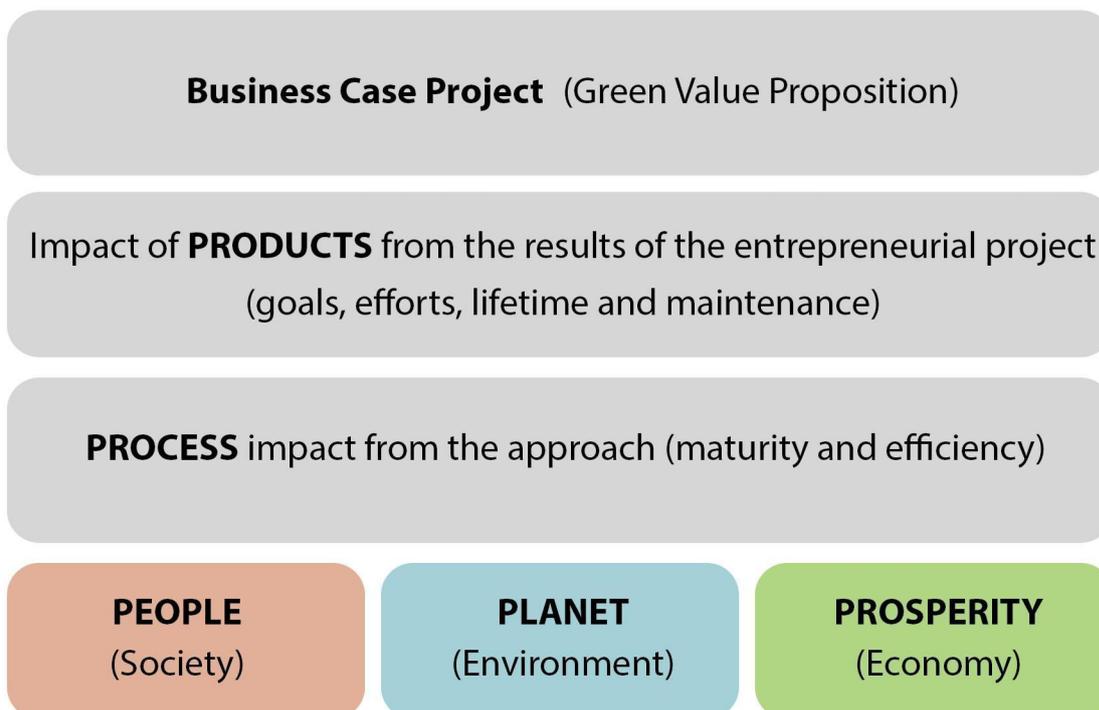


Figura 1 - L'origine delle 5P

Business Case Project Titolo N° 1

Recover is to win+Descrizione

Il Progetto Business Case "Recuperare è Ganhar" mira a innovare in due cicli distinti di utilizzo di alcuni prodotti, attraverso i suoi obiettivi specifici e nell'ambito dell'economia circolare, in una logica di maggiore efficienza ed efficacia secondo il Piano d'Azione per l'Economia Circolare in Europa.

Nello specifico, il progetto si propone di realizzare: A “**Centro Recupero Rifiuti Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche**” e “**Centro Recupero Mobili**”.

Parallelamente, il Progetto Business Case è accompagnato da una forte strategia incentrata sulla comunicazione



e divulgazione per l'introduzione di un segno distintivo innovativo per un'Azienda che cerca di operare in un territorio Intelligent + Green nella gestione delle proprie risorse comunitarie e, in particolare, con un nuovo modello di gestione di questa tipologia di rifiuti trattati dalle rispettive centri. A questo punto, anche diversi stakeholder locali giocheranno un ruolo importante.



Obiettivo principale

Nell'ambito del Piano d'Azione per l'Economia Circolare, e sulla base di un modello di economia circolare, si intende realizzare misure/azioni/iniziative o soluzioni locali che consentano il riutilizzo e l'estensione della vita utile di prodotti di arredo ed elettrici ed elettronici attrezzatura dentro



un territorio che vuole essere intelligente nel modo di gestire tali tipologie di rifiuti e in un'ottica di educazione informale, mostrando alla comunità locale i relativi risparmi e le ricadute positive per la collettività.



Obiettivi di sviluppo sostenibile associati al progetto Business Case

- SDG 11.6: entro il 2030, ridurre l'impatto ambientale negativo pro capite nelle città, anche prestando particolare attenzione alla qualità dell'aria, alla gestione dei rifiuti urbani e altro;
- SDG 11.8: sostenere relazioni economiche, sociali e ambientali positive tra aree urbane, periurbane e rurali, rafforzando la pianificazione dello sviluppo nazionale e regionale;
- SDG 12.4: raggiungere entro il 2020 una gestione ecologicamente corretta delle sostanze chimiche e di tutti i rifiuti, durante il loro intero ciclo di vita, in conformità con i quadri internazionali concordati, e ridurre significativamente il loro rilascio nell'aria, nell'acqua e nel suolo, minimizzare i loro impatti negativi sulla salute umana e sull'ambiente;
- SDG 12.5: entro il 2030, ridurre sostanzialmente la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, riciclaggio e riutilizzo;
- Obiettivi nazionali per la prevenzione, il riuso e il riciclo dei flussi specifici: Piano Nazionale di Gestione dei Rifiuti — PNGR, Piano Strategico per i Rifiuti Urbani — PERSU 2020;
- SDG 17.14: Coerenza politica e istituzionale: aumentare la coerenza delle politiche per lo sviluppo sostenibile;
- UE: Piano d'azione per l'economia circolare — Rifiuti e materie prime

secondarie. Indicatori complementari:

- Numero di cittadini che usufruiscono dei servizi erogati;
- Numero di azioni di sensibilizzazione e relativo impatto;
- Rapporto numero di prodotti riparati rispetto a nuovi prodotti venduti.



Business Case Titolo del progetto N° 2

Circolare aiuta

Descrizione

Il Business Case Project “Circular é Ajudar” mira ad articolare, attraverso una rete di cooperazione, una strategia comune per il Compostaggio Domestico della Grande Regione Metropolitana e nella creazione di Orti per la promozione dell'Agricoltura Biologica.

È previsto che i suoi beneficiari degli Orti adottino prodotti che derivano dalla Home Composting negli orti e contemporaneamente promuovano la produzione biologica.



I beneficiari finali possono vendere i loro prodotti biologici alle fiere locali o per il proprio consumo. I rifiuti organici da consumo seguono la logica della green economy e saranno rifiuti che entrano nella filiera del compostaggio. Inoltre, l'eccedenza del prodotto finale della polvere fatta in casa può essere venduta anche ad altri agricoltori.

Obiettivo principale

Nell'ambito del Piano d'Azione per l'Economia Circolare, e sulla base di un modello di economia circolare, in particolare, questo Business Case Project mira a:

- a. fornire appezzamenti per la realizzazione dell'orto biologico;
- b. mettere a disposizione degli Utenti (beneficiari finali) un terreno di 25 o 50 mq, a titolo gratuito o ad un importo indicato nel contratto d'uso, e per un periodo definito, per il compostaggio domestico e la coltivazione di un orto in biologico.

Obiettivi di sviluppo sostenibile associati al progetto Business Case

- SDG 12.5: entro il 2030 ridurre sostanzialmente la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclo e il riutilizzo (Azione 1);
- SDG 8.4: dissociare la crescita economica dal degrado ambientale (azione 2);
- SDG 15.2,.3,.9,.10: proteggere la vita terrestre (Azione 7).





Indicatori complementari:

- N. di cittadini che usufruiscono dei servizi di orto erogati;
- Impatto del beneficio fiscale attribuito;
- Valore aggiunto lordo generato.



CURIOSITÀ SUL COMPOSTAGGIO

Sapevi che circa il 40% dei nostri rifiuti urbani è compostabile?

Il compostaggio è un processo biologico aerobico in cui gli organismi trasformano la materia organica in un materiale simile al suolo chiamato ammendante organico. Nel compostaggio domestico è importante capire come creare le condizioni ideali per produrre un ammendante di qualità.

Vuoi produrre il tuo fertilizzante naturale che sia ottimo per il tuo giardino?

Fonte: <https://www.lipor.pt/pt/sensibilizar/compostagem-caseira-e-comunitaria/a-compostaggio-2>

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

[2] Ganilho, E. (2015, 15-18 ottobre). L'imprenditorialità nel contesto di un'economia verde: prospettive future. 5° Conferenza sull'imprenditoria iberica, Oeiras, Portogallo.

[3] SCTE-IUL & SPI Ventures. (2013). 2004-2013: Un decennio di imprenditorialità in Portogallo. GEM Portogallo 2013.



[4] ELKINGTON, J. (2001). *Cannibali con forchetta e coltello*. San Paolo: Libri Makron



RIFERIMENTI ELETTRONICI

[1] https://imprintplus.org/documentfiles/IO8_tutorial_final_PT_compressed.pdf

f RIFERIMENTI ELETTRONICI COMPLEMENTARI

Altre fonti di informazioni per la consultazione relative ai rifiuti di apparecchiature elettriche ed elettroniche dell'UE:

- Legge principale:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX:02012L0019-20180704>

- Argomenti collegati:

- Sostanze chimiche: https://ec.europa.eu/environment/topics/chemicals_en

- Economia circolare: https://ec.europa.eu/environment/topics/circular-economy_en & https://ec.europa.eu/environment/strategy/circular-economy-action-plan_en

- Rifiuti e riciclaggio: https://ec.europa.eu/environment/topics/waste-and-recycling_en

- Priorità connesse della Commissione - Green Deal europeo: https://ec.europa.eu/info/strategia/priorità-2019-2024/european-green-deal_it

Gli obiettivi di sviluppo sostenibile

- Gli obiettivi di sviluppo sostenibile: <https://sdgs.un.org/goals>



Principali sfide

Trasporti, mobilità e comunicazioni digitali

In questo modulo, vogliamo presentare i modi per ridurre i costi e ridurre l'impatto negativo sui trasporti e i modi in cui questo settore può raggiungere la sostenibilità attraverso le tecnologie moderne e digitali.

Concetti chiave

Local Procurement

Comunicazione Digitale

Logistica Viaggi e

Pendolarismo

Obiettivi formativi:

Spiegare i problemi ambientali direttamente legati ai trasporti e alla mobilità.

Riepilogo dei contenuti:

È molto importante continuare a sviluppare progressi nella mobilità e nei trasporti attraverso obiettivi sanitari e ambientali più intelligenti ed efficienti. L'innovazione e la ricerca sono la chiave più importante per una trasformazione dei dati di successo e, integrando le diverse modalità di trasporto e offrendo la multi modalit , l'esperienza di viaggio e di trasporto pu  diventare pi  sicura, agevole, salutare e pi  sostenibile.

La pandemia di COVID-19 ha avuto un grande impatto sul settore della mobilit  e dei trasporti. Ci sono ancora grandi lacune e collegamenti mancanti nell'infrastruttura comune. Allo stesso tempo,   necessario modernizzare le flotte in tutte le modalit  per renderle pi  sostenibili.

4.1.1 Appalti locali

L'approvvigionamento locale si riferisce all'acquisto di beni e servizi da fornitori all'interno della regione o delle regioni vicine alle operazioni di un'azienda. Se viene implementato un processo di approvvigionamento efficace, ci  porter  al successo complessivo della catena di fornitura.

L'approvvigionamento sostenibile   un processo in cui le organizzazioni soddisfano le loro esigenze di beni, servizi, lavori e servizi di pubblica utilit  in un modo che ottiene un buon rapporto qualit -prezzo in base al ciclo di vita, affrontando i principi di equit  per lo sviluppo sostenibile.

Le organizzazioni che praticano acquisti sostenibili soddisfano le loro esigenze di beni, servizi, servizi pubblici e lavorano con l'intenzione di massimizzare i benefici netti per s  stesse e per il resto del mondo. In tal modo, devono incorporare considerazioni sui costi estrinseci nelle decisioni insieme ai criteri di approvvigionamento convenzionali di prezzo e qualit , sebbene in pratica gli impatti



sostenibili dell'approccio di un potenziale fornitore sono spesso valutati come una forma di considerazione della qualità. "Si tratta di diversi strumenti per lo sviluppo, come quelli proposti da Amartya Sen: (1) facilitazioni economiche, (2) opportunità sociali, (3) sicurezza protettiva, (4) libertà politiche e (5) garanzie di trasparenza."1 "E procurarsi in modo sostenibile implica guardare oltre le esigenze a breve termine e considerare gli impatti a lungo termine di ogni acquisto. L'approvvigionamento sostenibile viene utilizzato per garantire che l'acquisto rifletta obiettivi più ampi legati, ad esempio, all'efficienza delle risorse, al cambiamento climatico, alla responsabilità sociale e alla resilienza economica."2

4.1.2 Comunicazione digitale

La comunicazione digitale è il modo elettronico di scambio di informazioni. A causa dello sviluppo della tecnologia, oggi vengono utilizzati molti nuovi tipi di comunicazione (telefoni cellulari, social network e sms) e molti nuovi sono in corso di implementazione.

I governi e le istituzioni sanitarie pubbliche di tutto il mondo hanno stabilito linee guida sul distanziamento sociale e sul restare a casa durante la pandemia di COVID-19. Con le ridotte opportunità di trascorrere del tempo insieme di persona, arrivano nuove sfide per rimanere socialmente connessi.

Molte ricerche e piattaforme digitali mostrano che l'uso complessivo delle tecnologie digitali è aumentato e le persone iniziano a pensare fuori dagli schemi e come diventare più flessibili in questo mondo in rapida evoluzione.

Gli impatti positivi delle tecnologie digitali sono che non ci sono barriere e che stanno rendendo la comunicazione più facile, più veloce, più economica e più efficiente.

L'impatto negativo sta causando un isolamento sociale tra le persone e talvolta comunicare online riduce la quantità di tempo che trascorrono effettivamente in compagnia di altri esseri umani.

La digitalizzazione e le comunicazioni digitali possono fornire soluzioni per alcune delle principali sfide globali e creare opportunità come:

- Creare posti di lavoro;
- Istruzione avanzata;
- Sviluppare la competitività e l'innovazione;
- Combattere il cambiamento climatico e consentire una transizione verde.

La digitalizzazione è la principale componente chiave per la ripresa economica e la sostenibilità.

4.1.3 Viaggiare e Pendolarismo

"La gestione della mobilità può essere ampiamente definita come la creazione e la gestione di opzioni di mobilità, sia a livello sistemico che da sistema a cliente, per migliorare la portata, l'efficienza e l'accessibilità dei servizi di trasporto pubblico."3

La gestione della mobilità è un approccio alla progettazione e alla fornitura di servizi di trasporto che iniziano e finisce con il cliente.

Gestione della mobilità



Re the climate

- incoraggia l'innovazione e aiuta a trovare la soluzione giusta per i clienti;



- piani per la sostenibilità;
 - assiste i clienti nell'apprendere le informazioni necessarie e nell'utilizzare i servizi;
 - incorpora regolarmente il feedback dei clienti man mano che i servizi vengono valutati e adattati.
- Sfide per l'industria dei trasporti:
- Requisiti per le nuove tecnologie digitali;
 - Trasformazione digitale per l'industria dei trasporti;
 - Integrare la filiera;
 - Trasformazione delle organizzazioni di trasporto;
 - Migliorare l'automazione e sviluppare la sicurezza informatica;
 - Digitalizzazione.

Come ridurre i viaggi e aumentare la produttività:

1. Tecnologie di videoconferenza- I progressi tecnologici stanno aumentando il lavoro a distanza e offrono opzioni per orari più flessibili.

Il lavoro a distanza è aumentato negli ultimi anni, poiché i dipendenti utilizzano l'accessibilità e la convenienza di lavorare a distanza.

Alcuni dei servizi di videoconferenza più utilizzati includono Microsoft Teams, Google Hangouts, WebEx e GoToMeeting.

"La tecnologia di videoconferenza riduce i viaggi di lavoro delle aziende, consentendo di condurre facilmente riunioni senza effettuare viaggi costosi e dispendiosi in termini di tempo."⁴

2. Realtà virtuale e aumentata

La realtà virtuale è uno strumento interessante, adottato dalla tecnologia di viaggio per offrire ispirazione mentre ti porta in viaggi virtuali in un modo completamente nuovo.

3. Intelligenza artificiale (AI)

L'intelligenza artificiale è la capacità di eseguire robot controllati da computer o computer digitali compiti umani.

4.1.4 la logistica

La logistica è il processo di pianificazione e realizzazione del trasporto e dello stoccaggio efficiente delle merci dal punto di origine al punto di consumo.

I servizi logistici, come i trasporti, sono una parte importante della crescita e dello sviluppo di ogni economia locale. La qualità e l'efficienza dei servizi logistici sono importanti per il commercio internazionale.

Le aziende di logistica stanno affrontando un'era di cambiamenti senza precedenti poiché la digitalizzazione è sempre più utilizzata e le aspettative dei clienti continuano ad aumentare nel tempo. Le nuove tecnologie consentono una maggiore efficienza e migliori modelli funzionali; stanno anche rimodellando il mercato in modi nuovi. I nuovi entranti, come le start-up o i fornitori



Re the climate
del settore, stanno cambiando il settore.



“Il Logistics Performance Index (LPI) è uno strumento di benchmarking interattivo creato dalla Banca mondiale per aiutare i paesi a identificare le sfide e le opportunità che devono affrontare nelle loro prestazioni nella logistica commerciale e cosa possono fare per migliorare le loro prestazioni. È la media ponderata dei punteggi del paese su sei dimensioni chiave: prestazioni doganali, qualità dell'infrastruttura, facilità di organizzazione delle spedizioni, qualità dei servizi logistici, tracciabilità e rintracciabilità delle spedizioni e tempestività delle spedizioni. Questa misura indica la relativa facilità ed efficienza con cui i prodotti possono essere spostati all'interno e all'interno di un paese. “5

Una migliore logistica aiuta a raggiungere i seguenti risultati sostenibili:

- Costi di trasporto ridotti;
- Riduzione dei rifiuti e dell'inquinamento;
- Tempi di consegna ridotti per componenti e prodotti critici;
- Riduzione o eliminazione degli imballaggi non riciclabili.

Riferimenti:

1. [“Appalti pubblici per lo sviluppo sostenibile”](#). Chatham House - Think Tank per gli affari internazionali. 19 novembre 2020. Estratto il 15 marzo 2021.
2. https://procuraplus.org/fileadmin/user_upload/Manual/Procuraplus_Manual_Third_Edition.pdf
3. <https://nationalcenterformobilitymanagement.org/for-mobility-managers/>
4. <https://www.techrepublic.com/article/how-video-conferencing-is-reducing-business-travel-and-aumento-produttività/>
5. <https://lpi.worldbank.org/about>



Produzione e consumo di energia

In questo modulo, vogliamo presentare le modalità per ridurre il consumo di energia, le fonti rinnovabili e la necessità di una loro maggiore implementazione alle moderne tecnologie, come ridurre le emissioni di CO2 e come avere un ritorno energetico pulito.

Concetti chiave

- Consumo di energia
- Emissioni di CO2
- Ritorno di energia pulita
- Energia rinnovabile

Obiettivi formativi:

Spiegare i problemi ambientali direttamente correlati alla produzione e al consumo di energia includono l'inquinamento dell'aria, il cambiamento climatico, l'inquinamento dell'acqua e le modalità per raggiungere la sostenibilità nella produzione/consumo di energia.

Riepilogo dei contenuti:

Il consumo di energia è attualmente in aumento e molti governi in tutto il mondo iniziano a cercare nuove opportunità per diventare indipendenti e produrre energia sostenibile.

4.2 Energia

“La produzione di energia è solitamente classificata come:

- petrolio fossile e greggio
- carbone
- gas naturale;
- nucleare, usando l'uranio;
- rinnovabile, utilizzando biomassa, energia idroelettrica, solare, mareomotrice, eolica e tra gli altri. “1

4.2.1 Consumo di energia

“L'energia ha impatti sia positivi che negativi sulle società. L'accesso a un'energia abbondante, conveniente, sicura, sicura e pulita è vantaggioso per gli esseri umani. Ma l'estrazione, il trasporto e l'uso dell'energia possono avere conseguenze negative per la salute, l'ambiente e l'economia di una società”.2

I problemi ambientali direttamente correlati alla produzione e al consumo di energia includono l'inquinamento atmosferico, il cambiamento climatico, l'inquinamento idrico, l'inquinamento termico e lo smaltimento dei rifiuti solidi. L'emissione di inquinanti atmosferici dalla combustione



di combustibili fossili è la principale causa di inquinamento atmosferico urbano.

L'approvvigionamento e il consumo mondiale di energia è la produzione globale e la preparazione del combustibile, la generazione di elettricità, trasporto di energia e consumo di energia. La riduzione del consumo energetico aiuta a raggiungere i seguenti risultati sostenibili:

1. Ristrutturazioni di case ed edifici e costruzione di case intelligenti;
2. Migliorare tutti i tipi di trasporto;
3. Raffreddamento a bassa energia;
4. Migliorare l'efficienza degli apparecchi e delle attrezzature
5. Efficienza industriale
6. Risparmio di carburante del veicolo sostenibile.
7. Efficienza aerea e viaggi a lunga distanza.

4.2.2 Emissioni di CO2

In che modo la CO2 influisce sull'ambiente?

L'anidride carbonica (CO₂) è un gas incolore, inodore e non velenoso e le sue emissioni sono la causa principale del cambiamento climatico globale. Queste emissioni sono prodotti della produzione e dell'uso di energia, che sono associati al riscaldamento globale. Poiché la CO₂ assorbe l'energia infrarossa, intrappola il calore all'interno dell'atmosfera terrestre riducendo così l'energia che viene emessa nello spazio e aumentando la temperatura media globale.

I problemi ambientali legati alla CO₂ sono:

- Inquinamento ambientale e urbano
- Piogge acide tossiche
- Inquinamento costiero e oceanico
- Scioglimento dei ghiacciai e dei ghiacci polari.
- Distruzione dell'habitat

Per raggiungere la sostenibilità, è meglio ridurre l'impatto di CO₂. In questo modo, le persone iniziano a cercare fonti alternative e riutilizzabili. Alcune delle fonti energetiche alternative sono:

- Energia solare;
- Energia eolica;
- Energia idroelettrica
- Energia geotermica
- Energia delle maree
- Energia nucleare
- Bioenergia



La riduzione delle emissioni di CO2 contribuisce al raggiungimento dei seguenti risultati:

- Migliore qualità dell'aria.
- Migliore qualità ambientale.
- Miglioramento della salute e del benessere.
- Emissioni ridotte.
- Ridurre il riscaldamento globale.

4.2.3 Ritorno di energia pulita

L'energia pulita è l'energia, proveniente da fonti a emissioni zero e rinnovabili e che non inquina l'atmosfera, quando viene prodotta. Le misure di restituzione dell'energia pulita stanno contribuendo a ridurre il riscaldamento globale e non hanno alcun effetto negativo sulle risorse naturali.

Mentre si cerca di trovare nuovi modi di utilizzare l'energia, il ritorno di energia pulita è molto importante ed è necessario per comprendere la necessità e aumentare l'uso di fonti energetiche rinnovabili.

