

Il consumatore responsabile





Sommario

Il consumatore responsabile

04 Prefazione
06 Introduzione

08 Capitolo 1 I limiti ecologici

08 Aumento della pressione demografica
09 Ecosistemi sull'orlo del collasso
10 Spotlight: catena di creazione del valore

12 Capitolo 2 Le forze del cambiamento

12 Aumento della pressione legale e normativa
13 Cambiamento delle preferenze dei consumatori
14 Spotlight: uno sguardo dall'Asia
15 Presa di coscienza degli investitori

16 Capitolo 3 L'opportunità

17 Una nota sulla plastica
18 Moda
22 Elettronica di consumo
24 Alimenti e bevande
28 Mobilità
29 Spotlight: i veicoli elettrici sono sostenibili?
32 Prodotti per la casa e personali
35 Spotlight: investire nel tema "Il consumatore responsabile"
36 Turismo sostenibile

38 Conclusione

40 Sigla editoriale
41 Informazioni importanti
42 Riferimenti

Prefazione

Dall'istituzione del dipartimento Impact Advisory & Finance (IAF) nell'ottobre 2017 abbiamo pubblicato diversi testi di approfondimento, esprimendo le nostre riflessioni sul mercato in rapida evoluzione della finanza sostenibile.



Mentre prosegue l'impegno di IAF con i clienti in tutta la banca, dal segmento Ultra-High Net Worth Individual ai grandi investitori istituzionali e clienti commerciali, possiamo individuare temi e tendenze emergenti, nonché le opportunità d'affari di maggiore rilevanza per i nostri clienti, in linea con il loro crescente interesse per investimenti più sostenibili. L'obiettivo è sfruttare il nostro know-how e la nostra profonda conoscenza del mercato per rispondere a queste esigenze con soluzioni personalizzate e differenziate. In alcuni casi lo facciamo attraverso un prodotto o un'offerta personalizzata che soddisfa le esigenze di un singolo cliente, ma spesso, come in questo caso, siamo in grado di creare un veicolo d'investimento che riteniamo potrà suscitare un ampio interesse.

Il nostro impegno a utilizzare ulteriormente le nostre risorse, relazioni e competenze di strutturazione per offrire altre opportunità d'investimento tematico ai clienti interessati alla finanza sostenibile è coadiuvato dagli sforzi, interni ed esterni, di inquadrare il panorama di investimento. Esternamente, il lancio degli Obiettivi per lo sviluppo sostenibile dell'ONU (SDG) ha fornito una base per un linguaggio comune e la definizione dei settori d'intervento prioritari. A livello interno, i lettori di questo Whitepaper conoscono probabilmente i Supertrend di Credit Suisse - cinque trend di mercato secolari che trascendono i cicli economici e offrono interessanti rendimenti d'investimento a lungo termine. Uno di questi Supertrend è "I valori dei Millennial".

Il concetto di consumatore responsabile, in linea con l'SDG 12 ("Consumo e produzione responsabili"), si inserisce perfettamente nel nostro Supertrend "I valori dei Millennial", poiché i Millennial stanno rivoluzionando o i modelli tradizionali di business creandone di nuovi e imponendosi sempre più con i loro potenti portafogli collettivi. Chiedono un approccio più ecologico ed etico nella gestione aziendale e negli investimenti e sostengono temi come l'economia circolare, in cui non si producono rifiuti e si utilizzano continuamente le risorse in un sistema in ciclo chiuso.

Le aziende preparate e dotate delle risorse per rispondere a queste richieste attireranno i portafogli dei Millennial e stanno già evidenziando percepibili vantaggi di valutazione. Le recenti initial public offering (IPO) di aziende quali The RealReal, la prima società di rivendita di abbigliamento quotata in borsa, che ha chiuso il primo giorno di negoziazione in rialzo del 40%, e Beyond Meat, specializzata nella produzione di hamburger vegetariani, che ha avuto l'IPO con la migliore performance in oltre 20 anni, sono solo due esempi di società il cui modello di business è perfettamente allineato alle esigenze del consumatore responsabile. Fieri di essere stati tra i maggiori sottoscrittori di entrambe le offerte, continueremo a impegnarci con assiduità per aiutare i nostri clienti a realizzare rendimenti interessanti in modo sostenibile.

Marisa Drew
CEO, dipartimento Impact Advisory & Finance (IAF)

Introduzione

Negli ultimi cinquant'anni il numero di persone che vivono in condizioni di estrema povertà si è più che dimezzato, la mortalità infantile è diminuita di quasi il 75%, e il periodo di scolarizzazione medio per persona è più che raddoppiato. Tutto ciò è stato reso possibile, almeno in parte, dal consumismo. Il consumismo è il motore del capitalismo, che a sua volta alimenta la crescita economica, sulla cui base si realizzano i rendimenti degli investimenti.



Il problema è che la società sta consumando più risorse di quante il pianeta riesca a sostenere. L'espressione "stretta creditizia ambientale" è la più appropriata per descrivere la situazione. Come in finanza, il credito consente al mutuatario di migliorare il benessere materiale oggi a spese del reddito futuro. In termini ambientali, questo significa migliorare il tenore di vita delle generazioni attuali attraverso il consumo di risorse naturali limitate. E proprio come in finanza, una stretta creditizia si verifica quando l'utilizzo del credito non è più possibile.

L'espressione è stata coniata dal World Wildlife Fund (WWF) all'inizio del 2008, ma è stata rapidamente oscurata da un'altra stretta creditizia più immediata - quella della crisi finanziaria del 2008. Di conseguenza, invece di ridurre la sua dipendenza dalla natura, la comunità globale si è trovata ad accelerare la contrazione di prestiti e ha ripagato i debiti finanziari correnti accumulando un sempre maggiore deficit ecologico.

I risultati sono preoccupanti. Nel 2018 le emissioni di gas a effetto serra globali hanno toccato i massimi storici, nonostante gli impegni internazionali sul fronte della decarbonizzazione. Oggi una specie su quattro è a rischio di estinzione - e si somma al milione di specie a livello globale. Inoltre, ogni minuto scompare l'equivalente di 30 campi da calcio di foreste tropicali a causa di pratiche agricole e utilizzo del terreno insostenibili.

Il termine "consumare" significa letteralmente "distruggere, ad esempio a causa di un incendio o una malattia, sperperare, esaurire". Ma il consumismo non deve essere necessariamente distruttivo.

L'Obiettivo per lo sviluppo sostenibile n. 12 delle Nazioni Unite è proprio il consumo e la produzione sostenibili. Realizzare questo obiettivo non significa solo salvare il pianeta, ma creare anche un'ampia serie di nuove opportunità economiche. Dai capi d'abbigliamento di seconda mano alle proteine a base vegetale, il passaggio a un'economia che promuova consumi più sostenibili potrebbe sbloccare nuove opportunità per 4500 miliardi di dollari all'anno.

Anche questo rapporto lo abbiamo voluto realizzare in modo sostenibile, stampandolo su fibre riciclate al 100%, senza l'abbattimento di alberi. Diversamente dalla produzione tradizionale, il processo è stato completamente privo di cloro, con un utilizzo di energia e di acqua inferiori, rispettivamente, del 60 e del 70%. È dotato dell'etichetta di massima qualità per la carta riciclata "Der Blaue Engel."

L'inchiostro utilizzato per la stampa è privo di oli minerali ed è costituito da materiali rinnovabili.

Con la stampa di questa pubblicazione, Credit Suisse sostiene inoltre "Forest conservation in Pará", un progetto di compensazione di CO₂ che aiuta a preservare 90 000 ettari di foresta pluviale in Brasile. Questa è un'importante fonte di riduzione delle emissioni di anidride carbonica (145 000 tonnellate l'anno).

Capitolo 1

I limiti ecologici

I limiti ecologici potrebbero minacciare la continuità operativa delle aziende di beni di consumo.

Aumento della pressione demografica
Dalle origini dell'attività agricola nella Mezzaluna fertile circa 10 000 anni fa, la popolazione mondiale è cresciuta da circa 5 milioni a quasi 7,7 miliardi di persone, e si prevede che entro la metà di questo secolo raggiungerà un picco di circa 9,5 miliardi di persone. La crescita della popolazione pone inevitabilmente alcune sfide. Su un piano puramente teorico, un numero maggiore di persone necessita di più risorse, il che significa che con l'aumento della popolazione le risorse della Terra si riducono più rapidamente.

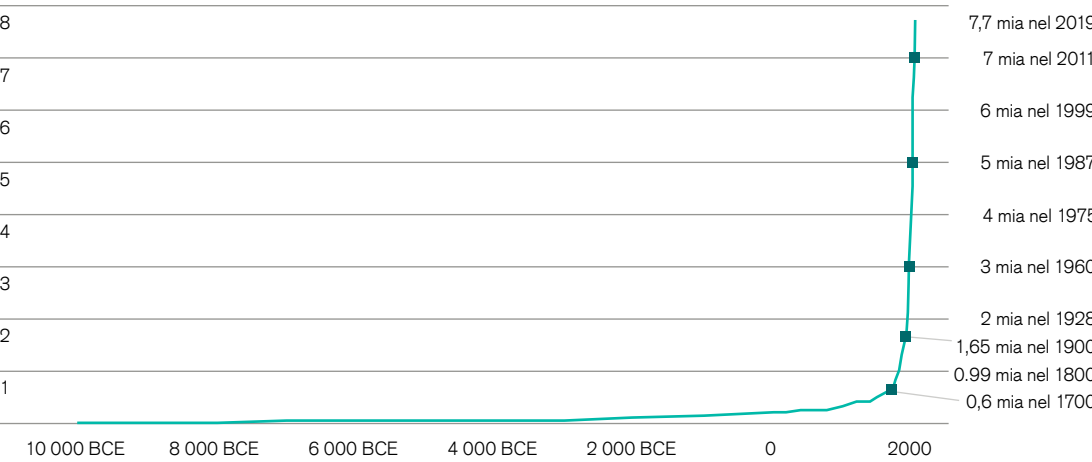
Ma la realtà è più complessa. Tutti consumano risorse, ma la quota di risorse utilizzate dipende in gran parte dal reddito. Secondo il Programma delle Nazioni Unite per lo Sviluppo (PNUS), il

20% più ricco della popolazione mondiale contribuisce per circa l'80% alla spesa privata complessiva. La quota del 20% più povero è invece inferiore al 2%.

Lo sviluppo economico è diventato una lama a doppio taglio. Nel corso dei prossimi 20 anni il numero di consumatori con reddito medio nel mondo dovrebbe aumentare di 3 miliardi di persone, più che triplicando l'impiego di risorse naturali, stando ai dati del World Resource Institute (WRI). Sfuggendo alla povertà, più persone si uniscono al ceto medio, incrementando l'utilizzo delle limitate risorse ambientali della Terra. Se la crescita della popolazione dovrà diventare sostenibile in futuro, è necessario che il consumo si sganci rapidamente dall'esaurimento delle risorse naturali.

Popolazione mondiale

Dimensioni della popolazione mondiale negli ultimi 12 000 anni, in miliardi



Fonte Our World in Data

Ecosistemi sull'orlo del collasso

I beni di consumo rappresentano circa i due terzi del volume del commercio globale, e costituiscono pertanto uno dei principali settori dell'economia globale. Ma questa dimensione ha un suo costo: stando a un recente studio del Journal of Industrial Ecology, i consumi delle famiglie sono responsabili per il 60% delle emissioni di gas a effetto serra e per l'80% dell'utilizzo di risorse idriche (principalmente per l'irrigazione agricola). Tenendo in considerazione l'intera catena di creazione del valore - dall'estrazione dei materiali

alla fine del ciclo di vita dei prodotti - i beni di consumo causano una quota maggiore di perdite nell'ecosistema rispetto a ogni altro settore.

I metodi tradizionali di estrazione, produzione, distribuzione, consumo e smaltimento sono stati sviluppati in base a una presunzione di disponibilità illimitata di risorse naturali a basso costo. Dal punto di vista ambientale, l'economia globale dei beni di consumo è estremamente inefficiente (cfr. la catena di creazione del valore a pagina 10).



Risorse idriche

Circa 1,2 miliardi di persone, quasi un quinto della popolazione mondiale, vivono in aree di stress idrico. Se le attuali tendenze proseguiranno, la domanda di acqua potrebbe superare del 40% le risorse disponibili entro il 2030.



Foreste

Le foreste coprono ancora circa il 30% delle terre emerse, ma il tasso di deforestazione è allarmante. Si stima che il 17% della foresta pluviale amazzonica sia stato distrutto solo negli ultimi 50 anni. Ad agosto 2019, mentre veniva realizzata questa pubblicazione, in Brasile si rilevavano oltre 72 000 incendi boschivi, l'84% in più rispetto allo stesso periodo del 2018.



Terreni coltivabili

Ci vogliono fino a 500 anni di cambiamenti ecologici non ostacolati perché la Terra possa produrre appena 2,5 centimetri di soprassuolo vegetale. Gli attuali tassi di erosione sono 100 volte superiori al ritmo di formazione del terreno. La Banca mondiale stima che nel mondo già oggi è stato perso fino a un terzo delle terre coltivabili.



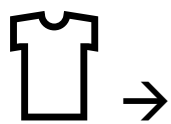
Oceani

Il 90% delle risorse ittiche globali è completamente sfruttato o sovrasfruttato. I vortici, che coprono circa il 40% della superficie degli oceani, sono carichi di rifiuti plastici che si stima stiano uccidendo 100 000 mammiferi marini ogni anno. Nel corso degli ultimi trent'anni quasi la metà delle barriere coralline è morta. Ma la minaccia di gran lunga più grave per gli oceani è la deossigenazione. L'estensione delle aree oceaniche morte (prive di ossigeno) è quadruplicata dagli anni Cinquanta, mentre il numero di siti con livelli di ossigeno molto bassi è aumentato di dieci volte.

