



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

19/03/2020

Ada Rosa Balzan

La certificazione della sostenibilità per le imprese



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TuscanyTogether

Digital Labs



BANCA D'ITALIA
EUROSISTEMA

CHI SIAMO

COMPITI

SERVIZI AL CITTADINO

PUBBLICAZIONI

STATISTICHE

MEDIA



sei qui: Home / Media / Approfondimenti / Nella gestione dei propri investimenti finanziari la Banca d'Italia dà valore alla sostenibilità

Nella gestione dei propri investimenti finanziari la Banca d'Italia dà valore alla sostenibilità

Informativa ESG

Condividi



vai al livello superiore
APPROFONDIMENTI

La Banca d'Italia ha modificato le modalità di gestione dei propri investimenti finanziari attribuendo un peso maggiore ai fattori che favoriscono una crescita sostenibile, attenta alla società e all'ambiente. Aumenteranno quindi le risorse destinate alle imprese con le migliori prassi ambientali, sociali e di governance (i fattori ESG, acronimo di *Environmental, Social and Governance*).

1. Perché privilegiare investimenti sostenibili

La decisione è dettata dall'obiettivo di valorizzare la responsabilità sociale delle imprese e di migliorare la gestione del rischio finanziario e reputazionale¹.

La Banca d'Italia si impegna a contribuire in primo luogo a uno sviluppo economico sostenibile privilegiando, nelle proprie scelte di investimento, le imprese che adottano prassi virtuose centrate sull'impiego di metodi produttivi rispettosi dell'ambiente, sulla garanzia di condizioni di lavoro inclusive e attente ai diritti umani e sull'adozione dei migliori standard di governo d'impresa.

Condotte aziendali inappropriate possono generare costi e rischi non solo per le singole imprese ma per il sistema economico nel suo insieme e riflettersi, talora anche nel breve periodo, sulla stabilità

VISITTUSCANY.COM

#TUSCANYTOGETHER



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

«Come confermato da un'ampia letteratura e da studi empirici, le imprese attente ai fattori ESG sono generalmente meno esposte a rischi operativi, legali e reputazionali, e sono più orientate all'innovazione e all'efficienza nell'allocazione delle risorse; per questo motivo sono valutate come più interessanti dagli investitori e beneficiano di un minore costo del capitale «

nella nota 2 troviamo questa spiegazione:

In proposito l'analisi di circa 200 studi empirici condotta da Clark, Feiner e Viehs nel 2015 evidenzia che le **"buone pratiche" sotto il profilo ESG permettono alle imprese di beneficiare di vantaggi competitivi, minori costi del capitale e migliori performance operative e di mercato.**

Un'altra analisi, condotta da Friede, Busch e Bassen nel 2015, ha preso in considerazione circa 2.200 ricerche accademiche dedicate alla relazione tra performance di mercato delle imprese e pratiche sui temi ESG concludendo che nella maggior parte dei casi il contributo delle "buone pratiche" è positivo e stabile nel tempo.



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

https://www.lastampa.it/tuttogreen/2019/06/03/news/cassa-depositi-e-prestiti-ecco-200-miliardi-per-lo-sviluppo-sostenibile-dell-italia-1.36537682

(4) ARB srls-Feed (4) - Casella di post... ARB Home page di Micr... appear.in - one clic...

MENU



TOP NEWS

LA STAMPA

ABBONATI

ACCEDI

DOMENICO
ZACCARIA

03 Giugno 2019



Cassa depositi e prestiti, ecco 200 miliardi per lo sviluppo sostenibile dell'Italia

Duecento miliardi di euro per la promozione dello sviluppo sostenibile in Italia. Per la prima volta, Cassa depositi e prestiti ha deciso di orientare il proprio approccio strategico e operativo agli obiettivi dell'Agenda Onu 2030



ARTICOLI CORRELATI

La differenza fra medico e prescrittore di farmaco - Andrologia

Romeo e Giulietta, il musical "fai da te" debutta domani a Ovada con 30 giovani ovadesi nel cast

Davide di Menevia

TOPNEWS - PRIMO PIANO

L'incubo di Elisabetta: "Lanciai un vibratore addosso a Epstein e provai a scappare"

Il boom delle sante vacanze: quasi sei milioni di turisti in hotel e foresterie della Chiesa

Spiritualità non solo in vacanza. "La serenità va cercata tutto l'anno, anche in città"

VISITTUSCANY.COM

#TUSCANYTOGETHER



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

Gli ultimi dati Istat: se l'impresa è sostenibile, la produttività è più alta

[Approfondimenti](#), [Attualità](#), [Economia](#) | domenica 28 ottobre 2018 09:50

Tag ▼ Categorie ▼



Indagine Istat su 14.000 imprese → Al crescere della sostenibilità, cresce la produttività oltre alla brand reputation



I

(Atti legislativi)

DIRETTIVE

DIRETTIVA 2014/95/UE DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO

del 22 ottobre 2014

recante modifica della direttiva 2013/34/UE per quanto riguarda la comunicazione di informazioni di carattere non finanziario e di informazioni sulla diversità da parte di talune imprese e di taluni gruppi di grandi dimensioni

(Testo rilevante ai fini del SEE)

IL PARLAMENTO EUROPEO E IL CONSIGLIO DELL'UNIONE EUROPEA,

visto il trattato sul funzionamento dell'Unione europea, in particolare l'articolo 50, paragrafo 1,

vista la proposta della Commissione europea,

previa trasmissione del progetto di atto legislativo ai parlamenti nazionali,

visto il parere del Comitato economico e sociale europeo ⁽¹⁾,

deliberando secondo la procedura legislativa ordinaria ⁽²⁾,

considerando quanto segue:

- (1) Nella sua comunicazione intitolata «L'Atto per il mercato unico. Dodici leve per stimolare la crescita e rafforzare la fiducia. — "Insieme per una nuova crescita"», adottata il 13 aprile 2011, la Commissione ha sottolineato la necessità di portare la trasparenza delle informazioni sociali e ambientali fornite dalle imprese di tutti i settori a un livello elevato comparabile in tutti gli Stati membri. Tale approccio è pienamente in linea con la facoltà degli Stati membri di richiedere, ove opportuno, un ulteriore miglioramento della trasparenza delle informazioni di carattere non finanziario fornite dalle imprese, il che rappresenta per sua stessa natura uno sforzo continuo.
- (2) La necessità di migliorare la comunicazione delle informazioni sociali e ambientali da parte delle imprese mediante la presentazione di una proposta legislativa in materia è stata ribadita nella comunicazione della Commissione intitolata «Strategia rinnovata dell'UE per il periodo 2011-14 in materia di responsabilità sociale delle imprese», adottata il 25 ottobre 2011.



- (2) La necessità di migliorare la comunicazione delle informazioni sociali e ambientali da parte delle imprese mediante la presentazione di una proposta legislativa in materia è stata ribadita nella comunicazione della Commissione intitolata «Strategia rinnovata dell'UE per il periodo 2011-14 in materia di responsabilità sociale delle imprese», adottata il 25 ottobre 2011.
- (3) Nelle risoluzioni del 6 febbraio 2013 sulla «Responsabilità sociale delle imprese: comportamento commerciale trasparente e responsabile e crescita sostenibile» e sulla «Responsabilità sociale delle imprese: promuovere gli interessi della società e un cammino verso una ripresa sostenibile e inclusiva» **il Parlamento europeo ha riconosciuto l'importanza della comunicazione, da parte delle imprese, di informazioni sulla sostenibilità, riguardanti ad esempio i fattori sociali e ambientali, al fine di individuare i rischi per la sostenibilità e accrescere la fiducia degli investitori e dei consumatori. In effetti, la comunicazione di informazioni di carattere non finanziario è fondamentale per gestire la transizione verso un'economia globale sostenibile** coniugando redditività a lungo termine, giustizia sociale e protezione dell'ambiente. In tale contesto, la comunicazione di informazioni di carattere non finanziario contribuisce a misurare, monitorare e gestire i risultati delle imprese e il relativo impatto sulla società. Il Parlamento europeo ha pertanto invitato la Commissione a presentare una proposta legislativa sulla comunicazione di informazioni di carattere non finanziario da parte delle imprese, che preveda un'elevata flessibilità di azione al fine di tenere conto della natura multidimensionale della responsabilità sociale delle imprese (RSI) e della diversità delle politiche in materia di RSI applicate dalle imprese, garantendo nel contempo un livello sufficiente di comparabilità per rispondere alle esigenze degli investitori e di altri portatori di interesse, nonché alla necessità di assicurare ai consumatori un facile accesso alle informazioni relative all'impatto delle imprese sulla società.

⁽¹⁾ GUC 327 del 12.11.2013, pag. 47.

⁽²⁾ Posizione del Parlamento europeo del 15 aprile 2014 (non ancora pubblicata nella Gazzetta ufficiale) e decisione del Consiglio del 29 settembre 2014.



- (7) Nel caso in cui le imprese siano tenute a elaborare una dichiarazione di carattere non finanziario, tale dichiarazione dovrebbe contenere, per quanto concerne gli aspetti ambientali, informazioni dettagliate riguardanti l'impatto attuale e prevedibile delle attività dell'impresa sull'ambiente nonché, ove opportuno, sulla salute e la sicurezza, l'utilizzo delle risorse energetiche rinnovabili e/o non rinnovabili, le emissioni di gas a effetto serra, l'impiego di risorse idriche e l'inquinamento atmosferico. Per quanto concerne gli aspetti sociali e attinenti al personale, le informazioni fornite nella dichiarazione possono riguardare le azioni intraprese per garantire l'uguaglianza di genere, l'attuazione delle convenzioni fondamentali dell'Organizzazione internazionale del lavoro, le condizioni lavorative, il dialogo sociale, il rispetto del diritto dei lavoratori di essere informati e consultati, il rispetto dei diritti sindacali, la salute e la sicurezza sul lavoro e il dialogo con le comunità locali, e/o le azioni intraprese per garantire la tutela e lo sviluppo di tali comunità. Per quanto concerne i diritti umani e la lotta contro la corruzione attiva e passiva, la dichiarazione di carattere non finanziario può includere informazioni sulla prevenzione delle violazioni dei diritti umani e/o sugli strumenti esistenti per combattere la corruzione attiva e passiva.
- (8) Le imprese che sono soggette alla presente direttiva dovrebbero fornire informazioni adeguate sugli aspetti per cui appare più probabile che si realizzino i principali rischi di gravi ripercussioni, come pure sui rischi già concretizzati. La gravità delle ripercussioni dovrebbe essere valutata sulla base della loro portata e incidenza. Il rischio di ripercussioni negative può derivare dalle attività proprie dell'impresa o essere connesso alle sue operazioni nonché, ove opportuno e proporzionato, ai suoi prodotti, ai suoi servizi o ai suoi rapporti commerciali, incluse le catene di fornitura e subappalto. Tale requisito non dovrebbe imporre alle piccole e medie imprese indebiti oneri amministrativi supplementari.
- (9) Nel fornire tali informazioni, le imprese che sono soggette alla presente direttiva possono basarsi su standard nazionali, su standard unionali, quale il sistema di ecogestione e audit (EMAS), o su standard internazionali, quali il Patto mondiale (*Global Compact*) delle Nazioni Unite, i principi guida su imprese e diritti umani delle Nazioni Unite (*Guiding Principles on Business and Human Rights*) in attuazione del quadro di riferimento «Proteggere, Rispettare e Rimediare» (*«Protect, Respect and Remedy» Framework*), gli orientamenti dell'OCSE per le imprese multinazionali, la norma ISO 26000 dell'Organizzazione internazionale per la normazione, la dichiarazione tripartita di principi sulle imprese multinazionali e la politica sociale dell'Organizzazione internazionale del lavoro, la *Global Reporting Initiative* o altri standard internazionali riconosciuti.