I paesi di tutto il mondo iniziano a cercare alternative e molti di loro hanno già un ottimo esempio e implementazione di energia rinnovabile.

Il ritorno di energia pulita aiuta a raggiungere i seguenti risultati sostenibili:

- Energia restituita e risparmiata alla rete elettrica;
- Fornire fonti di energia secondarie, in sostituzione di quelle vecchie;
- Carico ridotto sulla rete elettrica.

4.2.4 Energia rinnovabile

L'energia rinnovabile è generata da fonti che non possono essere esaurite (a differenza del carbone e dei combustibili fossili). La maggior parte di queste fonti dipende dal sole (pannelli solari, impianti idroelettrici, mulini a vento, biomasse, ecc.) L'energia geotermica non è rinnovabile ma è sostenibile.

“L'energia rinnovabile spesso fornisce energia per la generazione di elettricità a una rete, riscaldamento/raffreddamento di aria e acqua e sistemi di alimentazione autonomi. Circa il 20% del consumo globale di energia umana è costituito da fonti rinnovabili, compreso quasi il 30% dell'elettricità. Circa l'8% del consumo energetico è costituito da biomasse tradizionali, ma questo è in calo. Oltre il 4% del consumo energetico è costituito da energia termica proveniente da fonti rinnovabili moderne, come il riscaldamento solare dell'acqua, e oltre il 6% da elettricità”. 3

L'uso di energia rinnovabile è in aumento e la sua applicazione può essere utilizzata anche nei paesi rurali e in via di sviluppo. Ci sono alcuni vantaggi nell'utilizzo di energia rinnovabile:

- Ridurre l'inquinamento atmosferico producendo energia che non crea effetto serra, emissioni di gas e quindi riduzione del riscaldamento globale;
- Raggiungere l'indipendenza creando la propria energia che non ha costi di



carburante o di importazione.

- Migliorare la salute e la qualità della vita;
- Prezzi stabili dell'energia;
- Garantire un'economia sostenibile e resiliente.



Riferimenti:

1. https://en.wikipedia.org/wiki/World_energy_supply_and_consumption
2. <https://cleanet.org/clean/literacy/energy7.html>
3. https://www.corporateknights.com/energy/iea-renewable-investors-lagging-nonostantehttps://en.wikipedia.org/wiki/Renewable_energy



Terra, aria e acqua

In questo modulo, vogliamo presentare i modi per ridurre l'inquinamento del suolo, dell'acqua e dell'aria attraverso soluzioni e tecnologie moderne e raggiungere la sostenibilità.

Concetti chiave

- Diversità biologica;
- Qualità dell'aria e dell'acqua;
- Consumo d'acqua;
- Spostamento Acqua Sanitaria.

Obiettivi formativi:

Spiegare i problemi ambientali direttamente correlati alla produzione e al consumo di risorse, tra cui l'inquinamento atmosferico, i cambiamenti climatici, l'inquinamento idrico e i modi per raggiungere la sostenibilità e preservare la natura.

Riepilogo dei contenuti:

L'aumento del consumo di energia influenza molti aspetti del suolo, dell'aria e dell'acqua:

- Inquinamento del suolo, dell'aria e dell'acqua;
- Il riscaldamento globale;
- Estinzione degli habitat ambientali;
- Erosioni del suolo;
- Tossine a lungo termine.

Ci sono alcune opzioni per raggiungere la sostenibilità ambientale:

- Aumentare l'utilizzo di fonti energetiche rinnovabili che non hanno limiti di consumo;
- Migliore protezione degli ecosistemi e prevenzione dei danni;
- La diminuzione dell'inquinamento dell'aria, dell'acqua e del suolo si tradurrà in una migliore salute dell'umanità;
- Sviluppo tecnologico e ottimizzazione della qualità dei servizi.

4.3.1 Diversità biologica

La diversità biologica è spesso descritta come la varietà totale della vita sulla Terra a tutti i suoi livelli, a partire dai geni agli ecosistemi.

“Nel 1988, l'UNEP ha convocato il gruppo di lavoro ad hoc di esperti sulla diversità biologica,



Re the climate

avviando il processo che è culminato con l'adozione della Convenzione sulla diversità biologica (CBD) del 1992.



Il CBD è stato aperto alla firma il 5 giugno 1992 al Vertice della Terra di Rio ed è entrato in vigore nel dicembre 1993. “1

La diversificazione biologica è direttamente collegata alla nutrizione di tutte le persone del pianeta ed è importante mantenerla e proteggerla. La gestione delle risorse naturali determina lo stato di salute di base di una comunità. Può essere riassunto in 5 valori fondamentali, di grande importanza per l'umanità:

- Supporto vitale ecologico - La biodiversità garantisce il funzionamento di tutti gli ecosistemi;
- Economico: fornisce agli esseri umani materiali per la produzione e il consumo;
- Attività ricreative: l'industria del turismo fa affidamento sulla biodiversità; alcuni dei buoni modi per la ricreazione sono il birdwatching, il campeggio, l'escursionismo e la pesca;
- Scientifico: aiutare gli esseri umani a comprendere meglio il mondo naturale;
- Culturale: collegare la natura con l'uomo.

4.3.2 Qualità dell'aria e dell'acqua

La qualità dell'aria e dell'acqua sono estremamente importanti per l'umanità e ogni governo ha responsabilità definite nella protezione della qualità dell'aria e dell'acqua.

L'inquinamento atmosferico può danneggiare seriamente la salute delle persone e alcuni dei principali fattori che lo causano sono:

- Emissioni di CO2 dei veicoli;
- Contaminazione dell'attività industriale;
- Polvere e fumo di legna;
- Inquinamento indoor.

La contaminazione dell'acqua può portare a gravi problemi di salute e mantenere l'acqua pulita è una delle responsabilità degli esseri umani. I governi si adoperano per creare infrastrutture efficaci e garantire un approvvigionamento idrico regolare a lungo termine per le comunità, nonché il trattamento delle acque reflue e l'istruzione della società su come preservare e conservare la qualità dell'acqua.

L'inquinamento atmosferico può avere un impatto negativo sulla salute e può causare danni al nostro pianeta. Questo inquinamento atmosferico può essere causato da particolato fine, ozono a livello del suolo, ossido di zolfo, ossidi di azoto, monossido di carbonio e gas serra.²

L'aria e l'acqua pulite hanno benefici per la salute che hanno un impatto sul nostro cervello e sul nostro corpo, il che migliora la nostra capacità di crescere ed evolvere.

“L'eccesso di azoto e fosforo, farmaci, prodotti chimici, piombo e pesticidi nell'acqua rappresentano una minaccia per il benessere e la qualità della vita. “3

Alcuni dei modi per migliorare la qualità dell'aria e dell'acqua sono legati a:



- Produzione di acqua pulita e sostenibile;
- Utilizzo di fonti rinnovabili;
- Ridurre l'inquinamento atmosferico, utilizzando le nuove tecnologie;
- Ridurre l'inquinamento delle acque, utilizzando nuove tecnologie;
- Ridurre e potenziare i servizi di trasporto, utilizzando tecnologie più ecologiche;
- Riciclare e riutilizzare;
- Edificio verde.

4.3.3 Consumo d'acqua

“Il consumo di acqua è la parte dell'uso di acqua che non viene restituita alla fonte idrica originaria dopo essere stata prelevata.”⁴ Ad esempio, l'acqua evaporata viene considerata consumata e anche l'acqua utilizzata per produrre beni viene consumata e non può più essere utilizzata. Quando si esamina la scarsità d'acqua e l'impatto umano sull'approvvigionamento idrico, entra in gioco il consumo di acqua. L'agricoltura irrigua rappresenta il 70% del consumo di acqua in tutto il mondo e quasi il 50% viene perso per evaporazione e traspirazione.

Molti ecosistemi nel mondo e quasi il 40% della popolazione umana soffrono di mancanza d'acqua. Molta acqua dolce viene consumata dall'agricoltura e la popolazione umana è in aumento, quindi aumenta la domanda di energia alimentare.

Le condizioni spaziali hanno una grande influenza sugli impatti ambientali discussi in precedenza. Un litro d'acqua nello spartiacque del Nilo è molto diverso da un litro del Mississippi poiché c'è molta meno acqua nello spartiacque del Nilo. Di conseguenza è necessario classificare il consumo di acqua nel contesto dell'impatto ambientale sul territorio.

“Dal punto di vista del “chi inquina paga” è molto importante associare le conseguenze ambientali ai prodotti”.⁵

4.3.4 Spostamento Acqua Sanitaria

L'accesso all'acqua è stato motivo di conflitti nel corso dei secoli e l'inquinamento dell'acqua si traduce nella quantità di acqua potabile.

Lo spostamento dell'acqua sanitaria raggiunge una serie di risultati sostenibili, tra cui la riduzione al minimo delle malattie legate all'acqua e delle infestazioni di insetti.

La ricerca di opzioni alternative per avere fonti d'acqua più sostenibili può servire come approvvigionamento idrico vitale per sostenere la resilienza idrica fornendo diverse fonti d'acqua.

Le possibili soluzioni per la crisi idrica sono:

- Migliorare le tecnologie per l'irrigazione dell'acqua in agricoltura;
- Insegnare ed educare le persone alla consapevolezza e alla conservazione dell'acqua;
- Riciclaggio di acque reflue;
- Utilizzo di fonti rinnovabili e raccolta dell'acqua piovana;



- Efficienti impianti di desalinizzazione;
- Sviluppare politiche migliori e buoni partenariati tra i governi;
- Affrontare l'inquinamento.



Riferimenti:

1. <https://www.iisd.org/system/files/2020-09/still-one-earth-biodiversity.pdf>
2. Agenzia per la protezione ambientale. [Conoscere l'aria](#). Ultima revisione 4 dicembre 2018. Accesso 14 marzo 2019
3. Agenzia per la protezione ambientale. Informati. Ultima revisione 4 dicembre 2018. Accesso 14 marzo 2019
4. <https://www.wri.org/insights/whats-difference-between-water-use-and-water-consumption>
5. <https://pubs.acs.org/doi/10.1021/es1041755>



Smaltimento dell'acqua

Ogni prodotto ha un ciclo di vita: dalla sua produzione al suo smaltimento, e ogni fase di questo processo utilizza energia e produce rifiuti. A seconda di chi siamo, sia esso cittadino-consumatore, produttore o stakeholder, il nostro approccio può differire, così come le nostre possibili azioni che possono essere intraprese. Ma perché dovremmo pensare al fine vita dei prodotti in tutte le loro parti, dal prodotto stesso alla confezione? Questo capitolo si propone di spiegare il concetto di rifiuto nel contesto della vita dei prodotti e delle merci, dal punto di vista del consumatore e del produttore: verrà mostrato cosa sono i rifiuti e qual è il loro impatto sull'ambiente, nonché perché è importante pensare oltre il mero consumo del bene, alla sorte delle sue parti dopo il loro uso. Dopo aver valutato il valore di pensare allo smaltimento dei rifiuti, il capitolo introdurrà il concetto di raccolta differenziata come un approccio che può essere adottato sia dai consumatori che dai produttori. Avrà sia un approccio comparativo che verticale, evidenziando i concetti chiave di ciascun caso nazionale e approfondendo il caso del paese target. Quindi, analizzerà il contributo dell'UE nel quadro della raccolta differenziata e dello smaltimento dei rifiuti, mostrando come le sue leggi agiscono sulle nostre vite. Infine, verrà lasciato uno spazio di confronto ai giovani per chiedersi: se non c'è un efficiente sistema di smaltimento dei rifiuti, o non esiste affatto la raccolta differenziata, come possono le imprese e i cittadini contribuire e fare rete per sopperire ad eventuali carenze comunali?

Cosa imparerai

Il valore dello smaltimento dei rifiuti, le idee per la raccolta differenziata, il quadro UE, per pensare alle possibili soluzioni alle mancanze

Concetti chiave

- Il ciclo di vita del prodotto
- Conseguenze dello smaltimento dei rifiuti
- Smistamento dei rifiuti

Obiettivi formativi:

L'obiettivo principale dello smaltimento dei rifiuti solidi è ridurre ed eliminare gli impatti negativi dei materiali di scarto sulla salute umana e sull'ambiente per sostenere lo sviluppo economico e una qualità di vita superiore. Ciò deve essere fatto nel modo più efficiente possibile, per mantenere bassi i costi e prevenire l'accumulo di rifiuti e deve muoversi nel quadro delle direttive UE sui rifiuti.

Durata: ±1 ora per il presente

Casi applicativi:

I Paesi Bassi sono tra i paesi leader nelle iniziative green che si sforzano di aumentare la sostenibilità.



Re the climate

Il paese continua a sviluppare e sostenere programmi verdi come ISWA. Nato nel 1972, [L'Associazione Internazionale dei Rifiuti Solidi \(ISWA\)](#) è un'associazione non governativa, indipendente e senza scopo di lucro per statuto e segue la dichiarazione di intenti per promuovere e sviluppare

gestione professionale dei rifiuti in tutto il mondo come contributo allo sviluppo sostenibile.

L'obiettivo di ISWA è lo scambio mondiale di informazioni ed esperienze su tutti gli aspetti della gestione dei rifiuti. L'associazione promuove l'adozione di sistemi accettabili di gestione professionale dei rifiuti e di pulizia pubblica attraverso lo sviluppo tecnologico e il miglioramento delle pratiche per la protezione della vita umana, della salute e dell'ambiente nonché la conservazione dei materiali e delle risorse energetiche.

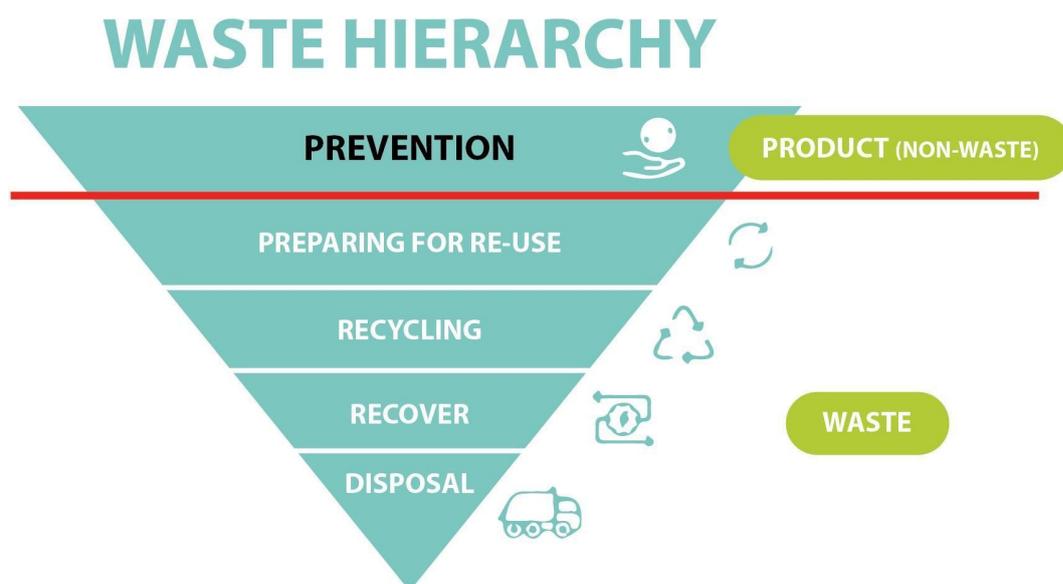
ISWA è attiva in una varietà di aree, tra cui conferenze, riunioni, programmi di formazione, sviluppo e diffusione di informazioni e assistenza tecnica su scala globale. L'associazione ha un totale di oltre 1.200 membri in 93 paesi. La sua rete si espande in paesi con oltre l'80% della popolazione mondiale e rappresenta tutti gli aspetti del campo della gestione dei rifiuti: dai professionisti e dall'industria alle comunità, dalle associazioni, istituti di ricerca e accademici alle autorità di regolamentazione.

Riepilogo dei contenuti (massimo 100 parole):

I rifiuti non sono solo un problema ambientale, ma anche una perdita economica. In media gli europei producono 481 chilogrammi di rifiuti urbani all'anno. Vogliamo una Terra dove non esistano rifiuti. I rifiuti dovrebbero essere riutilizzati e ridotti al minimo, quindi raccolti, riciclati e trattati adeguatamente. La materia residua deve essere smaltita in modo sicuro, garantendo un ambiente pulito e salubre. Tutte le persone sulla terra dovrebbero avere il diritto di godere di un ambiente con aria, acqua, mari e suolo puliti. Per poter raggiungere questo obiettivo, dobbiamo lavorare insieme.

Corpo del contenuto:

La direttiva quadro sui rifiuti dell'UE stabilisce alcuni principi di base per la gestione dei rifiuti. Richiede che i rifiuti siano gestiti



- senza mettere in pericolo la salute umana e danneggiare l'ambiente
- senza rischi per acqua, aria, suolo, piante o animali
- senza causare fastidio attraverso rumori o odori
- e senza pregiudicare il paesaggio o luoghi di particolare interesse

Spiega quando i rifiuti cessano di essere rifiuti e diventano materia prima seconda e come distinguere tra rifiuti e sottoprodotti. La Direttiva introduce anche il “principio chi inquina paga” e la “responsabilità estesa del produttore”.

Il fondamento della gestione dei rifiuti dell'UE è la "gerarchia dei rifiuti" in cinque fasi, stabilita nella direttiva quadro sui rifiuti. Stabilisce un ordine di preferenza per la gestione e lo smaltimento dei rifiuti.

Per rispettare gli obiettivi della presente direttiva, i paesi dell'UE adottano le misure necessarie per raggiungere i seguenti obiettivi

- entro il 2020, la preparazione per il riutilizzo e il riciclaggio dei materiali di scarto (quali carta, metallo, plastica e vetro) provenienti dai nuclei domestici sarà aumentata a un minimo del 50% complessivo in peso
- entro il 2020, la preparazione per il riutilizzo, il riciclaggio e il recupero di altri materiali, comprese le operazioni di riempimento utilizzando rifiuti in sostituzione di altri materiali, di rifiuti da costruzione e demolizione non pericolosi saranno aumentati a un minimo del 70 % in peso
- entro il 2025, la preparazione per il riutilizzo e il riciclaggio dei rifiuti urbani sarà aumentata a un minimo del 55 %, 60 % e 65 % in peso rispettivamente entro il 2025, 2030 e 2035.

Le regole e le modalità di calcolo per la verifica del rispetto di tali obiettivi si trovano nella decisione 2011/753/UE della Commissione. Norme aggiuntive per il calcolo, la verifica e la comunicazione dei dati sui rifiuti ai sensi della modifica Direttiva [quadro sui rifiuti](#) si trova nella decisione (UE) 2019/1004 della Commissione.



Economia circolare

Nel territorio dell'UE, le leggi dell'UE costituiscono il quadro principale e gli obiettivi devono essere raggiunti sia dalle azioni dell'UE che da quelle nazionali. Con la nuova Commissione, il Green Deal è stato emanato come un insieme di regolamenti e direttive con l'obiettivo di guidare in modo completo le azioni degli Stati membri per la transizione verde. Sebbene l'ambito del Green Deal sia molto ampio, questo capitolo si concentrerà sul Piano d'azione per l'economia circolare (CEAP), sia come legge che nelle sue potenziali applicazioni.

Cosa imparerai

Il quadro dell'UE sull'economia circolare e la sua potenziale attuazione

Concetti chiave

- Legge statunitense
- Economia circolare
- Utilizzo di siti Web dell'UE

Obiettivi formativi: Avere una panoramica degli strumenti di diritto dell'UE per avvicinarsi all'economia circolare e sapere dove trovare le risorse informative appropriate sui siti dell'UE

Durata: ±1 ora

Riepilogo dei contenuti:

-Introduzione sui due strumenti legislativi, da cosa sono composti, qual è il loro valore giuridico, come si rapportano alle legislazioni nazionali.

-Spiegazioni degli obiettivi, delle finalità e degli strumenti del Green Deal e del CEAP, nonché degli argomenti trattati.

-Spiegazione su come utilizzare i siti UE per cercare gli strumenti desiderati.

-Utilizzo di schede informative che illustrano i due atti e video che spiegano come muoversi nell'UE sito web.

Corpo del contenuto:

L'UE è un'organizzazione internazionale le cui leggi creano effetti giuridici e sono obbligatorie, a differenza di altre organizzazioni come l'ONU. I suoi atti giuridici, inoltre, godono di preminenza rispetto al diritto nazionale dei suoi Stati membri: ciò significa che i regolamenti, le direttive e tutti gli altri atti legislativi dell'UE diventano parte integrante del corpo giuridico di ciascuno Stato membro. Attraverso il diritto dell'UE, le istituzioni europee mirano a dare un percorso condiviso alla



SM rispetto alle materie di competenza dell'UE. L'UE è anche un'organizzazione politica, soprattutto per quanto riguarda il confronto e la lotta al cambiamento climatico, mira a guidare la transizione verso un'economia a emissioni zero e completamente verde: si è già impegnata a diventare il primo continente a impatto climatico zero entro il 2050 e il diritto dell'UE è il primo strumento per guidare le azioni degli Stati membri verso un obiettivo condiviso. Uno di questi strumenti è il Green Deal dell'UE.

Attraverso una comunicazione del dicembre 2019, il Green Deal dell'UE, la Commissione europea si è impegnata a intraprendere tutte le azioni necessarie per diventare il primo continente climaticamente neutro, investendo una parte enorme del bilancio dell'UE per finanziare progetti verdi in ogni settore della nostra vita, dai trasporti alle filiere alimentari, all'energia, all'industria e all'agricoltura, e ad aggiornare e sviluppare una legislazione dell'UE più completa e rigorosa sulle stesse materie. Inoltre, il Green Deal dell'UE ha sviluppato un patto per il clima per consentire a persone, comunità e organizzazioni di partecipare a impegni e attività concrete per diffondere la consapevolezza e stimolare azioni nel campo della transizione verde e sviluppare buone pratiche nel contesto di una transizione più verde economia. Lo stesso si farà nel campo del rinnovamento rurale e urbano attraverso il New European Bauhaus, che sosterrà le iniziative locali.

La CE ha già iniziato ad adottare Proposte per progetti nell'ambito del Green Deal, utilizzando tra l'altro i fondi del Next Generation EU, emanato in risposta alla pandemia di Covid-19. Uno dei temi principali che devono essere padroneggiati da paesi e cittadini nel prossimo futuro per consentire una transizione verde e un futuro più sostenibile, oltre a raggiungere l'obiettivo di essere il primo continente a impatto climatico zero, è l'economia circolare: come un macro-argomento, copre molti aspetti della routine di consumatori, produttori, aziende e privati, nonché ogni aspetto dei prodotti che utilizziamo e consumiamo. Per guidare la realizzazione teorica e pratica di un'economia circolare di successo, la CE ha sviluppato il Piano d'azione per l'economia circolare (CEAP). L'obiettivo principale del CEAP è stabilire i principi fondamentali su ciascun argomento e le modalità per seguirli: la strategia industriale dell'UE mira a disaccoppiare la crescita economica dall'uso delle risorse, attenuando la pressione sulle azioni estrattive intensive e stimolando le imprese adottare metodi innovativi e allo stesso tempo rafforzare la base industriale dell'UE, in particolare per quanto riguarda le PMI. In tal senso, il CEAP parte dalla progettazione di un quadro politico sui prodotti più sostenibile che richiede una progettazione dei prodotti più sostenibile, conferendo al tempo stesso ai consumatori nuovi diritti in merito ai loro prodotti, come il diritto alla riparazione e a maggiori informazioni su come trovare e utilizzare i pezzi di ricambio parti per non sprecare i prodotti acquistati e affrontare infine i metodi di produzione circolari.