Il WRI prevede entro il 2050 un utilizzo delle risorse più che raddoppiato. Dati i segnali già visibili di esaurimento delle risorse, il modello di business di molte aziende di beni di consumo potrebbe essere a rischio.

Catena di creazione del valore

T-shirt
mix di cotone
e fibre
sintetiche



Estrazione

2700 litri
d'acqua,
l'equiva-
lente di
30
vasche da
bagno, per
produrre
una sola
maglietta.

Produzione

1/5
dell'inquinamento
idrico industriale
è causato dalla
tintura e dal
trattamento dei
tessuti.

Distribuzione

Il
10%
delle emissioni globali di gas a effetto
serra è riconducibile all'industria
dell'abbigliamento.

Consumo

80 miliardi
di nuovi capi
d'abbigliamento
ogni anno.
+400%
1995 2015

Smaltimento

I tassi di riciclaggio
sono bassi:
solo l'1% degli indumenti
usati è trasformato in capi
nuovi.
3/4
dei materiali utilizzati per
realizzare capi d'abbigliamento
finiscono in discariche o
vengono bruciati.

Smartphone



1000+
materiali
diversi
vengono utilizzati per produrre un
singolo smartphone.

Le fabbriche che producono semiconduttori per smartphone utilizzano in un anno una quantità di energia pari a quella di
50 000
abitazioni.

2000
Terawattora
di energia sono utilizzati ogni anno nei
centri dati.

Allungare di
un anno
la vita di tutti
gli smartphone europei
= rimuovere dal
traffico
2 milioni
di auto.

Il
70%
di tutti i rifiuti pericolosi nelle
discariche è costituito da rifiuti
elettrici ed elettronici.

Gamberetti
surgelati
busta da
454 grammi



Da 5 a
20 kg
di catture accessorie scartati per ogni
chilogrammo di gamberetti selvatici
catturati.

Denunce di lavoro in condizioni di
schiavitù nelle capanne in cui viene
squamato il pesce in
Thailandia.

1 tonnellata
di emissioni di biossido di
carbonio è prodotta da un
sacchetto di gamberetti
surgelati da 454 grammi.

5
grammi di microplasti-
che - riscontrate anche
nei gamberi - vengono
consumati in media da
una persona ogni
settimana. Equivalenti
al peso di una
carta di credito.

Vi è una possibilità su tre che che
il gambero venga scartato, insieme al
sacchetto di plastica.

Bottiglie di
plastica



Il
6%
della produzione mondiale i olio
è utilizzato per realizzare materie
plastiche, più che nel settore
dell'aviazione globale.

La raffinazione e la produzione di resine
plastiche provocano
cancro +
leucemia.

A livello globale, l'energia necessaria a
produrre e trasportare bottiglie d'acqua
in plastica potrebbe alimentare
1,5 milioni
di vetture
all'anno.

Il consumo di plastica è destinato a
quadruplicare entro il 2050.
+300%
2019 2050

Solo il
14%
delle confezioni di plastica viene raccolto per
essere riciclato.

Fonte
cfr. i riferimenti
a pagina 42

Capitolo 2

Le forze del cambiamento

La crescente pressione normativa, l'interesse degli investitori e le richieste dei consumatori giustificano una radicale trasformazione del settore.

Ma i costi dei modelli di produzione insostenibili non sono solo a carico dell'ambiente; costituiscono infatti un pesante fardello anche per l'economia globale. Le sole perdite di biodiversità potrebbero costare ogni anno 14 000 miliardi di dollari entro il 2050, ossia circa il 17% del PIL mondiale, secondo uno studio pubblicato nella rivista Current Opinion in Environmental Sustainability.

Una serie di forze convergenti sta rendendo la produzione e il consumo sostenibili non solo più interessanti come modello di business, ma anche sempre più inevitabili.

Aumento della pressione legale e normativa

La mancata considerazione del costo delle esternalità ambientali nel prezzo finale dei beni venduti è un tipico esempio di fallimento del mercato. Come per ogni altro caso di questo tipo, il governo può svolgere un ruolo importante nella correzione degli squilibri.

Dagli anni Settanta, in tutto il mondo le normative ambientali sono aumentate di 38 volte. Il settore dei beni di consumo è soggetto a un crescente controllo normativo, come dichiarato dal Programma delle Nazioni Unite per l'ambiente. Ecco qualche esempio recente:

- A giugno 2018 l'Unione europea ha approvato il pacchetto sull'economia circolare, che definisce target vincolanti per il riciclaggio dei rifiuti urbani. Gli Stati membri hanno ora 24 mesi di tempo per recepire le direttive nella legislazione nazionale. Più di 127 Paesi in tutto il mondo hanno almeno qualche forma di normativa sulla gestione delle plastiche, mentre 27 Paesi applicano normative avanzate in materia.

- Nel 2019 il Ministro dell'ecologia e dell'ambiente cinese ha annunciato l'estensione del divieto di importazione di rifiuti alle plastiche post-consumo, come le bottiglie di shampoo o di bevande gassate. Altri Paesi che importano rifiuti, come Tailandia, Malesia, Vietnam e Indonesia, hanno annunciato divieti analoghi. Ciò sta mettendo a dura prova le nazioni esportatrici di rifiuti.
- L'Australia meridionale ha in seguito annunciato l'intenzione di vietare l'uso di cannuce, posate e bastoncini mescola caffè in plastica nel tentativo di ridurre l'utilizzo di plastica monouso.
- Gli Stati Uniti stanno valutando un disegno di legge che vieterebbe decine di sostanze tossiche presenti nei prodotti cosmetici di consumo, come amianto, piombo, formaldeide, toluene, triclosan, sostanze perfluoroalchiliche (PFAS) e alcuni parabeni e ftalati. Molte di queste sostanze sono già state proibite in Europa e in altri Paesi (cfr. pag. 33: effetti degli ingredienti cosmetici comuni sulla salute).

Il crescente numero di normative ambientali in tutto il mondo ha anche dato origine a una nuova categoria di controversie legali. Secondo White & Case, ad oggi sono stati depositati in tutto il mondo quasi 1000 casi correlati al cambiamento climatico.

Sebbene finora i danni a carico delle aziende private siano limitati, gli esperti legali individuano alcuni parallelismi tra l'attuale accumulo di controversie ambientali e le azioni legali contro l'industria del tabacco dei decenni scorsi.

Nel complesso, è ragionevole prevedere che l'aumento di regolamenti, normative e controverse legali renderà la produzione non sostenibile sempre più costosa.

Cambiamento delle preferenze dei consumatori

Probabilmente il principale fattore trainante per i trend di consumo sostenibile, almeno per il momento, è costituito dai consumatori stessi. Secondo un sondaggio condotto da Nielsen, due terzi dei consumatori a livello globale affermano di essere disposti a spendere di più per beni sostenibili.

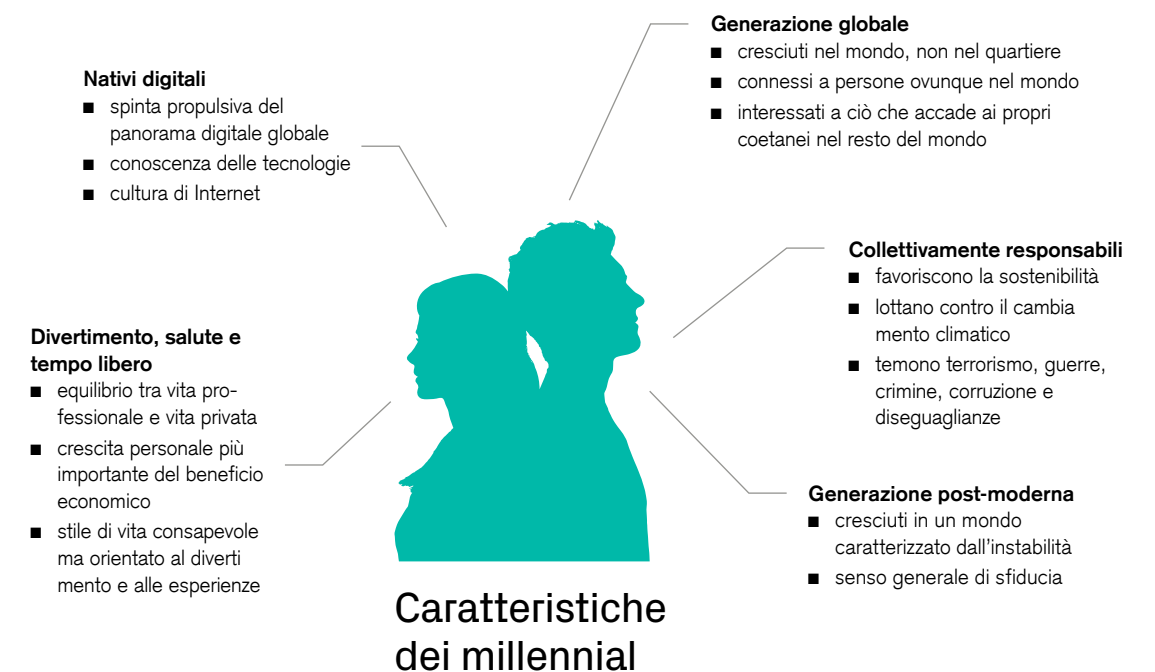
Anche se l'interesse per la sostenibilità è comune a tutte le generazioni, sono i millennial (definiti da Credit Suisse come le persone di età inferiore a 35 anni) la principale forza trainante.

Nonostante raggiungano l'età adulta in un contesto economico difficile, svariati sondaggi hanno dimostrato che i millennial sono più disposti delle generazioni precedenti a pagare prezzi più alti per prodotti sostenibili. Diventando un gruppo di consumatori sempre più influente, faranno aumentare in misura significativa la domanda di prodotti sostenibili.

Vi saranno implicazioni nel mondo reale. Un altro studio di Nielsen sull'acquisto dei beni di consumo comuni a rapida rotazione ha evidenziato che i prodotti con dichiarazioni di sostenibilità hanno in generale sovraperformato il tasso di crescita dei prodotti totali nelle rispettive categorie.

Caratteristiche dei millennial

Età inferiore ai 35 anni



Fonte Credit Suisse

Intervista: uno sguardo dall'Asia

Dipartimento Impact Advisory & Finance APAC, Credit Suisse

I consumatori in Asia sono più o meno disposti ad acquistare prodotti sostenibili?

Tendiamo ad attribuire ai consumatori del ceto medio europei e nordamericani una maggiore propensione all'acquisto sostenibili, ma si tratta di un'ipotesi non del tutto fondata. Secondo alcuni studi, i consumatori asiatici sono attualmente più disposti a pagare un prezzo maggiore per beni e servizi di aziende socialmente responsabili (64%) rispetto ai consumatori europei e nordamericani (rispettivamente 42 e 40%). Inoltre, Cina e India rappresentano un'ampia quota di millennial, che come sappiamo hanno più probabilità di acquistare prodotti sostenibili.

Qual è il contributo dei governi asiatici alla transizione verso il consumo responsabile?

L'interesse dei consumatori sta aumentando, ma sono ancora i governi a guidare il cambiamento in Asia. Il governo indiano ha annunciato quest'anno un piano di spesa di 1,5 miliardi di dollari per sovvenzionare auto e bus ibridi ed elettrici, con l'obiettivo di portare le vendite di veicoli elettrici nel Paese a quota 15% in cinque anni. Attualmente in India circolano un milione di risciò che trasportano circa 60 milioni di persone al giorno.

Come stanno rispondendo le aziende?

Un'importante impresa tecnologica cinese sta incentivando il consumo responsabile collegando il pagamento di prodotti o servizi verdi a crediti verdi, utilizzati dai 500 milioni di utenti per il rimboscamento nel Paese. Nell'ambito di questa iniziativa sono stati piantati finora più di 100 milioni di alberi. Questo va oltre la Corporate Social Responsibility (CSR): significa gestire l'attività, da un lato, con la consapevolezza che i consumatori vogliono creare un impatto positivo e, dall'altro, in modo lucrativo per l'azienda.

“ I governi vengono spesso spinti ad agire dalla pressione esercitata dall'opinione pubblica.

I governi vengono spesso spinti ad agire dalla pressione esercitata dall'opinione pubblica. Come dimostra ad esempio il Piano quinquennale cinese lanciato di recente, nato in parte dalla crescente consapevolezza del pubblico circa gli effetti nocivi dell'inquinamento atmosferico, che causa ogni anno oltre un milione di morti premature in Cina.

Presa di coscienza degli investitori

In quanto proprietari parziali, gli investitori sono importanti stakeholder nelle aziende. Influenzano il corso azionario su cui si basano spesso gli incentivi per il management e determinano il prezzo e la facilità di accesso al capitale.

