

ECONOMIA
ITALIANA

Fondata da Mario Arcelli

Agenda 2030:
il punto sullo
sviluppo sostenibile
2019/2

 LUISS

CASMEF Centro Arcelli
per gli Studi Monetari e Finanziari

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore
CESPEM

Centro Studi di Politica economica
e monetaria "Mario Arcelli"

Economia Italiana

Fondata da Mario Arcelli

COMITATO SCIENTIFICO

(Editorial board)

CO-EDITORS

GIUSEPPE DE ARCANGELIS - Sapienza, Università di Roma

ENRICO GIOVANNINI - Università di Roma "Tor Vergata"

FABIANO SCHIVARDI - LUISS Guido Carli

MEMBRI DEL COMITATO *(Associate Editors)*

LORENZO CODOGNO

London School of Economics and Political Science

GIUSEPPE DI TARANTO,

LUISS Guido Carli

STEFANO FANTACONE

Centro Europa Ricerche

GIOVANNI FARESE

Università Europea di Roma

PAOLO GIORDANI

LUISS Guido Carli

MARCO MAZZOLI

Università degli Studi di Genova

ANDREA MONTANINO

Atlantic Council

SALVATORE NISTICÒ

Sapienza, Università di Roma

FRANCESCO NUCCI

Sapienza, Università di Roma

ANTONIO ORTOLANI

AIDC

ALESSANDRO PANDIMIGLIO

Università degli Studi "Gabriele d'Annunzio" Chieti - Pescara

ALBERTO PETRUCCI

LUISS Guido Carli

PAOLA PROFETA

Università Bocconi

PIETRO REICHLIN

LUISS Guido Carli

MARCO SPALLONE

Università degli Studi "Gabriele d'Annunzio" Chieti - Pescara

FRANCESCO TIMPANO

UNIVERSITA' CATTOLICA del Sacro Cuore

GIOVANNA VALLANTI

LUISS Guido Carli

DIRETTORE RESPONSABILE: GIOVANNI PARRILLO

ADVISORY BOARD

PRESIDENTE

PAOLO GUERRIERI - SAPIENZA, UNIVERSITÀ DI ROMA

CONSIGLIO

FEDERICO ARCELLI, Center for International Governance Innovation

RICCARDO BARBIERI, Tesoro

CARLO COTTARELLI, Università Cattolica del Sacro Cuore

SERGIO DE NARDIS, Ufficio parlamentare di bilancio

GIORGIO DI GIORGIO, Editrice Minerva Bancaria

ANDREA FERRARI, AIDC

EUGENIO GAIOTTI, Banca d'Italia

LUCA GENTILE, British American Tobacco Italia

VLADIMIRO GIACCHÈ, Centro Europa Ricerche

MAURO MICILLO, Banca IMI

STEFANO MICOSI, Assonime

ROBERTO MONDUCCI, ISTAT

LUCA PETRONI, DELOITTE

BENIAMINO QUINTIERI, SACE

CLAUDIO TORCELLAN, Oliver Wyman

ALBERTO TOSTI, Sara Assicurazioni

Economia italiana

Fondata da Mario Arcelli



numero 2/2019

Pubblicazione quadrimestrale

Roma

ECONOMIA ITALIANA

Rivista quadrimestrale fondata nel 1979 da Mario Arcelli

DIRETTORE RESPONSABILE

Giovanni Parrillo, Editrice Minerva Bancaria

COMITATO DI REDAZIONE

Simona D'Amico (*coordinamento editoriale*),

Natasha Rovo,

Guido Traficante,

Ugo Zannini.

(Pubblicità inferiore al 70%)

Autorizzazione Tribunale di Roma n. 43/1991

ISSN: 0392-775X

Gli articoli firmati o siglati rispecchiano soltanto il pensiero dell'Autore e non impegnano la Direzione della Rivista.

I *saggi* della parte monografica sono a invito o pervengono a seguito di call for papers e sono valutati dall'editor del numero.

I *contributi* vengono valutati anonimamente da due referee individuati dagli editor o dai membri del Comitato Scientifico.