Il CEAP si concentra principalmente su settori di prodotti critici come l'energia, il tessile, le TIC, i mobili e i prodotti intermedi, ma il suo campo di applicazione va oltre, soprattutto quando si tratta di catene di approvvigionamento e del valore, anch'esse colpite dalla pandemia di Covid-19.

Il CEAP affronta anche la gestione e lo smaltimento dei rifiuti, con particolare attenzione all'obiettivo di uniformare simboli, colori e pratiche sul riciclaggio per consentire ai cittadini europei di avere le migliori pratiche e un sistema di riciclaggio unico in ogni paese. Inoltre, affronta il problema dei rifiuti elettronici e delle materie prime seconde, per implementare non solo il riciclo ma anche il riutilizzo degli imballaggi scaduti. È molto importante tenere presente il Green Deal dell'UE e il CEAP in quanto definiscono la strategia dell'UE per la futura transizione verde e in particolare per lo sviluppo di un'economia circolare efficiente. Seguendo queste linee guida, i giovani imprenditori possono adattare i loro piani aziendali per affrontare le sfide di oggi e costruire



un domani migliore.



Domande di valutazione:

Domanda 1: cos'è il Green Deal dell'UE?

Risposta 1: una comunicazione della Commissione europea del dicembre 2019 (vero)

Risposta 2: un regolamento del Parlamento europeo del marzo 2020

Risposta 3: una direttiva del Consiglio europeo dell'agosto 2021

Domanda 2: Cosa significa CEAP ?

Risposta 1: Piano d'azione del Consiglio d'Europa

Risposta 2: Piano d'azione per l'economia circolare (vero)

Risposta 3: Valutazione del potenziale dell'economia circolare

Domanda 3: Quali settori sono al centro del CEAP?

Risposta 1: Energia, Petrolio e Rifiuti

Risposta 2: Tutti i prodotti

Risposta 3: Settori di prodotti critici come ICT e Tessile, come punto di partenza (Vero)

Domanda 4: Perché questi documenti sono importanti per gli imprenditori nuovi e giovani?

Risposta 1: Se non si conformano, vengono multati

Risposta 2: Sono le linee guida per lo sviluppo futuro dell'economia europea

Risposta 3: Comprendono sovvenzioni e incentivi per le buone imprese



Risorse:

Obiettivi formativi: Per leggere efficacemente le risorse del diritto dell'UE e comprendere il potenziale offerto dal Green Deal dell'UE

Durata: 1 ora

Casi applicativi / A

Riepilogo dei contenuti: questa pagina della risorsa comprende i documenti effettivi della Commissione europea sul Green Deal dell'UE e sul piano d'azione per l'economia circolare, oltre ad altri collegamenti alla pagina principale del Green Deal che contiene anche video esplicativi e informazioni più precise sui singoli settori. Gli imprenditori giovanili, partendo dalla pagina principale, possono andare nel settore di loro interesse/bisogno e informarsi meglio sui progetti e sulle possibilità offerte dall'UE.

Corpo del contenuto:

1. Il [Green Deal europeo](#) pagina principale: da questo link è possibile accedere a tutte le risorse ufficiali dell'UE sul Green Deal dell'UE, dalle schede informative semplificate alla suddivisione della strategia dell'UE per ciascun settore.

IMPORTANTE: molte pagine dell'UE sono scritte in varie lingue. Mentre il principale è l'inglese, è possibile accedere ad alcuni anche in altre traduzioni per una migliore comprensione. Se un collegamento ha il simbolo di tre punti, è possibile accedervi in una forma tradotta in altre lingue

Il sito è composto da varie sezioni

1. Punti salienti
2. I vantaggi del Green deal dell'UE: una semplice infografica sui potenziali benefici che questa strategia darà ai cittadini dell'UE attraverso il suo seguito da parte di imprese e aziende
3. Azioni: qui ogni utente può trovare i singoli settori coperti dal Green Deal e accedervi per trovare maggiori informazioni settoriali. Il più interessante per i giovani imprenditori può essere
 - a. [Industria](#)
 - b. [agricoltura](#)
 - c. [Finanza e sviluppo regionale](#)
 - d. [Ricerca e Innovazione](#)
4. Get Involved: qui sono elencate le due modalità principali in cui i cittadini e le organizzazioni possono lavorare insieme e partecipare, il Patto europeo per il clima e il Nuovo Bauhaus europeo.
5. Cronologia: la storia del Green Deal dell'UE, che continua ancora oggi poiché il lavoro dell'UE e dei cittadini è solo all'inizio. È costantemente aggiornato con le nuove evoluzioni della



legislazione dell'UE e dei progetti sul Green Deal.

6. Ultime: accessorio alla Timeline, è un feed di notizie sugli stessi argomenti.



7. Documenti e Link Correlati: per approfondimenti e approfondimenti su argomenti simili, o per ampliare la conoscenza attraverso schede informative e documenti semplificati.

2. [Il piano d'azione per l'economia circolare](#): il portale principale del CEAP. Anche questo è composto da varie sezioni e da ulteriori link e documenti utili per approfondire meglio l'argomento e comprenderne le potenzialità.

1. Obiettivi.
2. Azioni.
3. Sequenza temporale.
4. Aree politiche: ecco la principale area di interesse per i giovani imprenditori. Come per il Green Deal, da qui è possibile accedere alla propria area di interesse e approfondire progetti e possibilità dell'UE.
5. Strategie connesse: da qui è possibile accedere agli altri campi che l'UE ha coperto con piani strategici o leggi. Può essere utile sia per una consapevolezza più completa, ma anche per collegare gli sforzi dell'UE e trovare gli atti più utili da sfruttare
6. Notizia.
7. Eventi: attraverso questa sezione gli utenti possono entrare a far parte della rete offerta dall'UE alla Stakeholder Platform, trovando webinar e seminari utili per approfondire le conoscenze, diffondere best practice e fare rete.
8. Documenti.



Riutilizzo

La fine dell'uso primario di un prodotto non sempre significa che la sua utilità è persa per sempre: molti oggetti possono essere impiegati in usi non previsti inizialmente dal progettista, oppure, nel caso di prodotti ben progettati, possono suggerire sé stessi a possibili utilizzi dopo la "fine" del suo ciclo di vita. Il concetto di riuso mira a dare una seconda vita ai prodotti, impiegandoli in altri tipi di utilizzo. Il riutilizzo dei prodotti non si limita al packaging, ma il prodotto stesso può essere riutilizzato in svariati modi: l'industria della moda, uno dei maggiori inquinatori al mondo, sta sperimentando modalità per il riutilizzo di prodotti usati e invenduti, mentre le ONG stanno facendo rete in vari paesi per rafforzare la solidarietà e dare a tutti un accesso a vestiti dignitosi, contribuendo allo stesso tempo alla giustizia climatica ed economica.

Cosa imparerai

- Il concetto di riuso e la differenza dallo smaltimento e dal riciclo dei rifiuti
- Esempi di riuso e l'importanza della rete
- Attività per capire come un prodotto può avere usi diversi

Concetti chiave

- Riutilizzo
- Rete
- Seconda vita dei prodotti

Durata: ± 1 ora

Casi applicativi: Il progetto Dona Valore, in collaborazione con Rete Riuse, è presente in molte città italiane come Milano e altre della Regione Lombardia. Il suo scopo è recuperare abiti vecchi, usati e non voluti dai cittadini e ridistribuirli attraverso la rete della Caritas Ambrosiana e della Diocesi di Milano a persone bisognose come senzatetto e poveri.

Lo strumento caratteristico che i cittadini possono trovare per valutare l'operato del progetto sono i cassonetti gialli in cui ognuno può riporre i propri indumenti inutilizzati, invece di buttarli.

Il Consorzio Farsi Prossimo coordina e supervisiona l'intero progetto, essendo il garante e il punto di contatto per i terzi che stipulano accordi con esso.

La rete di Dona Valore è composta da tante cooperative, presso la Caritas Ambrosiana, che gestiscono la raccolta dei capi nei cassonetti gialli in tutte le sue fasi dalla sistemazione e manutenzione delle infrastrutture al trasporto dei capi ai centri di stoccaggio.

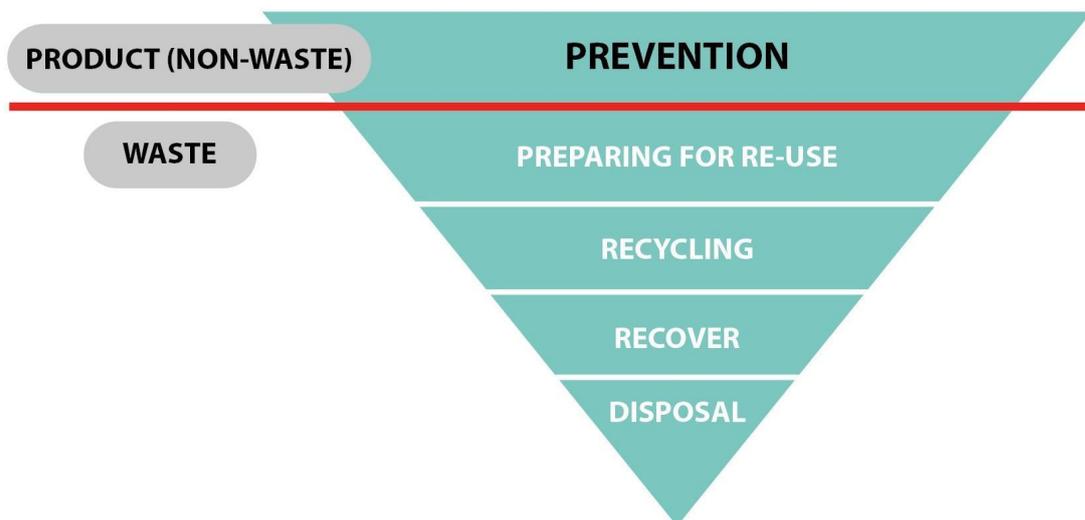
Dopo l'arrivo delle scorte di abbigliamento nei centri con trasporti autorizzati vengono poi distribuite ai negozi finali o ai centri di donazione, a seconda dei contratti stipulati.



Riepilogo dei contenuti: Introduzione al concetto di riuso, spiegazione di come può giovare all'ambiente e alla società, esempi di riuso (Rete Riuse) e di come si possa dare una seconda vita a diversi imballaggi o prodotti, un piccolo esercizio di immaginazione.

Content body: Nella Gerarchia dei Rifiuti della Direttiva Quadro sui Rifiuti dell'UE, la preparazione al riutilizzo è alla seconda fase, la prima dopo la fase di prevenzione: questo perché il riutilizzo non mira a produrre meno rifiuti, ma trova una nuova vita al prodotto e all'imballo, possibilmente eliminando la generazione di rifiuti.

La scadenza dell'utilità principale di un prodotto non significa necessariamente che il suo unico destino debba essere lo smaltimento: d'altra parte, può godere di nuovi usi, alcuni che richiedono più fantasia, altri più intuitivi da trovare.



Perché riutilizzare? Gli aspetti positivi del riuso sono subito intuibili: utilizzando un prodotto per un altro scopo, non ci sarà bisogno di smaltirlo, annullando la generazione di rifiuti e non aggiungendo alcun impatto negativo sull'ambiente dopo la fase di produzione. Il riuso garantisce anche un impatto economico positivo, poiché utilizzare qualcosa di già a portata di mano per raggiungere un altro scopo o obiettivo diminuisce le spese, sia come acquisto di nuovi elettrodomestici che come spese di smaltimento. Infine, in molti paesi la moda e l'estetica vintage sono diventate mainstream, quindi il riutilizzo di imballaggi e vecchi prodotti, soprattutto per bar e club, e l'uso di vecchi mobili costituiti da prodotti che sono scaduti il loro scopo originario, possono dare un positivo impatto anche sull'attrattività del business verso alcune categorie di clienti, come i giovani.

Il riuso ha anche un grande valore aggiunto sociale come incentivo per fare rete tra imprese e ONG: in molte città del Nord Italia la Rete Riuse mette insieme cittadini, associazioni Caritas e ONG per costituire una rete di raccolta e redistribuzione di indumenti vecchi e inutilizzati.

L'industria della moda è tra quelle più inquinanti, e anche molte aziende stanno iniziando a ritirare dai clienti vecchi vestiti che non usano più, per recuperare eventualmente materiali da utilizzare in progetti futuri.



Il riutilizzo è un'attitudine importante che può essere impiegata e appresa anche a casa con la famiglia: le confezioni di liquidi come passata di pomodoro, latte e acqua possono essere riutilizzate per stoccare altri liquidi, oppure per essere utilizzate in modi più fantasiosi. Un ottimo esercizio che si può fare a casa o in officina potrebbe essere pensare ai prodotti che vediamo nella stanza, o quelli che usiamo di più in casa, e immaginarne il possibile ciclo di vita e come potremmo “salvarli” dallo smaltimento, dando loro un nuovo utilizzo



Posso riutilizzarlo?

Obiettivi formativi: Per fare esperienza e stimolare la fantasia di ognuno pensando a come i prodotti possono essere riutilizzati con il minor spreco possibile

Durata: ± 1 ora

Riepilogo dei contenuti: in questa attività, i formatori possono portare alcuni vecchi prodotti e/o chiedere al gruppo di portare i propri. Saranno esaminati dal gruppo, che dovrà trovare un possibile uso alternativo a ciascuno di essi. L'obiettivo dell'attività è quello di creare un progetto che preveda la raccolta e l'utilizzo di queste categorie di prodotti per un altro scopo, o per restituirgli un uso commerciale. I progetti verrebbero poi valutati e, nel caso, messi in pratica su piccola scala per dare al gruppo un'idea su come realizzare un progetto. I premi possono essere assegnati, se ritenuto opportuno.

Corpo del contenuto: Questa attività si articolerà in varie fasi:

1. I formatori useranno alcuni vecchi prodotti e/o chiederanno al gruppo target di portarne alcuni da soli. Possono essere vecchi vestiti inutilizzati, confezioni di generi alimentari, vecchie scatole e pacchi di carta, o bottiglie di plastica e tappi di bottiglia, o anche prodotti più complessi come vecchi smartphone e dispositivi, per aumentare la difficoltà dell'attività.
2. Al gruppo verrà chiesto di scegliere una categoria di prodotti o una scelta di prodotti diversi, qualunque cosa suggerisca loro la fantasia. A seconda delle dimensioni del gruppo, l'attività sarà svolta in piccoli gruppi o individualmente.
3. Ogni persona/gruppo dovrà poi immaginare un possibile uso alternativo per quello specifico prodotto, categoria di oggetto, o per la scelta dei prodotti realizzati: può essere o un progetto che prevede l'utilizzo di parte o di tutto ciò che è stato scelto, oppure una nuova vita commerciale per il prodotto.
-Ad esempio, le bottiglie di plastica possono essere tagliate e utilizzate come contenitori o decorazioni, i loro tappi per i collage nelle scuole. Le vecchie magliette possono essere tagliate per essere utilizzate in spettacoli teatrali per la scenografia o rivendute dopo un accurato lavaggio come prodotti vintage. I formatori possono dare suggerimenti se il gruppo trova difficile trovare un'idea, oppure possono guidare tutti i membri.
4. Dopo un periodo di tempo, i progetti di ciascun gruppo/membro vengono confrontati e analizzati nella loro fattibilità e appeal. Ogni gruppo può spiegare il proprio progetto, perché lo ha scelto, come può aiutare l'ambiente e costituire un esempio di riuso. Verrà concesso del tempo agli altri gruppi/persone per porre domande e discutere insieme i progetti.
5. Alla fine del dibattito, l'intero gruppo deciderà quale progetto è il più attraente, quale può aiutare maggiormente l'ambiente, e quale è il più realistico e realizzabile. Se possibile, i formatori faranno del loro meglio per assicurarsi che ogni progetto abbia un potenziale e, se possibile, fonderanno il progetto o li uniranno in un progetto o sistema di riutilizzo più completo.



Domande - Capitolo 1

Domanda 1: Un progetto sostenibile è:

Risposta 1: il progetto si preoccupa solo del profitto.

Risposta 2: il progetto si preoccupa solo dell'ambiente.

Risposta 3: il progetto attento all'impatto ambientale, sociale ed economico.

Domanda 2: Cos'è l'eco innovazione?

Risposta 1: qualsiasi innovazione che si traduca in un passo importante verso lo sviluppo sostenibile, riducendo l'impatto dei nostri modi di produzione sull'ambiente.

Risposta 2: gestisci la tua attività tenendo conto solo dell'economia.

Risposta 3: creare un progetto che non tenga conto delle esigenze del mercato.

Domanda 3: Quali sono i principi associati all'ecoimprenditore?

Risposta 1: Riduzione dei rifiuti, riduzione delle emissioni di gas, riduzione dei residui chimici pericolosi, riutilizzo dei rifiuti industriali come materia prima, utilizzo di energia sostenibile riducendo l'uso in eccesso.

Risposta 2: Profitto, inquinamento e acqua.

Risposta 3: Energia, trasporti e inquinamento.

Domanda 4: Qual è il fattore che sta influenzando l'industria dei trasporti di recente?

Risposta 1: Covid-19

Risposta 2: Inflazione

Risposta 3: Mancanza di materie prime

Domanda 5: Quali problemi la comunicazione digitale non può risolvere?

Risposta 1: Creazione di nuovi posti di lavoro

Risposta 2: Isolamento sociale

Risposta 3: Combattere il cambiamento climatico

Domanda 6: Quali problemi può risolvere una buona logistica?

Risposta 1: Isolamento sociale e problemi di salute

Risposta 2: Lacune educative

Risposta 3: Riduzione dei costi di trasporto e dell'inquinamento

Domanda 7: Quale pericolo rappresenta la CO2?

Risposta 1: Avvelenamento dell'ambiente

Risposta 2: Riscaldamento del pianeta



Risposta 3: Pericoloso per gli animali

Domanda 8: Come viene definita l'energia pulita?

Risposta 1: Rinnovabili

Risposta 2: Non combustibili fossili

Risposta 3: Zero emissioni

Domanda 9: Qual è il vantaggio principale dell'energia rinnovabile?

Risposta 1: non può esaurirsi

Risposta 2: deve essere estratta dalla Terra

Risposta 3: è la più economica da produrre

Domanda 10: Qual è la definizione di consumo di acqua?

Risposta 1: L'acqua totale disponibile in un'area

Risposta 2: Quanta acqua viene pompata al giorno in un paese

Risposta 3: La differenza tra acqua pompata e acqua restituita alla fonte

Domanda 11: Quali sono le cause dell'inquinamento atmosferico?

Risposta 1: Sviluppo di nuove tecnologie

Risposta 2: Fumo ed emissioni delle automobili

Risposta 3: Diversità biologica

Domanda 12: In che modo la crisi idrica non può essere risolta?

Risposta 1: Riciclo dell'acqua

Risposta 2: Utilizzo di fonti rinnovabili e raccolta dell'acqua piovana

Risposta 3: Costruzione di nuovi stabilimenti

Domanda 13: Dove posso trovare gli ultimi eventi sull'economia circolare?

Risposta 1: nella sezione Evento della pagina CEAP

Risposta 2: nella sezione Cronologia del Green Deal dell'UE

Risposta 3: nella sezione Evento della pagina CEAP

Domanda 14: Esiste una pagina specifica del settore per la mia area di lavoro?

Risposta 1: No

Risposta 2: Sì, nella pagina del Green Deal dell'UE

Risposta 3: Sì nella pagina del Green Deal dell'UE e nella pagina del CEAP



Domanda 15: Dove posso trovare maggiori informazioni e materiali sulle possibilità offerte dall'UE?

Risposta 1: nella sezione Documenti del Green Deal dell'UE e del CEAP

Risposta 2: nella sezione Collegamenti correlati del CEAP

Risposta 3: nella sezione Eventi del Green Deal dell'UE

Domanda 16: Qual è il paese leader dell'UE nelle iniziative verdi?

Risposta 1: Italia

Risposta 2: Paesi Bassi

Risposta 3: Croazia

Domanda 17: Cosa abbiamo al vertice della gerarchia dell'acqua?

Risposta 1: Riciclaggio

Risposta 2: Riutilizzo

Risposta 3: Prevenzione

Domanda 18: Quanti chilogrammi di rifiuti urbani producono gli europei all'anno?

Risposta 1: Più di 400 kg

Risposta 2: Più di 100 kg

Risposta 3: Più di 900 kg

Domanda 19: In quale fase della gerarchia dei rifiuti dell'UE possiamo trovare la preparazione per il riutilizzo?

Risposta 1: Secondo, dopo la prevenzione

Risposta 2: Ultimo, prima dello smaltimento

Risposta 3: Nel mezzo, dopo il riciclaggio

Domanda 20: Perché dovrei impegnarmi a riutilizzare?

Risposta 1: Perché il governo offre incentivi monetari

Risposta 2: Per il suo risparmio di rifiuti, le possibilità di networking e gli impatti economici positivi

Risposta 3: Perché è una bella parola

Domanda 21: Chi può impegnarsi nel riutilizzo?

Risposta 1: Solo grandi aziende

Risposta 2: Famiglie, Start-up, ONG e associazioni (CORRETTO)

Risposta 3: Chi fa più rifiuti



CAPITOLO 2 - COMPETENZE

Riqualificazione verde

Attraverso questo modulo sarai in grado di comprendere le implicazioni della transizione verso un'economia verde basata sull'eco innovazione che rappresenta un'opportunità piuttosto che una sfida. In effetti, il cambiamento può creare molti più posti di lavoro di quelli persi. Ma coloro che rischiano di perdere il lavoro saranno comprensibilmente timorosi. Per evitare di rimanere indietro, è necessario acquisire nuove competenze più orientate alla sostenibilità.

Cosa imparerai

- Cosa sono i lavori verdi,
- Il ruolo della riqualificazione,
- Che la riqualificazione dei lavoratori per i lavori verdi offre un obiettivo a lungo termine per prendersi cura della nostra economia e della Terra ma, soprattutto, offre numerose opportunità per i lavoratori.

Concetti chiave

- Riqualificazione dei lavoratori
- Economia verde
- Lavori verdi

Obiettivi formativi: Creare consapevolezza su cosa sono i lavori verdi, sul ruolo della riqualificazione, sul fatto che la riqualificazione dei lavoratori per i lavori verdi offre molto tempo per prendersi cura della nostra economia e della Terra, ma soprattutto offre numerose opportunità per i lavoratori.

