



# Sustainability Management

CdLM I&IM - Anno 2 -  
Bimestre 3

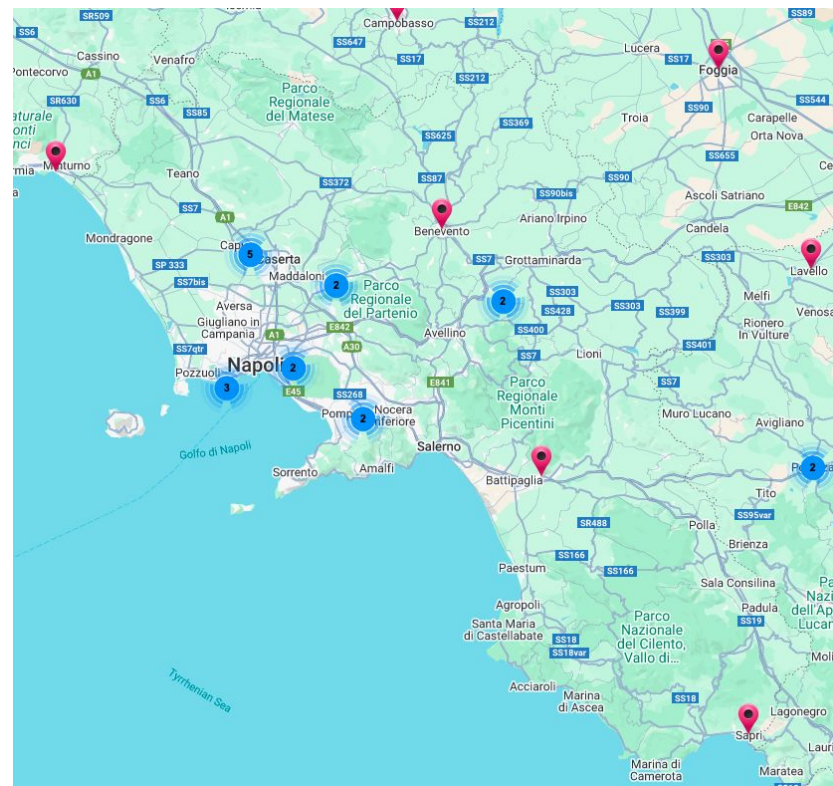
# Lezione 11



# I Gruppi d'Acquisto Solidale

In Campania, come si vede, il fenomeno è meno diffuso:

Provincia	Capoluogo		Resto della Provincia	
	#	Soci	#	Soci
Napoli	2 (1)	93	3	23 (2)
Avellino			1	
Benevento	1		1	
Caserta	1	28	6	58 (3)
Salerno			4	50(1)



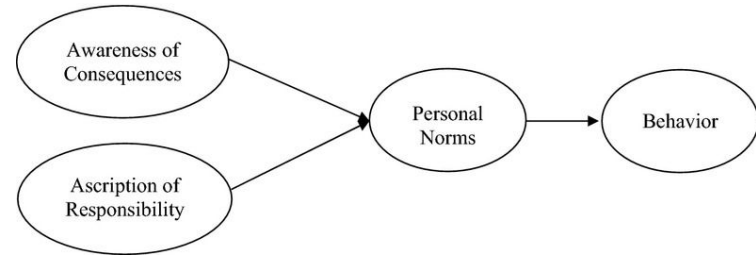
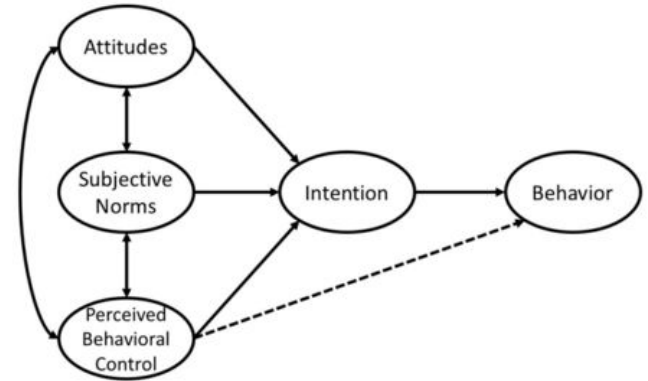
# Factors affecting behavior

Ideally consumers are willing to behave and purchase sustainably.