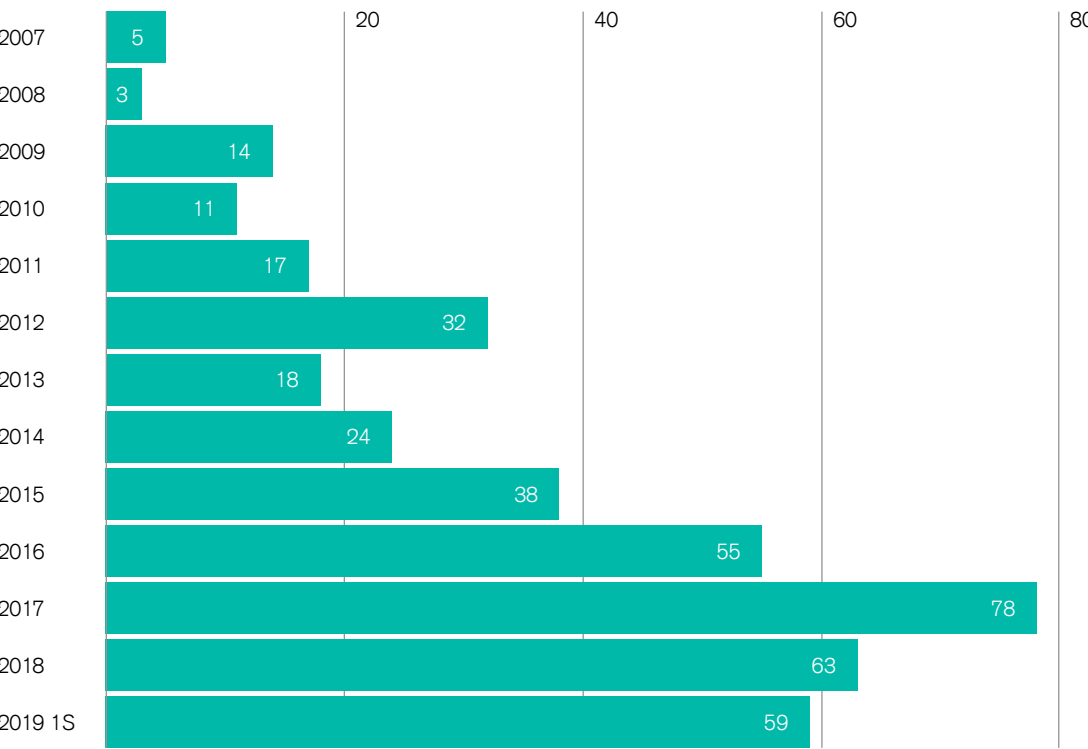
Data la proliferazione di interventi politici e l'attenzione dei consumatori in questo ambito, forse non sorprende che gli investitori manifestino sempre più interesse per la finanza sostenibile. Gli Assets under Management registrati nelle strategie d'investimento sostenibili sono aumentati da USD 11 000 miliardi nel 2012 a USD 31 000 miliardi nel 2018, secondo i dati della Global Sustainable Investment Alliance. Analogamente, il Global Impact Investing Network stima che l'impact investing, un sottoinsieme degli investimenti sostenibili incentrato sugli investimenti in aziende e progetti con benefici sociali e ambientali misurabili, è cresciuto da USD 8 miliardi a USD 502 miliardi.

L'attivismo degli azionisti, in particolare, può svolgere un ruolo importante nel convincere le imprese ad adottare politiche più sostenibili. Secondo Activist Insight, il numero delle campagne di azionisti correlate alle tematiche ambientali, sociali e di governance è aumentato di venti volte dal 2007. Nel 2019, ad esempio, una coalizione di investitori con un valore combinato di USD 6,5 miliardi ha sfidato le società di fast food affinché adottassero ambiziosi obiettivi per limitare l'impatto ambientale negativo delle catene di approvvigionamento di carne e latticini. Allo stesso modo, un'altra coalizione di investitori ha contribuito a convincere una delle maggiori aziende al mondo nel settore delle materie prime a limitare la produzione di carbone al livello attuale e dare priorità agli investimenti in tecnologie verdi.

In caso di successo, l'attivismo degli azionisti può anche influire positivamente sui rendimenti finanziari. Secondo uno studio di Dimson et al. del 2012, l'impegno degli azionisti in materie ambientali, sociali e di governance andato a buon fine si è tradotto in media in un aumento dei rendimenti del 4,4%.

Crescita dell'attivismo nel settore ESG

Numero di campagne correlate a tematiche ambientali, sociali e di governance (ESG) negli anni 2007–2019 (1° semestre)



Fonte Activist Insight

Capitolo 3

L'opportunità

La transizione verso un'economia di consumo più sostenibile è un'enorme opportunità per gli investitori.

Con l'aumento della domanda di consumatori e investitori, la crescente pressione delle autorità di vigilanza e gli allarmanti segnali di esaurimento delle risorse, l'economia dei beni di consumo è al collasso.

La relazione tra fattori ambientali, sociali e di governance (ESG) e la performance finanziaria è stata ed è al centro di molti studi. Ma sfruttare le opportunità del consumo responsabile significa spingersi oltre normali misure di responsabilità aziendale (salari dei dipendenti o uguaglianza di genere), verso una reale trasformazione del modello di business.

Per gli investitori è una chiara opportunità. Secondo uno studio del Center for Sustainable Business dell'Università di New York, nel 2019 i prodotti commercializzati come sostenibili hanno conseguito una crescita 5,6 volte più rapida

rispetto alle alternative non sostenibili. Analogamente, dal 2016 le aziende che investono nei gusti dei millennial, inclusa la domanda di prodotti sostenibili, evidenziano una performance migliore delle aziende omologhe.

Il mercato è nelle fasi iniziali della transizione, trainato sia da fattori push (esaurimento delle risorse e pressione normativa) sia da fattori pull (crescente domanda al consumo). Ne consegue un'opportunità unica per gli investitori. Le aziende che si adattano rapidamente a questa nuova realtà potrebbero beneficiare del vantaggio dei precursori. Un recente studio di Accenture mostra che la transizione verso un'economia più circolare, che minimizzi gli scarti e sfrutti al massimo le risorse esistenti, potrebbe rappresentare un'opportunità da USD 4500 miliardi all'anno entro il 2030.

L'esposizione ai millennial fa crescere le azioni

Sovraperformance delle aziende che soddisfano i gusti dei millennial



Indxx Millennials Thematic Index

S&P 500

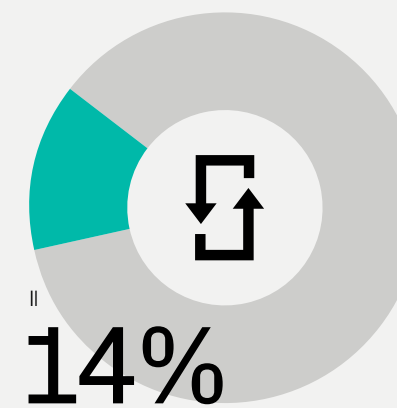
Fonte Bloomberg

Una nota sulla plastica

Dai cosmetici alla moda, la maggior parte dei settori consumer contemplati dal presente rapporto dipendono dal packaging. Dei 78 milioni di tonnellate metriche di imballaggi in plastica prodotti ogni anno, solo il 14% è riciclato, secondo la Ellen MacArthur Foundation. Circa 8 milioni di tonnellate metriche finiscono ogni anno nei mari del mondo. Senza un intervento urgente, il WWF prevede il raddoppiamento del volume dei rifiuti di plastica entro il 2030.

Spazio di miglioramento

Imballaggi in plastica riciclata



dei 78 milioni di tonnellate metriche di imballaggi in plastica è riciclato.

Un'altra soluzione potrebbe essere la bioplastica. Ne sono un esempio le materie plastiche ottenute da pasta di legno, gusci di crostacei, mais o canna da zucchero anziché dal petrolio. Secondo le stime l'6% del petrolio mondiale è usato per

produrre materie plastiche (più di quello usato dal settore dell'aviazione), per cui i sostenitori ritengono che le bioplastiche potrebbero contribuire a ridurre le emissioni di gas a effetto serra da combustibili fossili. Ma non sono tutte uguali e i critici fanno notare che, se smaltite in modo improprio, potrebbero aumentare le emissioni di gas a effetto serra, aggravando la crisi globale della plastica. Il motivo è che in gran parte le bioplastiche non sono biodegradabili. Per essere scomposte, possono richiedere impianti industriali di compostaggio ad alta temperatura, assenti nella maggior parte delle città. Nelle discariche, le bioplastiche rilasciano metano, un gas a effetto serra 23 volte più potente dell'anidride carbonica. Per contro, le plastiche compostabili, un sottogruppo delle bioplastiche, si degradano in 180 giorni negli impianti di compostaggio industriale.

A livello globale, il numero delle politiche governative atte a far fronte all'uso delle materie plastiche monouso è in forte aumento: da due al cambio di millennio a 202 nel 2018, in base a un'analisi di Credit Suisse. A fronte delle crescenti pressioni dei consumatori e dei policy maker, le aziende (e i loro investitori) si affrettano a cercare la prossima alternativa. Una grande azienda chimica riconverte la plastica in petrolio, mentre un produttore di pizza statunitense ha assistito a un rapido aumento dei ricavi risultanti dal business dei materiali in seguito all'acquisizione di una start-up di packaging compostabile.

La soluzione migliore potrebbe consistere nel ridurre alla radice l'esigenza di imballaggi di plastica. Negli Stati Uniti un'azienda usa un laser ad alta definizione per eliminare i pigmenti dallo strato esterno delle bucce di frutta e verdura, apponendo un marchio permanente al posto delle etichette di plastica. Un'altra grande multinazionale ha introdotto ricariche concentrate di prodotti per la pulizia della casa, eliminando la necessità di riacquistare i flaconi a spruzzo. E i negozianti di tutto il mondo stanno bandendo i sacchetti di plastica monouso. Anche i consumatori possono contribuire a ridurre la dipendenza dagli imballaggi di plastica. Da Brooklyn a Kuala Lumpur, guadagnano terreno i negozi a rifiuti zero, che si rivolgono a un crescente movimento di consumatori decisi a fare a meno del packaging. Gli acquirenti portano i loro contenitori da rabboccare con beni di consumo come farina, uvetta, olio o shampoo.

Moda

L'attrazione delle ultime tendenze, insieme all'aumento dei livelli globali di reddito, ha determinato una rapida crescita delle vendite di abbigliamento. L'industria della moda da USD 1700 miliardi è il terzo settore produttivo al mondo, dopo quello automobilistico e quello tecnologico. Inoltre è di importanza vitale per le economie di molti Paesi in via di sviluppo.

Sebbene l'aumento dei consumi generi una crescita dell'occupazione nei Paesi in via di sviluppo, è anche causa di importanti ricadute ambientali e sociali. Nonostante gli sforzi per contenere lo sfruttamento, un recente rapporto di Oxfam ha rilevato che i lavoratori di Bangladesh e Vietnam, da cui proviene gran parte dell'abbigliamento mondiale, non guadagnano a sufficienza per coprire esigenze fondamentali come un alloggio, la sanità o l'istruzione.

In aggiunta ai costi sociali, il maggior consumo di abbigliamento comporta anche enormi costi ambientali. Le sostanze chimiche usate per sbiancare e trattare i vestiti sono associate a tubercolosi, malformazioni genetiche e problemi riproduttivi. Secondo la Commissione economica delle Nazioni Unite per l'Europa (UNECE), la moda rappresenta più del 20% dell'inquinamento globale da acque industriali. Inoltre è uno dei principali fattori alla base del cambiamento climatico, in quanto consuma più energia dell'aviazione e delle spedizioni internazionali insieme.

Il dramma è che questi effetti per la salute umana e l'ambiente sono quasi del tutto inutili. Circa tre quarti dei materiali usati per produrre i vestiti finiscono nelle discariche o vengono bruciati alla fine del ciclo di vita, mentre solo l'1% dei vecchi indumenti è convertito in nuovi capi.

Secondo le stime il consumo globale di abbigliamento è destinato ad aumentare del 63% entro il 2030, per cui in base a un recente rapporto di Global Fashion Agenda e di Boston Consulting Group si rendono necessari profondi cambiamenti nel modo di produrre e consumare vestiti. I primi segnali di cambiamento iniziano a farsi sentire. Gran parte dei mali del settore sono riconducibili alla "fast fashion", un modello di business basato su criteri di massima rapidità ed economicità. Ma la crescente consapevolezza dei costi ambientali e umani della fast fashion sta cambiando le aspettative dei consumatori. Da "più per meno" a "meno per più": i consumatori iniziano a riflettere con maggior consapevolezza sulle proprie decisioni di acquisto. Secondo uno studio di GlobalData del 2018, il 72% dei consumatori intervistati preferisce acquistare da brand di moda ecologici, con un aumento di 15 punti rispetto al 2013.

La sostenibilità diventa un fattore di acquisto cruciale per i consumatori di massa, nonché un'opportunità significativa per gli investitori:

- **Materiali rigenerativi**
Le colture praticate per alimentare la crescente industria dell'abbigliamento, come cotone, lino, canapa e indaco, sono tra le più inquinanti al mondo. Il cotone ne è un esempio: un decimo di tutti i fertilizzanti chimici e il 25% dei pesticidi sono destinati alla produzione globale di cotone (non biologico), che rappresenta meno del 3% della superficie agricola mondiale per area.

Per mitigare questi effetti negativi, i marchi di moda guardano all'agricoltura sostenibile. Una via promettente è l'agricoltura conservativa, un tipo di agricoltura biologica che mira a rigenerare il terreno degradato con pratiche come lavorazione nulla, rotazione delle colture o fertilità in azienda. Le ricerche condotte da Rodale Institute indicano che il conseguente sequestro di carbonio potrebbe contribuire a invertire gli effetti del cambiamento climatico.