Durata:1 ora

Casi applicativi: L'evoluzione della mobilità verso il mondo elettrico richiede personale meccanico specializzato. Le aziende si stanno già muovendo per formare chi riparerà i veicoli elettrici. Vediamo come Un meccanico green che molto probabilmente avrà meno mani macchiate d'olio, ma sarà circondato da strumenti diagnostici elettronici. Quasi come se fosse un chirurgo. Anzi, come gli ingegneri perché non basta più essere appassionati di auto, ma bisogna capire l'elettrotecnica. Questo è quello che si preannuncia come il lavoro del futuro per i meccanici di auto e moto. Gli stessi che saranno sempre più alimentati elettricamente. Insomma, i futuri meccanici dovranno fare i conti con le auto elettriche e dovranno saperle riparare. Semmai il problema potrebbe essere di chi fa questo mestiere da anni. L'appello delle case automobilistiche è: bisogna stare al passo con i tempi, tornare anche in aula o comunque in un ambiente di formazione per aggiornare le proprie competenze. Entrare in una nuova era della mobilità richiede anche tecnici formati in grado di affrontare le nuove sfide produttive e di utilizzare al meglio gli strumenti digitali. Ad esempio, nello stabilimento di Zwickau, la Volkswagen è in azione sia per produrre la Id.3 sia per formare i meccanici



Re the climate
del futuro*.

*[Il meccanico del futuro farà un vero lavoro ecologico](#)



Riepilogo dei contenuti: Quando parliamo di lavori verdi, di solito intendiamo posti di lavoro nei settori della green economy, lavori che possono avere un impatto positivo e vitale sull'ambiente riducendo le emissioni, preservando e ripristinando la natura. Data l'ampia gamma di lavori che possono essere considerati verdi, c'è anche un'ampia gamma di competenze necessarie per avere successo in questi lavori. C'è una scuola di pensiero che afferma che qualsiasi lavoro può essere un lavoro verde, o almeno un lavoro "più verde", se consideriamo consapevolmente come fare ciò che stiamo facendo in un modo che possa avere un impatto ambientale più positivo. *

Corpo del contenuto: I lavori verdi rappresentano un enorme potenziale in una prospettiva economica globale ineguale. Mentre più di 100 milioni di persone hanno perso il lavoro nel 2020 a causa della pandemia che ha colpito le economie di tutto il mondo, molti governi e organizzazioni internazionali in tutto il mondo chiedono una ripresa verde, indicando opportunità di crescita più rapide. L'obiettivo è che i lavori verdi offrono i doppi vantaggi di buoni posti di lavoro e nuovi modi per affrontare i cambiamenti climatici e le crisi naturali. Queste speranze sono indissolubilmente legate: l'ILO stima che mentre dalla transizione energetica e dall'economia circolare si possono creare 24 milioni di posti di lavoro, altri 72 milioni potrebbero andare perduti entro il 2030 a causa dello stress da caldo. Numeri come questi mostrano che dobbiamo passare a un'economia verde per prevenire future perdite di posti di lavoro e salvaguardare il futuro del nostro pianeta. La maggior parte degli esperti ritiene che la transizione verso lo zero netto porterà alla creazione netta di posti di lavoro dignitosi che pagano un salario dignitoso. Tuttavia, non tutti i lavori verdi non sono creati uguali. Alcuni sono altamente qualificati, ben pagati e richiedono titoli di studio avanzati. Prendiamo, ad esempio, un ingegnere ambientale che ottimizza i processi in un impianto di riciclaggio, uno scienziato ambientale che testa i livelli di inquinanti in un impianto di trattamento delle acque reflue, o un imprenditore di tecnologia verde. Altri sono meno qualificati e meno pagati come installatori di punti di ricarica per veicoli, isolamento o pannelli solari. Data l'ampia gamma di lavori che possono essere considerati verdi, c'è anche un'ampia gamma di competenze necessarie per avere successo in questi lavori. Possiamo anche qualificare le competenze verdi in tre gradi di coinvolgimento:

- Lavori poco qualificati: apprendimento sul posto di lavoro o brevi programmi di riqualificazione e riqualificazione,
- Lavori di media qualificazione: programmi di riqualificazione e riqualificazione da brevi a lunghi; Corsi TVET
- Professioni altamente qualificate: laurea; programmi di riqualificazione più lunghi**

*[Riqualificare i lavoratori per la green economy](#)

**[Competenze per un futuro più verde](#)



Migrazione climatica

Questo modulo vuole contribuire al dibattito sull'impatto che il cambiamento climatico ha sulle migrazioni, sul potenziale contributo che queste ultime possono dare ai processi di adattamento in risposta agli effetti negativi dell'attuale crisi climatica e sull'importanza della prevenzione per arginare questo fenomeno.

Cosa imparerai

Comprendere la relazione tra migrazione e clima. I rischi di considerare la migrazione come una forma di adattamento e l'importanza della prevenzione.

Concetti chiave

- Migrazioni climatiche
- Prevenzione
- Adattamento

Obiettivi formativi: Comprendere il fenomeno delle migrazioni climatiche e informare sulle forme di prevenzione per evitare le migrazioni climatiche o almeno contrastarle.

Durata: 1 ora

Casi applicativi: Il cambiamento climatico influisce sulla disponibilità delle risorse idriche e può esacerbare i conflitti per l'acqua nei bacini transnazionali. Studi recenti mostrano che i Paesi dell'Asia centrale sono maggiormente a rischio a causa dell'elevato numero di abitanti, della complessa situazione politica e della prevista diminuzione delle risorse idriche derivanti dalle grandi catene montuose. Ciò provoca spostamenti di popolazioni che hanno conseguenze sull'economia locale, creano impoverimento e favoriscono l'esodo*.

Riepilogo dei contenuti: L'Organizzazione Internazionale per le Migrazioni (OIM) ne ha individuate tre principali forme di mobilità associate ai cambiamenti climatici.

La prima è la migrazione, termine usato in senso lato per riferirsi a persone che si spostano all'interno o all'esterno del proprio paese per una serie di motivi, compresi quelli ambientali.

Gli spostamenti, seconda forma di mobilità, sono da intendersi come spostamenti forzati dovuti a disastri ambientali.

I trasferimenti programmati, invece, rappresentano la terza forma di mobilità e riguardano comunità che si spostano in luoghi più sicuri per l'impossibilità di sostare in territori irreversibilmente compromessi da eventi ambientali.



[*Cambiamento climatico e conflitti per l'acqua: l'Asia centrale a rischio](#)



Corpo del contenuto: L'Organizzazione Internazionale per le Migrazioni (OIM) fa riferimento alle migrazioni climatiche come una sottocategoria di quelle ambientali, in quanto determinate da un fenomeno specifico: il cambiamento climatico. Ai fini di questo lavoro utilizzeremo i termini "migranti climatici" e "migrazioni climatiche", sebbene a queste definizioni se ne accompagnino altre che affollano uno spazio di categorie e terminologie in continua evoluzione. Sebbene il termine "migrazioni ambientali" descriva, a nostro avviso, forse più accuratamente il fenomeno in questione, il riferimento alla parola "clima", quando si parla di migrazioni causate da eventi ambientali estremi, aiuta a chiarire le cause umane e le relative responsabilità politiche che caratterizzano questi fenomeni. Storicamente la prima definizione utilizzata, conosciuta quarantacinque anni fa, è stata quella di "rifugiati ecologici". Pur rimanendo un argomento ancora molto dibattuto, si tende ad evitare l'uso del termine "rifugiato" a causa della mancanza di basi giuridiche nel diritto internazionale; dal punto di vista giuridico, infatti, il termine "rifugiato ambientale" è inappropriato, in quanto il diritto internazionale non ha ancora definito lo status di coloro che lasciano la propria abitazione per motivi ambientali, soprattutto per la difficoltà di distinguerli nettamente dagli altri conducenti, e pertanto non sono inclusi nella Convenzione delle Nazioni Unite sui rifugiati del 1951. La risposta al vuoto delle politiche e della legislazione internazionale ha portato all'adozione della Nansen Initiative (The Nansen Initiative nasce nel 2012 su iniziativa di Svizzera e Norvegia con l'obiettivo di creare consenso tra gli Stati su come governare al meglio il fenomeno del cross - mobilità di frontiera associata agli spostamenti causati da fenomeni ambientali estremi, sia improvvisi che gradualmente, causati dai cambiamenti climatici) e dialogo attorno alla piattaforma sugli spostamenti dovuti a calamità. Tuttavia, il termine rifugiati climatici continua ad essere utilizzato anche per sottolineare il fatto che le persone colpite da questi eventi sono vittime involontarie che hanno diritto al sostegno e al risarcimento; un'enfasi che il termine più neutro "migrante climatico" tende a eludere. Il passaggio dal termine "rifugiato climatico" a quello di "migrante climatico" negli ultimi dieci anni è rappresentativo della disputa politica intorno a questo fenomeno. Inoltre, la polarizzazione del dibattito attorno a questi due termini è un'utile rappresentazione degli elementi critici e delle opportunità che caratterizzano l'idea di migrazione come forma di adattamento e la sua progressiva affermazione nel dialogo politico a livello internazionale. Un esempio della mancanza di consenso internazionale è il fatto che il termine rifugiato climatico non è adottato dall'Agenzia delle Nazioni Unite per i Rifugiati (UNHCR), che preferisce riferirsi a persone costrette a spostarsi in un contesto di disastri e cambiamenti climatici. Tuttavia, ciò non deve distogliere l'attenzione - come riconosciuto anche dal Global Refugee Pact del 2018 - dal fatto che l'aumento del degrado climatico e ambientale e dei disastri stanno influenzando le determinanti dei movimenti dei rifugiati. Di fronte all'evidente crescita del fenomeno degli spostamenti causati da fattori ambientali, è sempre più urgente l'adozione di meccanismi di tutela legale a livello internazionale e nazionale, come, ad esempio, la possibilità di ottenere una qualche forma di tutela in ragione di motivi ambientali. In questa direzione, nonostante le considerazioni di natura giuridica e le resistenze mostrate dagli Stati al riconoscimento dello status di rifugiato climatico, una recente sentenza del Comitato per i Diritti Umani delle Nazioni Unite ha aperto la porta a future richieste di asilo per motivi legati agli effetti cambiamento climatico. La stessa Organizzazione Internazionale per le Migrazioni (OIM) preferisce il termine "rifugiato" a quello di "migrante climatico", sottolineando così la necessità che la discussione sul tema della migrazione climatica mantenga un focus prioritario sulle misure preventive. Inoltre, si evidenzia che la mobilità associata ad eventi climatici estremi non è esclusivamente di natura forzata e che la gestione della migrazione e le relative politiche possono



Re the climate
fornire soluzioni.

L'OIM sottolinea inoltre quanto sia complesso isolare i driver ambientali da altri di natura economica, politica e sociale e i rischi politici legati alla riapertura del



Convenzione delle Nazioni Unite sui rifugiati. Infine, l'OIM evidenzia già l'esistenza di un'ampia gamma di strumenti di soft e hard law a cui attingere per rispondere alle sfide della migrazione climatica in termini di diritti umani, rifugiati, diritto umanitario, nonché strumenti per gestire gli sfollamenti. interni, disastri, migrazioni climatiche. Un'ulteriore terminologia è quella proposta dalla FAO che parla di "distress migration" con l'obiettivo di sottolineare il fatto che la mobilità indotta dal clima è raramente, forse mai, volontaria e che molte delle persone colpite da questi fenomeni vedono peggiorare la propria condizione socio- condizioni economiche proprio a causa della migrazione involontaria. Per quanto riguarda la prevenzione, è necessario dimostrare adattamento, prevedendo gli effetti del cambiamento climatico e adottando misure adeguate a prevenire o minimizzare gli impatti. Sono necessarie strategie e azioni a livello locale, nazionale, transnazionale ed europeo. L'integrazione nelle politiche di altri settori è essenziale e si sta verificando sempre più spesso, come la gestione dell'acqua e degli ecosistemi, la riduzione del rischio di catastrofi, la gestione delle zone costiere, lo sviluppo agricolo e rurale, i servizi sanitari, la pianificazione urbana e/o lo sviluppo regionale. Le azioni comprendono misure tecnologiche, misure basate sugli ecosistemi e misure che promuovono il cambiamento comportamentale*.



*<https://www.eea.europa.eu/it/themes/adattamento-al-cambiamento-climatico/intro>

Modello e comportamenti per combattere il cambiamento climatico

In questo modulo vogliamo presentare l'Agenda 2030. L'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile è un programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità firmato nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri delle Nazioni Unite. Incorpora 17 obiettivi di sviluppo sostenibile, SDG, in un ampio programma d'azione per un totale di 169 "obiettivi" o pietre miliari. Nel nostro modulo ci concentreremo sull'obiettivo 13: promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico

Concetti chiave

- Cambiamento climatico
- Sviluppo sostenibile
- Comportamento responsabile

Obiettivi formativi: Fornire al gruppo target la consapevolezza di questa agenda elaborata dalle Nazioni Unite in merito agli obiettivi e agli obiettivi da raggiungere entro il 2030 e trasmettere quali sono i comportamenti da attuare per salvaguardare il nostro pianeta.

Durata:1 ora

Riepilogo dei contenuti: Gli Obiettivi di Sviluppo fanno seguito ai risultati degli Obiettivi di Sviluppo del Millennio che li hanno preceduti e rappresentano obiettivi comuni su una serie di importanti temi di sviluppo: la lotta alla povertà, l'eliminazione della fame e la lotta al cambiamento climatico, per citarne solo alcuni. "Obiettivi comuni" significa che riguardano tutti i paesi e tutti gli individui: nessuno è escluso, né deve essere lasciato indietro nel cammino necessario per guidare il mondo nel [percorso di sostenibilità](#).

Corpo del contenuto: I Sustainable Development Goals, SDGs, sono una serie di 17 traguardi interconnessi, definiti dalle Nazioni Unite come una strategia "per raggiungere un futuro migliore e più sostenibile per tutti".

Piace:

1. Superare la povertà,
2. Sconfiggere la fame,
3. Salute e benessere,
4. Educazione di qualità,
5. Parità dei sessi,
6. Acqua pulita e servizi igienico-sanitari,
7. Energia pulita e accessibile,
8. Lavoro dignitoso e crescita economica,
9. Imprese, innovazione e infrastrutture,



10. Ridurre le disuguaglianze,

11. Città e comunità sostenibili,
12. Consumo e produzione responsabili,
13. Lotta ai cambiamenti climatici,
14. La vita sott'acqua,
15. Vita sulla Terra,
16. Pace, giustizia e istituzioni forti,
17. Partnership per obiettivi.

Vogliamo analizzare il numero del gol 13: **Lotta al cambiamento climatico.**

Il cambiamento climatico colpisce paesi di tutti i continenti. Sta sconvolgendo le economie nazionali, con costi elevati per persone, comunità e paesi oggi, e che sarà ancora più grave domani.

Le persone stanno sperimentando gli impatti significativi del cambiamento climatico, come il cambiamento delle condizioni meteorologiche, l'innalzamento del livello del mare e altri fenomeni meteorologici ancora più estremi. Le emissioni di gas serra derivanti dalle attività umane sono la forza trainante del cambiamento climatico e continuano ad aumentare. Attualmente sono al livello più alto della storia. Se non viene intrapresa alcuna azione, si prevede che la temperatura media della superficie terrestre aumenterà nel corso del 21° secolo e probabilmente aumenterà di 3°C in questo secolo: alcune aree del pianeta sono destinate a un riscaldamento globale ancora maggiore. Le persone più povere e vulnerabili sono le più esposte.

Esistono attualmente soluzioni accessibili e flessibili per consentire ai paesi di diventare economie più pulite e più resilienti. Il ritmo del cambiamento sta accelerando poiché sempre più persone utilizzano energie rinnovabili e implementano tutta una serie di misure che riducono le emissioni e aumentano gli sforzi di adattamento.

Tuttavia, il cambiamento climatico è una sfida globale che non rispetta i confini nazionali. Le emissioni sono ovunque e colpiscono tutti. È un problema che richiede soluzioni e cooperazione coordinate a livello internazionale per aiutare i paesi in via di sviluppo a muoversi verso un'economia a basse emissioni di carbonio.

Le pietre miliari sono elencate di seguito:

- 13.1 Rafforzare la resilienza e la capacità di adattamento ai rischi legati al clima e alle catastrofi naturali in tutti Paesi,
- 13.2 Integrare le misure relative al cambiamento climatico nelle politiche, nelle strategie e nella pianificazione nazionali,
- 13.3 Migliorare l'istruzione, la consapevolezza e la capacità umana e istituzionale per quanto riguarda la mitigazione dei cambiamenti climatici, l'adattamento, la riduzione dell'impatto e il preallarme,
- 13.a Attuare l'impegno assunto dalle parti dei Paesi sviluppati nei confronti della Convenzione quadro delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici, che ne prevede la mobilitazione - entro il 2020 - di 100 miliardi di dollari l'anno, da tutti i Paesi che aderiscono all'impegno preso, per far fronte alle esigenze dei Paesi in via di sviluppo, in un contesto di significative azioni di



mitigazione e trasparenza nell'attuazione, e rendere pienamente operativo il Green Climate Fund operativo il più presto possibile attraverso la sua capitalizzazione,

13.b Promuovere meccanismi per aumentare l'effettiva capacità di pianificazione e gestione di



interventi legati al cambiamento climatico nei Paesi meno sviluppati, nei piccoli Stati insulari in via di sviluppo, con particolare attenzione alle donne e ai giovani e alle comunità locali e marginali.

Attraverso l'educazione allo sviluppo sostenibile, le scuole devono mirare a sviluppare nei bambini gli elementi fondamentali dei loro diritti e doveri di cittadini globali, in modo che possano:

Adottare quindi scelte consapevoli nella vita quotidiana (dal cibo al turismo, dall'uso dell'energia all'acqua...), che tengano conto delle ricadute delle scelte individuali e collettive sui diversi aspetti della sostenibilità e dello stretto legame tra fattori ambientali e cambiamenti sociali (ecosistemi, terrestri e marini e di transizione, biodiversità, clima, povertà, migrazioni, diritti umani, parità di genere...), e l'incertezza, ineliminabile, che caratterizza i sistemi complessi.



Collaborazione intersettoriale tra imprese, governi e ONG

Questioni sociali e ambientali complesse richiedono una più ampia collaborazione tra diversi settori in modo da stimolare un cambiamento sociale trasformativo. Nonostante il rapido sviluppo economico e tecnologico, l'umanità deve affrontare numerose complesse questioni socio-ambientali come la riduzione della povertà, il degrado delle risorse e il cambiamento climatico. La portata e la complessità di questi problemi spingono le organizzazioni di diversi settori a convocare diversi partner intersettoriali come ricercatori e sostenitori della comunità per esplorare soluzioni innovative che affrontino efficacemente questi problemi. Le organizzazioni non governative (ONG) sono diventate un attore chiave nell'affrontare molte questioni di sviluppo economico, ambientale e sociale. Stanno svolgendo un ruolo sempre più importante nell'avviare, riunire, collegare e coordinare diversi attori in un processo di cambiamento sociale che enfatizzi l'equità, la sicurezza a lungo termine, la comunità sostenibile e lo sviluppo umano inclusivo nel tempo e nello spazio. Al giorno d'oggi, le ONG hanno svolto un ruolo importante per lo sviluppo sostenibile a livello nazionale e internazionale e facilitano anche i settori pubblico e privato integrando le preoccupazioni dello sviluppo sostenibile nel processo decisionale. *

Cosa imparerai

Il potere delle partnership intersettoriali.

Concetti chiave

- Cooperazione
- Riqualificazione
- Ecologia

Obiettivi formativi: Una comunicazione forte e trasparente, come pietra angolare della cooperazione tra aziende, governi e ONG.

Durata: 1 ora.

Casi applicativi: Lanciato dal World Economic Forum nel 2018, PACE è composto da amministratori delegati di aziende leader, ministri di governo di Europa, Asia e Africa, nonché dai capi delle più grandi organizzazioni ambientaliste del mondo. PACE lavora per accelerare la transizione verso un'economia circolare globale attraverso tre pilastri di attività - leadership, apprendimento e progetti - e attualmente si concentra su quattro settori chiave: cibo e agricoltura, moda e tessile, plastica ed elettronica.

PACE è la piattaforma di collaborazione globale che supporta i leader del settore pubblico e privato a impegnarsi, agire, contare, fare campagne.



[*https://www.mdpi.com/2071-1050/10/2/558/htm](https://www.mdpi.com/2071-1050/10/2/558/htm)

Chiede alle aziende, ai paesi e alle città di impegnarsi ad agire per raddoppiare la circolarità entro il 2032.

Guida l'azione, facilitata dalla collaborazione nei programmi dell'agenda d'azione, in cui l'APCE crea partenariati intersettoriali/industriali/regionali per affrontare problemi che possono essere troppo complessi per essere risolti da soli.

Supporta i leader a misurare i progressi adottando indicatori circolari pertinenti, quindi fissare obiettivi ben fondati e attuabili per raggiungere l'obiettivo.

Guida gli impegni e le azioni in corso [una campagna circolare globale](#) che ispira l'azione e dimostra l'ambizione che porta alla COP27.

Riepilogo dei contenuti: Per massimizzare l'impatto degli investimenti nelle competenze, un grande potenziale è offerto dal rafforzamento dell'azione comune. Le politiche e gli interventi sulle competenze coinvolgono molti attori: ministeri, fornitori di istruzione e formazione, l'industria stessa, organizzazioni di ricerca, parti sociali, camere di commercio e lavoro sono solo alcuni dei soggetti attraverso i quali le agenzie realizzano lo sviluppo e la riqualificazione delle competenze.

Attraverso un'azione concertata è possibile offrire chiarezza alle persone e alle imprese lungo tutta la catena del valore, ridurre i costi e concentrarsi sulle priorità.

Corpo del contenuto: Man mano che le aziende crescono, devono affrontare sfide sociali, ambientali e della supply chain sempre più complesse che non possono risolvere da sole. Nel frattempo, i governi e i donatori fanno sempre più affidamento sulle forze di mercato, sull'innovazione del settore privato e sull'opportunità economica creata dalle aziende per migliorare la vita delle persone. Il successo di ogni settore è indissolubilmente intrecciato.

Il cambiamento climatico, la povertà e la disuguaglianza sono tra le questioni più critiche del nostro tempo. La collaborazione intersettoriale sfrutta i punti di forza di aziende, governi e donatori per accelerare i progressi su queste e altre questioni complesse in modo vantaggioso per tutti.

La collaborazione intersettoriale è quando due o più organizzazioni lavorano insieme in diversi settori - industria, no profit e governo - per ottenere risultati reciprocamente vantaggiosi. Una collaborazione di successo può portare alla formazione di una partnership intersettoriale, in cui i partner accettano formalmente di sfruttare le proprie risorse e finanziamenti per lavorare verso obiettivi condivisi e misurabili.

Una partnership intersettoriale ben progettata ed efficace avvantaggia i partner attraverso:

Maggiore scala: le partnership di successo sfruttano le risorse combinate per raggiungere più persone e amplificare l'impatto e i risultati. Possono anche aiutare le aziende a sviluppare relazioni in nuovi mercati.