15.11.2014

IT

Gazzetta ufficiale dell'Unione europea

L 330/3

- (12)  L'accesso degli investitori alle informazioni di carattere non finanziario è un passo verso il conseguimento dell'obiettivo di creare entro il 2020 incentivi di mercato e incentivi politici che ricompensino gli investimenti in efficienza realizzati dalle imprese nel quadro della tabella di marcia verso un'Europa efficiente nell'impiego delle risorse.
- (13) Nelle sue conclusioni del 24 e 25 marzo 2011 il Consiglio europeo ha chiesto di ridurre, a livello sia europeo che nazionale, l'onere regolamentare complessivo che grava in particolare sulle piccole e medie imprese (PMI) e ha proposto misure per aumentare la produttività, mentre la strategia Europa 2020 per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva mira a migliorare il clima imprenditoriale per le PMI e a promuoverne l'internazionalizzazione. Di conseguenza, secondo il principio «pensare anzitutto in piccolo», è opportuno che i nuovi obblighi di informativa si applichino soltanto a talune imprese e a taluni gruppi di grandi dimensioni.
- (14) È opportuno definire la portata dell'obbligo di comunicazione di informazioni di carattere non finanziario facendo riferimento al numero medio di dipendenti, al totale di bilancio e al fatturato netto. Le PMI dovrebbero essere esonerate da obblighi supplementari e l'obbligo di pubblicare la dichiarazione di carattere non finanziario dovrebbe essere imposto soltanto alle imprese di grandi dimensioni che costituiscono enti di interesse pubblico e agli enti di interesse pubblico che sono imprese madri di un gruppo di grandi dimensioni, in ciascun caso aventi in media più di 500 lavoratori, nel caso di un gruppo, da calcolarsi su base consolidata. Ciò non dovrebbe impedire agli Stati membri di chiedere la comunicazione di informazioni di carattere non finanziario a imprese e gruppi diversi dalle imprese che sono soggette alla presente direttiva.



Via alla consultazione europea per la revisione della direttiva sulle informazioni non finanziarie delle imprese



La Commissione Europea ha indetto, dal 20 febbraio al 14 maggio 2020, una consultazione pubblica per la revisione della direttiva 2014/95/UE relativa alla rendicontazione delle informazioni di carattere non finanziario delle imprese, al fine di raccogliere le opinioni degli stakeholder. È possibile partecipare alla consultazione accedendo dall'apposita sezione del sito della Commissione Europea dedicata al [non financial reporting](#).

L'attività di revisione è stata annunciata lo scorso dicembre nel Green deal europeo, nell'ambito della nuova strategia europea per la finanza sostenibile, al fine di migliorare la trasparenza delle imprese per far fronte alle emergenti necessità del settore finanziario nella transizione ad una green economy. Il reporting non finanziario diventerà uno strumento strategico utile, non solo a guidare le scelte dei consumatori, ma quelle degli investitori, sempre più mossi dall'esigenza di conoscere i rischi finanziari generati da aspetti ambientali e sociali.

Per raggiungere questo obiettivo, dovranno essere affrontate le principali problematiche riscontrate con l'attuale formulazione della direttiva, quali: la scarsa comparabilità e affidabilità delle informazioni non finanziarie; la mancanza di informazioni da parte di alcune imprese di interesse degli investitori; l'insufficienza delle informazioni pubblicate per gli stakeholder; la difficoltà di reperire le informazioni anche quando vengono segnalate; la difficoltà delle imprese nel decidere quali informazioni rendicontare, con quale standard e dove farlo.



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs



Commissione europea

RAPPRESENTANZA IN ITALIA

Commissione europea > Italia > Notizie > Ursula von der Leyen - Discorso di apertura della seduta plenaria del

[Homepage](#) [Chi siamo](#) [Servizi](#) **[Notizie](#)** [Eventi](#) [Imprese e finanziamenti](#) [I](#)

[Ufficio stampa](#) | [Studio Europa](#) | [Media gallery](#) | [Newsletter](#) | [#UEverofalso](#) | [Stato dell'Unione](#) |

Ursula von der Leyen - Discorso di apertura della seduta plenaria del Parlamento europeo

Il 16 luglio 2019 il Parlamento europeo ha eletto Ursula von der Leyen futura presidente della Commissione europea. È la prima donna a ricoprire questo ruolo.



copyright

17-07-2019



I NUMERI DELLA SOSTENIBILITÀ

31 trilioni

INVESTIMENTI RESPONSABILI

Gli investimenti sostenibili hanno toccato in tutto il mondo l'astronomica cifra di 31 mila miliardi di dollari. A fornire la cifra è stata Global Sustainable Investment Alliance (Gsia), organizzazione che riunisce associazioni e forum di tutto il mondo specializzati in finanza sostenibile. Il report Gsia è biennale: i dati sono relativi al 2018 e sono in crescita del 34% rispetto al 2016 quando la massa di investimenti socialmente responsabili ammontava a 22,9 trilioni di dollari. L'Europa è leader nel settore con 14 mila miliardi di dollari.

visittuscany.com

#TUSCANYTOGETHER



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#tuscanytogether

Digital Labs

Il Sole 24 Ore Mercoledì 15 Gennaio 2020

Europa verde al via con 7,5 miliardi

Transizione energetica. Effetto leva e cofinanziamento permetteranno al Fondo di arrivare a oltre 100 miliardi

Beda Romano
Dal nostro corrispondente
BRUXELLES

La Commissione europea ha presentato ieri l'atteso progetto di Fondo per una transizione equa che dovrebbe contribuire a facilitare tra il 2021 e il 2027 il percorso verso la neutralità climatica entro il 2050. Il pacchetto da 100 miliardi di euro è uno dei tasselli di una rivoluzione che si vuole economica, oltre che ambientale. A beneficiare del pacchetto saranno in modo particolare i Paesi dell'Europa orientale. Rischi di nuove incomprensioni tra Est e Ovest dell'Unione sono dietro l'angolo.

«Una Europa verde non vedrà la luce dall'oggi al domani», ha detto dinanzi al Parlamento europeo a Strasburgo il vicepresidente della Commissione europea Valdis Dombrovskis. «Inserire la sostenibilità al centro del modo in cui investiamo richiede un cambio di mentalità. Stiamo compiendo un impor-

Per facilitare investimenti sostenibili ci potrebbero essere modifiche alle norme sugli aiuti di Stato

tante passo per raggiungere questo obiettivo». Dal canto suo, il commissario al bilancio Johannes Hahn ha definito il piano comunitario «un gigantesco volano a favore dell'occupazione».

La transizione verso la neutralità climatica comporterà costi economici, cambiamenti sociali, investimenti infrastrutturali (stimati in 260 miliardi all'anno). Ruolo cruciale avrà il Just Transition Fund (in italiano il Fondo per una transizione equa). Quest'ultimo servirà ad aiutare i paesi più in ritardo sul fronte ambientale: dotato di denaro fresco per 7,5 miliardi di euro, che grazie al cofinanziamento nazionale, al braccio finanziario InvestEU e alla Banca europea degli investimenti porterà il totale a 100 miliardi di euro.

La distribuzione del denaro tra i Paesi membri si baserà su alcuni criteri: tra questi, la presenza di emissioni nocive, l'occupazione nei settori del carbone e della lignite, la produzione di torba o di scisti bituminosi. Verranno presi in considerazione fattori correlati. Bada a che, per esempio la relativa prosperità dei singoli Paesi membri. «Tutti i Paesi europei riceveranno un aiuto. L'allocation dipenderà dall'intensità dei problemi ambientali», ha preci-

sato la commissaria ai fondi di coesione Elisa Ferreira.

Secondo voci non confermate, l'Italia otterrebbe poco meno di 400 milioni di euro (dei 7,5 miliardi di euro), più o meno come Francia e Spagna. I Paesi saranno chiamati a presentare progetti infrastrutturali, da far approvare a Bruxelles. Spiega un esponente comunitario: «I progetti riguarderanno precise zone territoriali, più precise di quanto non avvenga oggi per quanto riguarda i fondi di coesione». Gli obiettivi sono di facilitare la transizione climatica, attraverso la diversificazione dell'attività economica; la creazione di nuovi posti di lavoro; il recupero di località inquinate; la formazione professionale.

La presentazione di ieri giunge dopo che in dicembre la stessa Commissione aveva presentato il Green New Deal, una strategia tanto ambientale quanto economica con l'obiettivo di rilanciare la congiuntura e di fare dell'Unione un protagonista della lotta al riscaldamento climatico (si veda Il Sole 24 Ore del 12 dicembre). Più in generale, Bruxelles punta a mobilitare 1.000 miliardi di euro nel prossimo decennio, pur di raggiungere l'obiettivo della neutralità climatica. La tecnica sarà quella di associare denaro privato al denaro pubblico con un effetto di leva finanziaria: 50,3 miliardi dovrebbero giungere dal bilancio comunitario, 14,3 dal Fondo per una transizione equa, altri 114 dal co-finanziamento nazionale e infine 279 da InvestEU.