Le *rubriche* sono sottoposte al vaglio della direzione/redazione.

Finito di stampare nel mese di luglio 2019 presso Press Up, Roma.

www.economiaitaliana.org

Editrice Minerva Bancaria srl

DIREZIONE E REDAZIONE Largo Luigi Antonelli, 27 – 00145 Roma
redazione@economiaitaliana.org

AMMINISTRAZIONE EDITRICE MINERVA BANCARIA S.r.l.
presso P&B Gestioni Srl, Viale di Villa
Massimo, 29 - 00161 - Roma -
Fax +39 06 83700502
amministrazione@editriceminervabancaria.it

Segui Editrice Minerva Bancaria su: 

Sommario

Agenda 2030: il punto sullo sviluppo sostenibile

EDITORIALE

- 5 Sostenibilità: rischi, opportunità e sfide per il nostro futuro
Enrico Giovannini

SAGGI

- 9 Europa: invertire rotta e aggredire le disuguaglianze
Fabrizio Barca, Patrizia Luongo
- 25 Il cambiamento climatico e la transizione energetica dopo Parigi
Toni Federico
- 105 Economia circolare: principi e sfide per la trasformazione delle imprese
Patrizia Giangulano, Lorenzo Solimene
- 121 La finanza per lo sviluppo sostenibile: un'analisi dello stato dell'arte
Francesco Timpano, Marco Fedeli

INTERVENTI

- 165 Sviluppo sostenibile e rischi climatici: il ruolo delle banche centrali
Ignazio Visco

RUBRICHE

- 175 Sviluppo sostenibile e downstream petrolifero
Livio Livi
- 183 Verso il 2030: Edison e l'energia sostenibile
Francesca Magliulo
- 189 Terre rare: criticità, applicazioni e alternative
Daniele Lombardini
- 195 Le imprese italiane di fronte alla sfida dello sviluppo sostenibile.
Il contributo delle associazioni e dei network per la sostenibilità.
Sabrina Florio

DOCUMENTI

- 203 Acceleriamo la transizione alla sostenibilità Le imprese per
l'agenda 2030
Rinnovato il "Patto di Milano"

RECENSIONI

- 209 F.D. Roosevelt, *Guardare al futuro: la politica contro l'inerzia della crisi*
Lorenzo Paliotta

Le imprese italiane di fronte alla sfida dello sviluppo sostenibile. Il contributo delle associazioni e dei network per la sostenibilità

Sabrina Florio *

L'Agenda 2030 ci pone davanti a un complesso di sfide di ordine sociale, economico e ambientale che richiedono visioni e politiche lungimiranti e stanno facendo crescere da più parti la consapevolezza di dover transitare verso un nuovo modello di sviluppo, strumento per mettere in moto una crescita economica sostenibile e inclusiva.

Viviamo in un'epoca in cui le nuove tecnologie sono sempre più rapide e incalzanti, con conseguenze sul lavoro ancora difficili da indicare, ma che alimentano sentimenti di paura e di incertezza. Le crescenti disuguaglianze non si limitano infatti agli aspetti economici, ma riguardano anche i saperi, le competenze e la capacità di apprendimento e di adattamento che saranno un ulteriore discriminare tra chi riuscirà a cogliere le opportunità di cambiamento e chi invece sarà costretto a subirle passivamente. In ultimo, il progressivo invecchiamento della popolazione, che sta interessando economie come la nostra, inciderà non poco sull'equilibrio dei nostri sistemi di welfare.

Questa è anche la fotografia scattata nel 52° Rapporto sulla situazione sociale del Paese del Censis: un'Italia sempre più disgregata, impaurita, incattivita, impoverita, e anagraficamente vecchia. Un quadro di assenza di prospet-

* Presidente Anima per il sociale nei valori d'impresa.

◇ *Anima per il sociale nei valori d'impresa* è l'associazione non profit nata nel 2001 e promossa da Unindustria – Unione degli Industriali e delle imprese di Roma, Frosinone, Latina, Rieti e Viterbo che riunisce un gruppo di manager e aziende che condividono la missione di diffondere tra le imprese la cultura della responsabilità sociale d'impresa e della sostenibilità, sul piano economico, sociale e ambientale.

tive di crescita, individuali e collettive, in cui diventa determinante dispiegare le proprie energie per disegnare un percorso differente.