Sebbene l'agricoltura conservativa annoveri più sostenitori nel settore degli alimenti naturali (cfr. pagina 26), anche i marchi di moda si stanno muovendo. Al momento della redazione, cinque marchi tessili e di moda lavorano a uno standard di certificazione biologica rigenerativa che semplifichi il processo di identificazione dei fornitori. Se attuate su scala mondiale, iniziative come questa possono migliorare l'impatto della filiera della moda, sull'uomo, sul suolo e sul clima.



“ La moda rappresenta più del 20% dell'inquinamento globale da acque industriali.

■ Tessuti alternativi

Se materiali biologici come cotone, lino, canapa o viscosa comportano innumerevoli sfide ambientali e sociali, i materiali sintetici come nylon o poliestere se la cavano un po' meglio. Questi materiali sono spesso trattati con migliaia di agenti chimici nocivi che li rendono ancora più tossici dei loro omologhi non sintetici. Per esempio, la produzione del nylon genera protossido di azoto, un gas a effetto serra 310 volte più potente dell'anidride carbonica.

I marchi di moda e abbigliamento sportivo di fascia alta hanno iniziato a considerare tessuti ecologici alternativi. Per esempio le sete liquide che grazie all'ingegneria biogenetica replicano il DNA della seta di ragno, il filo ricavato da fondi di caffè e plastica riciclata, il cuoio vegano ottenuto dai funghi o le tecnologie atte a modificare la composizione molecolare del poliestere per renderlo più attaccabile dai microbi.

■ Trasparenza radicale

Gli echi di danni ambientali, sfruttamento e lavoro minorile hanno eroso la fiducia dei consumatori nel settore della moda mainstream. Se con l'avvento dei social media i brand trovano sempre più difficile controllare il loro messaggio oltre i confini nazionali, i consumatori di oggi sono più che mai attenti ai marchi che acquistano. Uno studio di McKinsey evidenzia che i millennial sono in testa a questo movimento: il 52% raccoglie sempre informazioni sui brand prima di effettuare una decisione d'acquisto, contro il 45% della generazione Z e il 41% dei baby boomer.

Nel tentativo di riconquistare la fiducia, molti marchi di moda stanno introducendo la "trasparenza radicale" nelle loro supply chain. Tra le novità figurano i tag di identificazione a radiofrequenza (RFID) sotto forma di filati integrati nei tessuti per tracciare i materiali lungo l'intero ciclo di vita, l'uso di blockchain per tracciare i vestiti dalla materia prima al consumatore o la genotipizzazione che riconduce l'origine delle fibre di cotone a regioni specifiche.

Per i marchi di moda, innovazioni come queste semplificano il monitoraggio di potenziali violazioni delle norme ambientali e sociali lungo la supply chain. Per i consumatori, trasparenza radicale significa che le aziende sono tenute a rendere conto del loro operato, mitigando il rischio di greenwashing e accelerando la transizione verso la sostenibilità.

■ Rivendita, rinnovo e noleggio

Nel solo Regno Unito, i consumatori hanno negli armadi vestiti mai indossati per un valore stimato di GBP 30 miliardi, come rivelato da WRAP. I mercati dell'usato prolungano il ciclo di vita degli indumenti, riducendo il volume totale di abbigliamento che finisce in discarica. Secondo una ricerca di ThredUP (in collaborazione con GlobalData), il mercato dell'abbigliamento di seconda mano raddoppierà nei prossimi cinque anni ed entro il 2024 potrebbe raggiungere l'impressionante valore di USD 51 miliardi nei soli Stati Uniti.

Le società di rivendita online aiutano questi negozi tradizionali a raggiungere un pubblico più vasto.

Altri modelli di business dell'usato prevedono il rinnovo e il noleggio di capi di abbigliamento, rispondendo all'umano desiderio di "nuovo" senza i rifiuti associati. Più di un quarto dei consumatori pensa di aumentare la spesa in abiti a noleggio nei prossimi cinque anni, quattro volte il numero dei consumatori più orientati alla fast fashion.

Che si tratti di rivendita, rinnovo o noleggio, la rapida ascesa dei modelli di business dell'usato va a discapito dei brand consolidati.

■ Slow fashion

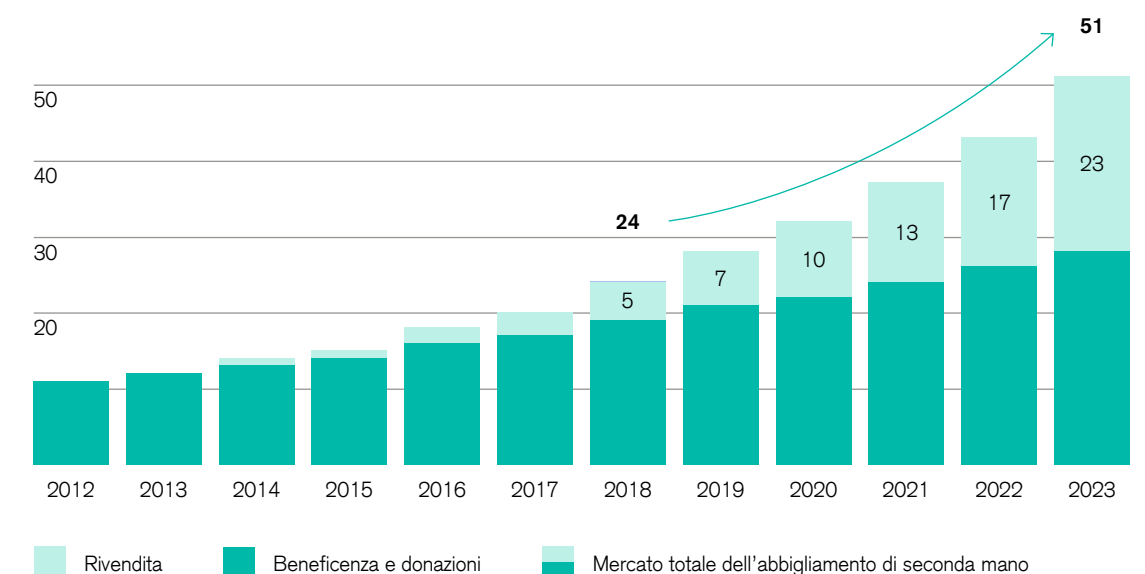
La crescente consapevolezza dei consumatori sulle conseguenze ambientali e umane della fast fashion ha dato vita a un nuovo movimento, la slow fashion. Al contrario della fast fashion, la slow fashion invita ad "acquistare meno, ma meglio".

In risposta, le aziende rinunciano alla produzione di massa e adottano una nuova filosofia: "meno prodotti, ma migliori". Nel 2011 un marchio di abbigliamento outdoor lanciò una provocatoria campagna di marketing all'insegna dello slogan "Non comprate questa giacca", elencando nel dettaglio le ricadute ecologiche a essa associate. Nell'arco di un anno, le vendite aumentarono di quasi un terzo. In un'intervista con il New York Times, il CEO dell'azienda spiegò che la value proposition del marchio, mettere il "valore al centro", aveva fatto breccia in un piccolo ma crescente gruppo di consumatori attenti alla sostenibilità.

“ Il mercato dell'abbigliamento di seconda mano raddoppierà nei prossimi cinque anni.

Il mercato dell'usato raggiungerà USD 51 miliardi in 5 anni

Dimensioni del mercato statunitense di abbigliamento di seconda mano in miliardi



Fonte ThredUp 2019 Resale Report

Elettronica di consumo

Entro il 2025, si stima che il numero di dispositivi elettronici collegati a Internet supererà il numero di abitanti del pianeta di un multiplo di dieci. Il potenziale economico di questi dispositivi è sbalorditivo: nel 2017, il mercato dell'elettronica di consumo globale valeva circa USD 1100 miliardi. Entro il 2024, secondo Zion Market Research, questa cifra potrebbe superare USD 1700 miliardi.

Purtroppo il fiume di rifiuti elettronici – dai frigoriferi ai computer, dagli smartphone agli asciugacapelli – sta crescendo a ritmi rapidissimi e negli ultimi nove anni il suo volume è quasi raddoppiato. L'accumulo annuale nel solo 2018 era di 49,8 milioni di tonnellate, secondo Partnership for Action on Computing Equipment (PACE). Come sottolineato in un articolo del New York Times, sarebbe l'equivalente di oltre

un milione di camion a 18 ruote sulla distanza da New York a Bangkok e ritorno. La maggior parte di questi rifiuti finisce nelle discariche o viene impropriamente scartato nell'economia informale.

A seconda di come vengono gestiti, i rifiuti elettronici possono rappresentare un onere per l'ambiente o una risorsa economica. Molti dei materiali che rendono i dispositivi elettronici così tossici e difficili da riciclare sono anche sempre più rari e preziosi. Un recente studio dell'Università di Plymouth rivela che una tonnellata di smartphone contiene 100 volte più oro di una tonnellata di minerale d'oro. Il Forum economico mondiale sostiene che il valore materiale dei nostri rifiuti elettronici potrebbe raggiungere USD 62,5 miliardi l'anno, più del PIL della maggior parte dei Paesi.

Cogliere questa opportunità significa riconsiderare i modelli di business tradizionali. Sebbene l'industria abbia reagito con lentezza, vi sono segnali di cambiamento:

■ **Dematerializzazione**

L'obsolescenza pianificata è una strategia che limita artificialmente il numero di anni di impiego dei prodotti. Dalla prospettiva dei produttori, l'obsolescenza pianificata non fa una piega. Meno dura un dispositivo, prima il consumatore ne acquisterà un altro e maggiori saranno i ricavi derivanti dalle vendite.

Una soluzione potrebbe essere il passaggio da modelli di business basati sulla vendita di prodotti fisici a modelli orientati al servizio, un processo noto come dematerializzazione. Come sottolinea un articolo del FEM, la dematerializzazione è già in corso in molti ambiti dell'economia. Nei Paesi Bassi un'azienda ha iniziato a vendere l'illuminazione come servizio. Analogamente, molte società lanciano in tutto il mondo programmi di leasing di smartphone. Anziché accorciare il ciclo di vita dei prodotti, la dematerializzazione incentiva i produttori a prolungare la durata dei dispositivi, creando una sinergia tra interessi aziendali e ambientali.

■ **Dispositivi modulari**

Spesso è più facile e conveniente sostituire l'intero dispositivo elettronico che riparare un singolo componente usurato. Quindi la durata del dispositivo si limita al componente con il ciclo di vita più breve.

Una possibile soluzione è rappresentata da dispositivi modulari in cui i singoli componenti possono essere rimossi e sostituiti all'occorrenza. Un produttore di smartphone olandese si è ricavato una nicchia con componenti che possono essere acquistati e sostituiti a basso costo. Il modello potrebbe influenzare i grandi operatori di mercato, molti dei quali hanno sperimentato i telefoni modulari; inoltre nel 2019 un leader di mercato ha registrato almeno due nuovi brevetti di dispositivi modulari.

■ **Riutilizzo e rinnovo**

Come nella moda, i mercati dell'usato dell'elettronica promettono di mantenere in uso più a lungo i dispositivi elettronici. Un'azienda di

telecomunicazioni britannica ha annunciato un programma di riciclo che prevede l'acquisto di vecchi smartphone dai clienti e la relativa messa a nuovo per la rivendita, perlopiù nell'Europa continentale. Secondo l'azienda, il programma ha abbattuto l'equivalente di 10 000 tonnellate di emissioni di carbonio, risparmiando oltre 26 milioni di litri di acqua in soli quattro anni.

Analogamente, come sottolinea un rapporto di Ellen MacArthur Foundation, il “trasferimento a cascata dei componenti”, ovvero il riutilizzo di componenti funzionali da applicazioni ad alte prestazioni in applicazioni a prestazioni inferiori, potrebbe limitare le ricadute ecologiche e mantenere in uso i componenti più a lungo. Sebbene la mancanza di standardizzazione ostacoli l'adozione su vasta scala di questa pratica, alcune aziende hanno iniziato a sperimentare modelli a cascata.

■ **Miniere di rifiuti elettronici**

Come già osservato, i rifiuti elettronici rappresentano un tesoro in termini di materie prime preziose e sempre più rare. Ovviamente la sfida è estrarre questi materiali: un solo smartphone può contenere più di 1000 sostanze diverse. Ma difficile non significa impossibile e le nuove tecnologie rendono sempre più praticabile l'estrazione di queste risorse. Secondo il FEM, un impianto di riciclaggio in Cina recupera più cobalto dai rifiuti elettronici riciclati di quanto ne estraiga-no le miniere del Paese in un anno. Mentre aumenta la pressione sui produttori di dispositivi elettronici affinché riducano le esternalità ambientali, è lecito aspettarsi una crescita del mercato dei materiali di recupero.

Rispetto agli altri settori menzionati in questo rapporto, l'elettronica ha risposto con maggior lentezza alla domanda di prodotti più sostenibili. Almeno in parte, potrebbe dipendere dalle barriere in ingresso al settore dell'elettronica di consumo, che rendono difficile per gli operatori esistenti competere con i grandi del mercato. Ironia della sorte: per un settore così proteso alla disgregazione è incredibilmente difficile attuarla. Tuttavia, con l'aumento della domanda al consumo, l'opportunità di soluzioni che colmino questa lacuna di mercato potrebbe essere significativa.

“ Il fiume di rifiuti elettronici potrebbe riempire più di un milione di camion a 18 ruote da New York a Bangkok e ritorno.



Cibi e bevande

Secondo l'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'alimentazione e l'agricoltura (FAO), all'agricoltura si deve oltre il 70% del consumo d'acqua, l'80% della deforestazione e il maggior contributo a deossigenazione degli oceani, depauperamento dei terreni e cambiamento climatico. L'Istituto mondiale delle risorse stima che la produzione agricola dovrà aumentare di oltre il 50% nei prossimi decenni per sfamare una popolazione in aumento, rendendo sempre più evidente la necessità di ripensare l'alimentazione a livello mondiale.

