

# Prospettive

## «Se non sai sul treno della sost

Da ex manager a consulente per aziende: Giovanni Facchinetti racconta una rivoluzione

«Se andiamo avanti come abbiamo fatto fino ad oggi, il mondo chiude baracca fra settanta, ottant'anni». Potrebbe sembrare una fosca profezia quella che viene pronunciata una mattina di settembre nella redazione del Corriere del Ticino. Se non fosse che chi la scandisce sembra piuttosto convinto che il vento si è cambiato e che nulla potrà frenare il treno della sostenibilità, e che è poi il suo attuale campo di competenza. Giovanni Facchinetti è un ex manager (ha lavorato in giro per il mondo per la Nestlé e per Bulgari) che si è convertito sul campo. «Proprio così», ci spiega - quando lavoravo in Centro America ho visto gli aerei che gettavano dal cielo pesticidi su una piantagione di banane. Lì ci poteva lavorare solo chi aveva già avuto figli, altrimenti il pericolo che rimanesse sterile era elevatissimo. A Panama, invece, ho visto che la chiavura di un'azienda produttrice di conserve di pomodori stava per mettere per strada il 60 per cento della popolazione attiva della regione. Sono cose che ti segnano». Al punto da fargli cambiare mestiere qualche anno dopo e di fargli decidere di mettersi in proprio. «Sì, oggi sono uno dei pochissimi a fare consulenza aziendale sulla sostenibilità in Ticino», aggiunge. Ma di cosa si tratta?

PAOLO DI CARLO SILVIN

**■ Giovanni Facchinetti, lei si occupa di sostenibilità delle aziende. Com'è la situazione nel nostro cantone?**

«In Ticino c'è un importante gap da colmare rispetto alle altre regioni economiche nel resto della Svizzera».

**Perché?**

«Perché siamo concentrati sui problemi immediati, di corto termine, sulle problematiche scottanti del momento, ma abbiamo un po' trascurato il lungo termine. Cosa che nel resto della Svizzera - penso a cantoni come Ginevra, Berna, Zurigo e Friburgo - viene affrontata da tempo in modo strutturato».

**Vuol dire che le nostre aziende non sono sensibilizzate su questo tema?**

«Dipende. C'è il settore dei metalli preziosi e il Ticino è la capitale mondiale delle fondere d'oro - e qui ti affronta con serietà. Sono obbligati».

**Da cosa?**

«Un giorno si è fatto no vengono attaccate dalle ONG che chiedono da dove viene l'oro, se c'è un controllo della supply chain distribuite della catena di distribuzione, se inquinano, eccetera. Parliamo delle ditte più avanzate».

«Senza altro le farmaceutiche. Cerbios, Hbsa, Helsin, Sintetica, ad esempio. Si tornano perché sono confrontate con una realtà globale nella quale i loro competitor e i loro partner sono di altissimo livello. Negli ultimi due anni sempre più potenziali clienti stanno chiedendo alle aziende di mostrare loro le performance di sostenibilità. È quella è una discriminante per poter essere poi selezionati».

**Le collaborazioni si decidono in base a criteri etici?**

«Sì. Vale per le grandi, ma anche per le piccole aziende. Perché nel mondo sta succedendo qualcosa di drastico e radicale, che alle nostre latitudini non è ancora giunta in modo significativo, ma sta arrivando. Ricordo che nel 2011, al primo corso sulla sostenibilità offerto in Svizzera, una partnership



**Isolamento culturale**  
Il cantone è un'isola dove non ci si rende conto delle reali dimensioni del fenomeno, colpa di un certo isolamento culturale dei nostri imprenditori

tra TIMD di Losanna e il WWE lavoravo in pochi e quasi tutti lavoravo in grandi gruppi o società globali di consulting. Adesso ci sono molte più offerte in questo senso. Oggi in ogni caso la Confederazione sta spingendo sempre di più in questa direzione».