È importante però partire dal presupposto che l'insieme di queste sfide non potrà essere affrontato se non con uno sforzo condiviso di più attori, mobilitando tutte le risorse ed energie più vitali, a partire dai territori e dalle comunità.

Fra questi sicuramente l'impresa ha un ruolo di primo piano e il protagonismo e l'attivismo delle nostre imprese nasce dalla constatazione che la sostenibilità è ormai un presupposto del business: è il mercato che in maniera crescente richiede prodotti e servizi che siano realmente sostenibili, e la credibilità e la reputazione di un'azienda, sono anch'essi elementi essenziali della competitività.

Lo scorso anno il centro Studi di Confindustria ha dedicato alla sostenibilità il suo rapporto biennale. Al suo interno, partendo dalla necessità di dover considerare un cambio di paradigma, il rapporto indica tre assi su cui puntare: il territorio, inteso non solo come paesaggio ma anche come luogo che custodisce saperi e competenze; il patrimonio culturale, non solo come elemento di attrazione turistica ma soprattutto come fonte inesauribile di creatività; e gli imprenditori, attivatori dello sviluppo e traghettatori verso il futuro.

Gli imprenditori in particolare forniscono *un'inesauribile spinta all'innovazione*.

Il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità, non solo ambientale, dipende dalle loro scelte di cosa e come produrre (con quali tecnologie e con quali organizzazioni), ricorda lo studio. Sono le imprese manifatturiere ad avere una maggiore propensione a innovare: in Italia fanno il 70% della spesa privata in ricerca e sviluppo. Assumere comportamenti responsabili nei riguardi della società e della comunità circostante rappresenta, infatti, per ogni azienda, sia grande che piccola, e indipendentemente dal settore di produzione, uno strumento necessario per incidere strategicamente sulla competitività e per creare una "nuova" modalità di fare impresa e di essere imprenditori.¹

Come ha scritto anche Antonio Calabrò² nel suo *"L'impresa riformista"*, l'impresa può essere la vera protagonista di una nuova stagione di cambiamenti, di un'economia giusta, in grado di indicare un nuovo modello di sviluppo

1 Le sostenibili carte dell'Italia; 2018 Marsilio Editori.

2 Antonio Calabrò "L'impresa riformista. Lavoro, innovazione, benessere, inclusione". Ube 2019.

economico e sociale. Un'impresa competitiva che intende il senso profondo del "competere" inteso come l'andare *insieme*, convergere verso uno stesso obiettivo: la sostenibilità, di cui beneficiano tutti, oggi e nel prossimo futuro.

È in questo contesto che Confindustria, fra i Firmatari del Patto di Milano pubblicato in questo numero, considera la responsabilità sociale un elemento vincente per la competitività delle imprese e si impegna a promuoverla all'interno e all'esterno della sua organizzazione attraverso un percorso di impegni evidenziato in un Decalogo che sintetizza i principi contenuti nel Manifesto di Confindustria "La Responsabilità Sociale Per L'industria 4.0".

Con il suo Manifesto, la Confindustria ha espresso un posizionamento chiaro dell'associazione sul tema. Il Presidente di Confindustria Vincenzo Boccia, in più occasioni ha ribadito che la sostenibilità e la responsabilità sociale dell'impresa sono la risposta degli imprenditori alla cultura anti-industriale del paese.

Certamente c'è ancora tanto da lavorare, perché molti imprenditori, soprattutto quelli delle aziende medio piccole che costituiscono l'ossatura del sistema produttivo del nostro paese, hanno ancora delle perplessità, in quanto percepiscono la sostenibilità solo da un punto di vista di "costo", o come un tema lontano e non applicabile alla loro realtà produttiva. D'altra parte, le imprese che non superano i 15 dipendenti e che spesso non hanno gli strumenti per approcciarsi alla sostenibilità e alla rendicontazione nel modo corretto sono oltre il 97% delle aziende iscritte a Confindustria.