Questo cambiamento di mentalità potrebbe apportare notevoli vantaggi ambientali e sociali. Secondo la Banca Mondiale il 70% dei poveri di tutto il mondo è rappresentato da piccoli agricoltori, per lo più donne. Il passaggio a un sistema alimentare più sostenibile potrebbe

garantire una distribuzione più equa della ricchezza, contribuendo anche allo sviluppo sostenibile in termini di fame nel mondo, riduzione della povertà e promozione della parità di genere. Alcuni ricercatori ritengono che pratiche agricole sostenibili come l'agricoltura rigenerativa possano annullare il riscaldamento globale, ripristinando i nutrienti del terreno, ripopolando vecchie specie vegetali e animali e aumentando la capacità dei terreni di accumulare acqua, riducendo così l'impronta idrica dell'agricoltura e irrobustendo i raccolti contro siccità e piogge torrenziali. Anche pratiche di pesca sostenibili potrebbero ripopolare gli oceani, consentendo il recupero di risorse ittiche e altre specie marine, migliorando le vite dei circa 950 milioni di persone che basano il loro sostentamento sui mari.



“ La produzione agricola dovrà aumentare di oltre il 50% nei prossimi decenni per sfamare una popolazione in aumento.

Senza contare l'enorme opportunità per gli investitori. L'interesse dei consumatori per i cibi sostenibili è in aumento. In uno studio condotto da Berkley nel 2017, sostenibilità e tracciabilità dei prodotti alimentari hanno surclassato tutti gli altri requisiti, compresi controllo delle porzioni, sapore, valori nutrizionali o facilità di preparazione. In un altro recente sondaggio commissionato dalla direzione generale del Commercio della Commissione dell'Unione europea, il 98% dei rivenditori di generi alimentari in Europa ha riferito un aumento totale di quasi il 20% delle vendite di prodotti sostenibili negli ultimi 5 anni.

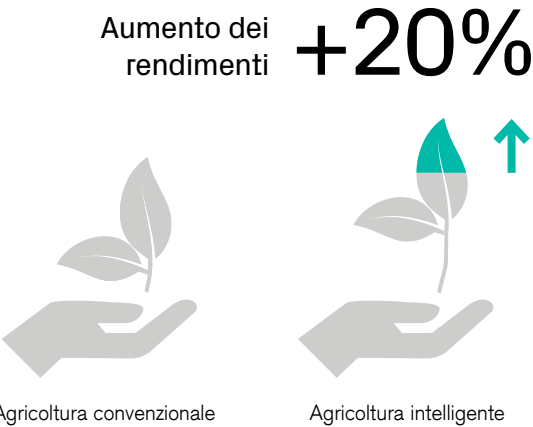
La preferenza di acquisto di alimenti prodotti in maniera sostenibile di oltre la metà dei consumatori rappresenta un'enorme opportunità per gli investitori.

Agricoltura hi-tech
Poca acqua, cambiamento climatico, crescita demografica e meno terreni coltivabili pro capite fanno sì che il futuro dell'alimentazione dipenda dalla capacità dell'agricoltura di fare di più con meno e, a tale scopo, gli agricoltori fanno sempre più uso di innovazioni tecnologiche: droni, immagini satellitari e orti biologici.

L'agricoltura intelligente, una variegata serie di strumenti e pratiche che usano le tecnologie informatiche e di telecomunicazione, consente di misurare le caratteristiche di raccolto e terreno con una precisione nell'ordine dei centimetri, permettendo agli agricoltori di valutare esattamente come e quando le varie parti di un campo vanno irrigate, fertilizzate e mietute con un potenziale di riduzione dell'uso di risorse e aumento dei rendimenti di ben il 20%.

Altre società si stanno concentrando sull'applicazione dei principi di ingegneria alla biologia, un settore emergente noto come biologia sintetica che, in agricoltura, promette di ridefinire sistemi biologici più adatti a un clima in rapido cambiamento. I sostenitori affermano che sistemi sintetici ben strutturati potrebbero anche annullare alcuni effetti dannosi dell'agricoltura. Una start-up statunitense, ad esempio, produce microbi direttamente applicabili ai raccolti per produrre azoto, eliminando completamente la necessità di fertilizzanti sintetici. Un'altra azienda usa l'acqua di rifiuto degli stabilimenti di birra e bevande per coltivare batteri da trasformare in mangime proteico per i pesci, eliminando la necessità di pescare pesce selvatico per nutrire i pesci di allevamento (una delle maggiori critiche all'acquacoltura).

Agricoltura intelligente
Diminuzione delle risorse



■ **Urbana e biologica**

Oltre 3/4 della popolazione mondiale vivrà in città entro la metà del secolo, per cui alcune aziende di cibi e bevande stanno concentrando i loro sforzi più vicino casa. Gli orti biologici e urbani sono stati promossi come potenziale soluzione per nutrire una popolazione in aumento in futuro. Sistemi di coltura alternativi come idroponica, aeroponica o orti verticali eliminano la necessità di suolo, luce solare o grandi quantità d'acqua, riducendone i consumi del 70% o più.

Se implementata a livello globale, l'agricoltura urbana potrebbe produrre ben 180 milioni di tonnellate metriche di cibo ogni anno, ossia circa il 10% della produzione globale di cereali, tuberi e verdura. Secondo un recente studio pubblicato sulla rivista Earth's Future, i servizi ecosistemici aggiuntivi legati all'agricoltura urbana (inclusi riduzione dell'effetto «isola di calore urbano», eliminazione dello scolo delle acque piovane, fissazione dell'azoto e disinfe-stazione) potrebbero valere complessivamente ben USD 160 miliardi all'anno.

■ **Rigenerativa e bio**

I timori sugli effetti nocivi per la salute e l'ambiente dei pesticidi hanno fatto aumentare la domanda di cibi bio. I composti organofosforici comunemente usati nei pesticidi sono stati collegati a vari problemi di sviluppo, inclusi autismo e sindrome da deficit di attenzione e iperattività (ADHD). È inoltre opinione diffusa che pesticidi, fertilizzanti e altri prodotti chimici usati nell'agricoltura industriale stiano deva-stando oceani, natura e clima, facendo così aumentare le vendite di cibi bio. Secondo Ecovia Intelligence, le vendite mondiali di cibi e bevande bio hanno superato USD 100 miliardi per la prima volta nel 2018, con un aumento del 6% dal 2017.

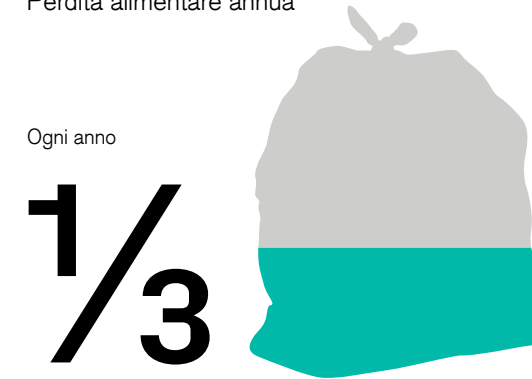
Alcuni oppositori sostengono che l'agricoltura bio, necessitando di più terreno a parità di rendimento, potrebbe non essere una soluzio-ne sostenibile per nutrire un pianeta in crescita. L'agricoltura rigenerativa potrebbe offrire un'alternativa. Il termine indica un sistema di pratiche agricole (di solito bio) che mirano a catturare il carbonio del terreno, aumentando biodiversità, bacini idrografici e migliorando i servizi ecosistemici. Diversamen-te dalle tradizionali pratiche agricole sostenibili, che mirano a limitare i danni, l'agricoltura rigenerativa promette di annullare attivamente il deterioramento di terreno, acqua e qualità dell'aria. Secondo uno studio dell'Università di Sheffield, visto l'abbandono di un terzo dei terreni a uso agricolo, l'agricoltura rigenerativa potrebbe dimostrarsi cruciale nel ridurre l'espansione agricola futura.

■ **Minimizzazione delle perdite alimentari**

Ogni anno circa 1/3 dei generi alimentari prodotti per il consumo umano va perso o sprecato; un enorme problema con costi globali annui che la FAO stima a ben USD 2600 miliardi.

Che spreco

Perdita alimentare annua



Ogni anno
del cibo va perso o sprecato, con un
costo annuo di USD 2600 miliardi.

Secondo un rapporto del Boston Consulting Group già solo riducendo la perdita alimentare e migliorando l'infrastruttura della supply chain si potrebbero risparmiare circa USD 270 miliardi all'anno, ad esempio usando rivestimenti invisibili di origine vegetale in grado di ritardare il deterioramento dei prodotti freschi o softwa-re per monitorare i rifiuti. Una società è riuscita a ridurre i rifiuti diretti alle discariche addirittura del 65% grazie a un apposito software di monitoraggio nel primo anno d'uso.

Altre innovazioni si concentrano sulla riduzione delle perdite alimentari nei paesi in via di sviluppo, che ammontano a circa la metà di quelle totali. Mentre lo spreco di cibo è alto sia nei paesi industrializzati che in quelli via di sviluppo, la maggior parte delle perdite alimen-tari nei paesi in via di sviluppo si ha dopo il raccolto e durante la lavorazione. Alcune delle soluzioni più basilari contro lo spreco di cibo potrebbe quindi risiedere al fondo della supply chain alimentare: i sili per cereali in metallo hanno aiutato a combattere i funghi che rovinano le scorte di granaglie e l'uso di sacchi anziché cassette a conservare meglio i pomodori. Un partenariato pubblico-privato in Kenya, ad esempio, è riuscito a più che raddoppiare la quantità di prodotti alimentari acquistati da piccoli agricoltori con gruppi frigoriferi fotovoltaici «pay as you store».

Infine alcune aziende si stanno concentrando su modi alternativi per trasformare con l'upcycling gli scarti alimentari in cibo e in altri prodotti, ad esempio trasformando i chicchi di caffè usati in legname e pallet a biomassa o gli scarti alimentari in prodotti alimentari nuovi (ad es. snack fatti con straccetti di petto di pollo, purè di verdure e altri prodotti derivanti da avanzi). L'aumento delle iniziative di questo tipo fa sì che ciò che prima veniva buttato come rifiuto oggi riesca a diventare una risorsa preziosa a tutti gli effetti.

■ **Diete a base vegetale**

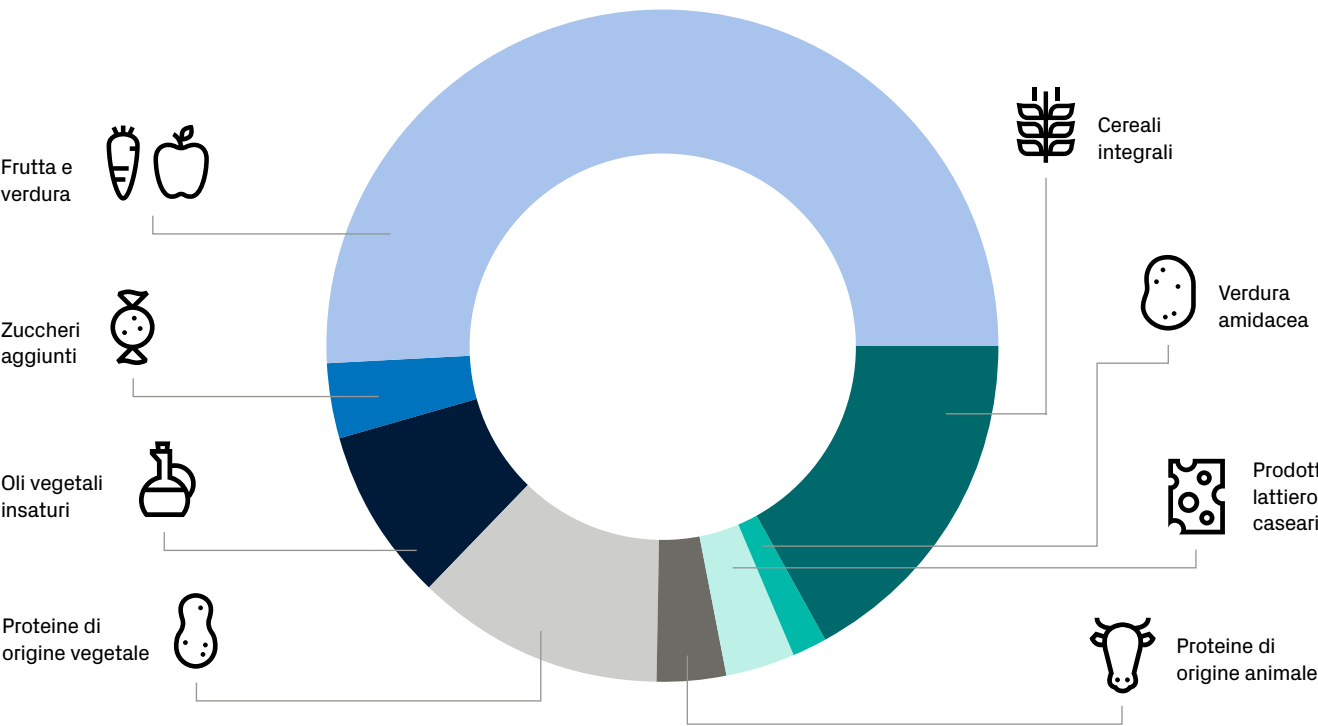
Secondo un nuovo studio condotto dai ricercatori dell'Università di Oxford se tutti si convertissero a una dieta a base vegetale, l'uso globale dei terreni agricoli diminuirebbe di oltre il 75% (un'area equivalente a USA, Cina, Unione europea e Australia messi insieme), contrastando deforestazione, perdite di biodiversità ed estinzioni di massa. L'alleva-

mento usa l'83% dei terreni agricoli mondiali, producendo però solo il 18% di calorie, e contribuisce per il 18% alle emissioni di gas a effetto serra, più di tutte le forme di trasporto messe insieme. Inoltre una ricerca dell'Ameri-can Heart Association ha dimostrato che una dieta a base vegetale (ossia in cui almeno il 70% dei pasti non contiene carne) potrebbe diminuire notevolmente le morti per attacchi di cuore, ictus e altre patologie cardiovascolari.