Replicabilità e sostenibilità – Dal punto di vista dei donatori, i partner impegnati del settore privato possono trasformare un investimento di sviluppo altrimenti limitato nel tempo in un'iniziativa a lungo termine, orientata al mercato e scalabile. Per le aziende, il successo della partnership può incoraggiare investimenti sostenuti e ampliati e fungere da modello per altre regioni e problemi.

Migliore efficacia: la condivisione di competenze e conoscenze può stimolare l'innovazione e sbloccare nuove opportunità e reti. La collaborazione con organizzazioni o agenzie fidate può anche



aiutare le aziende a ottenere la licenza sociale per operare.

Migliore efficienza: il coordinamento migliora l'allineamento e accelera il successo riducendo al contempo gli impegni di finanziamento individuali.

Cambiamento sistemico: una maggiore visibilità, maggiori sfere di influenza e azioni collettive coordinate e co-investimenti migliorano le nostre possibilità di progredire verso gli Obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG) delle Nazioni Unite e di affrontare le complesse sfide globali che minacciano le catene di approvvigionamento e le comunità.

Man mano che il mondo diventa più complesso, non è mai stato così importante per le organizzazioni lavorare in più settori per raggiungere obiettivi condivisi. *

*<https://www.resonanceglobal.com/the-guide-to-cross-sector-collaboration#whatiscrosssectorcollaborazione-e-perché>



è importante

Pensiero progettuale

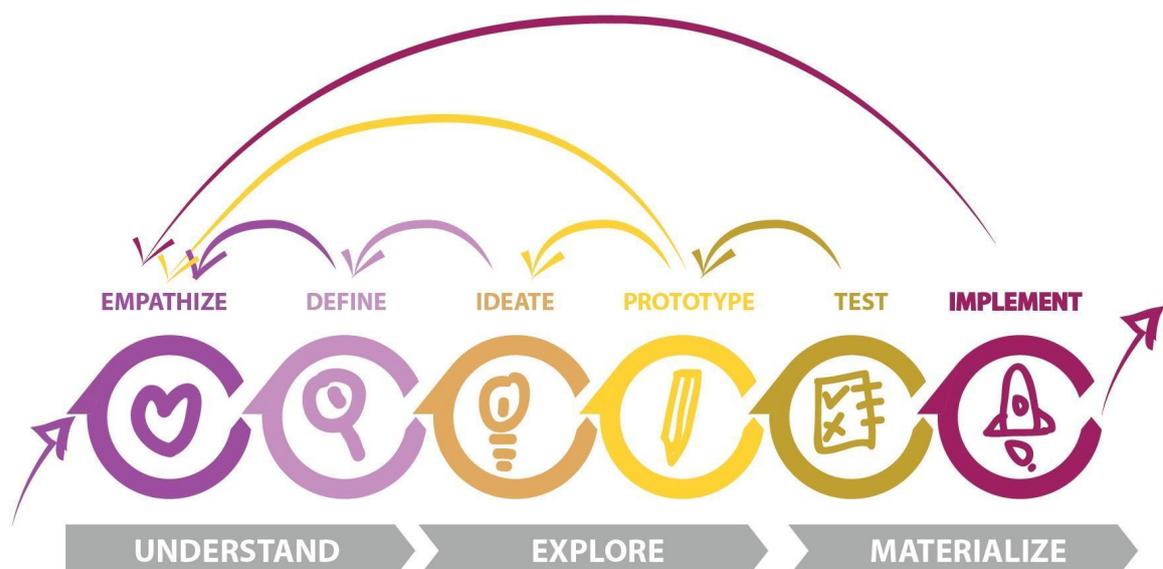
Obiettivi formativi: Questo corso pone sotto i riflettori sia la risoluzione dei problemi che i risolutori di problemi (in questo caso tu), con l'obiettivo di aiutarli ad affrontare le situazioni problematiche in modo più efficiente. In questo viaggio, esamineremo alcuni dei processi di progettazione più popolari, identificheremo le loro caratteristiche chiave, che utilizzeremo in seguito per impostare processi di progettazione che soddisfino le particolarità e le esigenze dei tuoi team di progettazione.

Durata: 1 ora

Corpo del contenuto: Il design incentrato sull'uomo si è evoluto insieme alla tecnologia. Più la tecnologia matura e viene adottata dagli esseri umani, più aumenta la necessità di interfacce facili da usare e, soprattutto, che rispondano alle esigenze umane.

Esistono diversi modi per applicare lo Human-Centered Design durante la creazione di nuove esperienze. In questa sezione esamineremo uno dei più popolari: il Design Thinking. Design Thinking è stato coniato da Tim Brown e David Kelley di IDEO e da Roger Martin. Secondo Tim Brown: "Il pensiero progettuale è un approccio all'innovazione incentrato sull'uomo che attinge dal toolkit del designer per integrare le esigenze delle persone, le possibilità della tecnologia e i requisiti per il successo aziendale".

Il pensiero progettuale è un approccio al design, che viene fornito anche con un processo suggerito. Il processo si compone di tre fasi (comprendere, esplorare e materializzare) e di sei passaggi:



Capire

- **Empatizzare**, dove cerchiamo di capire cosa fanno, pensano e sentono i nostri utenti, nonché quali sono i loro problemi.
- **Definire**, dove vengono sintetizzate tutte le ricerche e le conoscenze sui nostri utenti, i nostri obiettivi di business e obiettivi di apprendimento, evidenziando i problemi dei nostri utenti e le opportunità per noi di proporre innovazioni.

Esplorare

- **Ideate**, dove facciamo brainstorming, producendo quante più idee possibili. In questa fase, le idee possono essere ambiziose o inverosimili. L'obiettivo di questo passaggio è aiutare i designer a trovare quante più idee possibili.
- **Prototipo** dove vengono raggruppate e selezionate tutte le idee che sono state proposte in precedenza. Le idee ritenute interessanti e fattibili vengono raccolte e diventano concrete attraverso la prototipazione.

Materializzare

- **Test** dove le idee che sono state prototipate vengono presentate agli utenti per ottenere un feedback. È meglio vedere come gli utenti interagiscono con i prototipi invece di essere interrogati sulla loro esperienza. Ci sono occasioni in cui gli utenti esprimono desideri e opinioni che non sono in linea con le loro azioni quando interagiscono con un sistema.
- **Strumento**, dove tutto il lavoro precedente viene messo insieme per produrre un prodotto finale.

Il Design Thinking non è un processo lineare. Al contrario, il Design Thinking incoraggia il lavoro iterativo. Ciò significa che durante il processo di progettazione, potremmo aver bisogno di entrare in empatia, definire, ideare, prototipare o testare più di una volta. Questo dipende dalle dimensioni del nostro progetto e del nostro team, nonché dal nostro obiettivo finale.

L'aspetto più importante da tenere a mente del Design Thinking è che i prodotti e le esperienze non vengono creati in una notte. Ancora più importante, anche se disponi di risorse tecniche, la sfida più grande che devi affrontare non è progettare qualcosa di giusto, ma progettare la cosa giusta. In altre parole, una bella interfaccia potrebbe rivelarsi inutile se non affronta i problemi dei tuoi utenti. Il Design Thinking cerca di affrontare esattamente questo problema: dedicando un po' di tempo a comprendere i tuoi utenti, capire le loro esigenze e pensare a soluzioni per risolvere i loro problemi, sei già sulla buona strada verso esperienze che interessano ai tuoi utenti e da cui saranno influenzati. Inoltre, nel Design Thinking proporre idee (buone o cattive) non è considerato un punto debole ma un punto di forza. Esperienze interessanti nascono da idee nuove e innovative. Di solito queste idee sono considerate folli nel contesto di un prodotto o di un'istanza, ma sono anche quelle che guidano l'innovazione. Iterando molte volte sui tuoi prodotti, attraverso test e ricevendo feedback dagli utenti, alla fine sarai in grado di perfezionare quelle idee.

Risorse per ulteriori letture

<https://designthinking.ideo.com/>

<https://dschool.stanford.edu/resources-collections/a-virtual-crash-course-in-design->



Re the climate
[thinking https://www.nngroup.com/articles/design-thinking/](https://www.nngroup.com/articles/design-thinking/)

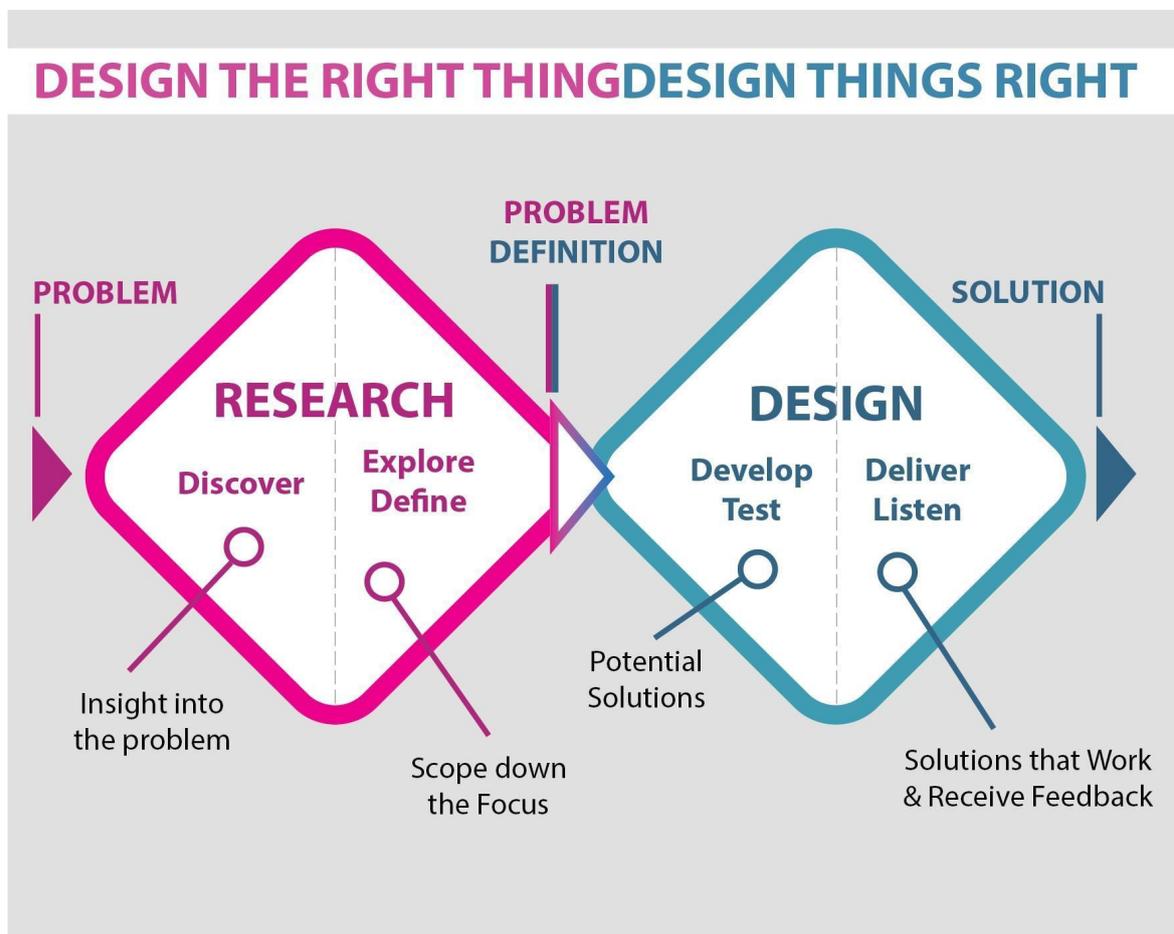


Quadro a doppio diamante

Obiettivi formativi: Utilizzo e applicazione dei principi di progettazione della struttura a doppio diamante.

Durata: 1 ora

Riepilogo dei contenuti: Nel 2004 il Design Council ha presentato un quadro di innovazione, con l'obiettivo di affrontare complessi problemi di progettazione, noto anche come Double Diamond. Questo quadro è rappresentato sotto forma di due rettangoli (o diamanti). Ogni diamante introduce opportunità per il pensiero divergente, durante il quale i designer esplorano i problemi in modo più approfondito o attraverso varie prospettive e poi per il pensiero convergente, durante il quale i designer intraprendono azioni più concrete e mirate.



Corpo del contenuto:

Il Double Diamond descrive quattro fasi, che sono:

Scoprire. Durante questa fase, progettisti e non progettisti si prendono del tempo per comprendere meglio i problemi che devono risolvere, raccogliendo informazioni sull'organizzazione, i loro clienti, utenti, concorrenza o qualsiasi altro fattore importante che li aiuterà in seguito a trovare alcune soluzioni.



Scoprire. Durante raccolto diversi tipi di informazioni da diverse fonti alla fine culmina nella definizione dei problemi che devono essere affrontati dai team di progettazione.



Sviluppare. Sulla base di problemi definiti in precedenza, i team multidisciplinari (compresi designer e non designer) si riuniscono, cercano ispirazione, fanno brainstorming collettivamente o individualmente e co-creano in modo partecipativo.

Consegnare. Poiché i team sono arrivati con una pletera di soluzioni durante la fase di sviluppo, in questa fase queste soluzioni vengono testate. Le soluzioni che non funzionano vengono rifiutate, mentre altre vengono migliorate.

Questo non è un processo lineare come mostrano le frecce sul diagramma. Molte delle organizzazioni che supportiamo imparano qualcosa in più sui problemi di fondo che possono rimandarle all'inizio. Realizzare e testare idee in una fase molto iniziale può essere parte della scoperta. E in un mondo in continua evoluzione e digitale, nessuna idea è mai "finita". Riceviamo costantemente feedback su come funzionano prodotti e servizi e li miglioriamo iterativamente.

I principi di progettazione

Il quadro per l'innovazione delinea quattro principi fondamentali che i risolutori di problemi devono adottare in modo che possano lavorare nel modo più efficace possibile.

Metti le persone al primo posto. Inizia con una comprensione delle persone che utilizzano un servizio, dei loro bisogni, punti di forza e aspirazioni.

Comunica visivamente e in modo inclusivo. Aiuta le persone ad acquisire una comprensione condivisa del problema e delle idee.

Collabora e co-crea. Lavorate insieme e lasciatevi ispirare da ciò che fanno gli altri.

Iterare, iterare, iterare. Fallo per individuare gli errori in anticipo, evitare i rischi e rafforzare la fiducia nelle tue idee.

La banca dei metodi

Abbiamo creato, adattato o adottato un portafoglio di metodi di progettazione che aiutano i nostri clienti a identificare e affrontare le loro sfide e ottenere risultati di successo. Abbiamo strutturato questi metodi in tre aree per aiutarli a utilizzare il processo di progettazione per esplorare, modellare o costruire:

- Esplora: sfide, esigenze e opportunità
- Forma: prototipi, intuizioni e visioni
- Costruire: idee, progetti e competenze

Creare una cultura del successo

I problemi che affrontiamo oggi richiedono più di un'idea, richiedono la collaborazione con altre organizzazioni e il supporto delle persone affinché siano parte della soluzione. Importante quanto il processo e i principi delle organizzazioni che adottiamo, è la cultura di un'organizzazione e il modo in cui si connette con cittadini e partner.

Comando È necessario per incoraggiare l'innovazione, sviluppare competenze e capacità, fornire il



permesso per la sperimentazione e l'apprendimento. Una forte leadership consente inoltre ai progetti di essere aperti e agili, mostrando risultati lungo il percorso e essendo in grado di cambiare.



Fidanzamento È necessario con le persone che forniscono le idee e le ricevono, ma anche con altri partner che potrebbero avere altre idee. Sviluppare connessioni e costruire relazioni è importante quanto creare idee.

Come usi il tuo?

La riflessione e l'iterazione sono al centro del quadro per l'innovazione. Siamo interessati a scoprire come potresti aver utilizzato il Double Diamond per risolvere una sfida, adattato per soddisfare le tue esigenze o, come Design Council, aggiunto ulteriori strumenti e tecniche per ottenere risultati ancora migliori.

Contattaci e raccontaci come usi il tuo o condividi eventuali approcci alternativi che stai adottando per affrontare le tue sfide o se desideri che ti aiutiamo ad applicare il quadro per l'innovazione alla tua sfida.

Riferimenti

<https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evoluto-doppio-diamante>

Domande - Capitolo 2

Domanda 1: Per essere un lavoratore verde:

Risposta 1: Devi aver conseguito una laurea

Risposta 2: Devi esserti specializzato nella green economy

Risposta 3: Nessuno dei due è sempre necessario.

Domanda 2: Il termine “riqualificazione delle competenze verdi” significa:

Risposta 1: Impara le abilità

Risposta 2: Riqualificazione delle abilità

Risposta 3: Ricerca delle abilità.

Domanda 3: Secondo l'ILO, quanti posti di lavoro sono a rischio se le competenze verdi non vengono limitate entro il 2030:

Risposta 1: 72 milioni

Risposta 2: 85 milioni

Risposta 3: 45 milioni.

Domanda 4: Quante forme di mobilità sono state riconosciute dall'OIM?

Risposta 1: 3



Re the climate

Risposta 2: 5

Risposta 3: 2



Domanda 5: Il termine "trasferimento programmato" significa:

Risposta 1: persone che si spostano all'interno o all'esterno del proprio paese per una serie di motivi, compresi quelli ambientali.

Risposta 2: riguardano comunità che vengono spostate in luoghi più sicuri per l'impossibilità di sostare in territori irreversibilmente compromessi da eventi ambientali.

Risposta 3: spostamenti forzati a causa di disastri ambientali

Domanda 6: Quali di queste misure devono essere prese per limitare gli impatti del cambiamento climatico?

Risposta 1: Gestione delle risorse idriche e degli ecosistemi.

Risposta 2: Gestione delle acque marine.

Risposta 3: Continuare la costruzione di edifici vicino alle zone costiere.

Domanda 7: Quale dei 17 obiettivi dell'Agenda 2030 è quello proposto da "Lotta al cambiamento climatico"?

Risposta 1: 10

Risposta 2: 8

Risposta 3: 13

Domanda 8: Quale di questi obiettivi è contenuto nell'"Obiettivo 13"?

Risposta 1: Migliorare l'istruzione, la consapevolezza e la capacità umana e istituzionale per la mitigazione dei cambiamenti climatici, l'adattamento, la riduzione dell'impatto e l'allerta precoce.

Risposta 2: intensificare gli sforzi per proteggere e salvaguardare il patrimonio culturale e naturale mondiale

Risposta 3: Entro il 2023, promuovere la gestione sostenibile di tutti i tipi di foreste, arrestare la deforestazione, ripristinare le foreste degradate e aumentare significativamente il rimboschimento e il rimboschimento ovunque

Domanda 9: Cosa può offrire l'educazione allo sviluppo sostenibile?

Risposta 1: Comprendere lo stretto legame tra fattori ambientali e cambiamento sociale.

Risposta 2: Entrambe le risposte sono corrette.

Risposta 3: Educare a scelte consapevoli nella vita quotidiana.

Domanda 10: Come dovrebbe avvenire la comunicazione sulle questioni ambientali tra aziende, governi, ONG e individui?

Risposta 1: Trasparente, decisiva e continua

Risposta 2: Sporadica e chiara

Risposta 3: Continua e istituzionale

Domanda 11: Quali transizioni stiamo vivendo in questo momento?

Risposta 1: Tecnologico/Ecologico Risposta

2: Tecnologico/demografico





Domanda 12: Una partnership intersettoriale ben progettata ed efficace avvantaggia i partner attraverso:

Risposta 1: Replicabilità e sostenibilità

Risposta 2: Trasparenza e sicurezza

Risposta 3: Produttività e crescita

Domanda 13: Quali sono le due fasi della fase "Esplora" presenti nel modello di Design Thinking?

Risposta 1: Testare e Implementare

Risposta 2: Empatizzare e Definire

Risposta 3: Ideare e Prototipare

Domanda 14: Quali sono le 3 fasi principali del processo di Design Thinking?

Risposta 1: comprendere, esplorare, materializzare

Risposta 2: entrare in empatia, definire, ideare

Risposta 3: prototipo, test, implementazione

Domanda 15: Quali sono le 3 componenti dell'area "Costruisci" del Double Diamond Framework?

Risposta 1: Sfide, bisogni e opportunità

Risposta 2: Idee, progetti e competenze

Risposta 3: Prototipi, intuizioni e visioni



CAPITOLO 3 - STRUMENTI

Questo capitolo si propone di fornire conoscenze sul Green Business Model, descrivendone le componenti, presentando domande attraverso le quali consente all'imprenditore verde di riflettere e familiarizzare con il concetto di modelli di business sostenibili.

Cosa imparerai

Con questo capitolo 2, il futuro imprenditore verde potrà imparare:

- Brevi esempi di tipologie di green business
- I componenti dello strumento Business Model Canvas
- Le componenti del Modello di Business Sostenibile o Green
- I vantaggi dell'applicazione del Modello
- Concetto di modelli di business sostenibili



Modello di business verde

Concetti chiave

- Modello di business verde;
- Processi
- Valore
- Persone
- Risultati

Obiettivi formativi:

- Comprendere il concetto di Green Business Model
- Scopri le 16 domande a cui è necessario rispondere per candidarsi o creare un'attività verde o sostenibile

Durata:1 ora

Riepilogo dei contenuti: Questo capitolo si propone di fornire conoscenze sul modello di business verde, esplorandone le dimensioni attraverso le domande fornite in ciascuna dimensione. Lo scopo di questo contenuto è che l'imprenditore verde rifletta e costruisca una proposta di valore "verde", tenendo conto delle conoscenze acquisite.

Inoltre, è possibile trovare il concetto di modelli di business sostenibili, esempi di tipi di business verdi e vantaggi dell'applicazione del modello presentato.

Corpo del contenuto: Aggiungi il contenuto che intendi scrivere per questa sezione

Reuvers (2015) afferma che l'innovazione verde non implica nuove pratiche di innovazione, ma richiede un cambiamento nel modello di business dell'azienda, in modo che tutti in azienda capiscano:

- Perché l'attenzione dell'azienda è stata rivolta alla riduzione dell'impatto ambientale;
- Cosa faranno per promuovere un modello di innovazione più verde;
- Come faranno questo cambiamento.

Bocken et al. (2014) propongono otto tipi di business verde, in cui presentiamo la seguente tabella riassuntiva.



GROUP	ARCHETYPES	EXAMPLES
TECHNOLOGY	Maximize material and energy efficiency	Low-production/ carbon solutions
	Create value from waste	Cradle for crib
	Substitute with renewables and natural processes	Energy innovations based on solar and wind energy
SOCIAL	Deliver functionality instead of property	Results-oriented PSS - pay per use
	Adopt an administration role	Ethical trade (fair trade)
	Encourage efficiency	Consumer adduction
ORGANIZATIONAL	Repurpose for society/ environment	Hybrid enterprises, social enterprises
	Develop scale solutions	Sourcing/crowd funding

FIGURA 1 - Gli otto tipi di Green Business adattati da (Bocken et. al., 2014)

Osterwalder & Pigneur (2010) hanno sviluppato lo strumento Business Model Canvas, ampiamente utilizzato per definire e progettare il modello di business di un'azienda. Con una struttura semplice, questo modello consente di identificare nove componenti fondamentali per rappresentare il modello di business dell'azienda, come presentato nella figura sottostante.