Parlando a Strasburgo, il commissario agli Affari monetari Paolo Gentiloni ha osservato che per facilitare investimenti sostenibili vi potranno essere modifiche alle norme sugli aiuti di Stato. Nel valutare le attuali regole di bilancio, Bruxelles vorrà anche discutere di come trattare la spesa pubblica in questo campo. La presidente dell'esecutivo comunitario Ursula von der Leyen ha già detto di essere contraria all'idea di computare investimenti verdi dal calcolo del deficit (si veda Il Sole 24 Ore del 30 novembre).

In dicembre, 27 Paesi su 28 hanno preso l'impegno di puntare alla neutralità climatica da qui al 2050. La Polonia ha preferito astenersi, preoccupata dai costi. Il Fondo per la transizione equa è nato quindi anche per vincere la resistenza politica e dell'Est, senza (troppo) scontentare i paesi dell'Ovest. Intanto parlando ieri sera a Politico, il premier ceco Andrej Babis ha detto: «Sono convinto che solo i Paesi più in difficoltà nella transizione» dovrebbero ricevere l'aiuto del Just Transition Fund.

Almeno mille miliardi in dieci anni

IL GREEN DEAL EUROPEO
La provenienza delle risorse
in miliardi di euro



IL CEO DI BLACKROCK

Fink: «Il cambiamento climatico rivoluzionerà la finanza globale»



Il manager.
Larry Fink
è amministratore
delegato
di BlackRock,
la prima società
finanziaria
mondiale
con 7 mila miliardi
di dollari di asset
in gestione,
di cui un terzo
in Europa

Il finanziere indica a Wall Street le linee guida per investimenti sostenibili

Riccardo Barlaam
Del nostro corrispondente
NEW YORK

«Il cambiamento climatico rivoluzionerà la finanza globale prima di quanto si possa pensare», Larry Fink nella sua lettera annuale indirizzata ai business leader, ai politici e agli investitori mette al centro delle strategie di investimento il «climate change». Una sfida enorme, per molti aspetti rivoluzionaria, per il ceo di BlackRock, prima società finanziaria mondiale con 7 mila miliardi di dollari di asset in gestione, due terzi dei quali costituiti da prodotti finanziari legati a indici.

Si potrebbe dire che la finanza è più avanti della politica, o almeno di certa politica negazionista. Tornano in mente le immagini del pompiere australiano che rifiuta di stringere la mano al primo ministro Scott Morrison, in vacanza alle Hawaii mentre il paese bruciava, o,

vicino a noi, al Consiglio regionale del Veneto che si allaga dopo aver bocciato le misure contro i cambiamenti climatici.

«Il cambiamento climatico è diventato un fattore determinante nelle prospettive di lungo termine delle società», scrive Fink. «La consapevolezza sta cambiando rapidamente, e io credo che siamo al vertice di un ripensamento generalizzato della finanza». Parole che per BlackRock sono già linee di azione.

Il finanziere simbolo di Wall Street nella lettera indica i punti di cambiamento: la progressiva sostenibilità del portfolio e gestione del rischio degli investimenti; il lancio di nuovi prodotti finanziari senza investimenti in combustibili fossili, un rafforzamento dell'impegno aziendale nella sostenibilità e la trasparenza dei dati legati a indici. Fink in una seconda lettera 2020 annuncerà che BlackRock uscirà dagli investimenti in combustibili fossili con più del 25% dei ricavi dalla produzione di carbone. Raddoppierà il suo impegno ESG sostenibile, a circa 100 miliardi di dollari, verso le società finanziarie p-

re una versione sostenibile degli indici bandiera. Slide tutt'altro che facili considerando che BlackRock opera in oltre 30 paesi. Ha asset nelle principali aziende americane, anche quelle inquinanti. Tra i suoi clienti figurano fondi sovrani, fondi pensione statali, istituzioni finanziarie, con punti di vista che non sempre coincidono in termini di cambiamento climatico e giustizia sociale.

Nella lettera Fink cita la parola «clima» 29 volte. Un invito pressante al ceo a orientare le attività nel lungo termine. Lo scorso anno, nella precedente lettera agli azionisti, il ceo di BlackRock, aveva scritto che lo scopo, la missione sociale di un'azienda è fondamentale per fare aumentare i profitti. BlackRock ha appena aderito a Climate Action 100+, un gruppo di oltre 370 investment manager, con asset combinati di 100 mila miliardi di dollari, che rimuove le riforme per ridurre le emissioni. La lettera di Fink allinea BlackRock agli obiettivi stabiliti dall'Accordo sul clima di Parigi del 2015. Ed è in contrasto con la visione di Trump che ha spinto la produzione di combustibili fossili.

25%
IL TETTO MASSIMO
Il limite dei ricavi generati dalla produzione di carbone che BlackRock accetterà per poter investire in una società

Larry Fink, a.d. di BlackRock ribadisce con forza che

"La missione sociale di una azienda è fondamentale per far incrementare i profitti"

VISITTUSCANY.COM

#TUSCANYTOGETHER



I TREND 2020 DI REPUTATION INSTITUTE

Reputazione, il peso sociale del brand vale il 40%

In questi giorni di inizio 2020 una lettera ha scosso la finanza globale. A scriverla è stato Larry Fink, a capo del colosso statunitense di investimenti BlackRock, quasi quindicimila dipendenti impegnati a gestire un patrimonio di oltre seimila miliardi di dollari, di cui un terzo in Europa. Fink ha sottolineato come il rischio climatico significhi oggi rischio d'investimento. «Cosa succederà ai mutui trentennali – un tassello chiave della finanza – se chi li eroga non è in grado di stimare l'impatto del rischio climatico su un arco di tempo tanto lungo e se non sussistono opportunità di mercato per le assicurazioni contro incendi o inondazioni nelle aree interessate?». Questo si è chiesto il Ceo del più importante fondo pensionistico americano, scrivendo agli amministratori delle società che finanzia. Una serie di interrogativi e un monito: uscire da investimenti con elevati rischi legati alla sostenibilità. E la necessità di azioni mirate, efficaci, coerenti, urgenti. Proprio BlackRock è entrato a far parte di Climate Action 100+,



Fabio Ventoruzzo.
È vice-presidente di Reputation Institute

un gruppo di oltre 370 gestori di investimenti con un patrimonio complessivo di 41 trilioni di dollari. «Un modo per fare pressione sui maggiori produttori di gas serra del mondo per ridurre l'impatto ambientale e divulgare ulteriori informazioni su come i cambiamenti climatici influenzeranno le loro attività», ha scritto Annie Massa su Fortune America.

D'altronde la partita di business e reputazione - due facce della stessa medaglia - si gioca sul campo della sostenibilità. Lo certifica anche il nuovo rapporto del Reputation Institute chiamato "Global Trend in Reputation": il climate change emerge prepotentemente in ben 5 dei 10 trend evidenziati per l'anno 2020, arrivando a tagliare tutti gli ambiti del fare impresa: dal porre agli investimenti responsabili, dall'impatto tecnologico alle azioni di rappresentanza, fino all'approvvigionamento sostenibile nel disegnare nuove filiere. Per identificare queste tendenze i ricercatori hanno intervistato centinaia di top manager di 18 settori di

55 Paesi tra America, Europa, Asia. «Oggi il 40% della reputazione di un brand è legato all'impatto sociale e ambientale, il prodotto pesa attorno al 35%. A seguire col 25% gli elementi "corporate", ossia le performance economico-finanziarie e quelle legate alla leadership», afferma Fabio Ventoruzzo, vice-presidente di Reputation Institute, realtà presente in più di 40 mercati e impegnata a misurare ogni anno la performance reputazionale di oltre diecimila aziende nel mondo. Di fatto a livello reputazionale cosa si vende impatta di meno del come si produce quello che si vende. Così l'ambiente e la comunità si ritagliano una centralità strategica. Si tratta di una nuova consapevolezza: oggi il 70% degli intervistati ritiene che la crisi ambientale sia la priorità più rilevante da gestire. «Le aziende, mai come ora, si trovano davanti ad un punto di non ritorno dettato dall'urgenza di una loro risposta sulle questioni ambientali. Non basta più avere una posizione. Bisogna prendere impegni chiari da integrare nei modelli di busi-

ness. La sostenibilità sarà sempre più collegata alla leadership, alla visione, alle performance. Oggi la responsabilità - soprattutto quella ambientale - è il principale driver per la reputazione dei Ceo», precisa Ventoruzzo. Un'urgenza plurale, da declinare nel segno della partecipazione. «Gli stakeholder vogliono prendere parte a questi passaggi e decidere. L'incoerenza tra comunicazione e comportamenti diventa deflagrante per la reputazione dell'azienda. Così anche i nuovi influencer che emergono sono diversi: non è una questione di follower o di visibilità, ma di credibilità e di capacità di influenza. Sono influencer che hanno una dimensione più "corporate", la cui credibilità su temi specifici si riverbera sulla reputazione complessiva dell'azienda», sottolinea Ventoruzzo. Oltre il volto conosciuto, a caccia di una visione. Perché negli anni incerti è tempo di un patto nuovo tra pubblici e impresa nel segno dell'autenticità e della coerenza.

—G.Coll.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Regione Toscana

TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

Milano finanza 25/01/2020

rimonio investito: se da una affluenti, confondono gli ESG questo comparto del mercato. dei mass market, la crisi e il anni». (riproduzione riservata)

I rating ESG? Saranno cardini indispensabili di qualunque prodotto

Che attenzione alla sostenibilità degli investimenti e ricerca della performance siano due concetti difficilmente conciliabili è uno dei luoghi comuni che storicamente caratterizzano il comparto Esg, pur non avendone certo limitato l'affermazione. Per sfatarlo, *MF-Milano Finanza* ha raccolto la testimonianza di uno dei pionieri del settore in Italia, **Michele Calcaterra**. Da oltre 20 anni presidia il mercato attraverso ECPI Group, società di ricerca e indici che si propone di tradurre in soluzioni di investimento i temi legati alla sostenibilità.

Domanda. Iniziamo dal fare chiarezza su che cosa si intenda per Esg...

Risposta. Suggestisco la definizione coniata da Borsa Italiana e condivisa da tutti i mercati di quotazione. Sono «sostenibili» tutti gli investimenti che puntano a creare valore per chi li effettua e per la società nel suo complesso attraverso strategie orientate al medio-lungo periodo che - nella valutazione di imprese e istituzioni - integrano l'analisi finanziaria con quella ambientale, sociale e di buon governo.