Considerando i vantaggi ambientali e salutari, forse non sorprende che i consumatori (almeno nei paesi ad alto reddito) siano maggiormente interessati a variegare le loro diete mangiando meno carne e più verdura. Secondo una ricerca di Mintel solo nel Regno Unito le vendite di alimenti senza carne sono aumentate del 22% tra il 2013 e il 2018; un aumento destinato a proseguire e stimato pari a un ulteriore 44% entro il 2023.

Una dieta sostenibile

Il piatto salutare per tutto il pianeta



Nel 2019 la Commissione EAT-Lancet ha quantificato una dieta salutare di riferimento universale rivolta alla necessità di nutrire una popolazione mondiale in aumento, stabilendo anche sistemi alimentari sostenibili che minimizzino i danni al nostro pianeta. Pur conservando una piccola quantità di carne nella dieta, la Commissione ha dimostrato che i paesi sviluppati dovrebbero consumare l'80% e i paesi in via di sviluppo il 50% di carne in meno.

Fonte EAT Foundation

Mobilità

Come sottolineato in un articolo di Elizabeth Kolbert nel New Yorker, il mezzo di trasporto più usato nelle città occidentali a metà del XVIII secolo erano i tram trainati da cavalli. Fino al 1880 nella sola New York vivevano più di 150 000 cavalli che mediamente producevano ognuno poco meno di 10 kg di letame al giorno. Gli urbanisti avvertirono che, se non si fosse intervenuto urgentemente, ben presto tutte le città del mondo si sarebbero trovate «nella cacca fino al collo». La crisi si risolse spontaneamente verso l'inizio del XIX secolo. Dal 1912 a New York i cavalli furono surclassati dalle automobili.

Oggi i sistemi di trasporto mondiali stanno affrontando una nuova sfida: il cambiamento climatico. Il trasporto mondiale, che include dagli aerei alle auto, è per lo più alimentato da

carburanti fossili. Il settore globale dei trasporti conta il 14% delle emissioni di gas a effetto serra mondiali. La Convenzione quadro delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici ha previsto che, senza politiche incisive e di lungo periodo, queste emissioni raddoppieranno entro il 2050.

A questo si aggiungono gli ingorghi. La popolazione urbana è quadruplicata negli ultimi 50 anni e il numero passeggeri su auto e moto è sestuplicato. Secondo l'Organizzazione mondiale della sanità 9 persone su 10 vivono in luoghi in cui la qualità dell'aria è scesa al di sotto dei limiti di salubrità, portando il numero di decessi l'anno a 7 milioni. Senza cambiamenti urgenti nella mobilità, le città di tutto il mondo soffocheranno nel vero senso della parola.



D'altro canto: i veicoli elettrici sono davvero sostenibili?

Alcuni oppositori si sono chiesti se i veicoli elettrici siano più sostenibili delle tradizionali auto con motore a combustione. La produzione di veicoli elettrici richiede più alluminio (per compensare le batterie più pesanti), più rame (per condurre elettricità) e più litio, nonché minerali rari, rispetto alle alternative non elettriche. Ciò significa che vengono prodotti più gas a effetto serra nella produzione di veicoli elettrici rispetto che per le alternative (non elettriche) tradizionali.

Per rispondere a questa domanda, l'International Reference Center for the Life Cycle of Products, Processes and Services (CIRAIG) ha stilato un bilancio ecologico di consumi, emissioni e ricadute ecologiche dei veicoli elettrici, dall'estrazione dei materiali fino a fine vita.

Com'era forse prevedibile, l'ecologicità dei veicoli elettrici sta solo nella rete elettrica usata per ricaricarli. Anche con il mix energetico più ecologico solo la distanza percorsa con un veicolo elettrico rispetto che con un veicolo tradizionale è in

grado di stabilire se valga ecologicamente la pena passare ai veicoli elettrici. Nel Québec, ad esempio, dove il 99% dell'energia elettrica viene prodotta da fonti rinnovabili, un'auto dovrebbe percorrere oltre 50 000 chilometri prima di surclassare un veicolo tradizionale, almeno in termini di gas a effetto serra. Per contro in Germania, dove i combustibili fossili continuano a costituire gran parte del mix energetico totale, un'auto dovrebbe percorrere almeno 150 000 chilometri prima che il passaggio sia ecologicamente sostenibile.

“ Il settore globale dei trasporti conta il 14% delle emissioni di gas a effetto serra mondiali.

Come è successo per i tram trainati da cavalli appena un secolo fa, però, le innovazioni tecnologiche stanno rivoluzionando il futuro della mobilità. Dall'elettrificazione all'Internet delle cose (IoT), stanno convergendo molti trend per facilitare il passaggio a mezzi di trasporto più ecologici:

■ **Elettrificazione**

Pensando al futuro della mobilità, la prima parola che viene subito in mente è: elettrica.

Dai veicoli interamente alimentati a batteria a quelli ibridi, la mobilità elettrica si sta diffondendo rapidamente. Nel 2018, secondo l'Agenzia internazionale per l'energia, le auto elettriche in circolazione erano più di 5 milioni rispetto agli appena 2 milioni dell'anno precedente. In termini di vendite il numero di auto elettriche nuove vendute in tutto il mondo è quasi raddoppiato.

L'elettrificazione è guidata da una combinazione di iniziative politiche e innovazioni tecnologiche. Nel tentativo di arginare l'inquinamento, nel 2010 la Cina ha introdotto sovvenzioni per i veicoli elettrici e reso più difficile l'immatricolazione dei motori a combustione e ora rappresenta il maggiore mercato mondiale per le auto elettriche. Analogamente nel 2018 l'Unione europea ha approvato diversi strumenti politici importanti per sostenere la crescita del mercato dei veicoli elettrici, inclusi nuovi standard per il consumo di carburante, incentivi per sostenere l'installazione di colonnine di ricarica e appalti pubblici di bus elettrici. Grandi città europee come Parigi, Madrid, Oslo, Bruxelles, Berlino, Amburgo e Stoccarda prevedono di bandire tutti i veicoli eccetto quelli elettrici entro il 2030.

Un altro importante fattore di crescita del mercato dei veicoli elettrici è l'innovazione. Dal 2010 il costo medio delle batterie agli ioni di litio è diminuito dell'85% ed è destinato a scendere ulteriormente nel prossimo decennio grazie a economia di scala e miglioramenti nella composizione chimica e nei sistemi di gestione delle batterie. Entro il 2022 Bloomberg New Energy Finance stima che il costo delle auto elettriche scenderà al di sotto di quello dei veicoli a combustione interna.

■ **Mobilità condivisa**

Da Shanghai a New York, i consumatori di tutto il mondo stanno abbandonando i loro veicoli a favore della mobilità condivisa. Secondo un rapporto McKinsey del 2016 i nuovi modelli di business basati sulla mobilità condivisa potrebbero portare altri USD 1500 miliardi in valore di mercato entro il 2030.

Una buona notizia non solo per gli investitori della mobilità condivisa, ma anche per l'ambiente. Riducendo il tempo in cui i veicoli stanno fermi parcheggiati, il car sharing promette di diminuire il numero totale di auto nuove acquistate, arginando così le problematiche ambientali legate a produzione e rottamazione dei veicoli. Inoltre il mobility sharing può integrare i trasporti pubblici, consentendo ai pendolari di sopperire alle carenze della rete di trasporti pubblici, se necessario.

Soprattutto la micromobilità potrebbe aumentare l'accesso ai trasporti pubblici, ridurre il numero di auto in circolazione e abbassare l'impronta ambientale del pendolarismo. Il termine indica una serie variegata di modi condivisi di trasporto offerti da veicoli ultra leggeri come scooter elettrici, skateboard o biciclette. Secondo l'analisi di Wired Magazine, 1 ora di

carica a 1 kW potrebbe far percorrere circa 13 km a un'auto a benzina, quasi 66 km a un'auto elettrica e circa 1332 km a uno scooter elettrico. Per il prezzo di una sola Tesla Modello 3 (USD 53 000), una città potrebbe acquistare più di 100 scooter elettrici di alta qualità, rendendoli un'alternativa abbordabile per alcune megalopoli in rapida crescita dei mercati emergenti.

■ **Infrastruttura**

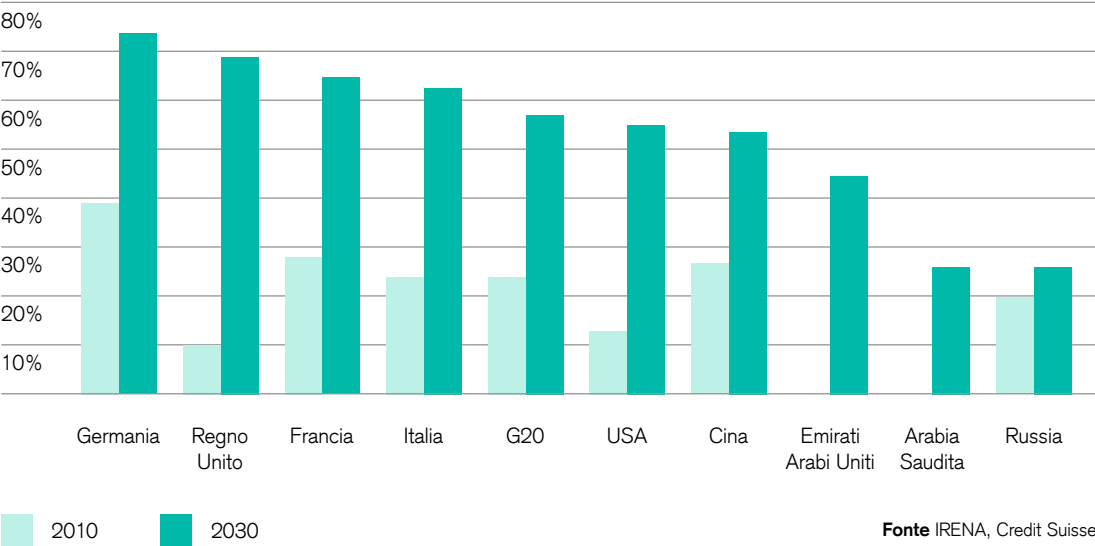
Infine il passaggio alla mobilità sostenibile richiederà notevoli investimenti nelle infrastrutture. Se tutte le auto dovessero diventare elettriche, la domanda di energia elettrica aumenterebbe di circa il 20%-30%. Se la fornitura di questa nuova energia non è rinnovabile, i veicoli elettrici potrebbero aumentare (anziché ridurre) le emissioni di gas a effetto serra legate al traffico.

Analogamente nessuna delle soluzioni di mobilità privata menzionate nel presente documento può sostituire la necessità di migliorare i trasporti pubblici. Anche se innovazioni come veicoli elettrici e mobilità condivisa possono contribuire a migliorare la situazione, i trasporti pubblici, soprattutto se elettrici, restano il metodo di trasporto urbano e periurbano più sostenibile.



È ora di cambiare

Energia rinnovabile in percentuale della capacità totale di produzione energetica



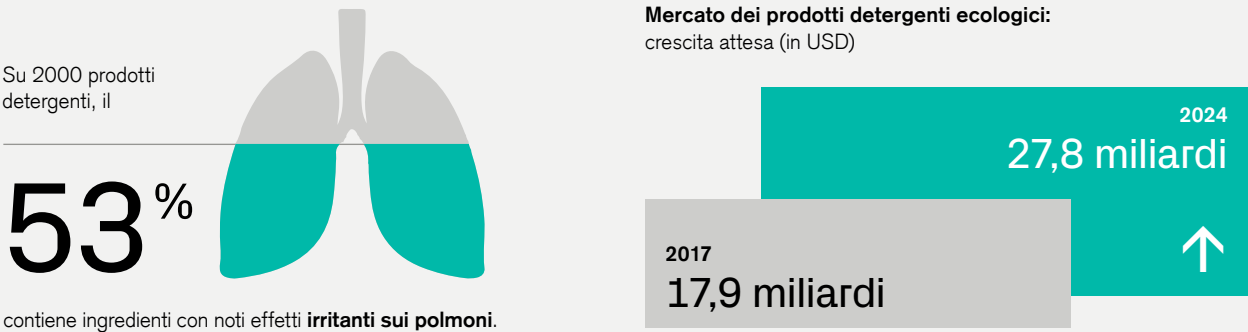
Prodotti per la casa e l'igiene personale

Da decenni i settori dei prodotti per la casa e l'igiene personale assistono a una crescita pressoché ininterrotta. Il mantra che i batteri sono nocivi e che la bellezza è il risultato di innumerevoli prodotti è una delle grandi storie di successo del marketing. La famiglia statunitense media spende circa USD 600-800 all'anno in prodotti per la pulizia della casa.