At the same time, there is a discrepancy between what people say and do.

S.H.I.F.T. Framework (White, et al. 2020)

- **S**ocial Influence: What your peers want
- **H**abit Formation: Your routines
- **I**ndividual Self: Personal Norms
- **F**eeling and Cognition: Emotions
- **T**angibility: Results



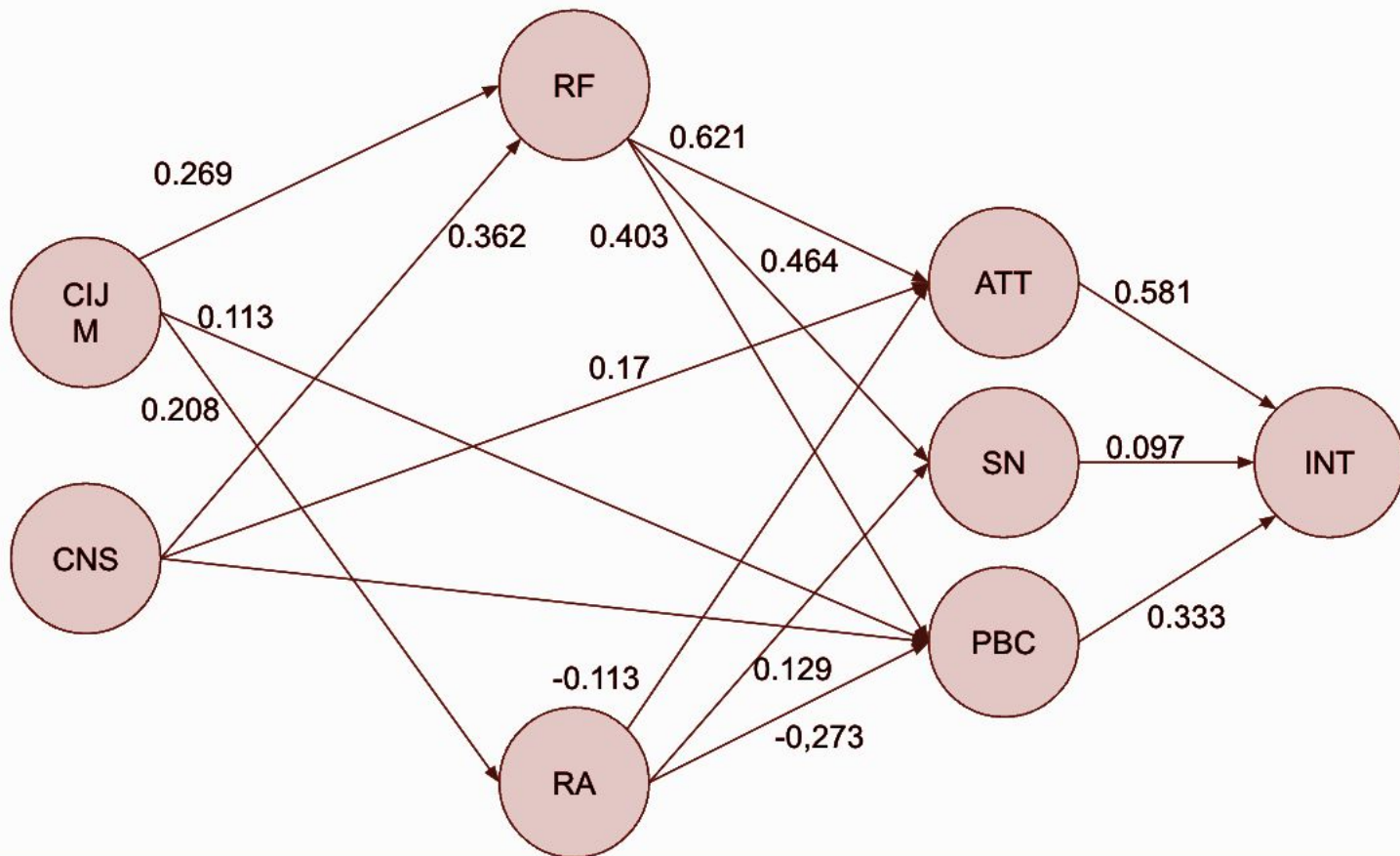
# Green Purchase Perception Matrix (Peattie, 2001)