D. Il verbo «integrare» sembra suggerire che gli investimenti sostenibili non debbano essere considerati come un'alternativa a quelli tradizionali

R. È così. E allo stesso modo non devono neppure essere considerati un'asset class, quanto piuttosto for-

me d'investimento che implicano una strategia più conservativa dal punto di vista della gestione del rischio di portafoglio. L'integrazione di un'analisi Esg con quella tradizionale, infatti, inserisce in portafoglio alcune cautele che sono legate alla misurazione di rischi nascosti o per lo meno più difficilmente individuabili. Mi riferisco ad esempio a quelli reputazionali, legali, regolamentari, fisici e, in generale legati ad ambiti ESG.

D. Traduciamo in cifre quello che a tutti gli effetti si può oggi definire come fenomeno ESG.

R. A metà dello scorso anno, il mercato degli investimenti sostenibili nel mondo valeva circa 28 trilioni di dollari di asset gestiti, pari a una crescita del 70% rispetto al 2012. In relazione al totale delle masse in gestione, il mercato degli investimenti sostenibili rappresenta ormai il 48,3%, un peso più che doppio rispetto al 21,5% registrato sette anni fa. In Europa, la crescita

composta delle strategie sostenibili è stata a doppia cifra negli ultimi anni, tra 15% e 41% a seconda delle strategie adottate. In Italia, il numero di fondi sostenibili sta crescendo a un tasso comparabile a quello europeo. Per quanto riguarda Epci, le nostre analisi ESG coprono oggi un universo d'investimento che si riferisce a più del 90% della capitalizzazione di mercato mondiale. Nel nostro database monitoriamo 5 mila emittenti con



una market cap che rappresenta circa il 95% di quella mondiale.

D. Veniamo a uno degli aspetti cruciali per i risparmiatori, quello della performance. Risultati e attenzione ai temi ESG sono conciliabili?

R. Gli investimenti sostenibili non sono sotto performanti rispetto a quelli tradizionali, anzi. Contribuendo a un'analisi e gestione del rischio più profonda, restituiscono rendimenti in linea col mercato. E soprattutto, quel che è più importante è che lo fanno a fronte di una volatilità più contenuta. A conferma è sufficiente effettuare un'analisi comparativa (tramite una regressione statistica di serie storiche di prezzi) di un qualunque benchmark sostenibile rispetto ad un benchmark tradizionale, rispettando omogeneità di contesto geografico di riferimento e

di rappresentatività settoriale. I risultati sono evidenti e dichiarano performance comparabili con un «premio» legato alla più bassa volatilità per i benchmark ESG.

D. In prospettiva, come potrebbe evolvere il comparto?

R. Gestori e investitori - sia istituzionali sia retail - hanno preso coscienza di opportunità e benefici legati all'analisi ESG vista come complemento rispetto a quella tradizionale. È pertanto logico attendersi che i rating ESG non costituiranno più un fattore distintivo e identificativo di una certa categoria d'investimenti, ma saranno connotati in qualunque strategia costituendosi come cardini indispensabili per qualunque prodotto. (riproduzione riservata)

Oscar Bodini



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

gli aspetti ambientali della sostenibilità

che comprendono i cambiamenti climatici, le emissioni di CO₂, l'inquinamento dell'aria e dell'acqua, gli sprechi, lo sfruttamento del territorio.





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

«Abbiamo ancora difficoltà ad individuare il “valore della natura”. La natura è infatti la fonte di molta parte di ciò che definiamo “valore” al giorno d’oggi, eppure solitamente aggira i mercati, **sfugge alla fissazione di un prezzo** e si ribella alla valutazione. Proprio questa mancanza di valutazione si sta rivelando una causa soggiacente al degrado degli ecosistemi e alla perdita di biodiversità ai quali assistiamo».

Fonte: Sukdev, presidente UNEP





Lo sviluppo sostenibile implica il mantenersi entro **la capacità di carico dei sistemi ecologici** (cicli biogeochimici, biodiversità, stabilità degli ecosistemi, evoluzione della specie) e **usare le risorse in modo sostenibile**.

L'uso sostenibile, in particolare, richiede di:

- 1) Usare le risorse naturali rinnovabili su livelli che ne consentano la **rigenerazione naturale**, mantenendo la funzionalità degli ecosistemi e non solo la produttività della singola risorsa;
- 2) Usare le risorse non rinnovabili su un livello che dia il **tempo di sviluppare alternative rinnovabili**;
- 3) Regolare le emissioni di rifiuti nell'ambiente su livelli che ne consentano il completo assorbimento nei cicli naturali.



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

La resilienza in ecologia è la capacità di un ecosistema di resistere ai colpi, di attutirne gli effetti devastanti, di ritornare al suo stato iniziale, dopo una perturbazione che l'ha allontanata da quello stato





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

gli aspetti economici della sostenibilità

IL **CAPITALE ECONOMICO** è rappresentato da tutte le **cose create dagli individui**,

IL **CAPITALE UMANO/SOCIALE** è costituito da tutti gli **individui** di una società

IL **CAPITALE NATURALE** è costituito dall'ambiente naturale e dalle **risorse naturali** della società





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

gli aspetti sociali della sostenibilità

Sono:

1. L'equità,
2. l'empowerment delle competenze,
3. l'accessibilità,
4. la partecipazione,
5. l'identità culturale e
6. la stabilità istituzionale.





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

LA RESILIENZA SOCIALE È DIVERSA DA QUELLA AMBIENTALE

Dal verbo latino resalio, indicava la capacità di perseverare nei tentativi di risalire sulla barca rovesciata nel mare

Soprattutto in ambito sociale ed economico si parla di **resilienza adattiva**, è la capacità di riorganizzare spontaneamente, a seguito di uno shock, la propria struttura sotto il profilo economico, istituzionale e sociale, e **di trovare nuovi modi di sviluppo**.

«La resilienza adattiva è pertanto un processo di tipo dinamico definita in termini di **possibilità di rimbalzare in avanti** (*bounce forward*), anziché in termini di ritorno ad una situazione precedente» (Martin e Sunley, 2013).





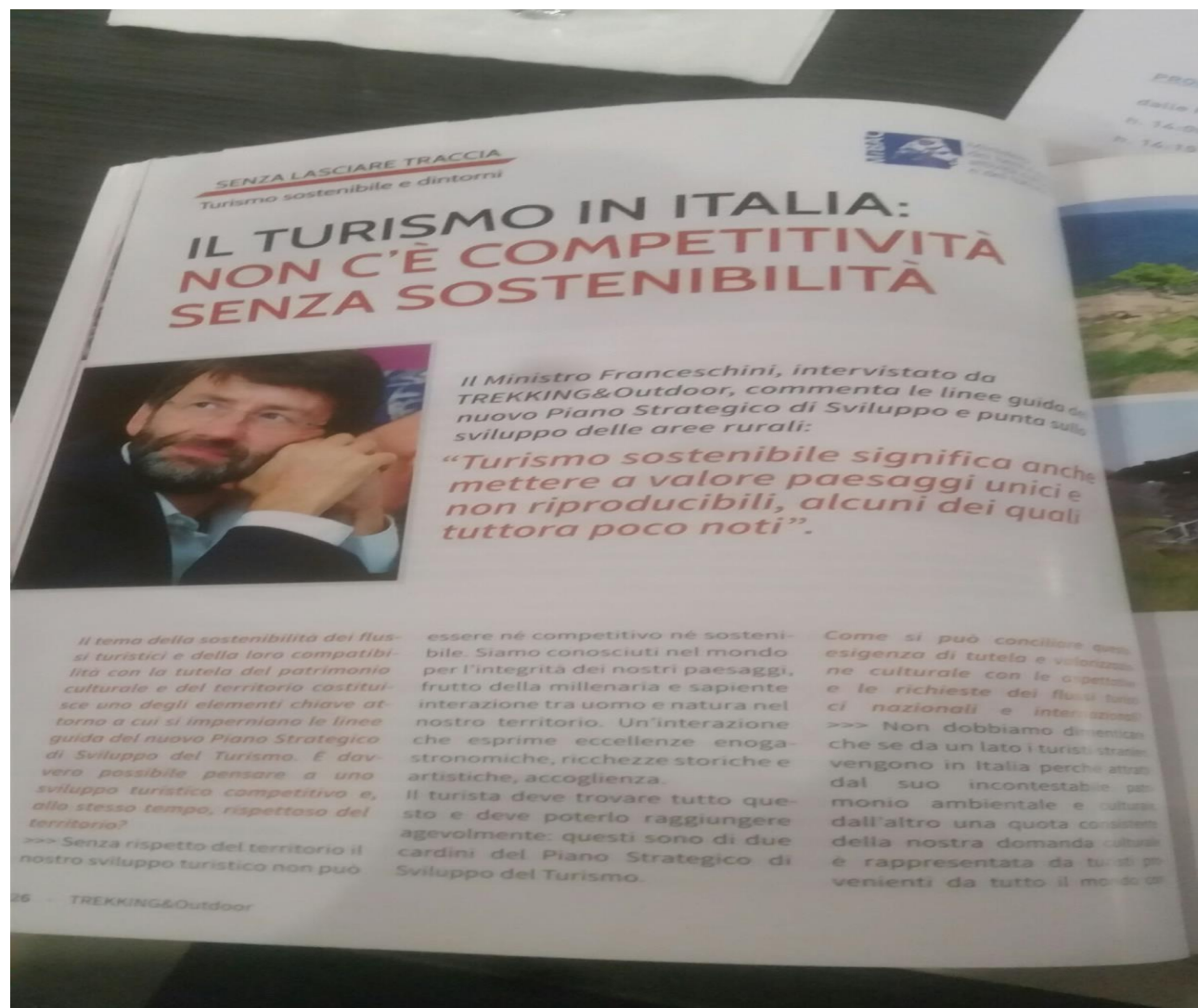
Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#tuscanytogether

Digital Labs



Cosa significa sostenibilità?



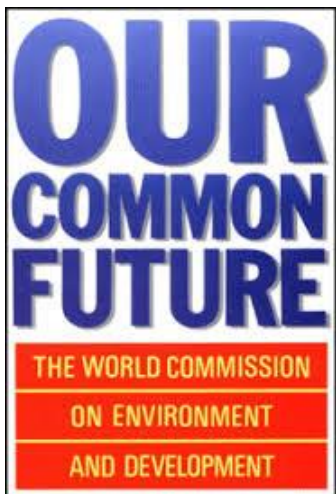
Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs



Nel 1987 il rapporto «Our Common future» della Commissione mondiale ambiente e sviluppo definisce la sostenibilità come “lo sviluppo che soddisfa i presenti bisogni senza compromettere la possibilità per le future generazioni di soddisfare i futuri bisogni”.