Il paradosso è che, a fronte della nostra ossessione per il pulito, l'ambiente è sempre più sporco. Gli agenti chimici presenti nei prodotti per la pulizia della casa e l'igiene personale finiscono nei corsi d'acqua, contaminano l'aria con microparticelle e sono tossici per la biodiversità e la fauna selvatica, mettendo a rischio la catena alimentare. Un recente studio ha rilevato che l'impatto sulla salute dei polmoni risultante dall'esposizione prolungata a spray detergenti equivale a fumare un pacchetto di sigarette al giorno.



Pulizia ecologica



Bellezza naturale e biologica



Cruelty-free /vegano



Fonte cfr. i riferimenti a pagina 42

Non è tutto oro (mica) quel che luccica

La mica, appartenente a un gruppo di 37 minerali cristallini, è da tempo l'ingrediente principale per conferire lucentezza ai prodotti. Ma il suo splendore nasconde un lato oscuro. Si stima che il 25% della produzione mondiale di mica avvenga in miniere illegali, molte delle quali ricorrono al lavoro minorile, in condizioni di pericolo e spesso di sfruttamento.

La Responsible Mica Initiative si prefigge di introdurre pratiche eque, migliorare la tracciabilità lungo le filiere, tutelare le comunità locali e favorire condizioni legali e vivibili per i diretti interessati. Alcuni grandi marchi di bellezza hanno aderito all'iniziativa, con l'obiettivo di rendere la supply chain della mica al 100% sostenibile entro il 2022.



Investire nel tema “Consumatore responsabile”

Intervista con Lombard Odier

Sta aumentando l'interesse per il consumo sostenibile. È una moda passeggera o un trend futuro?

Oggi l'economia globale si trova di fronte a sfide che richiedono urgentemente soluzioni sostenibili. Ovunque è sotto pressione: dal problema dei rifiuti alimentari all'uso eccessivo della plastica, fino alle crescenti emissioni di gas a effetto serra. Queste emergenze spingono autorità di vigilanza, aziende e consumatori a cambiare abitudini. Questi tre attori sono strettamente interconnessi.

Ritiene che sia una minaccia o un'opportunità per le aziende?

Naturalmente una transizione su questa scala implica rischi di disgregazione per le aziende che non sono disposte a cambiare o non sono in grado di farlo. Ma sarà fonte di grandi opportunità e di una crescita redditizia per quelle che integreranno la sostenibilità nel loro DNA e si concentreranno sulle sfide di particolare rilievo per il loro settore.

Ritiene che le istituzioni finanziarie abbiano un ruolo nel promuovere la sostenibilità?

A nostro avviso la sostenibilità sarà il più importante fattore di rendimento, quindi dovrebbe essere al centro di qualsiasi decisione d'investimento. Mentre i principali driver del cambiamento guadagnano slancio, le opportunità d'investimento sostenibili offrono il potenziale per una crescita e un rendimento superiori alla media. Noi di Lombard Odier siamo convinti che sia fondamentale differenziare tra vincitori e vinti in questa transizione verso un'economia più sostenibile. I vincitori saranno le aziende con una solida situazione finanziaria, sane prassi operative e un modello di business concepito per avere successo a lungo termine.

“Naturalmente una transizione su questa scala implica rischi di disgregazione per le aziende che non sono disposte a cambiare o non sono in grado di farlo.

I progressi in un'area spesso promuovono nuove iniziative in un'altra, innescando cambiamenti in tutti i settori e catene di creazione del valore. Non è una moda passeggera. Si tratta di un cambiamento strutturale che riteniamo alimenterà una transizione sempre più rapida verso la sostenibilità.

Se si guarda all'industria alimentare, le proiezioni indicano un'opportunità da USD 250 miliardi nell'agricoltura di precisione, che include il monitoraggio dei raccolti in tempo reale, l'apporto “on-demand” di irrigazione e sostanze nutritive, la conduzione automatica dei veicoli e la semina personalizzata per migliorare la resa. Il primo obiettivo, ovvio ed essenziale, è l'ottimizzazione della supply chain: migliorare le date di scadenza, il consumo idrico e la distribuzione alimentare genera ingenti necessità d'investimento, che stiamo già segnalando agli investitori.

Nell'ambito del consumo sostenibile, vediamo quattro temi d'investimento chiave: prodotti alimentari sostenibili, catene di distribuzione sostenibili, stili di vita sostenibili e sistemi urbani sostenibili. In particolare, riteniamo che la transizione verso un'economia di consumo più sostenibile sia una sfida intersettoriale destinata a creare opportunità al di là dei tradizionali settori dei beni di consumo.

Le istituzioni finanziarie, tra cui Lombard Odier e Credit Suisse, sono anche agenti di cambiamento. Riconoscendo i rischi finanziari associati alle sfide in materia di sostenibilità, oltre alla portata delle opportunità offerte dalla transizione verso un modello più sostenibile, sempre più investitori obbligano le aziende e i consigli direttivi a rendere conto del loro operato.

Turismo sostenibile

Gli ultimi due decenni sono stati cruciali nel migliorare l'accesso e la mobilità dei viaggiatori. La maggiore offerta di destinazioni di volo, unita alla riduzione dei prezzi medi, significa poter viaggiare rapidamente in tutto il mondo a prezzi contenuti. Il 2018 ha segnato il nono anno consecutivo di crescita del turismo. Oltre ai molti potenziali vantaggi per i Paesi (impulso economico, sviluppo delle infrastrutture e crescita dell'occupazione), il turismo comporta anche notevoli sfide ambientali e sociali.

Il sovraturismo può avere effetti devastanti sull'ambiente. Secondo l'ONU, il turismo è la quarta fonte di inquinamento in Europa e rappresenta circa l'8% delle emissioni di carbonio globali. Altre conseguenze ambientali includono, tra l'altro, inquinamento atmosferico, deforestazione, erosione e danneggiamento delle barriere coralline.

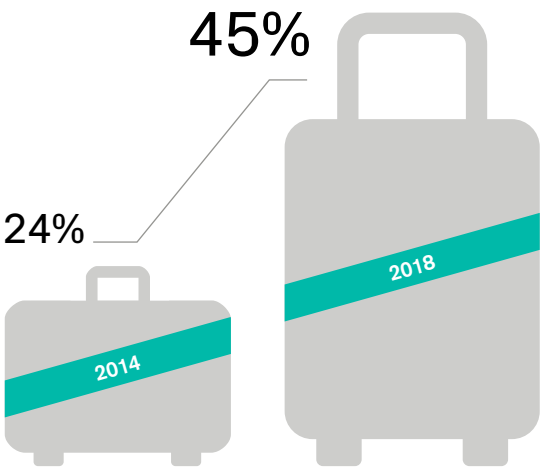
Ma le ripercussioni negative del turismo di massa non si limitano al suo impatto ambientale. I bassi salari e i contratti stagionali del settore implicano che le comunità locali potrebbero non ricevere una quota equa del denaro speso dai visitatori. In alcuni casi, il turismo può anche essere associato a violazioni dei diritti umani, come tratta di essere umani, lavoro forzato o criminalità.

Per fortuna stanno guadagnando terreno nuovi trend, come il turismo sostenibile, praticato da chi vuole viaggiare in modo più responsabile. Nel mese di aprile 2019, in un sondaggio su oltre 18 000 utenti, Booking.com ha riscontrato che la consapevolezza e l'interesse per il turismo responsabile sono quasi raddoppiati negli ultimi anni. Nel 2014, solo il 24% degli intervistati considerava la sostenibilità un aspetto importante del viaggio. Nel 2018 quella cifra era salita al 45%. Ora i consumatori sono molto più attenti all'impatto delle loro azioni sul pianeta e i suoi abitanti.

Ma, nonostante la crescente popolarità, il turismo sostenibile si trova ancora di fronte a molte sfide che potrebbero escluderlo dai circuiti mainstream. I turisti dipendono dai trasporti. Per definizione, ciò significa che il turismo è sostenibile solo nella misura in cui lo sono aerei, treni, auto e navi destinati al trasporto dei turisti verso le mete di vacanza (cfr. Mobilità, pag. 28). Analogamente, alcuni studi evidenziano che solo il 4% del settore dei viaggi offre prodotti e/o servizi responsabili. Considerando che quasi la metà dei viaggiatori esprime interesse per il turismo sostenibile, emerge una chiara lacuna di mercato.

Turismo responsabile

La consapevolezza è quasi raddoppiata negli ultimi anni



La buona notizia è che sul fronte dell'offerta turistica sono in atto cambiamenti e le organizzazioni hanno iniziato a garantire più trasparenza ai clienti. Anche il settore della ricettività sta intensificando gli sforzi: un crescente numero di catene alberghiere ha annunciato l'obiettivo di ridurre gli scarti alimentari del 50% entro il 2025 mentre altre hanno deciso di rinunciare ai set di cortesia nel tentativo di combattere lo spreco di plastica.

Il turismo sostenibile non può più essere ignorato. L'impatto devastante del sovraturismo conferma la necessità che consumatori, governi e aziende adottino pratiche sostenibili.



Conclusione

Nel suo best seller del 1968, “The Population Bomb”, il biologo Paul R. Ehrlich di Stanford prevedeva che la sovrappopolazione avrebbe presto causato uno scenario apocalittico. Entro il decennio, pronosticava Ehrlich, milioni di persone in tutto il mondo sarebbero morte di fame per carenza di risorse. Entro il 1985, materiali cruciali sarebbero giunti a esaurimento, con conseguente aumento incontrollato dei prezzi. “Alla fame della popolazione si sarebbe aggiunta la fame di materiali delle industrie”.



All'epoca, le predizioni di Ehrlich sembravano piuttosto ragionevoli. La popolazione stava crescendo a ritmo esponenziale; non così le risorse.

Ma eccoci qui, mezzo secolo dopo. La popolazione mondiale ha continuato a crescere; ma non la fame. Di fatto, la quota della popolazione mondiale che vive in condizioni di povertà assoluta è scesa di oltre il 50%. Lungi dallo scenario apocalittico ipotizzato da Ehrlich, stiamo assistendo a “un'era di prosperità globale senza precedenti”.

Ma dal 1968 cosa è accaduto nel mondo da far apparire le previsioni di Ehrlich così “comicamente negative”, nelle parole di uno dei suoi più aspri detrattori? Semplicemente, l'umanità è riuscita a scoprire modi sempre più ingegnosi per scampare alla bomba demografica di Ehrlich. Mentre Ehrlich prevedeva che le riserve di cibo sarebbero presto finite, il mondo scopriva nuovi metodi di coltivazione (la resa di alcune colture è aumentata del 100%). Mentre Ehrlich prevedeva che le riserve economicamente recuperabili di petrolio sarebbero rimaste stagnanti, il mondo inventava nuovi metodi per trovare e recuperare il petrolio da riserve inesplorate (per non parlare delle nuove fonti di energia come quella solare e geotermica). E mentre Ehrlich prevedeva che la scarsità di riserve idriche avrebbe presto determinato un calo della resa agricola, il mondo introduceva nuove colture a basso consumo di acqua.

Ma la premessa alla base della previsione di Ehrlich resta valida: se non gestite in modo responsabile, le risorse della terra sono destinate a esaurirsi. Stiamo già forzando i limiti di ciò che la natura può ragionevolmente sostenere.

Il decoupling si riferisce a un teorico futuro in cui la crescita economica sarà garantita senza un corrispondente incremento della pressione sull'ambiente. Se dobbiamo continuare a prosperare (e scampare all'apocalisse di Ehrlich), sarà necessario un rapido sganciamento dei consumi dall'erosione ambientale alla quale sono associati. La buona notizia è che, ancora una volta, il mondo sta raccogliendo la sfida. Dalla slow fashion all'agricoltura rigenerativa, il futuro dei consumi sarà sostenibile.

Gli investitori sono importanti stakeholder in questa transizione. Assicurando capitale di crescita e di avviamento per l'innovazione sostenibile, possono finanziare direttamente la transizione verso un'economia più sostenibile. Analogamente, acquistando azioni in società in prima linea nella transizione, gli investitori mandano un importante segnale al mercato: la produzione e il consumo sostenibili contano. Infine, gli investitori che hanno voce in capitolo come azionisti svolgono un ruolo importante nell'indirizzare le aziende verso la sostenibilità.

Non solo è un bene per il mondo. È anche un buon investimento. Dalla moda sostenibile all'elettronica a zero rifiuti, il decoupling potrebbe dischiudere potenziali opportunità per USD 4500 miliardi l'anno. I consumatori richiedono più prodotti sostenibili e le autorità di vigilanza hanno moltiplicato le misure contro i trasgressori: gli investitori farebbero bene a prendere nota.

Sigla editoriale

Autori

Nicole Neghaiwi
Alexandra Stettler
Vivienne E. Yang

Contributi

Marisa Drew
Dana Barsky
Aurelie Gupta
Steven Bates
Thomas Erdmann
Lombard Odier

Supporto editoriale

Christa Jenni
Catherine McLean Trachsler

Gestione di progetto

Camilla Damm Leuzinger
Claudia Biri

Termine editoriale

13 settembre 2019

Progettazione

LINE Communications AG

Informazioni importanti

Il presente documento è stato redatto da CREDIT SUISSE GROUP AG e/o società collegate ("Credit Suisse").