**In italia le auto elettriche hanno una quota di mercato di circa il 3.9% (in Europa è il 13.6%).**

**Perché non si vendono?**

# Alcune evidenze



# Reasons

ITEM	Loading
Uno dei vantaggi dell'auto elettrica è la sua <b>efficienza e la sua stabilità di marcia</b>	0.763
Uno dei vantaggi dell'auto elettrica è la <b>libera circolazione in città</b> (anche con ZTL e Blocchi del traffico)	//
Uno dei vantaggi dell'auto elettrica è che <b>alla fine è più economica</b> di una tradizionale	0.818
Uno dei vantaggi dell'auto elettrica è che <b>non inquina</b> direttamente	<b>0.682</b>
Uno dei vantaggi dell'auto elettrica è la possibilità di <b>ricaricare la batteria a costi molto bassi</b>	<b>0.822</b>
Uno dei vantaggi dell'auto elettrica è il <b>basso costo di manutenzione</b>	0.76
Un forte svantaggio dell'auto elettrica è il <b>tempo</b> necessario alla ricarica	<b>0.645</b>
Uno degli svantaggi dell'auto elettrica è che con le batterie piene posso fare <b>molti meno chilometri</b> rispetto ad un'auto tradizionale	0.734
La <b>mancaza di colonnine</b> di ricarica dove vivo è uno dei principali ostacoli all'acquisto dell'auto elettrica	0.653
Uno dei principali svantaggi dell'auto elettrica è che sono <b>pesanti e difficili da gestire</b>	0.741
Un forte svantaggio dell'auto elettrica è legato all'impatto ambientale legato allo <b>smaltimento della batteria</b>	<b>0.782</b>

# Collaborative Consumption

“acquiring or providing resources from or to others for collaborative, shared use among consumers or peers as opposed to acquiring or providing new resources for private use” (Roos & Hahn, 2019)

Main characteristics of collaborative consumption:

- ... the use of resources is shared between consumers or peers: passive consumers become collaborators or even producers themselves
- ... ownership of resources is usually replaced by access to resources and physical products are often turned into services
- ... “needs” and “haves” are often matched through technology
- ... the exchange of shared resources depends on reputation and trust between the different parties involved in sharing

# Sharing Economy

## Product-Service System

Physical Goods  
+  
Intangible Services

E.g.