E nel turismo la definizione di sviluppo sostenibile diventa:

*«lo sviluppo turistico sostenibile è quello che
soddisfa i bisogni dei turisti attuali e delle regioni
ospitanti, proteggendo e migliorando al tempo
stesso le opportunità per il futuro, senza
compromettere l'integrità culturale, i processi
ecologici e la biodiversità»* Responsible Travel Handbook, 2006



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#tuscanytogether

Digital Labs





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#Tuscanytogether

Digital Labs

Per parlare correttamente di sostenibilità le tre anime ambientale, sociale ed economica devono essere sempre compresenti.

Perché dove vi sono **solo 2 intersezioni NON** si parla di **sviluppo sostenibile**.

INTERSEZIONE SOLO SOCIALE ED ECONOMICA= SVILUPPO SOCIO-ECONOMICO

INTERSEZIONE SOLO AMBIENTALE E SOCIALE= ECOLOGIA

INTERSEZIONE SOLO AMBIENTALE ED ECONOMICO= CONSERVAZIONISMO



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

È ufficiale, viviamo in una nuova era: l'antropocene

L'antropocene è la una nuova era geologica che la Terra e i suoi abitanti stanno vivendo a partire dalla metà del ventesimo secolo.





ECOLOGIA= CASA

Deriva dal termine greco **“oikos”** che significa casa.

Nella seconda metà del secolo scorso si arrivò alla **definizione di Slobodkin**, secondo il quale:

“l’ecologia si occupa dell’interazione tra gli organismi e il loro ambiente nel più ampio senso possibile”.

L’ecologia si occupa dei sistemi viventi a tutti i livelli di interazione:

le popolazioni, costituite da individui della stessa specie,

le comunità costituite da individui di specie diverse,

gli ecosistemi che considerano oltre agli esseri viventi l’ambiente fisico-chimico in cui si trovano,

la biosfera, cioè l’insieme di tutti gli ecosistemi del pianeta.



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#tuscanytogether

Digital Labs

LA SOSTENIBILITA' NON è UNO STATO.



È UN PROCESSO CONTINUO CHE CONIUGA LE 3 DIMENSIONI
INSCINDIBILI SOCIALE, ECONOMICA E AMBIENTALE.



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

Dalla quantità alla qualità



Dalla crescita allo sviluppo



Le 4 Caratteristiche dello sviluppo sostenibile nel turismo :

1. **LOGICA DEL LUNGO PERIODO**
2. **EQUITA' E GIUSTIZIA ESTESI ALLA PROSPETTIVA INTRA E INTERGENERAZIONALE**
3. **EFFICIENZA NELL'USO DELLE RISORSE**
4. **CONSERVAZIONE ECOLOGICA DELL'EQUILIBRIO DEI SISTEMI**



UNWTO sottolinea come sia fondamentale parlare nel modo corretto di sostenibilità che anche nel turismo deve includere sempre e congiuntamente aspetti ambientali, sociali ed economici e non limitarsi ai primi.

Rileva come gli attuali standard di misurazione del turismo siano dominati da parametri economici, spesso insufficienti per avere un quadro chiaro del ruolo del turismo negli sforzi internazionali per la sostenibilità ambientale e lo sviluppo sociale.

Per questo motivo, le Nazioni Unite hanno lanciato l'iniziativa “[Verso una cornice statistica per misurare il turismo sostenibile](#)”, che consenta uno studio più approfondito e corretto sulla dimensione economica, ambientale e sociale del turismo, i tre pilastri dello sviluppo sostenibile.



1. Gli aspetti della **SOSTENIBILITA' TURISTICA lato AMBIENTALE** sono la capacità di **valorizzare l'ambiente in quanto elemento distintivo unico di quel territorio**.
Garantendo la tutela e il rinnovamento delle risorse naturali e del **patrimonio culturale**.
2. Gli aspetti della **SOSTENIBILITA' TURISTICA lato ECONOMICO** sono per esempio la **valorizzazione e la gestione della ricettività da parte dei locali** e di tutti i **servizi territoriali annessi** creando un sistema economico locale virtuoso .
3. Gli aspetti della **SOSTENIBILITA' TURISTICA lato SOCIALE** riguardano la **comunità locale coinvolta in prima linea** nella pianificazione del proprio sviluppo turistico e nell'erogazione dei servizi. **La tradizione culturale ed enogastronomica** tipica di quel luogo è uno degli aspetti centrali. Consente di evitare la desertificazione sociale dei territori più periferici



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

Già nel 1995 si parlava di Turismo Sostenibile nella Conferenza Mondiale sul Turismo Sostenibile di Lanzarote, da cui nasce la **Carta di Lanzarote che individua gli strumenti fondamentali per convertire la tendenza del turismo in un'industria sostenibile, sollecita governi a redigere Piani di sviluppo sostenibile nel turismo, e coinvolgendo anche operatori, associazioni e turisti.**



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

La risoluzione delle Nazioni Unite “Promozione dell’ecoturismo per lo sradicamento della povertà e la protezione dell’ambiente” del 2012, ha sottolineato l’indicazione internazionale di favorire solo lo sviluppo futuro di turismo sostenibile perché rappresenta una vera opportunità di crescita per le economie locali, dall’agricoltura specie quella di montagna all’artigianato locale, **mantiene abitati i territori e dei paesaggi, consente il recupero di antichi luoghi che altrimenti rischierebbero l’abbandono, dagli antichi borghi ai piccoli paesi di montagna, di valorizzazione di tradizioni antiche e preziose, che racchiudono millenni di storia e cultura.**



2017 anno internazionale del turismo sostenibile per lo sviluppo

L'assemblea dell'Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU) ha approvato l'adozione del 2017 come Anno Internazionale del Turismo Sostenibile.

Obiettivi da parte dell'ONU:

1. promuovere il tema fra il maggior numero di persone possibile,
2. diffondere consapevolezza della grande patrimonio delle varie civiltà
3. Maggior apprezzamento delle diverse culture, contribuendo così al rafforzamento della pace nel mondo.



Regione Toscana



#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

nel 2017 per l'Anno Internazionale del Turismo Sostenibile l'allora Segretario generale dell'UNWTO, Taleb Rifai, dichiarò che l'Agenda 2030 è “un'occasione unica per promuovere il contributo del settore del turismo ai tre pilastri della sostenibilità – economico, sociale e ambientale”.





Regione Toscana



#tuscanytogether

Digital Labs



visittuscany.com

#tuscanytogether



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs



THE GLOBAL GOALS
For Sustainable Development

- L' Agenda globale per lo sviluppo sostenibile ed i relativi obiettivi, SDGs, sono stati adottati ad unanimità da tutti i 193 gli stati membri delle nazioni Unite.
- Approvata a New York il 25 settembre 2015 (risoluzione 70/1 Trasformare il nostro mondo: l'agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile) entrata in vigore il 1 gennaio 2016.
- Precedentemente il riferimento erano gli obiettivi di sviluppo del Millennio MDGs, ora sostituiti con gli SDGs che sono il quadro di riferimento da raggiungere entro il 2030. Costano di 17 obiettivi 169 target.



8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA



Il **Goal 8** afferma che bisogna “**incentivare una crescita economica, duratura, inclusiva e sostenibile**, un’occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti”.

Il turismo partecipa alla crescita economica globale con 1 su 11 posti di lavoro nel mondo.

Nel target 8.9 troviamo come obiettivo per il 2030 “**Elaborare e attuare politiche volte a promuovere il turismo sostenibile, che crei posti di lavoro e promuova la cultura e i prodotti locali**”



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

12 CONSUMO
E PRODUZIONE
RESPONSABILI



Il Goal 12 afferma che è necessario “garantire modelli sostenibili di produzione e consumo”

Nel target 12.8.b “sviluppare e applicare strumenti per monitorare gli impatti di sviluppo sostenibile per il turismo sostenibile, che crei posti di lavoro e promuova la cultura e i prodotti locali”.



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

14 LA VITA
SOTT'ACQUA



Il Goal 14 “conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile”.

target 14.7 “Entro il 2030, aumentare i benefici economici derivanti dall’uso sostenibile delle risorse marine per i piccoli Stati insulari e i paesi meno sviluppati, anche mediante la gestione sostenibile della pesca, dell’acquacoltura e del turismo”.



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#tuscanytogether

Digital Labs

In realtà il turismo concorre a tutti e 17 gli obiettivi in misura più o meno importante





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

Piano strategico del turismo in Italia

Uno dei tre criteri trasversali a tutti i progetti del Piano Strategico del Turismo 2017-2022 è la sostenibilità insieme all'innovazione e alla accessibilità .





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

ACCESSIBILITA'



È limitativo considerare **l'accessibilità solo sinonimo di mobilità** per i diversamente abili, accessi dedicati ai musei, strutture ricettive, stabilimenti balneari.

Accessibilità al cibo in presenza di allergie, intolleranze, sempre più spesso troviamo per es. nelle strutture ricettive colazioni dedicate ai celiaci, intolleranti al lattosio

Accessibilità al web, è forse il primo gesto che si compie dopo il check in quello di connettersi al wifi



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

Progetto Costa Toscana e isole toscane all'insegna della sostenibilità



Obiettivo:

qualificare la Costa e Arcipelago Toscano come destinazione turistica sostenibile da promuovere a livello nazionale e internazionale



- ✓ ***Mobilità sostenibile e mobilità elettrica;***
- ✓ ***Il risparmio energetico ;***
- ✓ ***Il rispetto di ambiente e patrimonio nei percorsi di fruizione turistica;***
- ✓ ***L'accessibilità del prodotto turistico alle diverse abilità;***
- ✓ ***Valorizzazione del rapporto Costa – entroterra;***
- ✓ ***Isole smart e sostenibili;***
- ✓ ***Porti toscani sostenibili;***
- ✓ ***Il capitale umano: reti d'impresa per l'innovazione eco-compatibile della filiera turistica;***
- ✓ ***La filiera corta quale tutela del patrimonio agroalimentare locale e la sana alimentazione;***
- ✓ ***La sostenibilità degli eventi;***
- ✓ ***.....***



Il tutto si concretizza con accordi concreti:

- nei trasporti con migliore e più diffusa offerta rotabile e Intermodalità (FS e NUGO)
- infrastrutturazione per la mobilità elettrica in stazioni, strutture ricettive e lidi balneari (ENEL, FS e Ass di categoria)
- riqualificazione energetica degli immobili turistici (ENEL e Ass di Categoria)
- politiche del credito agevolate e in linea con gli SDGs della Agenda 2030 delle Nazioni Unite (Intesa San Paolo)
- incentivazione della certificazione



Secondo World Food Travel Association più di due terzi dei viaggiatori acquista e porta con sé prodotti enogastronomici da consumare e regalare. Uno straordinario veicolo per il brand Italia.

