



A2A Energia è per te!





PIZZA SURGELATA. TRUMP VUOLE ANCHE CUBA, LA DITTATURA PIU' AMATA E SCALCAGNATA DEL MONDO
Mattia Feltri, Andrea Lucatello, Riccardo Quadrano

Scopri tutte le offerte Luce e Gas di A2A Energia e servizi qualità

ASCOLTA ▶



informazione pubblicitaria

GAMMA RENAULT VEICOLI COMMERCIALI

da 3,8 m³ a 14,8 m³ di volume di carico





scopri di più

Permettersi la sostenibilità. Quando il green smette di essere un lusso (per imprese e consumatori)

SEZIONI CERCA

ABBONATI ACCEDI

PERMETTERSI LA SOSTENIBILITÀ COME GOVERNARE IL CAMBIAMENTO



Nel nuovo saggio di Deborah Zani, 14 voci dell'impresa italiana spiegano come integrare la sostenibilità nella strategia, tra vincoli normativi e pressioni di mercato. Un dato scomodo fa da sfondo: il 72% delle famiglie non può o non vuole pagare di più per prodotti "green". Il libro evita la retorica del bene a costo zero e propone una governance che distribuisca rischi, costi e benefici lungo la filiera

19 Marzo 2026 alle 12:45

[PARTECIPA ALLA CONVERSAZIONE](#)

Segui i temi

ambiente



▶ Ascolta l'articolo

Per ascoltare la versione audio degli articoli devi essere abbonato. Se sei già abbonato [ACCEDI](#), altrimenti [SCOPRI LE OFFERTE](#).



C'è un equivoco che pesa come un macigno sulla transizione ecologica: l'idea che la sostenibilità sia, in fondo, un optional per chi può permetterselo. Deborah Zani, ex CEO di Rubner Haus ed esperta di governance, sceglie di affrontarlo di petto in "Permettersi la sostenibilità. Come governare il cambiamento" (Interlinea), scritto con Maria Chiara Voce. Lo fa partendo da un dato difficile da aggirare: secondo l'Osservatorio Shopper Marketing for Conscious Shopping 2024, il 72% delle famiglie italiane non può o non vuole scegliere prodotti sostenibili. È la fotografia di un paradosso: la necessità è condivisa, la disponibilità a sostenerne il costo molto meno.

PUBBLICITÀ



Il merito del volume è spostare il baricentro della discussione dal "se" al "come". Non una predica sul dover essere, ma un'indagine pratica su ciò che accade quando la sostenibilità entra davvero nella strategia. La struttura è dichiaratamente empirica: quattordici interviste a protagonisti dell'impresa e delle istituzioni – da Paolo Barilla a Riccardo Illy, da Albiera Antinori a Francesco Mutti, passando per il climatologo Luca Mercalli e il ministro Francesco Lollobrigida – compongono un mosaico che restituisce la complessità dei processi industriali, delle filiere, dei compromessi quotidiani. Ogni intervista è accompagnata da un QR code con i contenuti integrali: un accorgimento utile, che apre la "stanza dei bottoni" a una fruizione più trasparente.

PUBBLICITÀ



CITA DOVUTI

Il punto chiave è di metodo: la sostenibilità funziona quando smette di essere un capitolo del reporting o un esercizio di comunicazione e diventa leva di governo. Zani la chiama “Governance Generativa”: dieci pilastri per mobilitare risorse, costruire cultura interna, distribuire costi e benefici in modo da evitare che il peso ricada sempre sull’ultimo anello: agricoltori, fornitori, consumatori a reddito medio-basso. Qui sta la parte più interessante del libro: la sostenibilità come architettura di scelte, non come etichetta. Il saggio prende esplicitamente le distanze dalla retorica del “green facile”, ricordando che la sostenibilità comporta investimenti reali, sacrifici nel breve periodo e scelte industriali complesse, soprattutto nelle filiere alimentari.

La sezione dedicata ai driver – mercato, valori, leadership, regolazione, pressione competitiva – aiuta a leggere il contesto: gli investitori chiedono solidità e trasparenza, i regolatori europei alzano l’asticella, i competitor si muovono. Ma il consumatore, spesso, sceglie l’alternativa più economica anche quando riconosce il valore degli sforzi ESG. Il volume non edulcora: integrare la sostenibilità costa, richiede investimenti, tempi lunghi, a volte sacrifici nel breve. È proprio per questo che va inserita nel conto economico e nella gestione del rischio, non parcheggiata nei “progetti speciali”.

Il risultato è un libro di lavoro, utile a manager, policy maker e lettori interessati a capire come si sposta il baricentro di un’organizzazione senza perdere il contatto con il mercato. La riflessione sulla nuova regolazione europea – dalla rendicontazione alla due diligence di filiera – è trattata come fattore abilitante, non come gabbia burocratica. E il nodo dell’accessibilità economica è sempre lì, a ricordare che la transizione sarà credibile solo se saprà generare valore condiviso: qualità, efficienza, fiducia, prezzi sostenibili.

“Permettersi la sostenibilità” è, in definitiva, un invito a cambiare linguaggio e metrica: non il green come costo reputazionale, ma come decisione industriale che misura nel tempo resilienza, competitività e capacità di innovare. Perché il paradosso si scioglie solo quando la sostenibilità smette di essere un lusso per pochi e diventa un equilibrio possibile per molti, nella pratica delle imprese, prima che nelle parole.

Segui i temi ambiente



PARTECIPA ALLA CONVERSAZIONE

Pubblicità

PUBBLICITÀ