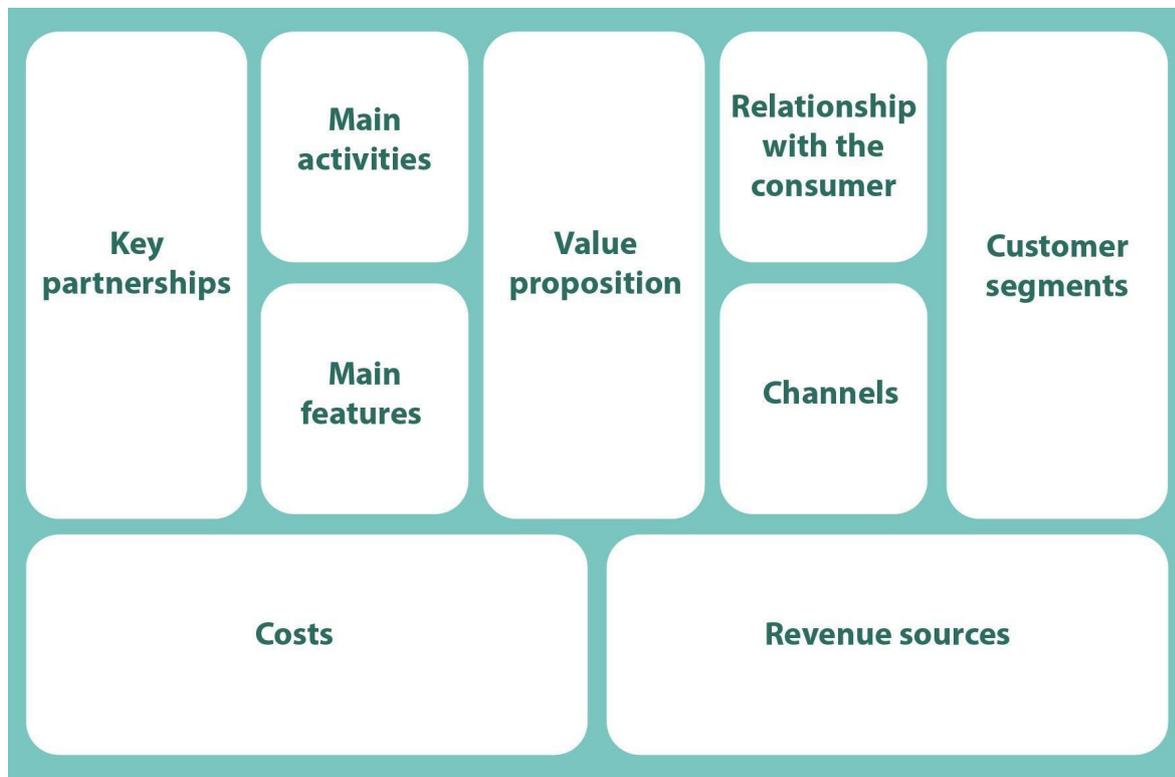


FIGURA 2 – Panoramica del modello di business - Business Model Canvas 1



Upward (2013, 2015) ha lavorato su questa logica di **Tela del modello di business** al fine di trasformarlo in un modello che avesse senso anche per le aziende green e sostenibili, creando così il chiamato Fiorente **tela aziendale**(FBC). In questo modello, come mostrato nella Figura 2:

- Esistono tre grandi sistemi a cui l'azienda appartiene: l'ambiente, la società e il economia creata dalla società;
- Ci sono quattro prospettive: processo, valore, persone e risultati.

C'è una logica che si esprime così:

- **Processi:** come, dove e con cosa fa l'azienda?
- **Valore:** cosa fa l'azienda oggi e in futuro?
- **Persone:** chi fa gli affari, lo fa per chi e con chi?
- **Risultati:** Perché? In che modo l'azienda definisce e supporta il tuo successo?

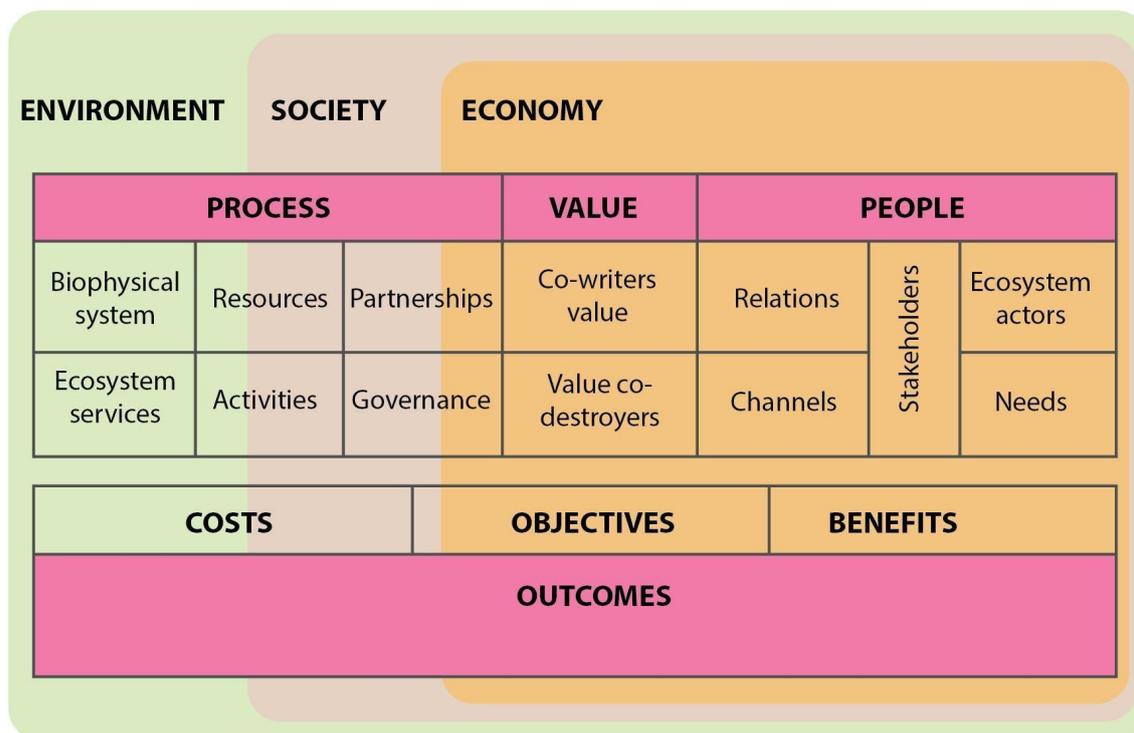


FIGURA 3 – Modello di business sostenibile adattato da Flourishing Business Canvas

In questo approccio Upward (2013,2015) aggiunge sei componenti al **Tela del modello di business iniziale**, creando così 16 domande a cui è necessario rispondere quando si crea un modello di business verde o sostenibile (Broeck, 2017):

- 1. Obiettivi:** Quali sono gli obiettivi di questa azienda? Qual è la definizione di successo dell'organizzazione? Ambientale, sociale ed economico?
- 2. Benefici:** come l'azienda sceglie di misurare i benefici del modello di business; in ciascuna unità rilevante? (Ambientale, sociale ed economico)



- 3. Costi:** come l'azienda sceglie di misurare i costi del Modello di Business; in ciascuna unità rilevante? (Ambientale, sociale ed economico)
- 4. Attori dell'ecosistema:** Chi, e chi può essere interessato al fatto che l'azienda esista? Quali attori dell'ecosistema rappresentano i bisogni di individui, gruppi, organizzazioni? Dal momento in cui l'attore dell'ecosistema entra in contatto con l'azienda, diventa uno stakeholder.
- 5. Esigenze:** Quali sono i bisogni fondamentali degli Attori Ecosistemici che l'azienda intende soddisfare attraverso la co-creazione di valore?
- 6. Parti interessate:** Chi sono gli stakeholder riconosciuti dell'azienda? Quando un attore degli ecosistemi fa parte dello stakeholder, questo ha una grande influenza su tutti gli elementi del Business Model.
- 7. Relazioni:** Quali sono le relazioni con gli stakeholder che devono essere instaurate, coltivate e mantenute dall'azienda attraverso i propri canali? Qual è la funzione di ogni relazione in ogni co-creazione o co-distruzione di valore rilevante per ogni stakeholder?
- 8. Canali:** Quali canali vengono utilizzati per comunicare e sviluppare relazioni con gli stakeholder, consentendo la co-creazione o la co-distruzione di ciascuna delle loro proposte di valore.
- 9. Co-creazione di valore:** Quale valore viene co-creato con ogni Stakeholder, soddisfacendo le esigenze degli attori dell'ecosistema associato nella loro prospettiva, presente e futura? La co-creazione di valore è la proposta di valore positiva di un'azienda.
- 10. Co-distruzione del valore:** Quale valore viene co-distruito per ogni stakeholder, rendendo difficile soddisfare i bisogni degli attori associati dell'ecosistema, dal loro punto di vista, presente e futuro? La co-distruzione del valore è la proposta di valore negativo di un'azienda.
- 11. Governo:** quali parti interessate effettivamente prendono decisioni; Chi è uno stakeholder riconosciuto, gli obiettivi dell'azienda, la proposta di valore e tutti gli altri elementi del tuo modello di business?
- 12. Partnership:** Quali stakeholder sono partner formali per l'azienda? A quali risorse questi partner consentono all'azienda di ottenere un accesso preferenziale? Quali attività svolgono questi partner per l'azienda?
- 13. Risorse:** Quali risorse materiali e immateriali sono necessarie all'azienda per raggiungere i propri obiettivi?
- 14. Scorte biofisiche:** Quali sono le scorte finali da cui attingono le risorse aziendali e/o quali scorte finali vengono trasformate dalle attività aziendali necessarie al raggiungimento dei propri obiettivi?
- 15. Attività:** Quale lavoro a valore aggiunto, organizzato in processi aziendali, è necessario per progettare, fornire e mantenere le co-creazioni di valore e la co-distruzione del valore dell'organizzazione, in modo che possa raggiungere i propri obiettivi?
- 16. Servizi ecosistemici:** si tratta di processi alimentati dal sole che utilizzano scorte biofisiche per creare flussi che soddisfano i bisogni umani: acqua pulita, aria fresca, suolo vibrante, crescita animale, ecc. Quali flussi che danno origine a questi benefici sono necessari, compromessi o attività dell'azienda?



I tre principali benefici identificati da Upward (2013,2015) e descritti da Broeck (2017) sono:

1. Attraverso problemi associati a questo Modello **di business su tela**, le parti interessate possono pensare al



modello di business e comprendere meglio le opportunità di miglioramento nei tre contesti di sostenibilità (ambientale, sociale ed economico).

2. È una possibile risposta, in breve, alle domande del Canvas facendo così capire il Business Modello più accessibile.

3. Questo approccio aumenta la possibilità di identificare nuovi rischi, lacune e opportunità per Attività commerciale.

Si può così vedere che in letteratura ea livello accademico esistono quadri teorici che sono alla base dell'esistenza di Green o Sustainable Business Models.

Modelli di business sostenibili sono quelli in cui il concetto di sostenibilità (creare valore per molteplici stakeholder e per l'ambiente naturale) definisce le forze trainanti dell'azienda così come i processi decisionali (Abdelkafi & Tausher, 2015).

Riferimenti bibliografici:

- Abdelkafi, N. & Tausher, K. (2015). Modelli di business per la sostenibilità dal punto di vista delle dinamiche di sistema. Organizzazione e ambiente. Disponibile in: <http>
- Bocken, N.M.P. Short, SW, Rana, P., Evans, S. (2014). Una revisione della letteratura e della pratica per sviluppare archetipi di modelli di business sostenibili. Giornale della produzione più pulita. 65 (2014) 42 e 56
- Broeck, F. (2017). Il fiorente Business Canvas; il nuovo strumento per il Business Modelling? Un multiplo caso di studio per l'industria della moda.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). Generazione di modelli di business: un manuale per visionari, game changer e sfidanti. John Wiley and Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Reuvers, F. (2015). Cosa c'è di nuovo nell'innovazione verde. Università di Twente.
- Ribeiro VA, Fonseca ML. e Santos, S. (2018). Green economy ed economia circolare: sfide e opportunità. ISEP: Lidergraf
- Verso l'alto, A. (2013). Verso un'ontologia e una tela per modelli di business fortemente sostenibili: un'esplorazione sistemica della scienza del design (tesi)
- Verso l'alto, A. & Jones, PH (2015). Un'ontologia per modelli di business fortemente sostenibili: definire un quadro di impresa compatibile con le scienze naturali e sociali. Organizzazione e



ambiente, numero speciale: modelli di business per la sostenibilità: imprenditorialità, innovazione e trasformazione.



Tela del modello di business

Obiettivi formativi: Sapere come creare e utilizzare un Business Model Canvas.

Durata:1 ora

Riepilogo dei contenuti: Il Business Model Canvas è un esercizio interessante che ci aiuta a sintetizzare tutte le nostre attuali intuizioni in soluzioni attuabili che possono essere presentate ad altri. Il Business Model Canvas ci pone poche ma cruciali domande sulle soluzioni che vogliamo costruire e, anche se è impossibile mettere tutti i nostri pensieri e spiegazioni in una pagina, è uno strumento che viene utilizzato da molte organizzazioni, istituzioni e start -up come primo passo verso la progettazione di prodotti.

Corpo del contenuto: Che tu ci abbia provato o meno, proporre e comunicare la tua visione e le tue idee nella progettazione di prodotti, servizi e piattaforme non è sempre così facile. Ci sono diversi motivi per cui questo accade:

- **La visione di ciò che vogliamo creare non ci è nemmeno chiara.** Potremmo avere un'idea o un'intuizione, ma tra questa intuizione e una visione strutturata che rappresenta alcuni casi importanti di ciò per cui vogliamo progettare c'è una differenza.
- **Potremmo mancare un background tecnico sui modi, le tecnologie e le tendenze per ciò che vogliamo progettare.** Ad esempio, potremmo avere un'idea sulla creazione di un nuovo sistema di gestione dell'apprendimento (LMS) per un pubblico specifico, ma le tecnologie, le piattaforme e le tendenze del mercato LMS potrebbero non essere così chiare per noi.
- **Potremmo avere un'idea ma non sappiamo chi questa idea trarrebbe beneficio e per chi avrebbe valore.** Un grande errore che fanno gli imprenditori è che prima inventano una tecnologia e poi cercano di capire come e chi potrebbe usarla. In questo caso, potresti finire per aver speso molte risorse per qualcosa che potrebbe non interessare il tuo pubblico.
- **Potremmo non aver pensato al costo (sia in termini di tempo, denaro, logistica e persone).** Ad esempio, le persone che mirano a creare un gioco di avventura 3D di alta qualità, con una qualità di rifinitura simile a quella di Grand Theft Auto, dovrebbero tener conto del fatto che Grand Theft Auto V aveva un budget combinato di marketing e sviluppo di 170 miliardi di sterline inglesi.

Il Business Model Canvas, proposto da Alexander Osterwalder([Link al sito ufficiale](#)), affronta tutti quei problemi che sono stati presentati sopra.

Il Business Model Canvas ti aiuterà a rispondere alle seguenti domande:

- **Cosa fai?** Cosa fa la tua idea, prodotto o servizio? Aiuti le persone a imparare qualcosa?



Compra qualcosa? Risolvere un problema che hanno? Affrontare un'esigenza che mancava?



THE BUSINESS MODEL CANVAS					Designed for:	Designed by:	Date:	Version:
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments				
	Key Resources		Channels					
Cost Structure			Revenue Streams					

- **Come si fa?** Quali sono le attività chiave che la tua idea, prodotto e servizio fornisce per raggiungere l'obiettivo che hai presentato prima?

- **Chi ti aiuterà a realizzare la tua visione?** Se, ad esempio, desideri creare una piattaforma di apprendimento per le scuole nazionali in Francia, il Ministero dell'Istruzione francese potrebbe offrirti un finanziamento. Questo li rende un partner.

- **Di che cosa hai bisogno?** Quali sono le risorse di cui hai bisogno per realizzare la tua visione? Avrai bisogno di persone con esperienza?? Avrai bisogno di un'infrastruttura tecnica?

- **Chi aiuti?** Chi sono i tuoi clienti? La tela del modello di business si riferisce a loro come segmenti di clienti, poiché è possibile che tu non abbia un solo tipo di cliente o utente. Ad esempio, un Learning Management System ha almeno due tipi di utenti: persone che vogliono imparare e persone che vogliono creare materiale formativo. Questi diversi segmenti hanno esigenze e aspettative diverse.

- **Come li raggiungi?** Attraverso quali tipi di canali consegnerai il tuo prodotto o servizio? Se ad esempio vuoi creare un sito web online, il principale canale di distribuzione sarà il sito web. Tuttavia, se si desidera creare un ecosistema di servizi che informi, ad esempio, i giovani studenti sul diabete, si può anche decidere di facilitare workshop e formazione, oltre a fornire materiale stampato. In questo caso, i tuoi canali di distribuzione saranno il sito web, i workshop e il materiale stampato.

- **Come interagisci?** Come mantieni e mantieni le relazioni con la tua attuale base di utenti e come le espandi? Questo campo si riferisce al modo in cui tu e i tuoi utenti vi aspettate di comunicare e interagire. Sarà attraverso un forum? Sarà attraverso un modulo di contatto? Sarà attraverso l'organizzazione di eventi, dove potrai interagire con loro e ottenere il loro feedback? Sarà attraverso l'assistenza clienti?



- **Quanto costerà?** Affinché un prodotto diventi realtà, c'è sempre un costo. Potrebbe non esserlo sempre finanziario ma può essere in termini di tempo, persone o materiali.
- **Quanto guadagnerai?** Questa domanda potrebbe non essere sempre rilevante per l'istruzione. Tuttavia, anche per i progetti senza scopo di lucro, una domanda che si pone è se il progetto sarà auto-sostenibile e praticabile, il che significa che non saranno necessari ulteriori finanziamenti o aiuti pubblici per continuare a offrire i servizi a cui aspirava.



Reportistica di sostenibilità

L'evoluzione del ruolo svolto dalle imprese nel territorio in cui operano ha portato progressivamente a considerare non solo la loro dimensione economica, ma anche quella sociale e ambientale, con un interesse particolare, inizialmente, a comunicare gli aspetti sociali.

Il diritto dell'UE impone ad alcune grandi imprese di divulgare informazioni sul modo in cui operano e gestiscono le sfide sociali e ambientali.

Questo aiuta gli investitori, le organizzazioni della società civile, i consumatori, i responsabili politici e altre parti interessate a valutare le prestazioni non finanziarie delle grandi aziende e incoraggia queste aziende a sviluppare un approccio responsabile al business. *

Cosa imparerai: Cos'è il reporting di sostenibilità e a cosa serve?

Concetti chiave

- Sostenibilità
- Responsabilità
- Aziende

Obiettivi formativi: Cos'è il reporting di sostenibilità e a cosa serve?

Durata: 1 ora

Caso applicativo: Per il mondo agroalimentare la sfida della sostenibilità ha un valore leggermente più importante rispetto ad altri settori. Per tutte le aziende la sostenibilità è un Must, la chiedono i clienti, la chiedono gli investitori, le normative stesse sono sempre più stringenti. Ma per il mondo del cibo c'è qualcosa di più. I consumatori vogliono portare in tavola alimenti che siano sani, ma che allo stesso tempo non siano frutto di compromessi con l'ambiente. Il modello "Dalla fattoria alla tavola" (la strategia Farm to Fork è al centro del Green Deal europeo che mira a rendere i sistemi alimentari equi, sani e rispettosi dell'ambiente) sta contribuendo ad aumentare il livello di responsabilità delle aziende agroalimentari anche verso il "campo".

La strategia Farm to Fork mira ad accelerare la nostra transizione verso un sistema alimentare sostenibile che dovrebbe:

- avere un impatto ambientale neutro o positivo
- contribuire a mitigare il cambiamento climatico e ad adattarsi ai suoi impatti
- invertire la perdita di biodiversità
- garantire la sicurezza alimentare, la nutrizione e la salute pubblica, assicurando che tutti abbiano accesso a cibo sufficiente, sicuro, nutriente e sostenibile
- preservare l'accessibilità del cibo generando rendimenti economici più equi, incoraggiando competitività del settore dell'approvvigionamento dell'UE e promozione del commercio equo



[*https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_it](https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_it)

In questo scenario si inserisce il percorso di sviluppo sostenibile di Barilla, che negli ultimi dieci anni ha ridotto del 31% le emissioni di CO2 per ogni tonnellata di prodotto finito e che ha raggiunto la carbon neutrality con 4 marchi.

Il bilancio di sostenibilità 2021 del gruppo parmense racconta di un progetto di sostenibilità che passa per l'innovazione e che nel 2020 ha visto investimenti per 40 milioni di euro in Ricerca e Sviluppo e che in 10 anni ha portato a ripensare 476 prodotti al fine di migliorare il profilo nutrizionale e ridisegnare la gestione delle risorse necessarie alla loro produzione. Un percorso che ha portato ad una riduzione del -31% in termini di emissioni di CO2 equivalente e ad una riduzione del 23% nell'utilizzo di acqua necessaria alla produzione di una tonnellata di prodotto finito.

Nel corso del 2020 il gruppo ha poi portato sul mercato 34 nuovi prodotti ripensati sulla base di una logica che mira a contribuire al miglioramento del sistema alimentare nel rispetto di un'alimentazione che vuole essere sana e attenta alle risorse con prodotti senza zuccheri aggiunti, ricchi di fibre a base di legumi e per evitare sprechi proposti con la formula delle monoporzioni.

Sostenibilità: partiamo dalle materie prime e da un'agricoltura sostenibile

Come accennato, il percorso della sostenibilità parte dal campo e il campo significa una scelta sempre più attenta e responsabile delle materie prime. In un anno le materie prime scelte "responsabilmente" sono cresciute del 19%, ovvero con un attento rapporto con le logiche dell'agricoltura sostenibile e con la convinzione che le filiere ispirate ai criteri della sostenibilità siano anche le più resilienti. In questo processo il gruppo Barilla ha coinvolto 10.000 aziende agricole sulla base di due normative di riferimento che guidano le procedure per la coltivazione sostenibile del grano tenero: Carta del Mulino e Carta di Harrys. Il 90% del grano duro, ingrediente base per la pasta, viene acquistato dal mercato locale e il 42% tramite contratti di coltivazione. In particolare, il bilancio di sostenibilità ricorda che il "Manifesto del Grano Duro", lanciato nel 2020, conferma l'impegno di Barilla per la filiera agricola italiana.