- Perché si sceglie di fare un viaggio in Italia?
- Cibo e vino (48%)
- Arte e cultura (49%)

sono una delle principali ragioni di un viaggio in Italia (Enit-Ipsos).



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

Turismo enogastronomico: numeri da primato

L'Italia è il primo produttore di vino al mondo.

5047 sono le specialità alimentari di qualità ottenute
secondo processi che si tramandano da almeno 25 anni

292 specialità Dop/Igp registrate a livello comunitario

523 vini Docg, Doc e Igt

169 Strade del vino e dei sapori e circa cento musei del gusto

60.000 aziende agricole biologiche.



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#tuscanytogether

Digital Labs

Roberta Garibaldi
EXPLORING • FOOD • TOURISM

WORLD
FOODTRAVEL
ASSOCIATION

RAPPORTO SUL TURISMO ENOGASTRONOMICO ITALIANO 2020

di Roberta Garibaldi



Con
il supporto di:



Con
il patrocinio di:



Con
la collaborazione di:



Presenting Sponsor Food Travel
Monitor 2020:



visittuscany.com

#tuscanytogether



Le esperienze enogastronomiche sono un elemento presente nella vacanza di tutte le tipologie di turisti. il 98% dei turisti italiani che, a prescindere che si muovano per turismo balneare, di montagna o per business, ha partecipato ad almeno una attività di questo genere nel corso di un viaggio.

IL 53% DEI VIAGGIATORI NEL MONDO SI DICHIARA «TURISTA ENOGASTRONOMICO»



Regione Toscana



#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

Si parla di **PAESAGGIO ENOGASTRONOMICO** intendendo **l'insieme di cultura, persone, ambiente, attività e prodotto tipico**, che il turista italiano prende sempre più in considerazione quando sceglie la meta del suo prossimo viaggio.

Sicilia, Toscana, Emilia Romagna e Puglia fra le regioni italiane più gettonate per il turismo enogastronomico, Spagna e Francia all'estero.





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

ENOTURISMO

14 milioni di persone annuali legate strettamente all'enoturismo

2,5 miliardi di euro il giro d'affari lungo l'intera filiera

con 85 euro di spesa media al giorno, che salgono a 160 con il pernottamento

gli enoturisti inciderebbero per il 26,9% sul fatturato delle aziende vitivinicole e per il 36% su quello di ristoratori, albergatori e produttori di tipicità limitrofi alle cantine.

Criticità: è ritenuta insufficiente, in generale, la qualità delle infrastrutture di collegamento con i diversi territori (voto 5,4), così come il funzionamento delle Strade del Vino e dei Sapori (5,8) di cui fanno parte 2 comuni su 3.

la Toscana si conferma regione enoturistica più attrattiva d'Italia, con quasi la metà delle preferenze globali (48,41%).

Seguono Piemonte, Trentino-Alto Adige e Campania.

I luoghi del vino sono anche dei veri e propri attrattori, "al pari dei centri storici, del patrimonio artistico e dei paesaggi.

Fonte Rapporto sul Turismo del Vino in Italia n. 15, firmato dall'Università di Salerno e dalle Città del Vino del 2018



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

ENOTURISTI:

Si possono dividere in quattro categorie:

Enoturisti per caso (gruppi a bassa capacità di spesa e turisti presenti nell'area con poco interesse per il vino);

Turisti del vino classici (curiosi dotati di una certa cultura enologica, gourmand amanti della buona tavola, professionisti del trade);

Opinion Leader (sempre alla ricerca del nuovo e del meglio);

Amanti del lusso (poco esperti, cercano ciò che è famoso e caro).

Ci sono poi anche due sotto categorie del turismo associato: Gruppi turistici in bus (scarsa competenza enologica, visite veloci, scarsa propensione all'acquisto e preferenze per cantine nei pressi dell'autostrada o vicino alle grandi città d'arte) e Piccoli gruppi di wine lover (ottimo interesse, visita accurata, degustazione professionale e guida competente).



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

ENOTURISTI:

Analizzando il profilo dei turisti stranieri, “il 64% ha comprato un prodotto agroalimentare, il 60% ha comprato una bottiglia di vino, e di questi il 56% sono europei.

Tra chi ama di più il vino italiano:

il 75% dei russi,

il 67% dei cinesi,

il 64% dei turisti Usa

il 62% dei tedeschi

Per definire il nostro vino parlano di qualità, genuinità e notorietà.

C'è sempre una maggiore ricerca per il vino sostenibile.



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#tuscanytogether

Digital Labs

Alloggi alternativi che sanno di vino..





Regione Toscana



#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

Alloggi a basso impatto totalmente in argilla creati da una grande stampante 3D..



visittuscany.com

#TUSCANYTOGETHER



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

Il turismo sostenibile si può fare anche nei musei

Ferragamo, primo museo con certificazione green

Novembre 27, 2015 Written by [Mattia Molari](#) Published in [Sostenibilità](#)



Energia sostenibile e cultura creativa possono andare perfettamente d'accordo. È il caso del Museo Salvatore Ferragamo che ha partecipato all'iniziativa "Museimpresa Green", impegnandosi a ridurre le proprie emissioni di CO2 e trovare rimedi per ridurre.

Il progetto porta la firma di **FederTurismo** e **Museimpresa**, l'associazione italiana dei musei e degli archivi d'impresa promossa da Assolombarda e Confindustria. Lo scopo di "Museimpresa Green" è quello di creare la prima associazione al mondo di gallerie rispettose dell'ambiente. La **Salvatore Ferragamo Spa**, con il suo museo, è la prima ad aderire. In questo modo potrà ottenere la certificazione internazionale **iso 14064**. Un fatto del tutto nuovo per un museo, dato che viene conferita solitamente a imprese o privati.

Nello **spazio espositivo** si trovano le calzature fabbricate dall'omonimo stilista, ad esempio le zeppe create per Judy Garland o i décolleté destinati a Marilyn Monroe. Situato a Palazzo Spini Feroni nel cuore di **Firenze**, è stato aperto nel 1995 e ampliato nel 2006.

Non è la prima volta che l'azienda Ferragamo mostra attenzione verso l'ambiente. Lo scorso luglio ha inaugurato un edificio da 8mila metri quadrati ad uso **ufficio**, progettato in maniera ecosostenibile. A livello energetico il palazzo sfrutta **impianti geotermici e fotovoltaici**, riducendo così l'impatto di anidride carbonica. Per illuminazione si serve solo di lampade a LED, più economiche rispetto a quelle a incandescenza. Inoltre gli otto posti del parcheggio sono divisi a metà per car-sharing e auto elettriche ricaricabili. Quest'anno ha vinto il **Premio Bilancio di Sostenibilità 2014** nella categoria grande impresa, ideato da **BRS** in collaborazione con **Avanti!**.

Oggi la casa di moda candida il suo museo perché sia il primo con **certificazione iso 14064**. Qualora riuscisse ad ottenerla sarebbe un record di grande prestigio, non solo per l'azienda ma anche per l'Italia. Il nostro è il paese delle unicità. Unico è il nostro patrimonio paesaggistico, enogastronomico, artistico. In caso di ottenimento della iso 14064 si potrà assistere a un altro evento unico: il **matrimonio fra eco-sostenibilità e cultura**.

Olio di palma: quando la comunicazione d'impresa rischia di essere mero greenwashing

Diapora sull'olio di palma: i supermercati lo eliminano, i produttori si arrabbiano, il marketing s'impenna...

Al Senato si presenta la Consultazione sul pacchetto "Economia circolare"

Oggi il sen. Marinho, presidente della XIII Commissione Ambiente, illustra i risultati della Consultazione pubblica...

Why do we continue heating buildings?
UC Berkeley researchers developed a carbon emission-reducing chair, which allows substantial energy and financial

CATEGORIE

[Ambiente](#)

[Rinnovabili](#)

[Milano](#)

[Roma](#)

[Pari](#)

[Eventi](#)

[Tiflut](#)

[Normativa](#)

[Innovazione](#)

[Sostenibilità](#)

[Smart City](#)

[Comunicazione](#)

[Eventi Green](#)

[Espo 2015](#)

[Primo Piano](#)

[Video](#)

ANSA Toscana

Galleria Fotografica Video

Scegli la Regione +

CRONACA • POLITICA • ECONOMIA • SPORT • SPETTACOLO • IN VIAGGIO • SALUTE E CITTADINI • LA TUA ECONOMIA • TOSCANA&EUROPA • SPECIALI

ANSA.it • Toscana • **Museo Ferragamo, via a rivoluzione green**

Museo Ferragamo, via a rivoluzione green

Museo aderisce a progetto che promuove cultura sostenibile

Redazione ANSA

18 novembre 2015 18:44 NEWS

Suggerisci

Facebook

Twitter

Google+

Altri

Stampa

Scrivi alla redazione

Pubblicato da 4w

Vodafone Super ADSL

Da 256 ogni 4 settimane + chiamate gratuite vs. cellulari

Scopri

enel

Scegli ENEL ENERGIA

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA

Condividi

Suggerisci

ULTIMA ORA TOSCANA

- 18:14 Sciopio pochi metri da incidente Firenze
- 18:02 Vigiliante lo manda via, lui lo accoltella
- 16:16 Moto, nuovo casco Rossi 'Mugello'
- 14:20 Prof, 'Niente calcio, discrimina ragazze'
- 11:16 Auto su passanti a Firenze, un morto
- 21:47 Gufo 'guardiano' torre attacca persone
- 21:46 Renzi a cena top manager farma a Firenze
- 21:32 Infermiera Piombino, indizi discordanti
- 20:59 Virzi, 'red carpet' Passaggiata Viareggio
- 19:24 In funzione orologio cattedrale Pistoia

Tutte le news

PIANETA CAMERE

Economia pavese tra luci e ombre dopo periodo stasi

La Camera di Commercio ha presentato i dati del 2015

Medio Oriente e Mediterraneo: area in crisi

visittuscany.com

#TUSCANYTOGETHER



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#tuscanytogether

Digital Labs

FONDAZIONE



MUSEO NAZIONALE FERROVIARIO DI PIETRARSA

Presso il Museo è stato effettuato il calcolo delle emissioni di CO₂eq con la ISO 14064, come secondo step operativo è stato creato un sistema di gestione sostenibile degli eventi che si è concretizzato con l'ottenimento della ISO 20121.