Viene fornito per finalità puramente informative e illustrative, non costituisce un annuncio pubblicitario, una valutazione, un'analisi d'investimento, una raccomandazione di Research, una raccomandazione d'investimento o materiale informativo che raccomandi o suggerisca una strategia d'investimento e non contiene un'analisi finanziaria. Inoltre esso non rappresenta un invito né un'offerta al pubblico o su base privata a sottoscrivere o acquistare prodotti o servizi. I benchmark, nella misura in cui sono menzionati, servono esclusivamente a fini comparativi. Le informazioni contenute nel presente documento sono state fornite esclusivamente come commento generale e non costituiscono una forma di raccomandazione personale, consulenza in materia di investimenti, consulenza finanziaria, fiscale, contabile o altro tipo di consulenza o raccomandazione o altro servizio finanziario. Esse non tengono conto di obiettivi d'investimento, della situazione o delle esigenze finanziarie, né della conoscenza ed esperienza dei destinatari. Le informazioni fornite non hanno la pretesa di fornire una base sufficiente per prendere una decisione di investimento, disinvestimento o conservazione. Credit Suisse raccomanda che qualsiasi persona potenzialmente interessata agli elementi descritti nel presente documento cerchi di ottenere informazioni e consulenze rilevanti (compresi, ma non solo, i rischi) prima di prendere una decisione d'investimento.

Le informazioni contenute nel presente documento sono state fornite alla data di redazione e potrebbero non essere più aggiornate alla data in cui il lettore vi avrà accesso. Possono variare in qualsiasi momento senza preavviso e senza obbligo di aggiornamento.

Nella misura in cui il presente documento contiene dichiarazioni riguardanti la performance futura, tali dichiarazioni sono di natura previsionale e soggette a diversi rischi e incertezze. Si rammenta che i rendimenti passati, le performance storiche e gli scenari sui mercati finanziari non rappresentano un indicatore attendibile della performance futura. Sono sempre possibili perdite significative.

Il presente materiale non è destinato o indirizzato a, o concepito per la distribuzione o l'uso da parte di persone o entità con residenza o ubicazione in una giurisdizione in cui tale distribuzione, pubblicazione, disponibilità o utilizzo siano contrari al diritto o alle normative applicabili, o che comportino per Credit Suisse l'obbligo di registrazione o di ottenimento di una licenza in tale giurisdizione.

Il destinatario è informato del fatto che potrebbe sussistere una relazione d'affari tra una persona giuridica a cui si fa riferimento nel presente documento e un'entità di Credit Suisse e che non possono essere esclusi potenziali conflitti di interessi derivanti da tale relazione.

Il presente documento è stato redatto sulla base di fonti che Credit Suisse ritiene attendibili, tuttavia non fornisce alcuna garanzia in merito alla loro accuratezza o completezza.

Credit Suisse può fornire, o aver fornito nel corso degli ultimi 12 mesi, una consulenza significativa o servizi d'investimento in relazione a qualsivoglia società o emittente menzionato.

Il presente documento può contenere indirizzi a siti web o i relativi collegamenti ipertestuali. Credit Suisse non ha esaminato i siti collegati e non si assume alcuna responsabilità in merito ai contenuti dei siti in questione. Tali indirizzi o collegamenti ipertestuali (compresi gli indirizzi o i collegamenti ipertestuali al sito web di Credit Suisse) sono forniti esclusivamente per vostra convenienza e informazione e i contenuti dei siti collegati non costituiscono in alcun modo parte integrante del presente documento. L'accesso a questi siti o l'utilizzo di questi link attraverso il presente documento o dal sito di Credit Suisse è a vostro rischio.

Il presente documento è destinato esclusivamente alla persona a cui è stato consegnato da Credit Suisse. Non può essere riprodotto, né totalmente né parzialmente, senza previa autorizzazione scritta di Credit Suisse.

Quando distribuito da Credit Suisse Securities (India) Private Limited India: il presente rapporto è distribuito da Credit Suisse Securities (India) Private Limited (n. CIN U67120MH1996PTC104392), regolamentato dal Securities and Exchange Board of India come Portfolio Manager (n. registrazione INP000002478), Research Analyst (n. registrazione INH 000001030) e Stock Broker (n. registrazione INZ000248233), con sede legale in 9th Floor, Ceejay House, Dr.A.B. Road, Worli, Mumbai - 18, India, tel. +91-22 6777 3777.

Quando distribuito da Credit Suisse Financial Services (Israel) Ltd. in Israele: il presente documento è distribuito da Credit Suisse Financial Services (Israel) Ltd. Credit Suisse AG, inclusi i servizi offerti in Israele, non è soggetto alla supervisione del Supervisor of Banks presso la Bank of Israel, ma dell'autorità competente in materia di vigilanza sulle banche in Svizzera. Credit Suisse Financial Services (Israel) Ltd. è un promotore di investimenti autorizzato in Israele e, pertanto, le sue attività di marketing degli investimenti sono soggette alla supervisione dell'Israel Securities Authority.

Quando distribuito da Credit Suisse Securities (Japan) Limited ("CSJL") in Giappone: in Giappone, il presente materiale è distribuito da Credit Suisse Securities (Japan) Limited ("CSJL"), una Financial Instruments Firm registrata (Director General di Kanto Local Finance Bureau (Kinsho) n. 66). CSJL è membro di Japan Securities Dealers Association, Financial Futures Association of Japan, Japan Investment Advisers Association e Type II Financial Instruments Firms Association.

Sudafrica: le entità giuridiche Credit Suisse AG (n. FSP 9788) e Credit Suisse UK (n. FSP 48779) sono registrate come fornitori di servizi finanziari presso la Financial Sector Conduct Authority in Sudafrica.

Stati Uniti: il presente documento è emesso e distribuito negli Stati Uniti da CSSU, membro di NYSE, FINRA, SIPC e NFA, e CSSU accetta la responsabilità per il suo contenuto. I clienti sono invitati a contattare gli analisti ed eseguire le transazioni tramite una società controllata o affiliata di Credit Suisse nelle rispettive giurisdizioni, salvo altrimenti consentito dal diritto applicabile.

Copyright © 2019. CREDIT SUISSE GROUP AG e/o società collegate. Tutti i diritti riservati.



Riferimenti

- ABTA (2019). Travel Trends Report.
- Accenture. Lacy, Peter & Rutqvist, Jakob (2015). Waste to Wealth: The Circular Economy Advantage. 1st ed. English: Palgrave Macmillan.
- BloombergNEF (2019). A Behind the Scenes Take on Lithium-ion Battery Prices.
- Boon Kauffman, et al. (2017). The jumbo carbon footprint of a shrimp: carbon losses from mangrove deforestation. *Frontiers in Ecology and Environment*.
- BloombergNEF, McKinsey & Company (2016). An Integrated Perspective on the Future of Mobility.
- Boston Consulting Group (2018). Tackling the 1.6 Billion-Ton Food Loss and Waste Crisis.
- Breitburg et al. (2018). Declining oxygen in the global ocean and coastal waters. *Science*. Vol 359.
- Center for Responsible Travel (2018). The Case for Responsible Travel.
- Changing Markets Foundation (2018). Dirty Fashion Revisited: Spotlight on a polluting Viscose Giant.
- CIRAIG (2019). Comparaison des Filières de Production d'Électricité et des bouquets d'Énergie Électrique.
- Clinten et al. (2018). A Global Geospatial Ecosystem Services Estimate of Urban Agriculture. *Earth's Future*.
- CoolProducts, Right to Repair, European Environmental Bureau (2019). Cool products don't cost the earth.
- Crawford, Amy (2018). Big Data Suggests Big Potential for Urban Farming. *Wired Magazine*.
- Credit Suisse (2019). The Age of Plastics at a tipping point.
- Davies RWD, et al. (2009). Defining and estimating global marine fisheries bycatch. *Marine Policy*.
- Danovaro, et al. (2008). Sunscreens cause coal bleaching by promoting viral infections. *Environmental Health Perspectives*.
- Dimson et al. (2012). Active Ownership. *Review of Financial Studies*.
- Ecovia Intelligence (2019). Global Organic Food & Drink Market Trends and Outlook.
- Ellen MacArthur Foundation (2017). A New Plastics Economy.
- Ellen MacArthur Foundation and McKinsey & Co (2013). Towards the Circular Economy.
- Ellen MacArthur Foundation (2017). A new textiles economy: Redesigning fashion's future.
- Environmental Working Group (2019) EWG's Guide to Healthy Cleaning.
- Epstein, David (2019). The Peculiar Blindness of Experts. *The Atlantic*.
- EU Commission Directorate General for Trade (2019). The European Union Market for Sustainable Products: The Retail Perspective on Sourcing Policies and Consumer Demand.
- European Climate Foundation, Business for Social Responsibility, University of Cambridge Institute for Sustainability Leadership, Cambridge Judge Business School (2014). Climate Change: Implications for Transit.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations (2016). The State of World Fisheries and Aquaculture.
- FutureCast, Barkley (2017). The Snack Hack.
- Future Markets Insight (2019). An Incisive, In-depth Analysis on the Natural Cosmetics Market.
- Global Impact Investing Network (2018). Annual Impact Investing Survey.
- Global Fashion Agenda and the Boston Consulting Group. (2017). Pulse of the Fashion Industry 2017.
- Global Sustainable Investment Alliance (2018). 2018 Global Sustainable Investment Review.
- Global Data (2017). Top Trends in Prepared Foods 2017.
- Henderson, Richard (2019). Fund managers turn their focus to millennials. *Financial Times*.
- Human Rights Watch (2018). Hidden chains: Rights abuses and forced labor in Thailand's fishing industry.
- Hyunju et al. (2019). Plant-Based Diets Are Associated With a Lower Risk of Incident Cardiovascular Disease, Cardiovascular Disease Mortality, and All-Cause Mortality in a General Population of Middle-Aged Adults. *Journal of the American Heart Association*.
- International Energy Agency (2019). Global EV Outlook 2019.
- International Food Information Council Foundation (2019). Food and Health Survey.
- IPBES (2019). Global Assessment on Biodiversity and Ecosystem Services.
- ITU (2017). Global E-Waste Monitor 2017.
- Ivanova et al. (2015). Environmental Impact Assessment of Household Consumption. *Journal of Industrial Ecology*.
- Jones, Nicola (2018). How to stop data centres from gobbling up the world's electricity. *Nature*.
- Kolbert, Elizabeth (2009). *Hosed*. New Yorker.
- Lanzen et al (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*.
- Larmer, Brooke (2018). E-Waste Offers an Economic Opportunity as Well as Toxicity. *New York Times*.
- Markets & Markets (2017). Smart Agriculture Market by Agriculture Type.
- McKinsey & Company (2013). Bringing energy efficiency to the fab.
- McKinsey & Company, Business of Fashion (2019). The State of Fashion 2019.
- Mintel (2018). UK Meat-Free Foods Market Report.
- Morgan, A Ross, M., Siegle, L., McCartney, S., Firth, L., Shiva, V., & Blickenstaff, D. (2015). The true cost.
- New York University. Stern Center for Sustainable Business (2019). Sustainable Share Index: Research on IRI Purchasing Data (2013-2018)
- Nielsen (2015). Nielson Global Survey of Corporate Social Responsibility and Sustainability.
- Nielsen (2018). What's sustainability got to do with it? Linking sustainability claims to sales.
- Oxfam Australia (2019). Made in Poverty: The True Price of Fashion.
- Pollan, Michael (2006). What's Eating America. *The Smithsonian*.
- Poore, J & Nemecek, T. (2019). Reducing food's environmental impacts through producers and consumers. *Science*.
- Research and Markets (Q1 2019 Update). Global Household Green Cleaning Products Market.
- Research and Markets (2019). The Global Vegan Cosmetics Market 2019-2023.
- Rodale Institute (2015). Regenerative Organic Agriculture and Climate Change.
- Shelton et al. (2014). Tipping the balance of autism risk: potential mechanisms linking pesticides and autism. *Environmental Health Perspectives*.
- Sumaila et al. (2017). Investments to reverse biodiversity loss are economically beneficial. Under a Creative Commons License.
- Svanes et al. (2018) Cleaning at home and at work in relation to lung function decline and airway obstruction. *American Journal of Respiratory and Critical Care Medicine*.
- ThredUp and Global Data (2019). ThredUp 2019 Resale Report.
- Tillemann, Levi & Lassar Feasley (2018). Let's Count the Ways E-Scooters Could Save the City. *Wired Magazine*.
- UNESCO (2019). Facts and Figures on Marine Pollution.
- UNICEF. Global Inequality: Beyond the Bottom Billion.
- United Nations (2019). The United Nations World Water Development Report. Leaving No One Behind.
- United Nations DESA/Population Division (2019). World Population Prospects.
- United Nations Environment Programme (2019). Environmental Rule of Law.
- United Nations Environment Programme (2017). International Resource Panel Report.
- United Nations Food & Agriculture Organization, World Bank (2001). Farming Systems and Poverty: Improving Farmers' Livelihoods in a Changing World
- United Nations Food & Agriculture Organization (2014). Food Wastage Footprint: Full-cost Accounting.
- University of Sheffield, Grantham Centre for Sustainable Futures (2015). A sustainable model for intensive agriculture.
- White & Case (2018). Climate change litigation: A new class of action.
- WEF (2019). A New Circular Vision for Electronics: Time for a Global Reboot.
- WRI (2017). Elephant in the Boardroom: Why Unchecked Consumption is Not an Option in Tomorrow's Markets.
- WRI (2018). Creating a Sustainable Food Future.
- World Wildlife Fund (2014). How your t-shirt can make a difference.
- World Wildlife Fund (2019). No plastic in nature: Assessing plastic investigation from nature to people.
- World Wildlife Fund (2019). Solving Plastic Pollution Through Accountability.
- WRAP (2017). Valuing our Clothes: The Cost of UK Fashion.
- Zion Market Research (2018). Global Consumer Electronics Market.