L'attenzione al "campo" non deve fermarsi alla "terra" ma deve riguardare anche gli animali e deve saper estendere la garanzia al benessere degli animali che concorrono alla produzione delle materie prime. E non si tratta solo di garantire i requisiti legali, ma anche gli standard e i criteri del benessere degli animali. Nel 2020 Barilla ha ricevuto il Riconoscimento Speciale della ONG CIWF, con il quale ha anche istituito le proprie Linee Guida Barilla sul Benessere Animale.

Filiere corte e riduzione dell'impatto ambientale legato ai trasporti

Ma l'attenzione alla sostenibilità non si ferma ai cereali, anche pomodori e basilico per la produzione di prodotti come i sughi vengono coltivati partendo dal principio di ridurre la distanza dagli stabilimenti di produzione. (a tal proposito il servizio Barilla sceglie la startup ZERO per produrre basilico e altri micro ortaggi in vertical farming).

E il tema della "distanza" e dei trasporti è un altro aspetto che ha un impatto molto significativo sulla sostenibilità. Barilla si impegna a ridurre l'impatto ambientale legato al trasporto sia delle materie prime che dei prodotti finiti. A partire da marzo 2020, una quota del 70% dei prodotti destinati dall'Italia alla Germania viaggia con una soluzione intermodale basata su un accordo con GTS Logistic, che consente di ridurre l'impatto ambientale del trasporto di qualcosa come 6.000 tonnellate di CO2 equivalente. Un impegno che riduce la quantità di mezzi pesanti che circolano sulle strade.

La ricerca e il ripensamento della produzione si è concentrata anche sulla gestione dell'energia,

raggiungendo l'obiettivo di una quota del 64% di energia prodotta da fonti rinnovabili.



Packaging: verso carta e cartone sostenibili

Un'altra area di innovazione è rappresentata dalla ricerca e realizzazione di soluzioni per il packaging sostenibile. Barilla ha scelto di intraprendere un percorso per utilizzare imballaggi riciclabili al 100%. Tra i principi che guidano questa strategia c'è l'utilizzo di carta e cartone in sostituzione della plastica in tutte le situazioni dove la sicurezza e la qualità del prodotto sono garantite. Non solo, la stessa scelta di carta e cartone in fibra vergine premia i fornitori che garantiscono la provenienza di questi materiali da foreste gestite responsabilmente.

Sostenibilità significa anche attenzione ai territori e alle comunità e dal Bilancio di sostenibilità 2021 emerge che nei primi mesi dell'emergenza Coronavirus Barilla ha messo in atto iniziative di solidarietà nei diversi Paesi con un impegno che è arrivato a erogare 5,5 milioni di euro e circa 3.500 tonnellate di prodotti donati. *

Riepilogo dei contenuti: Attraverso il report di sostenibilità, le aziende comunicano le loro performance e i loro impatti su un'ampia gamma di temi di sostenibilità, abbracciando parametri ambientali, sociali e di governance. Consente alle aziende di essere più trasparenti sui rischi e sulle opportunità che devono affrontare, offrendo agli stakeholder una maggiore comprensione delle prestazioni al di là dei risultati economici.

Costruire e mantenere la fiducia nelle imprese e nei governi è la chiave per raggiungere un'economia globale sostenibile e un mondo fiorente.

Le imprese e i governi prendono decisioni che hanno un impatto diretto sui loro stakeholder, come le decisioni relative alle istituzioni finanziarie, ai sindacati, alla società civile e ai cittadini, e il livello di fiducia che hanno in loro. Queste decisioni raramente si basano solo su informazioni finanziarie e spesso prendono in considerazione rischi e opportunità legati a una varietà di fattori a breve e lungo termine. Le questioni di sostenibilità sono sempre più integrate in questi processi decisionali.

Corpo del contenuto: Le norme dell'UE sulla rendicontazione non finanziaria si applicano attualmente alle grandi società di interesse pubblico con più di 500 dipendenti. Questo copre circa 11.700 grandi imprese e gruppi in tutta l'UE, incluso

- compagnie elencate
- banche
- compagnie di assicurazione
- altre società designate dalle autorità nazionali come enti di interesse pubblico

Ai sensi della direttiva 2014/95/UE, le grandi imprese devono pubblicare informazioni relative a

- questioni ambientali
- questioni sociali e trattamento dei dipendenti
- rispetto dei diritti umani
- anti corruzione e concussione
- diversità nei consigli di amministrazione (in termini di età, genere, background formativo e professionale)



[*https://www.esg360.it/social-responsibility/barilla-riduzione-del-31-delle-emissioni-e-4-brand-carbon-neutral/](https://www.esg360.it/social-responsibility/barilla-riduzione-del-31-delle-emissioni-e-4-brand-carbon-neutral/)

A giugno 2017 la Commissione Europea ha pubblicato le sue linee guida per aiutare le aziende a divulgare informazioni ambientali e sociali. Queste linee guida non sono obbligatorie e le aziende possono decidere di utilizzare linee guida internazionali, europee o nazionali in base alle proprie caratteristiche o all'ambiente aziendale.

A giugno 2019 la Commissione Europea ha pubblicato le linee guida sulla rendicontazione delle informazioni relative al clima, che in pratica consistono in un nuovo supplemento alle linee guida esistenti sulla rendicontazione non finanziaria, che restano applicabili.

Il 21 aprile 2021 la Commissione ha adottato una proposta di direttiva sulla comunicazione di informazioni sulla sostenibilità delle imprese (CSRD), che modificherebbe gli attuali obblighi di comunicazione della NFRD.

La proposta della Commissione per una direttiva sulla rendicontazione della sostenibilità delle imprese (CSRD) prevede l'adozione di standard dell'UE in materia di rendicontazione della sostenibilità. I progetti standard sarebbero sviluppati dall'European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG).

Le norme saranno adattate alle politiche dell'UE, basandosi e contribuendo alle iniziative internazionali di normazione.

La prima serie di standard sarà adottata entro ottobre 2022.

Attraverso il report di sostenibilità, le aziende comunicano le loro performance e i loro impatti su un'ampia gamma di temi di sostenibilità, abbracciando parametri ambientali, sociali e di governance. Consente alle aziende di essere più trasparenti sui rischi e sulle opportunità che devono affrontare, offrendo agli stakeholder una maggiore comprensione delle prestazioni al di là dei risultati economici.

Costruire e mantenere la fiducia nelle imprese e nei governi è la chiave per raggiungere un'economia globale sostenibile e un mondo fiorente. Ogni giorno, aziende e governi prendono decisioni che hanno un impatto diretto sui loro stakeholder, come decisioni su istituzioni finanziarie, sindacati, società civile e cittadini e sul livello di fiducia che hanno in loro. Queste decisioni raramente si basano solo su informazioni finanziarie e spesso prendono in considerazione rischi e opportunità legati a una varietà di fattori a breve e lungo termine. Le questioni di sostenibilità sono sempre più integrate in questi processi decisionali.

Man mano che le aziende di tutto il mondo abbracciano sempre più i report di sostenibilità, sono emersi diversi standard che consentono a un'ampia gamma di parti interessate di valutare e confrontare in modo più efficace i report di sostenibilità. Il framework più ampiamente adottato è il Global Reporting Initiative Standards. È collegato ad altre forme di rendicontazione non finanziaria, tra cui la rendicontazione triple bottom line e la rendicontazione sulla responsabilità sociale delle imprese (CSR).

Le parti interessate svolgono un ruolo cruciale nell'identificazione dei rischi e delle opportunità non finanziarie per le organizzazioni. La trasparenza ottenuta coinvolgendo una serie di parti interessate nei processi decisionali non solo porta a decisioni migliori, ma crea anche fiducia nelle imprese.

Autista

Migliore reputazione:

Un sondaggio sulla reputazione aziendale del 2011 ha rilevato che l'espansione della trasparenza e la segnalazione di azioni positive sono i due modi più importanti per costruire la fiducia del pubblico nelle aziende. Il sondaggio 2013 del Boston College Center for Corporate Citizenship and EY ha rivelato che oltre il 50% degli intervistati che hanno pubblicato report sulla sostenibilità ha affermato che questi report hanno contribuito a migliorare la reputazione della propria azienda.



Soddisfare le aspettative dei dipendenti:

I dipendenti sono un pubblico vitale per la rendicontazione sulla sostenibilità. Sono un pubblico vitale perché la presentazione del report aiuta ad aumentare la fidelizzazione e la fidelizzazione dei dipendenti. Ha un impatto positivo sulla forza lavoro nel suo insieme, che alla fine può migliorare le prestazioni dell'azienda.

Migliore accesso al capitale:

Le aziende che compilano il rapporto sono al primo posto in termini di sostenibilità e hanno un punteggio dell'indice Kaplan-Zingales inferiore di 0,6 - che indica minori vincoli di capitale - rispetto a quello delle aziende con bassa sostenibilità.

Maggiore efficienza e riduzione degli sprechi:

Il bilancio di sostenibilità contribuisce a rendere più efficienti i processi decisionali delle organizzazioni e, a sua volta, consente loro di ridurre i rischi presenti lungo tutta la catena di fornitura esistente. Questo processo riduce gli sprechi, con conseguenti notevoli risparmi sui costi.

Vantaggi del rapporto di sostenibilità:

Aumentare la comprensione dei rischi e delle opportunità;

sottolinea il legame tra risultati finanziari e non finanziari; Influenza la strategia di gestione a lungo termine, la politica e i piani aziendali;

Semplificare i processi, ridurre i costi e migliorare l'efficienza;

Confrontare e valutare le prestazioni di sostenibilità rispetto a leggi, regolamenti, codici, standard di performance e iniziative volontarie;

Aiuta le aziende a evitare di essere coinvolte in questioni ambientali, sociali e di governance divulgate pubblicamente fallimenti;

Consente il confronto delle prestazioni internamente e tra organizzazioni e settori. I vantaggi esterni possono includere:

Mitigare gli impatti ambientali, sociali e di governance negativi migliorando la reputazione e il marchio lealtà;

Consentire agli stakeholder esterni di comprendere il vero valore dell'organizzazione insieme a quello tangibile e beni immateriali;

Dimostrare come l'organizzazione influenza ed è influenzata dalle aspettative sullo sviluppo sostenibile. *

*<https://ecovadis.com/it/glossary/reporting-di-sostenibilità/>



Tela della proposta di valore

Obiettivi formativi: Saper sviluppare un Value Proposition Canvas per definire, prima del lancio, il prodotto o il servizio più coerente con le aspettative degli utenti.

Durata: 1 ora

Riepilogo dei contenuti: Hai trovato la tua idea imprenditoriale? Bene. Devi comunque essere sicuro che corrisponda alle esigenze dei tuoi futuri clienti. Altrimenti meglio cambiare idea molto in fretta o cambiarla, per evitare disillusioni e investimenti in perdita. Attenzione: testare la validità di un'idea è spesso più complesso di quanto si pensi. Ad esempio, non è perché un'offerta funziona da qualche parte (un'altra città, un altro dipartimento, un altro paese, ecc.) che funzionerà sul tuo territorio. Tutto dipende dalle esigenze e dagli usi dei consumatori in questo specifico territorio.

Corpo del contenuto:

valore è ciò che permette ai clienti di capire se la soluzione risolve il loro problema e quindi di conoscere meglio il prodotto o servizio. È una specie di promessa per il futuro ("Questo è ciò che ti offriamo con la nostra soluzione").

La proposta di valore risponde a un bisogno non soddisfatto o non sufficientemente soddisfatto. Alla fine è ciò che il cliente è disposto a pagare. Per estensione, il canvas della proposta di valore è il metodo per definire la proposta di valore. Con questa matrice, ci concentriamo su:

- il pubblico;
- il suo problema e quindi il suo bisogno;
- la risposta che gli daremo.

Il canvas della proposta di valore: una matrice per soddisfare i bisogni

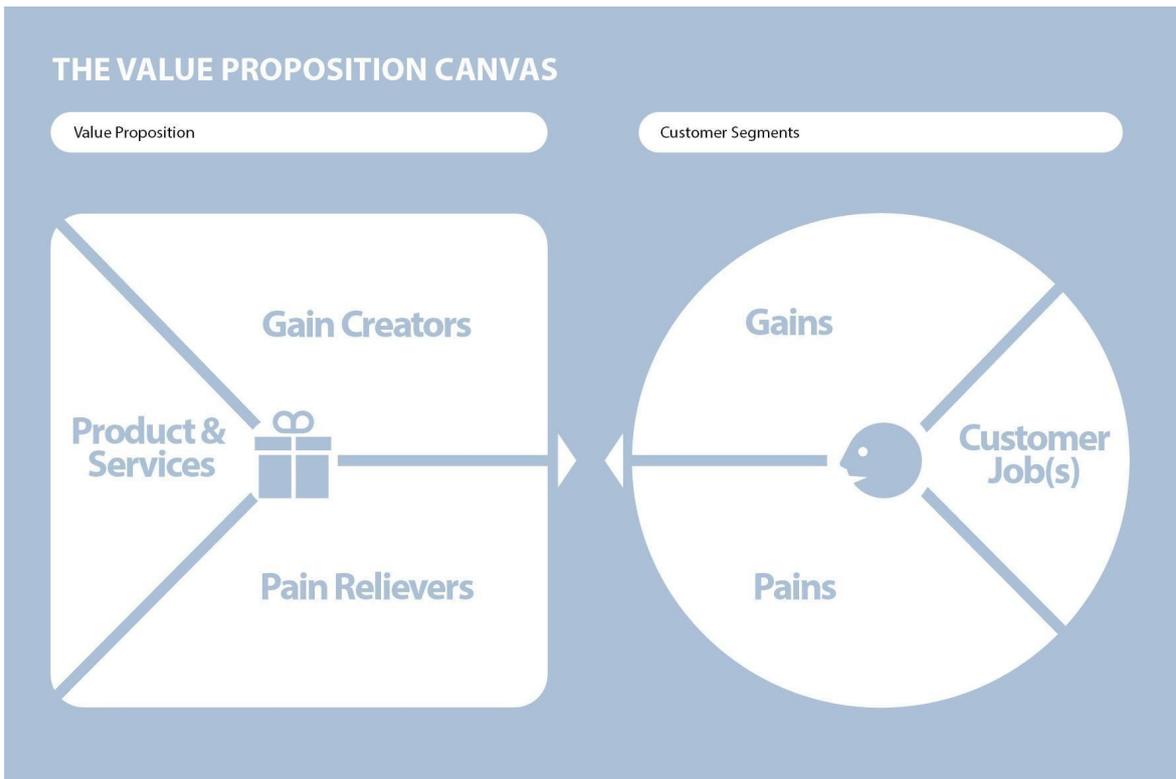
Il canvas della proposta di valore è uno strumento ideato da Alexandre Osterwalder che permette di:

- convalida i tuoi obiettivi
- convalidare i bisogni, i problemi, le speranze del tuo target
- immagina come rispondere in termini di servizi, offerte, proposta di valore Questo è il primo passo verso la costruzione del modello di business.

Questa matrice infatti ti invita a interrogare il tuo cliente sui suoi problemi, le sue speranze... e sui prodotti e servizi che lo aiuteranno a risolvere i suoi problemi, a creare le sue speranze. Pertanto, puoi eventualmente adattare la tua idea ma anche trovare prodotti e servizi aggiuntivi da offrire al tuo cliente. Ti permetterà anche di differenziarti dai tuoi concorrenti.

Puoi stampare la tela qui sotto.





Come utilizzare il Value Proposition Canvas

La matrice della tela è composta da due parti che mobilitano posture diverse: l'empatia verso l'obiettivo e la creatività. Descriveremo in dettaglio ciascuna di queste parti.

Empatia verso il target

Nella parte destra della tela (il cerchio), trovi diverse intestazioni. Ti permetteranno di definire molto chiaramente il problema del tuo cliente e il suo stato d'animo.

In "Customer Job(s)": Descrivi cosa sta cercando di fare uno specifico segmento di clienti, o i problemi che sta cercando di risolvere, o le esigenze che sta cercando di soddisfare. Descrivi cosa sta cercando di fare (ad esempio: viaggiare da Parigi a Nizza), con chi se necessario (con la sua famiglia), in quale contesto si sta comportando (per andare in un fine settimana), ed eventualmente quale contesto emotivo sta cercando per (non sottolineare), così come le azioni che svolge (vai al sito web della compagnia ferroviaria, confronta con un sito web di carpooling, ecc.).

Nella sezione "Dolori": indica le emozioni negative (ansia, vergogna, paura...), i costi, le situazioni indesiderate e i rischi che il tuo cliente vive o potrebbe provare prima, durante e dopo aver svolto il lavoro.

Ad esempio: cosa il cliente trova troppo costoso? Cosa lo mette a disagio? Quali soluzioni sono insufficienti per i tuoi clienti? Quali difficoltà, sfide incontra il cliente? Di quali rischi ha paura il tuo cliente? Cosa tiene sveglio il tuo cliente la notte? Quali errori comuni commette il tuo cliente? Quali ostacoli possono impedire al cliente di adottare la tua soluzione?

Nella sezione "Guadagni": descrivi i benefici attesi, desiderati dal tuo cliente (gioia,



semplificazione, status sociale più elevato, ecc.) o i benefici che lo sorprenderebbe, inclusa l'utilità funzionale, sociale, emozioni positive e risparmio sui costi.

Ad esempio: cosa stanno cercando? Cosa stanno sognando? In che modo il tuo cliente misura il successo, il fallimento? Cosa aumenta la probabilità di adottare una soluzione? Quale beneficio sembra più rilevante? Quali vantaggi si aspetta il tuo cliente? Quali benefici sarebbe sorpreso di ottenere? Quali risparmi renderebbero felice il tuo cliente? Quale risultato si aspetta il tuo cliente? In che modo le soluzioni attuali soddisfano il cliente?

Creatività per soddisfare le esigenze del target

Nella parte sinistra della tela (il quadrato), descriverai, senza porre limiti o costrizioni, ciò che immagini per soddisfare le esigenze del tuo target, che ora visualizzi chiaramente.

Nella sezione "Antidolorifici": indicare cosa potrebbe alleviare i dolori dei clienti. Come elimini o riduci le emozioni negative, i costi e le situazioni indesiderate e i rischi che il tuo cliente sperimenta o potrebbe sperimentare prima, durante e dopo aver svolto il lavoro?

Si noti che possono esserci diversi "sollievi" per un singolo "dolore" e un "sollievo" può rispondere a diversi "dolori". Risparmiano? Per sentirsi meglio? Per fornire una soluzione ai problemi di sottoperformance? Per porre fine alle difficoltà e alle sfide affrontate dai clienti? Per eliminare la paura incontrata? (fiducia, status...)? Per eliminare i rischi? Per aiutare i tuoi clienti a dormire meglio? (preoccupazioni, preoccupazioni)? Limitare o cancellare gli errori comuni commessi dal cliente (errori dell'utente)? Per rimuovere gli ostacoli?

Nella sezione "Creatori di Guadagno": indicare cosa potrebbe creare guadagni per il cliente. In che modo crei vantaggi che il tuo cliente si aspetta, desidera o lo sorprenderebbe, tra cui utilità funzionale, guadagni sociali, emozioni positive e risparmi sui costi?

Ancora una volta, possono esserci più "creatori di guadagno" per un singolo "guadagno" e un "creatore di guadagno" può rispondere a più "guadagni". Creano risparmi che rendono felice il cliente? Superare le aspettative dei clienti? Semplificare la vita del cliente? Creare conseguenze sociali positive ricercate dal cliente? Fai qualcosa che i clienti stanno cercando? Realizzare qualcosa che i clienti sognano? Produrre risultati positivi corrispondenti ai criteri di successo o fallimento dei tuoi clienti? Facilitare l'adozione?

Realismo dopo la fase di creazione

Infine, nella parte sinistra, sezione "prodotti e servizi", definirai tutti i prodotti e servizi che potresti offrire riprendendo le idee emanate dai "sollievi" e dai "creatori" ma rielaborandole per realizzare prodotti e servizi realizzabili a priori.

Una volta terminato questo lavoro, avrai:

- Il/i tuo/i target segmentato/i secondo un elemento chiave: il suo bisogno/problema/speranza.
- L'offerta di cui (loro) hanno bisogno.



Hai quindi i due elementi chiave del tuo modello di business: la proposta di valore e i segmenti di clientela.



Questo metodo è stato progettato per il lavoro di squadra e richiede una prospettiva esterna per "sfidarti". Da solo davanti al tuo foglio, i risultati potrebbero essere deludenti!

Persone

Obiettivi formativi: Sapere come creare e utilizzare Personas.

Durata: 1 ora

Riepilogo dei contenuti: Le persone sono personaggi immaginari che rappresentano una parte della nostra base di utenti. Sulla base delle nostre informazioni di ricerca, cerchiamo di trovare attributi e caratteristiche del nostro pubblico e di elaborare personaggi che descrivono i segmenti principali dei nostri utenti.

Corpo del contenuto: Essere in grado di comprendere il proprio pubblico offre ai progettisti l'inestimabile opportunità di anticipare possibili problemi e progettare esperienze di apprendimento che si concentrino su questo particolare pubblico. Una pratica comune di progettazione del software seguita in passato è quella che l'ingegnere del software Allan Cooper ha definito "la somma di tutte le funzionalità desiderate". Quindi, prima che le soluzioni software fossero sviluppate, i progettisti facevano un sondaggio, raccoglievano le esigenze dei loro utenti e cercavano di combinarle per creare prodotti che si adattassero a tali esigenze. La pratica ha tuttavia indicato che gli utenti non sempre sanno in anticipo di cosa hanno bisogno. Non fraintendermi, non dico che sapere di cosa ha bisogno il tuo pubblico non sia utile. È molto utile e importante. Tuttavia, l'utilizzo di queste informazioni per creare esperienze intrinsecamente motivanti richiede che i progettisti possano interpretare queste informazioni in modo significativo.

Un utile in casi come questo sono i personaggi degli utenti. Persona è una parola latina per una persona o un ruolo e in questo contesto le persone rappresentano personaggi fittizi che rappresentano una parte del nostro pubblico (le persone sono state proposte da Alan Cooper e qui c'è un suo articolo su questo argomento). Utilizzando i personaggi, cerchiamo di rappresentare gli utenti tipici di un prodotto e di anticipare le loro reazioni e scelte. Dal momento che i personaggi sono proposti come uno strumento di aiuto, dovrebbero essere usati per risolvere problemi piuttosto che crearne di nuovi. Quindi, tieni presente che:

- Le Personas dovrebbero rappresentare utenti potenzialmente realistici e non idealisti. I personaggi idealisti non ti aiuteranno a esaminare criticamente il tuo pubblico e il tuo potenziale design e si tradurranno solo in perdita di tempo, energia e risorse.
- Per un prodotto tipico, non dovresti avere più di due o quattro personaggi. Le persone sono modi per provare a esaminare criticamente i tuoi progetti per un insieme di utenti



Re the climate

tipici.

- Nella progettazione didattica, ci sono alcune occasioni in cui i personaggi possono essere utili e altre in cui i personaggi avranno un effetto negativo sul progetto finale. Se la tua audience è composta da utenti molto diversi tra loro che richiedono disposizioni particolari, allora lo è



È possibile che i personaggi non siano uno strumento utile e dovresti procedere esaminando individualmente i tuoi utenti, soprattutto se la loro dimensione è limitata. Nel caso in cui progetti soluzioni per un vasto pubblico con una certa omogeneità, i personaggi potrebbero rivelarsi utili.