Regione Toscana



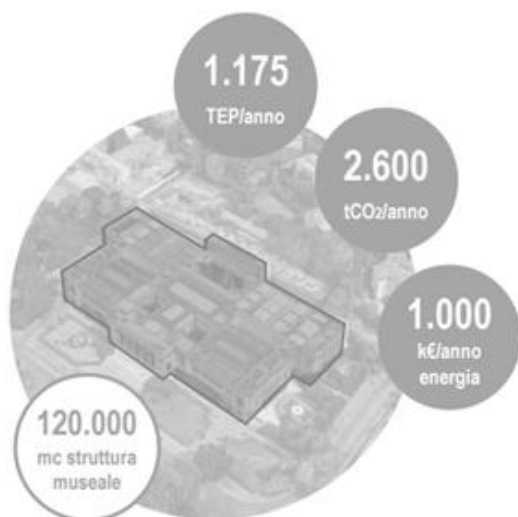
TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#tuscanytogether

Digital Labs

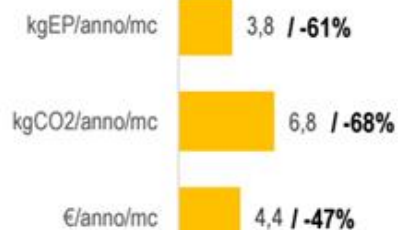
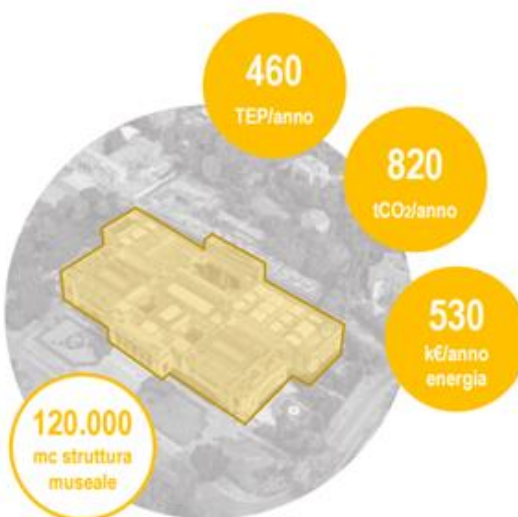
2017

Padiglione Bazzani
energeticamente non efficiente



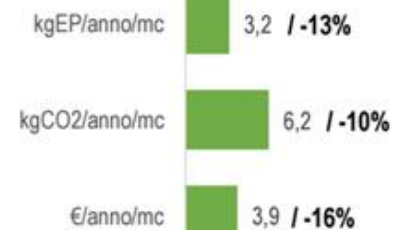
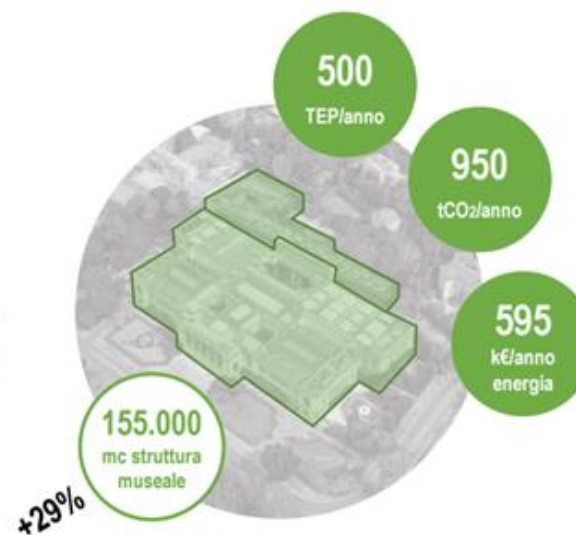
2018

Primo intervento
di efficientamento energetico del Padiglione Bazzani
(nuova centrale termofrigorifera)



2019/2020

Padiglione Bazzani ulteriormente efficientato (nuovo impianto aeraulico e UTA, nuovi lucernari fotovoltaici) e Padiglione Cosenza ristrutturato nZEB (nearly Zero Energy Building)





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

È sempre più richiesto un linguaggio internazionalmente condiviso di definizione dei criteri di misurazione e comunicazione della sostenibilità. Vediamo degli esempi:



La norma **ISO 13009 - Turismo e servizi connessi. Requisiti e raccomandazioni per il funzionamento della spiaggia.**

E' la certificazione degli stabilimenti balneari, che garantisce agli ospiti ed alle Amministrazioni concedenti un elevato livello dei requisiti in termini di qualità, sostenibilità ed accessibilità.

La **ISO 13009** tiene conto non solo della qualità delle prestazioni del servizio turistico, ma anche della capacità del concessionario di mantenere il livello del bene in concessione per tutto l'arco dell'anno, di gestire i rischi ambientali e le emergenze, di minimizzare gli impatti con l'ambiente, quali elementi premianti nei futuri procedimenti di assegnazione delle concessioni.



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#tuscanytogether

Digital Labs



visittuscany.com

#tuscanytogether



Regione Toscana

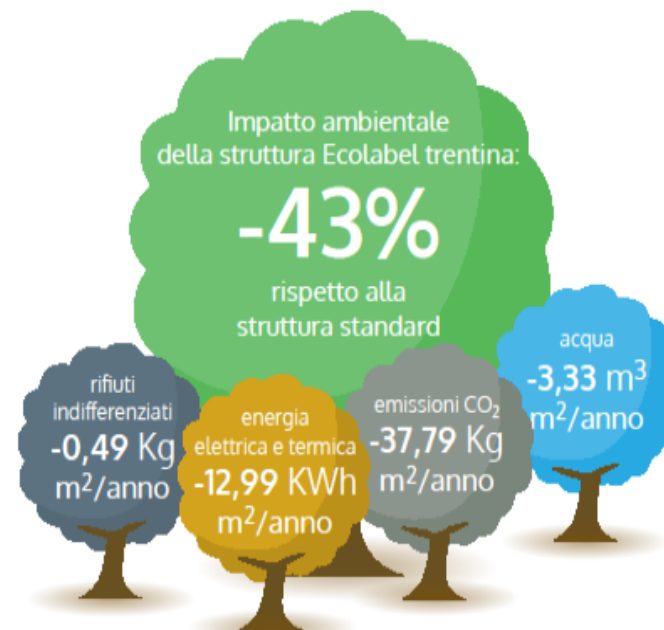
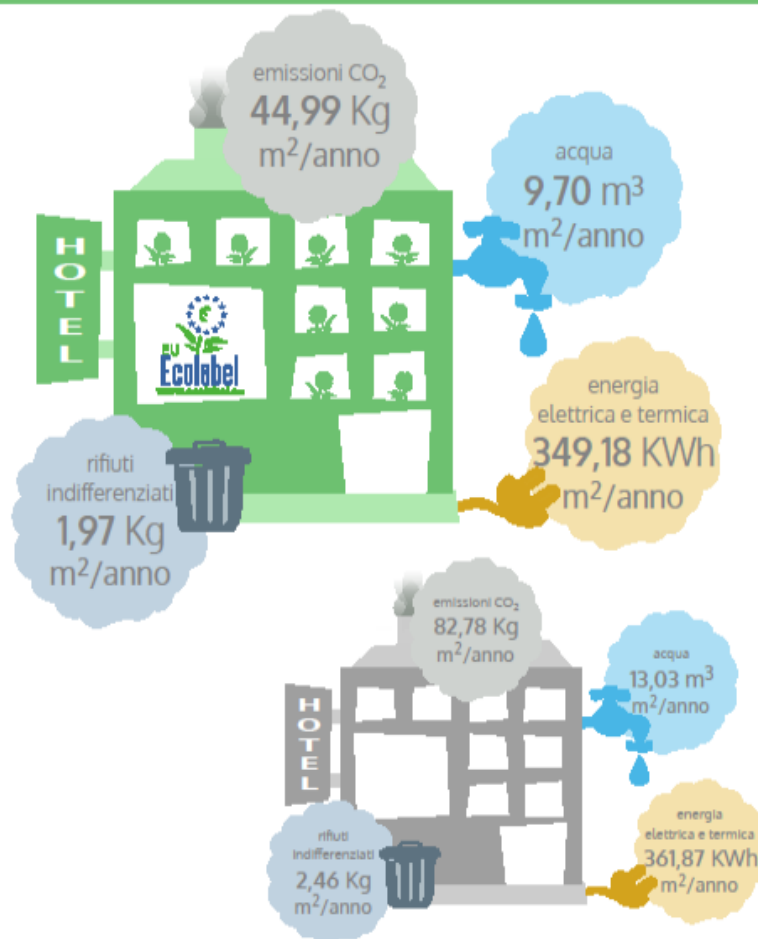


TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

ECOLABEL EUROPEO PER IL TURISMO: LA RIDUZIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI



In Trentino, su una scala che va da zero punti (peggior prestazione ambientale) a 100 punti (miglior prestazione ambientale), la struttura Ecolabel media raggiunge 73 punti, mentre quella standard si ferma a 51.