È per questo che il Gruppo Tecnico di Confindustria dedicato alla responsabilità sociale d'impresa – Presieduto da Rossana Revello e a cui partecipo insieme ai rappresentanti delle principali realtà attive nella sostenibilità, sia grandi che medie imprese - sta lavorando molto sugli strumenti da offrire alle imprese per superare le difficoltà, culturali e pratiche che ancora si incontrano rispetto a questo tema.

Al di là degli strumenti pratici che potranno essere messi in campo, è importante però accompagnare le imprese a compiere un salto culturale che le porti sulla rotta della Sostenibilità, dando risposte convincenti ai dubbi e alla perplessità che ancora esistono su questi argomenti. Molto importante è dare visibilità a chi si impegna: è necessario infatti partire dalle buone pratiche, valorizzarle e diffonderne la conoscenza. Dobbiamo, tramite le reti e le associazioni, costruire un messaggio che evidenzi quanto sia presente e capillare,

sebbene spesso in maniera implicita, la cultura della sostenibilità nel tessuto imprenditoriale nazionale. È importante infatti divulgare la conoscenza di quanto è stato fatto e detto finora sulla sostenibilità, raccogliere le storie di successo, fare in modo che arrivino a più persone, come se lanciassimo dei messaggi in bottiglia, scrive Barbara Santoro nel suo “Pensare Sostenibile”.³

Un fattore chiave della diffusione della cultura della sostenibilità è sicuramente la dimostrazione della “utilità” di questo approccio in termini di competitività. Diverse sono le ricerche e gli studi che lo dimostrano.

Uno di questi è il rapporto *Coesione è competizione 2018* di Fondazione Symbola e Unioncamere, che afferma come *le imprese ‘coesive’,* cioè quelle attente alla sostenibilità, ai diritti dei lavoratori e ai rapporti con la comunità hanno registrato nel periodo 2017-2018 un aumento del fatturato nel 53% dei casi (mentre tra le non coesive tale quota si ferma al 36%) e una migliore dinamicità sul fronte dell’occupazione: il 50% delle imprese coesive ha dichiarato assunzioni in questo periodo, contro il 28% delle altre. Anche nel campo delle esportazioni le realtà coesive hanno aumentato l’export nel 45% dei casi, a fronte del 38% delle imprese non coesive. Sono le stesse imprese che, grazie anche a una spiccata attenzione a valori come l’ambiente, investono di più in prodotti e tecnologie *green* (il 38% delle imprese coesive contro il 21% delle non coesive nel triennio 2015-2017), con ricadute positive sull’occupazione e sul benessere economico e sociale.⁴

Secondo *il Rapporto sull’impegno sociale delle aziende in Italia dell’Osservatorio Socialis*, gli investimenti in azioni di CSR dalle aziende italiane nel 2018 ammontano a quasi un miliardo e mezzo di euro, con una crescita del 25% in più rispetto al dato del 2015 (1,122 mld). E se fra le motivazioni risaltano il senso di responsabilità verso le generazioni presenti e future e il desiderio di migliorare le relazioni con le comunità locali, fra i vantaggi emerge che oltre il 50% delle imprese che ha investito in CSR ha rilevato un miglioramento del posizionamento, della reputazione ed anche della notorietà; in quasi 4 casi su 10 si è riscontrato inoltre un aumento della fidelizzazione dei clienti. Il 49% delle imprese poi, riconosce l’efficacia della CSR nell’agevolare i rapporti con le comunità locali e, in seconda battuta, con le pubbliche amministrazioni. Aumentano, pure solo in linea tendenziale, anche le ricadute positive sul

3 Barbara Santoro “Pensare Sostenibile”. Egea, 2018.

4 Rapporto Symbola “Coesione è competizione 2018” www.symbola.net

clima interno all'azienda: il 44% registra un miglioramento del clima e un maggior coinvolgimento del personale.⁵

L'impegno delle imprese nella sostenibilità sta quindi guadagnando sempre più consensi.