- Bike-sharing
- Car-sharing



## Communal Economies

Exchange time, skills,  
money, experiences

E.g.,

- Co-working space
- Couchsurfing



## Redistribution Markets

Bring the products where  
they are needed

E.g.,

- Flea Markets
- Second-Hand FF

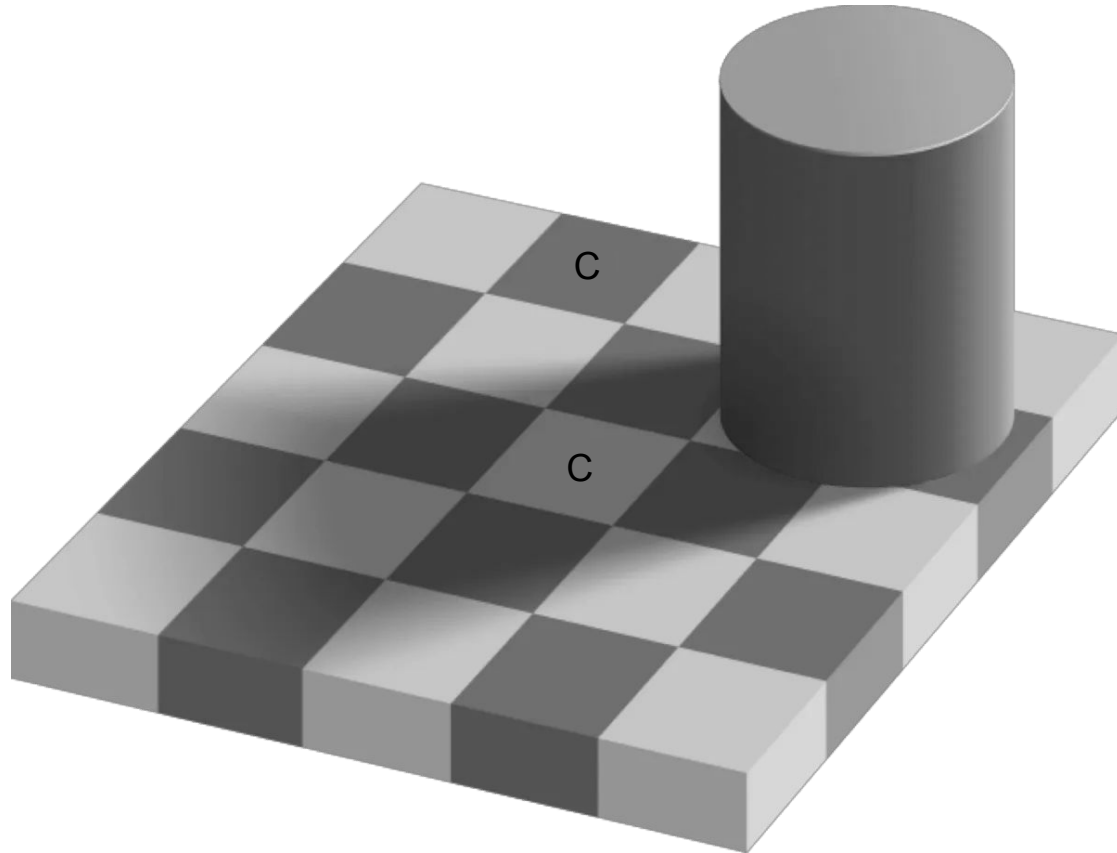




**Is collaborative  
consumption more  
sustainable than regular  
product ownership?**

		Effects	
		Indirect	Direct
Impact	Positive	Purchase post-ponement Reduce Overall Demand	Extend life Lower Operating Costs Factor in end of product-life
	Negative	Over utilization Rebound Effect	Wear & Tear Inefficient Use of Resources Less substitution

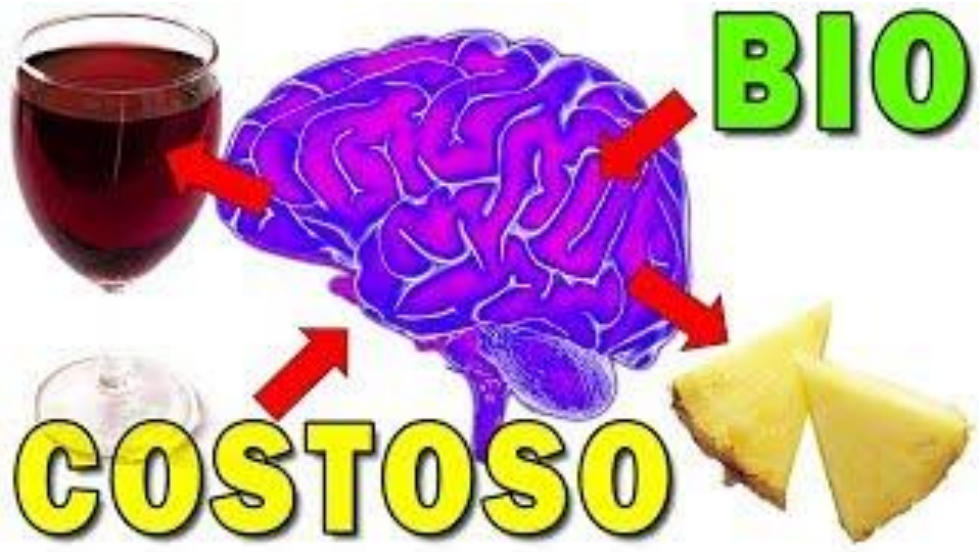
# Value or Perception of Value



Attenzione che ho cambiato l'immagine per prenderne una più "pulita" (senza il verde).

