

Quando la sostenibilità ambientale fa bene al business

Uno stile di vita che fa bene all'ambiente ed al business. La sostenibilità ambientale, secondo il 23esimo osservatorio di Findomestic, è un fattore di crescita nei risultati di business. Vediamo come e perché.

Il 23esimo osservatorio di Findomestic pone in chiara evidenza una correlazione positiva tra la sostenibilità aziendale e la crescita dei risultati di business.

La sostenibilità ambientale del prodotto e dell'azienda che lo produce costituisce infatti un fattore di preferenza in fase d'acquisto, di importanza paragonabile a fattori di prim'ordine quali il rapporto qualità- prezzo, l'eccellenza del servizio o l'ampiezza del portafoglio d'offerta.

A ben dettagliate e dimostrate attenzioni green corrisponde, per il 70% degli intervistati, una disponibilità maggiore in termini di esborso economico.

In altre parole il consumatore riconosce al prodotto un maggiore valore, purché il packaging e la comunicazione aziendale sappiano trasferire con trasparenza e puntualità le attenzioni riservate all'ambiente, l'impegno per la riduzione del proprio impatto ambientale e l'adozione in azienda di uno stile di vita più consapevole e costruttivo.

I settori in cui maggiormente si applica questa correlazione, nel medio e lungo periodo, sono costituiti dall'energia, dagli alimentari, dall'automotive, dalle banche e dalle assicurazioni. Qui la comunicazione ha, in particolare modo negli ultimi anni, cambiato il proprio stile a favore di una piena trasparenza e della ricerca di una maggiore vicinanza con il consumatore finale.

Al cliente vengono quindi descritte, in particolare nel caso dell'alimentare o dell'energia, tutte le fasi di adozione di uno stile green nella filiera: sia produttiva, rinunciando ad esempio a logiche di delocalizzazione, che distributiva.

Tirando le somme possiamo, riconducendoci a diverse ricerche di mercato, individuare cinque fondamentali fattori di beneficio che dovrebbero spingere ogni azienda a tingersi di verde:

- 1. Più valore al brand:** il brand si riempie di concretezza, viene percepito come una firma che si fa garante di attenzioni e scelte qualificate, assume un valore aggiuntivo per il cliente finale
- 2. Più efficienza produttiva,** l'orientamento green conduce ad una revisione dei processi produttivi in logica qualitativa e di razionalizzazione. Ne deriva una riduzione dei costi fissi ed il conseguimento di una più elevata qualità nel prodotto finito

3. **Opportunità finanziarie:** l'essere virtuosi con l'ambiente costituisce criterio positivo nei report dei principali analisti internazionali
4. **Riduzione dei rischi:** in conseguenza degli adeguamenti necessari alla adozione delle regolamentazioni ambientali
5. Responsabilità sociale premiante in quanto il ritorno delle attenzioni alla salute ed al benessere dei propri dipendenti è costituito da una **forza lavoro più motivata e performante**

Anche Utilità ha da tempo scelto di tingersi di verde, ottenendo la certificazione di azienda Zero CO₂ ed impegnandosi, di conseguenza, nella piena compensazione delle emissioni generate nello svolgimento della propria attività.

Se stai valutando di intraprendere un percorso di sostenibilità ambientale per la tua azienda puoi trovare in Utilità un partner pronto a sostenerti. Una prima azione concreta potrebbe essere infatti costituita dalla scelta di una fornitura di energia proveniente esclusivamente da fonti rinnovabili, contattaci ora per un preventivo gratuito e senza impegno.