- Le persone dovrebbero fornire quante più informazioni possibili per un potenziale utente, relative all'argomento per cui si desidera progettare. Le persone dovrebbero anche essere costruite sulla base di modelli comuni tra un pubblico mirato. Ad esempio, per la progettazione di un gioco sull'insegnamento dell'alfabetizzazione agli studenti delle scuole superiori a livello nazionale, l'età, le abitudini, l'accesso alla tecnologia, il livello di sviluppo delle capacità di alfabetizzazione sono attributi che possono descrivere tutti i potenziali giocatori del gioco e dovrebbero essere elencati come attributi di una persona.

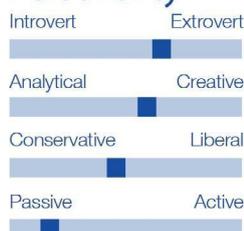
Marcello Broteix



Loves action, cannot focus to long duration presentations

Age: 17
Work: Student
Location: Paris, France
Character: Extrovert, positive

Personality



Extrovert Passive Focus Games

Goals

- Participate in curricular activities
- Communicate with peers
- Research and get answers to assignments and personal Cointerests
- Collaborate and exchange information for the completion of projects
- Explore other possibilities of learning, apart from formal tools

Frustrations

- Loses focus easily by participating in formal activities
- Has difficulty navigating to existing learning platforms
- Finds the learning content monotonous and unchallenging
- Has to use other platforms for the communication with peers
- Finds it very difficult working with existing online storage systems and sync with own resources

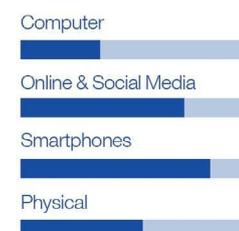
Bio

Marcello is using technology in his daily life. He uses smartphones, tablets, computers as a means of connecting and interacting with his friends and classmates. He gets bored with existing learning activities and needs a learning tool that takes into account his personal preferences and capabilities. He wants to work collaboratively, have easy access to educational materials and be able to sync his work among different devices in a single platform.

Motivation



Preferred Channels



Naturalmente, non esiste un solo modo corretto di creare un personaggio. Le situazioni progettuali differiscono da caso a caso. Ciò che è importante, però, è che tu e il tuo team formiate una serie di personaggi immaginari che rappresentino correttamente il loro pubblico e provino ad anticipare le loro azioni e reazioni a diversi casi.

Risorse per ulteriori letture

<https://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/personas.html>

<https://www.microsoft.com/en-us/research/wp-content/uploads/2017/03/pruitt-grudinold.pdf>



Re the climate

[https://theblog.adobe.com/putting-personas-to-work-in-ux-design-what-they-are-and-why-theyre- importante/](https://theblog.adobe.com/putting-personas-to-work-in-ux-design-what-they-are-and-why-theyre-important/)



Lavori da fare

Obiettivi formativi: Utilizzare e applicare i principi dei lavori da svolgere.

Durata: 1 ora

Riepilogo dei contenuti: Il concetto di "lavoro da svolgere" è stato sviluppato da Clayton Christensen e Michael Raynor. Suggestisce che le persone sono meno interessate ai prodotti che acquistano che ai servizi che questi prodotti rendono loro. Questo concetto non è nuovo. Negli anni '60, Theodore Levitt, professore di marketing alla Harvard Business School, aveva già notato che "le persone non hanno bisogno di trapani. Hanno bisogno di buchi nei muri.»

Corpo del contenuto: I principi di Jobs-To-Be-Done

Dal punto di vista del JTBD, **utenti o segmenti di clientela** non dipendono da dati demografici o psicologici. Ognuno, infatti, cerca di ottenere lo stesso risultato, in base ai propri criteri. L'aspetto cronologico non entra in gioco perché se i prodotti o i servizi evolvono, il Job-To-Be-Done è stabile.

«If you understand the
job, how to improve it
becomes obvious»

Clayton Christensen
Harvard Business School Professor &
Disruptive Innovation Expert

Il "lavoro" è il risultato che l'utente vuole effettivamente ottenere, il suo obiettivo. Questo è il motivo per cui una persona acquista o utilizza prodotti o servizi di un'azienda. Le sue ragioni per scegliere un particolare prodotto o servizio sono consce e inconsce. Questi sono i benefici attesi, o criteri di successo, chiamati Lavori Funzionali e Lavori Personali.



Lavori funzionali corrispondono ai compiti **essenziali per il raggiungimento dell'obiettivo**, alle istruzioni che consentono di compiere il lavoro. Questa è la dimensione funzionale. In un certo senso, questi sono vantaggi oggettivi o criteri di successo.

I lavori personali, i criteri più personali, sono divisi in due categorie: lavori emotivi e lavori sociali.

1. **Lavori emotivi sono** tutte le emozioni che l'utente vuole, o teme, provare durante l'esecuzione i compiti.
2. **Lavori sociali si** riferisce a come l'utente vuole essere percepito dagli altri. Questi criteri portano al Job-To-Be-Done, e quindi alla scelta della soluzione che renderà il lavoro di successo.

Concretamente, è quindi necessario trovare soluzioni adeguate in relazione agli obiettivi degli utenti, tenendo conto delle loro considerazioni sentimentali e sociali.

Vantaggi e limiti

Applicato ai metodi di ricerca UX, Job-to-Be-Done crea divisioni. Secondo i suoi sostenitori, l'adozione di questa prospettiva aiuta i team a concentrarsi sui problemi reali degli utenti al fine di trovare soluzioni. Come vedremo in seguito, il modo di condurre le interviste agli utenti, da una prospettiva JTBD, sembra meno restrittivo che con i personaggi. Infine, Jobs-To-Be-Done potrebbe aiutare a creare personaggi più significativi.

Altri ritengono che i JTBD non tengano sufficientemente conto, rispetto alle personas, del contesto di utilizzo di prodotti o servizi. Inoltre, cancellare aspetti demografici e sociologici (nome, età, sesso, professione, ecc.) impedirebbe di provare empatia per gli utenti. Infine, questo modo di determinare le esigenze degli utenti non sarebbe adatto per determinati prodotti o servizi complessi. Molti tuttavia sono d'accordo nel vederlo, come minimo, come uno strumento complementare alle persone.

Per semplificare, la persona aiuta a comprendere gli archetipi degli utenti dell'applicazione. Il metodo personas ci mostra come le loro motivazioni possono essere diverse e quali comportamenti sono simili. Al contrario, la teoria Jobs-to-Be-Done si concentra sui risultati concreti attesi dagli utenti.

Interviste JTBD

I passaggi sono simili a quelli utilizzati per costruire i personaggi: interviste a panel di utenti, utilizzo di dati quantitativi esistenti, analisi e sintesi. Diverso è invece il modo di condurre le interviste, di organizzare e poi utilizzare i dati. Ci sono molte guide e kit da scaricare online per condurre interviste.

Esempio di intervista JTBD

Le switch interviste, ad esempio, che potremmo tradurre in inglese con “change interview” o “transition interview”, servono a capire perché il cliente sceglie o rifiuta un prodotto. Quale processo lo porta a prendere questa decisione? Cosa si aspetta l'utente dal prodotto? Qual è il suo valore per lui?

Preferibilmente, il team sceglie di intervistare qualcuno che ha recentemente acquistato il prodotto o servizio (nei 30 giorni precedenti), ha scelto un prodotto o servizio simile a quello dell'azienda o



ha rifiutato un prodotto o servizio per preferire quello di un concorrente. Cronologicamente, si presume che l'utente lo possa averlo acquistato o rifiutato seguendo questo percorso:

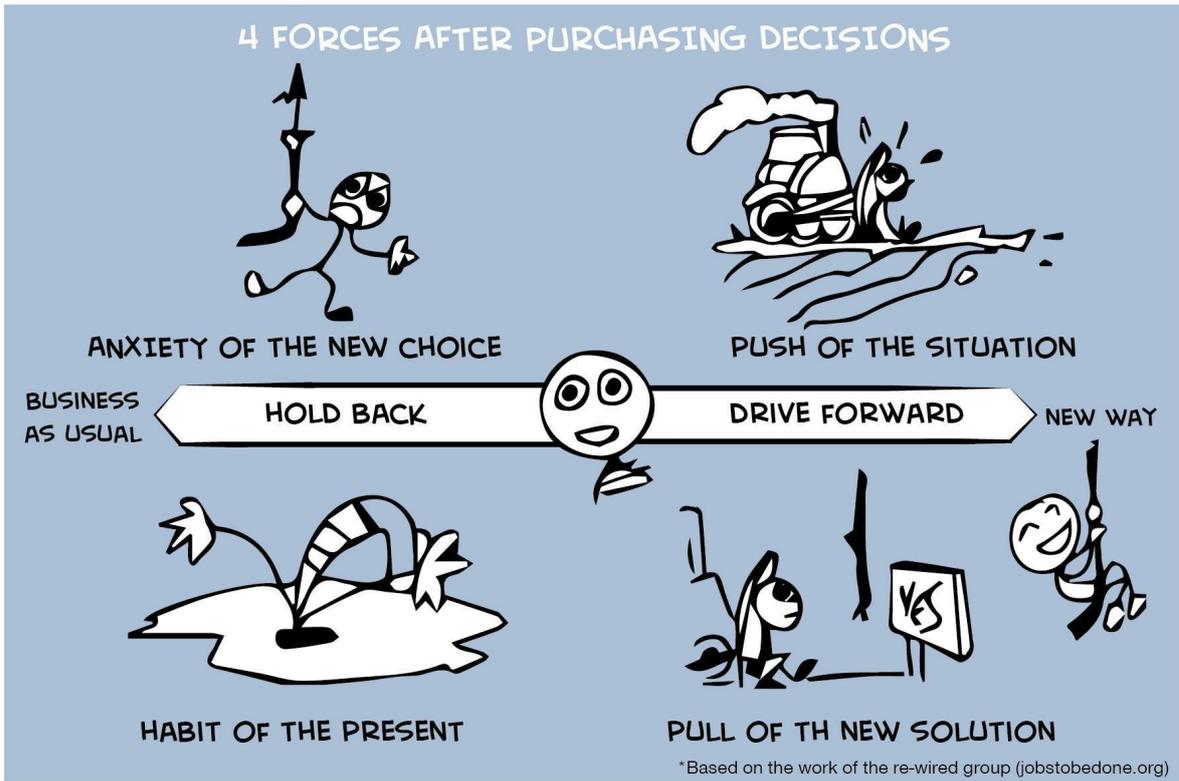
1. Il primo pensiero: il problema da determinare. L'utente inizia a cercare una soluzione passivamente.
2. Primo evento sconosciuto: la voglia di trovare una soluzione aumenta e l'utente inizia un'attività attiva ricerca.
3. Secondo evento sconosciuto: confronta prodotti o servizi per risolvere il suo problema, domande, ecc. Il processo decisionale ha luogo.
4. Acquisto del prodotto o servizio e consumo.

Le prime domande da fargli potrebbero essere: quando hai pensato per la prima volta di acquistare questo prodotto? Cos'è successo quel giorno? C'era qualcuno che hai avuto durante la fase di ricerca? Uno dei limiti è che devi fare affidamento sulla memoria e sulla sincerità dell'utente.

Quindi, secondo JTBD, quattro "forze" sono al lavoro mentre l'utente passa da un comportamento all'altro:

- L'evoluzione della situazione (spinta della situazione): non funziona come vorrei, vorrei che fosse migliore. Perché?
- Pull della nuova soluzione: questa nuova soluzione potrebbe essere migliore. Quali sono gli argomenti? La risposta potrebbe essere il prezzo, le caratteristiche offerte, ecc.
- Abitudini del presente: abitudini che causano resistenza al cambiamento. Ad esempio, se persevero, funzionerà meglio o anche l'attuale applicazione presenta dei vantaggi. Quali sono queste abitudini?
- Ansia per la nuova soluzione: di cosa ha paura l'utente con questo prodotto? Perché è ansioso?





Anche in questo caso l'obiettivo è quello di ottenere le loro risposte al fine di identificare gli ostacoli (punto dolente), i benefici e i bisogni. Sarà poi possibile sfruttare queste interviste per progettare o migliorare un prodotto o un servizio. Tuttavia, nulla ti impedisce di creare una scheda personale a cui aggiungere elementi di queste interviste incentrate su JTBD.

Domande - Capitolo 3

Domanda 1: Secondo Reuvers (2015), l'innovazione verde non implica nuove pratiche di innovazione ma richiede_____.

Risposta 1: unica preoccupazione per l'alto profitto. Risposta 2: ridurre solo l'impatto ambientale. Risposta 3: un cambiamento del modello di business.

Domanda 2: Secondo Osterwalder & Pigneur (2010) quali sono le nove componenti identificate nello strumento Business Model Canvas?

Risposta 1: Partnership chiave, attività principali, caratteristiche principali, costi, proposta di valore, relazione con il consumatore, i canali e i segmenti di clientela.

Risposta 2: Partnership chiave, attività principali, caratteristiche principali, costi, relazione con il consumatore, segmenti di clientela, canali e proposta di valore.

Risposta 3: Partnership chiave, attività principali, caratteristiche principali, costi, proposta di valore, relazione con il consumatore, canali, fonti di ricavo e segmenti di clientela.

Domanda 3: Il fiorente Business Canvas, descrive tre sistemi principali in cui l'azienda appartiene e quattro prospettive. Quali sono le quattro prospettive?

Risposta 1: Ambiente, Mondo, Economia ed Energia.

Risposta 2: Mondo, Economia, Processo e Problemi.

Risposta 3: Processo, valore, persone e risultati.

Domanda 4: La strategia Farm to Fork mira ad accelerare la nostra transizione verso un sistema alimentare sostenibile che dovrebbe:

Risposta 1: avere un impatto ambientale neutro o positivo.

Risposta 2: avere un impatto positivo solo sugli animali.

Risposta 3: avere un impatto positivo solo sulla terra.

Domanda 5: Attraverso il bilancio di sostenibilità le aziende comunicano:

Risposta 1: comunicare le loro prestazioni e impatti su un'ampia gamma di argomenti di sostenibilità, che abbracciano parametri ambientali, sociali e di governance.

Risposta 2: il loro modo di promuovere il cambiamento climatico.

Risposta 3: qual è la loro reputazione in base al feedback che ricevono annualmente dai consumatori.

Domanda 6: Svolgono un ruolo cruciale nell'identificare i rischi e le opportunità non finanziarie per le organizzazioni:

Risposta 1: ONG





Risposta 3: Stakeholder

Domanda 7: Cosa devi scrivere nella sezione “Antidolorifici”?

Risposta 1: Indicare cosa potrebbe creare guadagni per il cliente.

Risposta 2: Indicare le emozioni negative (ansia, vergogna, paura...).

Risposta 3: Per indicare come elimini o riduci le emozioni negative.

Domanda 8: Seleziona la frase corretta riguardo a Personas

Risposta 1: Le Persona dovrebbero rappresentare potenziali utenti idealisti.

Risposta 2: per un prodotto tipico, dovresti avere più di quattro personaggi.

Risposta 3: le Persona dovrebbero essere costruite sulla base di modelli comuni tra un pubblico mirato.

Domanda 9: Quali sono i "lavori emotivi" della teoria JTBD?

Risposta 1: I lavori emozionali si riferiscono a come l'utente vuole essere percepito dagli altri.

Risposta 2: I lavori emozionali sono tutte le emozioni che l'utente desidera, o teme, provare durante l'esecuzione dei compiti.

Risposta 3: I lavori emotivi sono lavori legati al prendersi cura degli altri.



Soluzioni alle domande

Risposte corrette - Capitolo 1

Domanda 1: Un progetto sostenibile è:

Risposta 3: il progetto attento all'impatto ambientale, sociale ed economico.

Domanda 2: Cos'è l'eco innovazione?

Risposta 1: qualsiasi innovazione che si traduca in un passo importante verso lo sviluppo sostenibile, riducendo l'impatto dei nostri modi di produzione sull'ambiente.

Domanda 3: Quali sono i principi associati all'ecoimprenditore?

Risposta 1: Riduzione dei rifiuti, riduzione delle emissioni di gas, riduzione dei residui chimici pericolosi, riutilizzo dei rifiuti industriali come materia prima, utilizzo di energia sostenibile riducendone l'uso in eccesso.

Domanda 4: Qual è il fattore che sta influenzando l'industria dei trasporti di recente?

Risposta 1: Covid-19

Domanda 5: Quali problemi la comunicazione digitale non può risolvere?

Risposta 2: Isolamento sociale

Domanda 6: Quali problemi può risolvere una buona logistica?

Risposta 3: Riduzione dei costi di trasporto e dell'inquinamento

Domanda 7: Quale pericolo rappresenta la CO2?

Risposta 2: Riscaldare il pianeta

Domanda 8: Come viene definita l'energia pulita?

Risposta 3: Zero emissioni

Domanda 9: Qual è il vantaggio principale dell'energia rinnovabile?

Risposta 1: non può essere esaurito

Domanda 10: Qual è la definizione di consumo di acqua?

Risposta 3: La differenza tra acqua pompata e acqua restituita alla fonte

Domanda 11: Quali sono le cause dell'inquinamento atmosferico?

Risposta 2: Fumo ed emissioni delle automobili



Domanda 12: In che modo la crisi idrica non può essere risolta?

Risposta 3: Costruzione di nuove fabbriche

Domanda 13: Dove posso trovare gli ultimi eventi sull'economia circolare?

Risposta 1: nella sezione Evento della pagina CEAP

Domanda 14: Esiste una pagina specifica del settore per la mia area di lavoro?

Risposta 3: Sì nella pagina del Green Deal dell'UE e nella pagina del CEAP

Domanda 15: Dove posso trovare maggiori informazioni e materiali sulle possibilità offerte dall'UE?

Risposta 1: nelle sezioni Documenti del Green Deal dell'UE e del CEAP

Domanda 16: Qual è il paese leader dell'UE nelle iniziative verdi?

Risposta 2: Paesi Bassi

Domanda 17: Cosa abbiamo al vertice della gerarchia dell'Acqua?

Risposta 3: Prevenzione

Domanda 18: Quanti chilogrammi di rifiuti urbani producono gli europei all'anno?

Risposta 1: Più di 400 kg

Domanda 19: In quale fase della gerarchia dei rifiuti dell'UE possiamo trovare la preparazione per il riutilizzo?

Risposta 1: In secondo luogo, dopo la prevenzione

Domanda 20: Perché dovrei impegnarmi a riutilizzare?

Risposta 2: Per il risparmio di rifiuti, le possibilità di networking e gli impatti economici positivi

Domanda 21: Chi può impegnarsi nel riutilizzo?

Risposta 2: Famiglie, Start-up, ONG e associazioni

Risposte corrette - Capitolo 2**Domanda 1: Per essere un lavoratore verde:**

Risposta 3: Nessuno dei due è sempre necessario.

Domanda 2: Il termine "riqualificazione delle competenze verdi" significa:

Risposta 2: competenze di riqualificazione



Domanda 3: Secondo l'ILO, quanti posti di lavoro sono a rischio se le competenze verdi non vengono limitate entro il 2030:

Risposta 1: 72 milioni

Domanda 4: Quante forme di mobilità sono state riconosciute dall'OIM?

Risposta 1: 3

Domanda 5: Il termine "trasferimento programmato" significa:

Risposta 2: riguardano comunità che vengono spostate in luoghi più sicuri per l'impossibilità di sostare in territori irreversibilmente compromessi da eventi ambientali.

Domanda 6: Quali di queste misure devono essere prese per limitare gli impatti del cambiamento climatico?

Risposta 1: Gestione delle risorse idriche e degli ecosistemi.

Domanda 7: Quale dei 17 obiettivi dell'Agenda 2030 è quello proposto da "Lotta al cambiamento climatico"?

Risposta 3: 13

Domanda 8: Quale di questi obiettivi è contenuto nell'"Obiettivo 13"?

Risposta 1: Migliorare l'istruzione, la consapevolezza e la capacità umana e istituzionale per la mitigazione dei cambiamenti climatici, l'adattamento, la riduzione dell'impatto e l'allerta precoce.

Domanda 9: Cosa può offrire l'educazione allo sviluppo sostenibile?

Risposta 2: Entrambe le risposte sono corrette.

Domanda 10: Come dovrebbe avvenire la comunicazione sulle questioni ambientali tra aziende, governi, ONG e individui?

Risposta 1: Trasparente, decisiva e continua

Domanda 11: Quali transizioni stiamo vivendo in questo momento?

Risposta 1: Tecnologico/Ecologico

Domanda 12: Una partnership intersettoriale ben progettata ed efficace avvantaggia i partner attraverso:

Risposta 1: Replicabilità e sostenibilità

Domanda 13: Quali sono le due fasi della fase "Esplora" presenti nel modello di Design Thinking?

Risposta 3: Ideazione e prototipo



Domanda 14: Quali sono le 3 fasi principali del processo di Design Thinking?

Risposta 1: Comprendi, esplora, materializza

Domanda 15: Quali sono le 3 componenti dell'area "Costruisci" del Double Diamond Framework?

Risposta 2: Idee, progetti e competenze

Risposte corrette - Capitolo 3**Domanda 1: Secondo Reuvers (2015), l'innovazione verde non implica nuove pratiche di innovazione ma richiede _____.**

Risposta 3: un cambiamento del modello di business.

Domanda 2: Secondo Osterwalder & Pigneur (2010) quali sono le nove componenti identificate nello strumento Business Model Canvas?

Risposta 3: Partnership chiave, attività principali, caratteristiche principali, costi, proposta di valore, relazione con il consumatore, canali, fonti di ricavo e segmenti di clientela.

Domanda 3: Il fiorentino Business Canvas, descrive tre sistemi principali in cui l'azienda appartiene e quattro prospettive. Quali sono le quattro prospettive?

Risposta 3: Processo, valore, persone e risultati.

Domanda 4: La strategia Farm to Fork mira ad accelerare la nostra transizione verso un sistema alimentare sostenibile che dovrebbe:

Risposta 1: avere un impatto ambientale neutro o positivo.

Domanda 5: Attraverso il bilancio di sostenibilità le aziende comunicano:

Risposta 1: comunicare le loro prestazioni e impatti su un'ampia gamma di argomenti di sostenibilità, che abbracciano parametri ambientali, sociali e di governance.

Domanda 6: Svolgono un ruolo cruciale nell'identificare i rischi e le opportunità non finanziarie per le organizzazioni:

Risposta 3: Stakeholder

Domanda 7: Cosa devi scrivere nella sezione "Antidolorifici"?

Risposta 3: Per indicare come elimini o riduci le emozioni negative.



Domanda 8: Seleziona la frase corretta riguardo a Personas

Risposta 3: le Persona dovrebbero essere costruite sulla base di modelli comuni tra un target pubblico.

Domanda 9: Quali sono i "lavori emotivi" della teoria JTBD?

Risposta 2: I lavori emotivi sono tutte le emozioni che l'utente desidera, o teme, provare mentre svolgere i compiti.