La tonalità di grigio è leggermente diversa... ma il succo resta: Tutti i "quadrati" con la "C" sono dello stesso colore

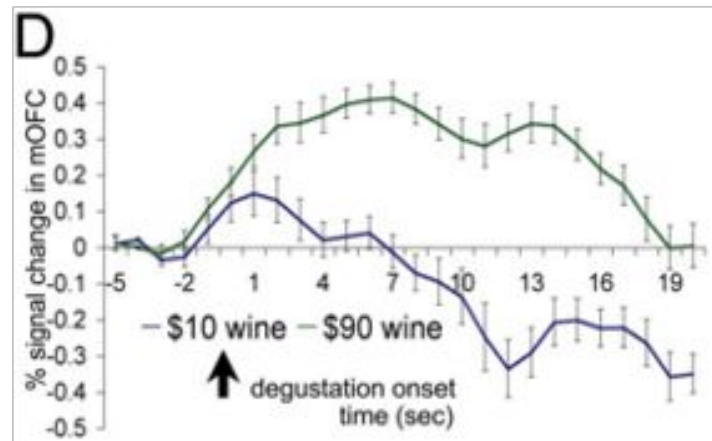
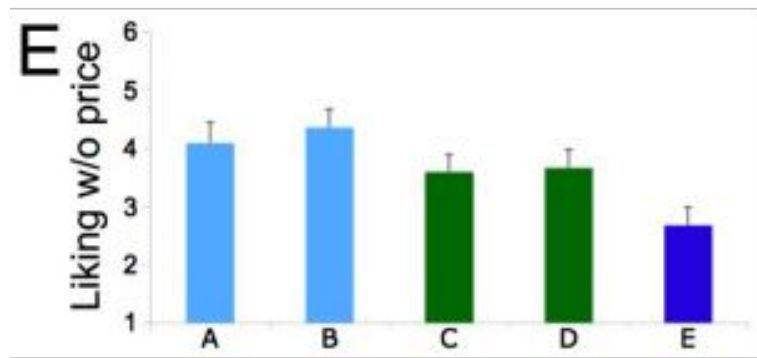
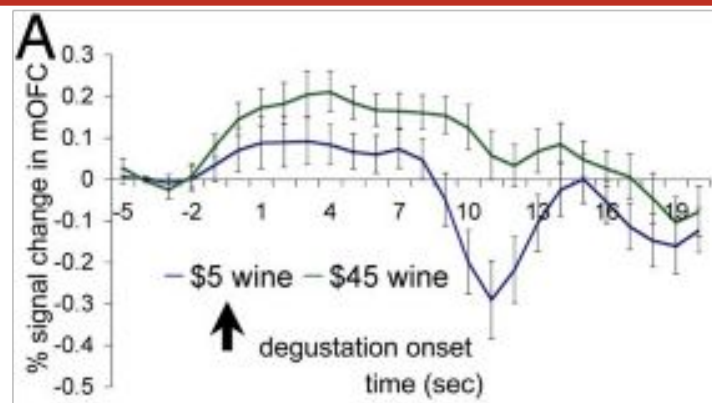
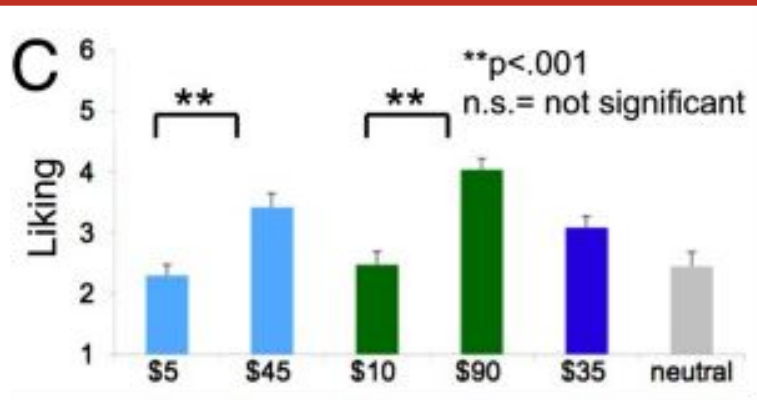
# Value or Perception of Value



<https://bit.ly/biobuono>



# Beliefs, Bias and Wine (Plassman et al, 2007)



# I prossimi capitoli

Argomento	1°	2°	3°	4°	5°	6°	Valore
Sustainable Innovation Management	31	14	3	4	2	3	287
Sustainable Supply Chain Management	4	22	15	11	3	2	235
Sustainable Marketing	11	10	10	10	9	7	211
Sustainable Production and Logistics	4	6	19	14	11	3	197
Sustainable Management Contro)	1	5	8	14	21	8	155
Sustainable Accounting (not reporting!!!)	6	0	2	4	11	34	112