All'azione delle imprese, deve affiancarsi però l'impegno delle istituzioni, della società civile, dei principali attori del mondo della cultura e dell'arte, in una visione lungimirante e coordinata, per far sì che lo sviluppo sostenibile divenga una prospettiva comune, capace di affrontare in modo integrato i problemi del Paese e le sfide dell'agenda 2030.

Una recentissima indagine condotta da Nando Pagnoncelli in occasione del Seminario Estivo di Fondazione Symbola, ha evidenziato come un italiano su cinque oggi sa bene di cosa si sta parlando quando si parla di sostenibilità, mentre lo scorso anno la percentuale si aggirava sul 17% e nel 2014 soltanto il 12% degli intervistati conosceva bene la tematica. Aspetto molto interessante e novità assoluta rispetto al passato è la consapevolezza del consumatore. Sono i cittadini infatti (89% degli intervistati) che attribuiscono a questo tema una centralità importante e ritengono che la sostenibilità sia un nuovo paradigma che favorisca la crescita dell'economia del paese. Insieme ad una maggiore conoscenza dell'argomento inoltre, aumentano anche i comportamenti virtuosi da parte dei cittadini, che sono disposti a spendere di più per un prodotto eticamente sostenibile.⁶

La propensione ad una spesa etica è confermata anche da un sondaggio realizzato dall'associazione Next in occasione del Festival dello Sviluppo Sostenibile 2019 nel corso dell'iniziativa dedicata al consumo responsabile "Voto con il portafoglio", dalla celebre espressione coniata da Leonardo Becchetti. Ancora una volta viene confermata la propensione a pagare un prezzo maggiore a fronte di un incremento di qualità del prodotto: lo dichiara il 54,4% del campione con punte che sfiorano il 60% (59,1%) quando al prodotto si associa la tutela dei diritti umani dei dipendenti; il dato arriva al 57,5% se si utilizzano solo materie prime italiane e al 55,9% se è un'impresa radicata sul territorio.⁷

In tema di diffusione della cultura della sostenibilità, l'Agenda 2030 e l'in-

5 VIII Rapporto sull'impegno sociale delle aziende in Italia, www.osservatoriosocialis.it

6 Seminario Estivo e Festival della Soft Economy 2019 <http://www.symbola.net/home>

7 <https://festivalsvilupposostenibile.it/2019/home/310-2557/i-risultati-del-cash-mob-etico-di-coop-e-next-oltre-il-50-dei-consumatori-e-disposto-a-spendere-di-piu-per-prodotti-sostenibili>

credibile lavoro culturale portato avanti da Asvis ha contribuito non poco, fra le imprese, a creare un linguaggio comune. Questo aspetto è evidente anche in tema di rendicontazione, oggi obbligatoria per le aziende quotate, ma soprattutto cruciale nel campo degli investimenti socialmente responsabili. Sappiamo infatti che una grande spinta a favore della sostenibilità e alla sua accountability proviene dal mondo della finanza: un numero crescente di investitori premono per avere dalle imprese potenziali oggetto d'investimento, informazioni sempre più rilevanti, affidabili, omogenee e quindi comparabili in fatto di sostenibilità. Specie sulle questioni ambientali, prima di tutto quelle collegate al *climate change*.

Molte aziende quindi, nei propri documenti di rendicontazione aziendale hanno iniziato a parlare, ognuno con la sua modalità, il linguaggio degli Obiettivi di Sviluppo sostenibile (SDGs). Una evoluzione inevitabile, per due motivi. Il primo è che, a differenza dei precedenti "Obiettivi del Millennio", l'Agenda 2030, nel costruire un'architettura che si caratterizza per la sua trasversalità e complessità, richiama in causa tutti: stati, aziende, cittadini, società civile, sia nelle economie mature che in quelle in via di sviluppo. Secondo motivo è che gli SDGs sono un riferimento universale ma comprensibile. Anche grazie ad una iconografia immediata e di facile riconoscibilità, sono stati infatti un valido alleato per una comunicazione aziendale semplice e diretta allo stesso punto. Hanno pertanto consentito alle imprese di finalizzare le attività dedicate alla sostenibilità e di comunicare agli stakeholder come un'azienda, con il suo business e il modo di operare sul territorio, possa contribuire al raggiungimento di obiettivi tanto sfidanti ma allo stesso tempo fortemente legati al vissuto e ai bisogni quotidiani delle persone.