Valutazione degli impatti ambientali, economici e culturali derivanti dall'applicazione in Trentino del marchio di qualità ambientale Ecolabel Europeo per il turismo
www.appa.provincia.tn.it

visittuscany.com

#TUSCANYTOGETHER



Regione Toscana

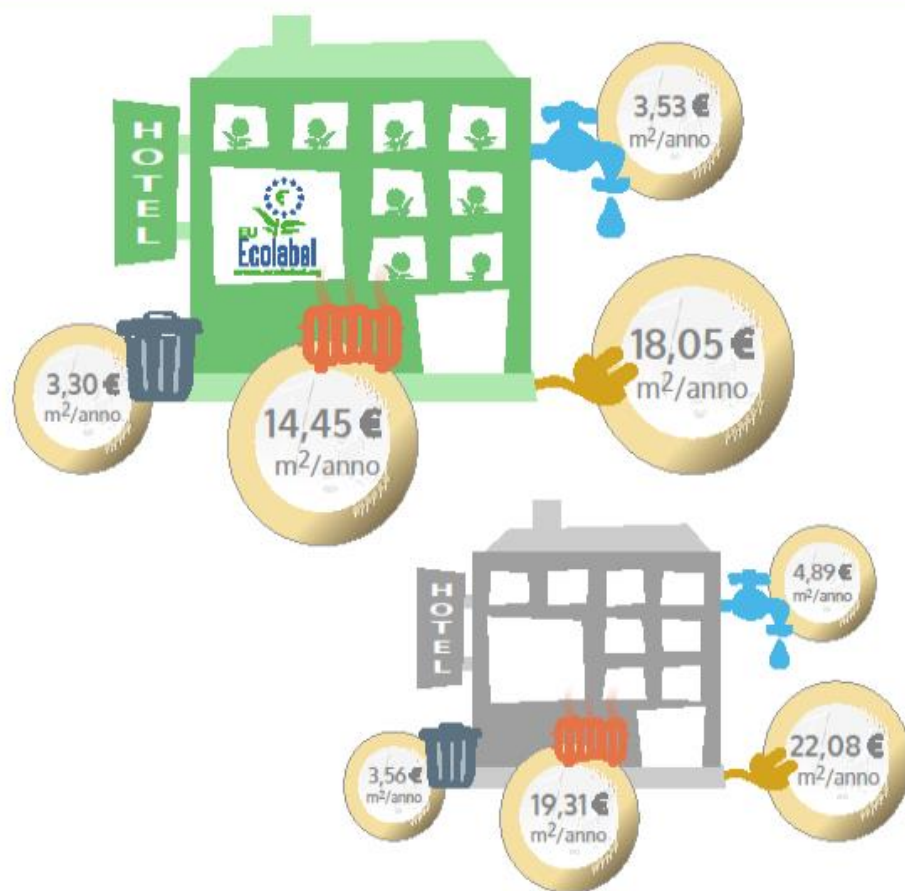


TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

ECOLABEL EUROPEO PER IL TURISMO: I RISPARMI SUI COSTI DI GESTIONE



L'Ecolabel Europeo per il turismo permette di risparmiare il 21% dei costi di gestione rispetto allo standard, che significa, in Trentino, spendere circa 15.000 euro in meno ogni anno per struttura.



Valutazione degli impatti ambientali, economici e culturali derivanti dall'applicazione in Trentino del marchio di qualità ambientale Ecolabel Europeo per il turismo
www.appa.provincia.tn.it

visittuscany.com

#TUSCANYTOGETHER



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

ECOLABEL EUROPEO PER IL TURISMO: LA GESTIONE PIÙ SOSTENIBILE DEI RIFIUTI

La riduzione dei rifiuti indifferenziati



La raccolta differenziata da parte degli ospiti: più coinvolgimento, più soddisfazione



Valutazione degli impatti ambientali, economici e culturali derivanti dall'applicazione in Trentino del marchio di qualità ambientale Ecolabel Europeo per il turismo
www.appa.provincia.tn.it

visittuscany.com

#TUSCANYTOGETHER



Il bilancio di sostenibilità: cos'è?

è un documento che rendiconta agli stakeholder la propria:

- **sostenibilità economica** come capacità di generare reddito, profitti e lavoro;
- **sostenibilità sociale** come capacità di garantire condizioni di benessere e opportunità di crescita equamente distribuite e come capacità di rispettare i dritti umani e del lavoro;
- **sostenibilità ambientale** come capacità di mantenere qualità e riproducibilità delle risorse/funzioni naturali.



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs



"Miglior Destination SPA al Mondo" è il riconoscimento ottenuto dal Lefay Resort & SPA Lago di Garda dal 2016 al 2019 dal World SPA & Wellness Awards di Londra





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

L'Eco Luxury hotel Milano Scala è un altro esempio nel cuore di Milano della ristrutturazione di un edificio storico secondo tutti i più avanzati criteri di sostenibilità che ha fatto diventare questo hotel famoso in tutto il mondo.

E' il primo hotel a “emissioni-zero” di Milano che utilizza produzione energetica senza rilascio di CO2 nell'ambiente. In questa struttura si adottano alcuni accorgimenti con l'uso di pompe di calore acqua-acqua per la produzione di riscaldamento e aria condizionata, senza emissione di agenti inquinanti.

La linea di cortesia nei bagni è bio degradabile al 99% e i packaging in materiali riciclati per ridurre le fonti di inquinamento.

La cucina dell'Hotel utilizza ingredienti a km 100 con l'orto direttamente sul tetto del medesimo hotel per i principali prodotti freschi di stagione.

Per i transfer è stata scelta un'auto al 100% alimentata da energia elettrica.





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

TURISMO SOSTENIBILE: UN NUOVO STANDARD, LA ISO 21401

Turismo e servizi correlati - Sistema di gestione della sostenibilità per strutture ricettive - Requisiti, specifica i requisiti ambientali, sociali ed economici per l'implementazione di un sistema di gestione della **sostenibilità negli alloggi turistici**. Affronta temi non solo connessi all'ambiente (consumi acqua, energia, gestione rifiuti) ma fa un focus sulla gestione dei diritti umani, salute e sicurezza per dipendenti e ospiti e sviluppo dell'economia locale.



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

Il cicloturismo un modo sostenibile di fruizione del territorio

Turismo praticato in bicicletta è troppo riduttivo, non si usa la bicicletta come mezzo per raggiungere una meta ma come strumento per vivere il percorso, è una esperienza immersiva nel paesaggio, nella cultura e nelle tradizioni.

2019 anno del turismo lento





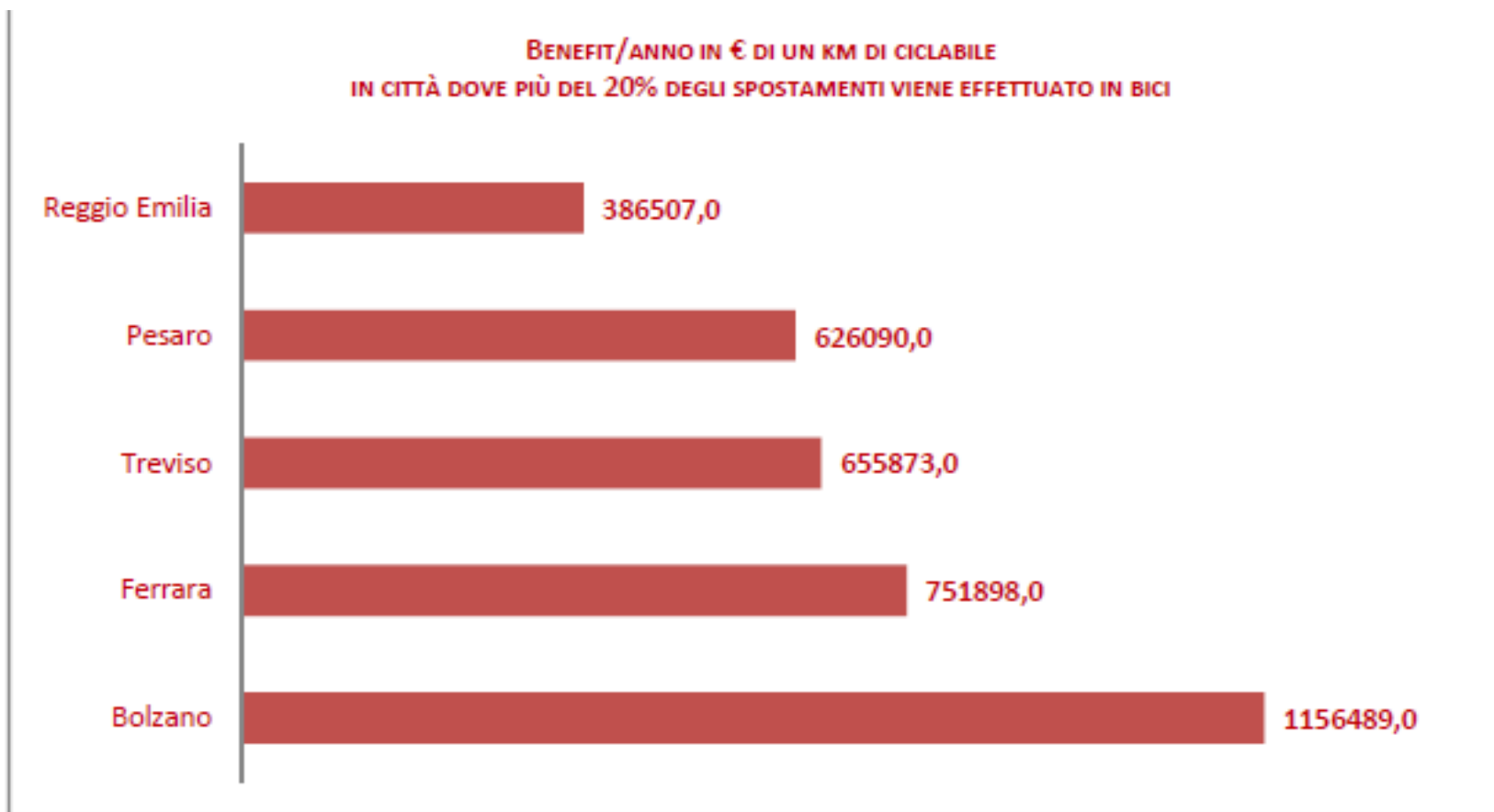
Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs



Fonte: L'A Bi Ci - 2° Rapporto Legambiente sull'economia della bici in Italia, 2018



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

Turismo sostenibile: quali soggetti coinvolge?

Oggi l'esperienza della sostenibilità interessa direttamente :

le strutture (più efficienti, meno inquinanti);

la loro gestione (le forniture sostenibili, le pulizie);

i servizi offerti sul territorio (il cibo, la mobilità, nuove chiavi nell'approccio alla natura)

La pubblica amministrazione

...





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#tuscanytogether

Digital Labs

Grazie!



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

Grazie per l'attenzione.

Pubblicheremo presto la risposta a tutte le domande a cui non abbiamo fatto in tempo a rispondere nella

Area di Collaborazione Online di team.toscanapromozione.it.

Possiamo continuare a parlarne su questa pagina o, se preferisci, scrivi a territori@toscanapromozione.it

Ci vediamo al prossimo Lab!