**Ma che modello?**

«La Confederazione si è assunta degli impegni molto ambiziosi nell'ambito dello sviluppo sostenibile. Si fa riferimento all'Agenda 2030 dell'ONU e all'accordo di Parigi COP21. Nella prima metà dell'anno prossimo entrerà in vigore la revisione totale della legge federale sugli acquisti pubblici (L'AbA), dove la componente "sostenibilità economica, sociale ed ambientale" avrà un ruolo rilevante».

**Ritornando a Trump...**

«Sì, però la sua economia non reagisce bene. Anzi, quasi tutti lo hanno sconfessato e pubblicamente contraddittori il futuro degli affari è nella sostenibilità, nelle energie rinnovabili, nella clean-tech, non certo nelle miniere di carbone o nei pozzi di petrolio. Ha dovuto rendere il favore a chi lo ha appoggiato durante le elezioni, come i fratelli Koch».

**Torniamo alla Svizzera.**

«Come dicevo ha preso degli impegni molto ambiziosi che in un modo o nell'altro devono sedimentare e diventare leggi. Abbiamo persino un ambasciatore speciale delegato allo sviluppo sostenibile, nella persona di Michael Gerber. E poi ci sono i cantoni, come Ginevra che ha appena pubblicato un piano strategico di sostenibilità».

**Quali sono i Paesi più avanzati?**

«Quelli scandinavi. La Svizzera è però già tra i primi 5-6».

**Di che Svizzera parliamo, di quella politica o di quella aziendale?**

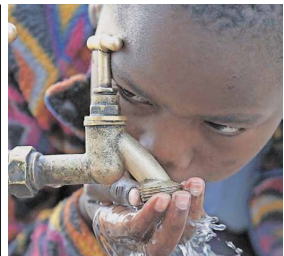
«Ci sono due mondi. Ci sono le multinazionali che oggi fanno scuola. Penso a Nestlé, che ne parla da anni in maniera sistematica. Ad esempio in Messico tutte le sue fabbriche utilizzano solo energia eolica. E poi stanno riducendo drasticamente l'uso di acqua per la loro produzione. Nel farmaceutico, giganti come Roche o Novartis si stanno muovendo molto per dare accesso ai loro prodotti a chi non ha le risorse. Può essere in Africa, ma può essere anche in America a chi non è assicurato, come nel caso della Helsin, con sede a Lugano».

**E questa è sostenibilità sociale.**

«Sì. Quando parliamo di sostenibilità ci riferiamo a tre pilastri: quello ambientale, ossia il tentativo di minimizzare l'impatto sulla natura e, dove possibile, averne uno positivo, quello sociale che va dal benessere dei collaboratori alle buone di studio date sul territorio; ed infine quello economico, che consiste nella redistribuzione del valore aggiunto creato con un occhio di riguardo ai riformatori locali e al tessuto economico dove opera l'azienda. E poi c'è la massimizzazione del profitto senza quello fai della filantropia, un concetto troppo spesso confuso con la sostenibilità».

**Intende dire che la filantropia può anche essere a fondo perso, mentre la sostenibilità no?**

«Esattamente. Nella filantropia l'inve-



**SETE DI GIUSTIZIA** La sostenibilità non è più un lusso, sostiene Facchinetti. Sopra: un bimbo si abbeverava a Johannesburg. (Foto EPA)

sitore o l'azionista massimizza il profitto per farne una parte alle azioni filantropiche. In altre parole il profitto è scollegato, non c'è un collegamento diretto tra l'attività svolta e l'aiuto erogato. Mentre ora molte aziende stanno integrando questa dimensione nel loro modello economico».

**Per esempio?**

«Per esempio c'è l'azienda farmaceutica che decide di vendere i suoi prodotti a margini bassissimi di guadagno in certi Paesi, o quella che vende i suoi prodotti attraverso canali di microimprenditori, che vengono formati, finanziati e assistiti ad essere indipendenti».

**In Ticino invece?**

«Stiamo ancora l'ossia. Non ci rendiamo conto dell'importanza del fenomeno o lo confondiamo troppo spesso con

l'ecologia, la socialità e la filantropia. Dobbiamo recuperare il terreno perso».