È come se con l'Agenda 2030 le aziende avessero assunto maggiore consapevolezza rispetto al loro ruolo sociale, non più limitato al proprio territorio di azione, ma rispetto al mondo nel suo complesso.

Su questo punto è interessante riportare anche alcuni spunti presi dal *Rapporto SDGs 2019* redatto dall'Istat⁸ che, ispirandosi ai valori cardine dell'Agenda 2030, *integrazione, universalità e partecipazione*, ha utilizzato un interessante approccio che considera i legami e le interazioni tra obiettivi (Goal) e sotto obiettivi (Target), esplicitando le "interconnessioni" tra i relativi indicatori statistici.

8 ISTAT "Rapporto Sdgs 2019" Informazioni Statistiche Per L'agenda 2030 In Italia.

Parlando di imprese e SDGs è interessante quindi notare come rispetto all'obiettivo 9 dell'Agenda – industria, innovazione e infrastrutture - la mappa delle interazioni fra indicatori disegnata dell'ISTAT dimostra che quando parliamo di impresa, parliamo di un soggetto che è motore attivo dello sviluppo del territorio in cui opera. Il Goal 9 infatti presenta legami con una molteplicità di obiettivi e target, perché si incentra su elementi - infrastruttura, industrializzazione, ricerca e innovazione - che possono essere considerati motore di crescita economica e leva della competitività, nonché fattori abilitanti per lo sviluppo sociale e ambientale.

In conclusione, le sfide descritte in questa pubblicazione, *disuguaglianze, cambiamento climatico, economia circolare e finanza etica* rimandano alla necessità di invertire la rotta e intraprendere una strada verso la sostenibilità. In questo passaggio epocale, le aziende giocano un ruolo di primo piano, ma molti ancora sono i passi da compiere in questa direzione, per costruire quella nuova cultura e nuova leadership necessarie ad affrontare questa transizione. Naturalmente una sfida così importante necessita dello sforzo condiviso e congiunto di tutti gli attori dello sviluppo. Per dare risposte ai ragazzi della “Generazione Greta Thunberg” che chiedono a gran voce di fare qualcosa e non compromettere il loro futuro.

PARTNER ISTITUZIONALI



BUSINESS PARTNER



SOSTENITORI

Acquirente Unico

Assonebb

Kuwait Petroleum Italia

Mercer

Natixis IM

OASI

Oliver Wyman

Pfizer

SACE

Salini - Impregilo

Sisal

Per attivare un nuovo abbonamento
effettuare un **versamento** su:

c/c bancario n. 36725 UBI Banca
Via Vittorio Veneto 108/b - 00187 ROMA
IBAN IT 47L 03111 03233 000 0000 36725

intestato a: **Editrice Minerva Bancaria s.r.l.**

oppure inviare una **richiesta** a:

amministrazione@editriceminervabancaria.it

Condizioni di abbonamento ordinario per il 2019

	Rivista Bancaria Minerva Bancaria bimestrale	Economia Italiana quadrimestrale	Rivista Bancaria Minerva Bancaria + Economia Italiana
Canone Annuo Italia	€ 100,00 causale: MBI19	€ 50,00 causale: EII19	€ 130,00 causale: MBEII19
Canone Annuo Estero	€ 145,00 causale: MBE19	€ 75,00 causale: EIE19	€ 180,00 causale: MBEIE19
Abbonamento WEB	€ 60,00 causale: MBW19	€ 30,00 causale: EIW19	€ 75,00 causale: MBEIW19

L'abbonamento è per un anno solare e dà diritto a tutti i numeri usciti nell'anno.

L'abbonamento non disdetto con lettera raccomandata entro il 1° dicembre s'intende tacitamente rinnovato.

