



GREEN BUSINESS

*Certificazioni, Green Washing
e Green Business*

Lezione 4



Schema della lezione

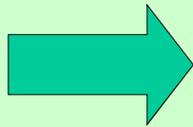
1. È vero green? (v. articolo Cdt)
2. Fenomeno del Greenwashing
3. Certificazioni (quali, di che tipo?)
4. Una proposta di schema per il Green Business (PUZZLE)
5. Alcune definizioni



1. È vero green?

Problematica?

- Riconoscibilità
- Necessità di informazione



**MARCHIO UFFICIALE
BIO (GREEN)**



3. Certificazioni (1)

- Quali? Di che tipo? Problematiche?
- Ordinanza federale sull'agricoltura biologica
- Norme ISO <http://www.iso.org>

ISO 14001:2004
Certificazione del sistema di gestione ambientale



Bio-Regio Coop
Controllo e certificazione dei prodotti Bio-Regio

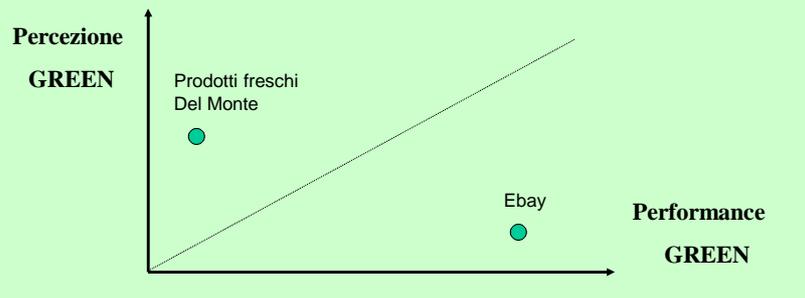




2. Fenomeno del Greenwashing

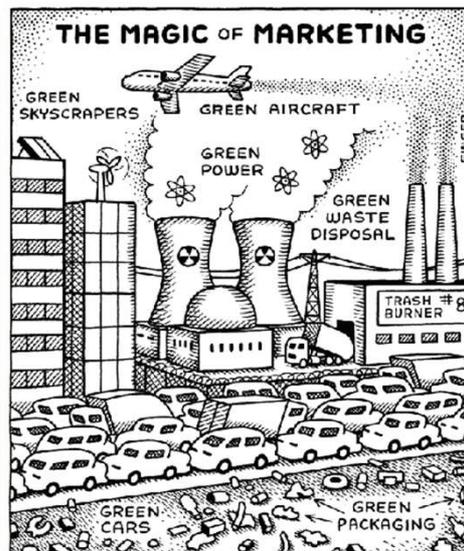
Immagine VERDE ma

www.newscientist.com/movie/green-companies



La visione di Andy

andysinger.com





3. Certificazioni (2)

Il costo della certificazione, un esempio

Un contadino delle Tre Valli, con ca. 10 mucche, un caseificio per la produzione di latticini, annualmente sopporta i seguenti costi annuali per la certificazione:

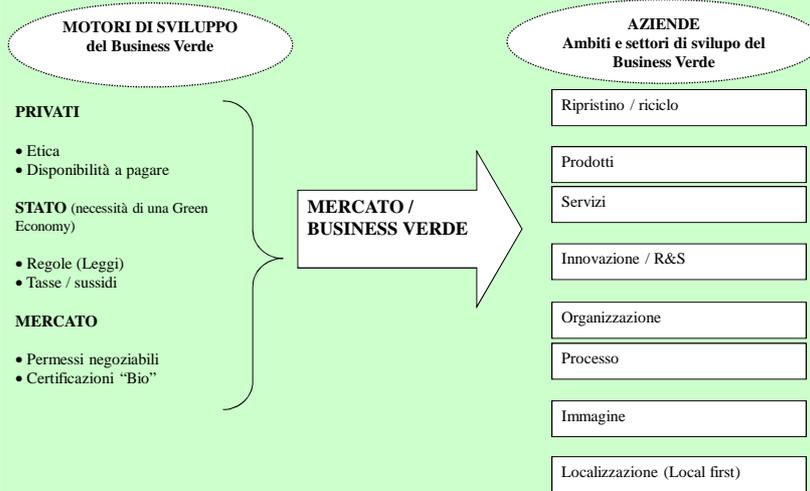
- Tassa BioSuisse Fr. 200
- Tassa BioTicino Fr. 50
- Costo verifiche Bio-Inspecta Fr. 450

In totale ca. 700.-

(costi sopportabili a detta del contadino)



4. Una proposta di schema per il Green Business





5. Alcune definizioni per il Green Business (1)

A. Definizione (in senso largo):
qualsiasi azienda che consideri
l'ambiente quale risorsa scarsa
da proteggere nel corso delle sue
attività produttive.



5. Alcune definizioni per il Green Business (2)

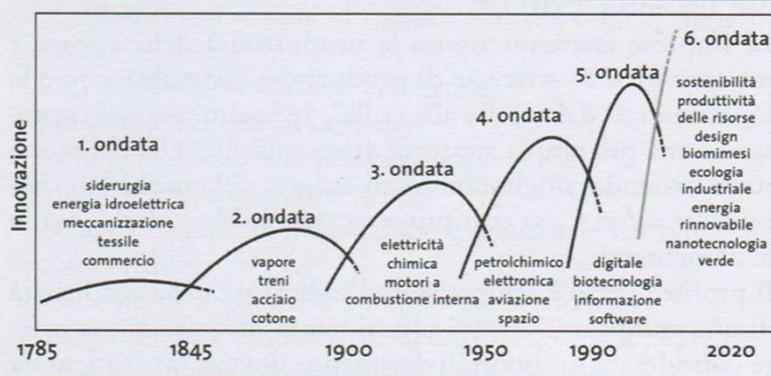
A. Definizione in senso stretto (denominata Triple Bottom Line, di John Elkington):
un business sostenibile non ha nessun impatto
sull'ambiente, sulla società o sull'economia.
Da alcune definizioni raccolte su Internet, si possono
considerare i seguenti aspetti:

1. fornisce prodotti o servizi eco-compatibili,
nuovi o di sostituzione;
2. considera i principi di sostenibilità in ognuna
delle proprie decisioni;
3. applica i principi della sostenibilità nelle
proprie operazioni di produzione.



6. Le ondate innovative ed il Green Business

FIGURA 3.1 – ONDATE INNOVATIVE



Fonte: Natural Edge.



Bibliografia

Worldwatch Institute (2010), State of the World 2010, Trasformare la cultura del consumo, Edizioni Ambiente.

Fred Pearce (2009), Confessioni di un eco-peccatore, Edizioni Ambiente.

Antonio Cianciullo e Gianni Silvestrini (2010), La corsa della Green Economy, Edizioni Ambiente.