**Come mai?**

«Per un certo isolamento culturale proprio della nostra regione. Il nostro imprenditore che ha come mercato solo il Ticino non guarda abbastanza al di là dei confini del cantone».

**Ei politici?**

«Mi pare che la filantropia potrebbe offrire nuove idee per la politica ticinese, da tempo alla ricerca di una via d'uscita dai postumi di cinque decenni di easy money che hanno creato un indotto fiscale e una ricchezza facile, ma purtroppo troppo spesso ancorata a una vecchia mentalità e ad un *modus operandi* che oggi non funziona più. La mia percezione è che si sia così convinti del fatto che la sostenibilità è, insieme alla digitalizzazione, il grande tema del decennio e oltre, ma che non si sappia bene da che parte prenderlo, come iniziare».

**Se è normale che i giganti dell'industria siano più attenti alla sostenibilità, cosa succede invece a livello più bassi, per esempio nell'agricoltura locale?**

«Sicuramente anche i "piccoli" devono iniziare a fare i conti con questa realtà. I consumatori cercano prodotti che abbiano una certificazione, provenienti da aziende responsabili e oneste. Abbiamo visto di recente che fine ha fatto

**Non solo soldi**  
Una ditta che voglia stare in piedi oggi si fa un punto d'onore nel trattare bene i propri collaboratori. I Millennial cercano posti dove si lavora non solo per soldi



**ARTE E NATURA** «A story of the future» dell'artista francese Saype, opera spettacolare realizzata a Les Rochers-de-Naye, sopra Montreux. (Foto ©Proliferiter)

**Ma quali sono i 17 obiettivi?**

**ECCOLI:**

**Il punto di riferimento della sostenibilità sono i 17 obiettivi di sviluppo sostenibile (SDS - sustainable development goals) e i 169 sotto-obiettivi ad essi associati che costituiscono il nucleo vitale di un documento visionario dell'ONU, l'Agenda 2030, che per la prima volta - leggiamo sul sito del DFAE - riunisce lo sviluppo sostenibile e la lotta alla povertà».**

Un progetto a dir poco ambizioso visto che, nelle intenzioni delle Nazioni Unite, gli obiettivi dovranno essere realizzati entro il 2030 a livello globale in tutti i Paesi membri dell'ONU. In concreto «ogni Paese del pianeta è chiamato a fornire il suo contributo per affrontare in comune queste grandi sfide. Anche la Svizzera è tenuta ad attuare gli obiettivi a livello nazionale. Inoltre si dovranno trovare incentivi per incoraggiare gli interlocutori non governativi a partecipare in modo più attivo allo sviluppo sostenibile».

una nota aziendale locale che non rispettava certi criteri. Era un'azienda storica ed è saltata. In ventiquattro ore puoi andare a gambe all'aria. Letteralmente! I social media non perdonano, i rischi di perdita di reputazione oggi sono giganteschi. I panini sporchetti vengono esposti alla velocità di un clik e si diffondono in un battibaleno».

**La svolta «Ci**  
Molti Governi e le Nazioni

**■ Giovanni Facchinetti, mi parli del suo mestiere di consulente in sostenibilità. Che cosa ha riscontrato?**

«Spesso parto da una serie di interviste agli imprenditori, al management, ai collaboratori. Voglio capire la cultura aziendale, quello che più viene fatto in termini di sostenibilità toccando i temi dell'energia, dell'ambiente, dei materiali utilizzati, dei sistemi di qualità, eccetera. Voglio soprattutto capire cosa è importante per loro, cosa è veramente, per usare un termine tecnico, "materiale". E poi occorre stabilire le aree in cui si vuole intervenire. Bisogna fare analisi e definire delle priorità: se ne fa di tutto ma non si concretizza quasi niente. Definire i punti di forza, dove sono le aree da migliorare. Spesso è l'imprenditore che vuole qualcosa subito perché vede gli altri che lo fanno o i clienti gli chiedono cosa fa in termini di sostenibilità. Si crea un piano strategico e poi si crea un rapporto di sostenibilità».