L'Amministrazione non risponde degli eventuali disguidi postali.

I fascicoli non pervenuti dovranno essere richiesti alla pubblicazione del fascicolo successivo.

Decorso tale termine, i fascicoli disponibili saranno inviati contro rimessa del prezzo di copertina.

Prezzo del fascicolo in corso **€ 25,00**

Prezzo di un fascicolo arretrato **€ 40,00**

Publicità

1 pagina **€ 1.000,00** - 1/2 pagina **€ 600,00**

Editrice Minerva Bancaria
COMITATO EDITORIALE STRATEGICO

PRESIDENTE

GIORGIO DI GIORGIO, Luiss Guido Carli

COMITATO

CLAUDIO CHIACCHIERINI, Università degli Studi di Milano Bicocca

MARIO COMANA, Luiss Guido Carli

ADRIANO DE MAIO, Università Link Campus

RAFFAELE LENER, Università degli Studi di Roma Tor Vergata

MARCELLO MARTINEZ, Università della Campania

GIOVANNI PARRILLO, Editrice Minerva Bancaria

MARCO TOFANELLI, Assoreti

ECONOMIA ITALIANA 2019/2

Agenda 2030: il punto sullo sviluppo sostenibile

La transizione del sistema economico e produttivo verso una maggiore sostenibilità economica, sociale e ambientale è inevitabile e sempre più urgente. Questo numero di Economia Italiana, *editor* il prof. **Enrico Giovannini**, portavoce dell'ASviS, Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile, fa il punto della situazione e propone ulteriori proposte e spunti di riflessione su un tema che riguarda l'intera umanità. Come rileva Giovannini, "è cresciuta nel nostro Paese la sensibilità ai temi dello sviluppo sostenibile. Che si parli di clima, ambiente, ma anche di disuguaglianze, parità di genere, diritti umani. Del futuro bisogna parlare di più, per operare scelte e farne discendere nuovi comportamenti individuali, priorità della politica, strategie aziendali più lungimiranti".

Il numero presenta quattro saggi che colgono obiettivi importanti per lo Sviluppo Sostenibile. **Fabrizio Barca** e **Patrizia Luongo** trattano il tema della crescita delle disuguaglianze, sottolineando come sia indispensabile invertire rotta con politiche pubbliche radicali. **Toni Federico**, compie una disamina particolarmente approfondita sul cambiamento climatico e la necessità di una transizione più spinta verso le energie rinnovabili. **Patrizia Gianguialano** e **Lorenzo Solimene** ci parlano dell'economia circolare, una nuova concezione economica volta alla definizione di un modello di produzione e consumo maggiormente sostenibile e responsabile. **Francesco Timpano** e **Marco Fedeli** trattano il tema della finanza per lo sviluppo sostenibile, concetti che stanno entrando con vigore nelle analisi finanziarie e nelle scelte di investimento. Impreziosisce il numero l'intervento di **Ignazio Visco**, "Sviluppo sostenibile e rischi climatici: il ruolo delle banche centrali" tenuto al Festival dello Sviluppo Sostenibile 2019. Nelle "rubriche" **Livio Livi** e **Francesca Magliulo** ci offrono il punto di vista di due grandi imprese del settore dell'energia. **Daniele Lombardini** spiega perché le "terre rare" sono elementi importanti per la tecnologia verde. Completano il fascicolo un intervento di **Sabrina Florio** di Anima per il sociale nei valori di impresa e il documento firmato dalle principali organizzazioni del mondo imprenditoriale aderenti all'ASviS che rinnova il "Patto di Milano".

ECONOMIA ITALIANA nasce nel 1979 per approfondire e allargare il dibattito sui nodi strutturali e i problemi dell'economia italiana, anche al fine di elaborare adeguate proposte strategiche e di *policy*. L'Editrice Minerva Bancaria si impegna a riprendere questa sfida e a fare di Economia Italiana il più vivace e aperto strumento di dialogo e riflessione tra accademici, *policy makers* ed esponenti di rilievo dei diversi settori produttivi del Paese.