

# Marketing Innovation Hub

L'economia circolare per la reputazione  
e la performance d'impresa.  
Una ricerca a livello europeo

Laura Gavinelli, CRIET Università di Milan-Bicocca  
Andrea Alemanno, Ipsos



Milano, 17 ottobre 2018  
Università degli Studi  
di Milano-Bicocca



# Cosa NON è l'economia circolare



Un nuovo adempimento o obbligo di **legge**



Una **moda** (in realtà esiste da secoli)



Una questione **solo** legata ai **rifiuti**: non solo riciclo o recupero, ma di ottimizzazione degli input produttivi e di riutilizzo e durabilità dei materiali (affinché divengano rifiuti il più tardi possibile)



Una opportunità **solo per le grandi imprese** (in realtà le esperienze di maggiore successo, anche se non sono molte, vengono dalle PMI)

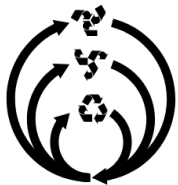
L'economia circolare è un concetto di cui molti parlano ma non sempre è associato a **idee e concetti corretti**

La **percezione comune** non è così chiara



# Due definizioni di economia circolare

L'economia circolare è un **sistema economico** progettato per essere in grado di **rigenerarsi**, in cui lo spreco di una produzione diventa in gran parte materia prima di una produzione diversa - diventando **la materia prima seconda** - o quando viene riutilizzato/riciclato per ridurre al minimo o addirittura annullare i rifiuti, **mettendo sempre in circolazione la materia prima o semilavorata** (Circular Economy Network, 2018)



L'economia circolare è **rigenerativa** e (...) si basa su tre principi: ridurre i rifiuti e l'inquinamento, mantenere in funzione prodotti e materiali, rigenerare i sistemi naturali (Ellen MacArthur Foundation, 2014)

La nostra domanda di Strettamente legato a:  
ricerca:

- **ecodesign**  
**Che impatto ha**
- **materie prime**  
**l'adozione dei principi**  
**secondo**  
**di economia circolare**
- **dematerializzazione**  
**sulla performance**
- **product service**  
**aziendale e sulla**  
**system**  
**reputazione**
- **simbiosi industriale**  
**di impresa?**



# Metodo della ricerca & Rispondenti

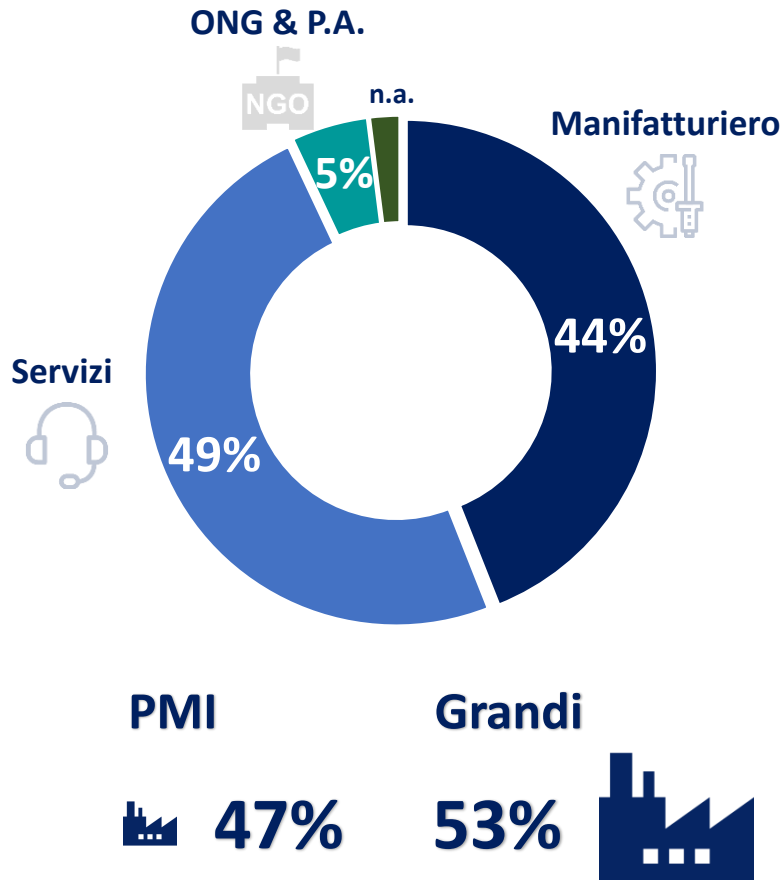
 **19%**

 **14%**

 **25%**

 **27%**

 **15%**



## CAWI

Computer Added Web  
6 sezioni:

1. Interview:  
conoscenza

719 rispondenti  
2. motivazioni

febbraio– luglio 2018:  
3. azioni

CEO e manager in  
4. performance

5. marketing &  
reputazione

6. comunicazione, area  
anagrafica

commerciale, media e

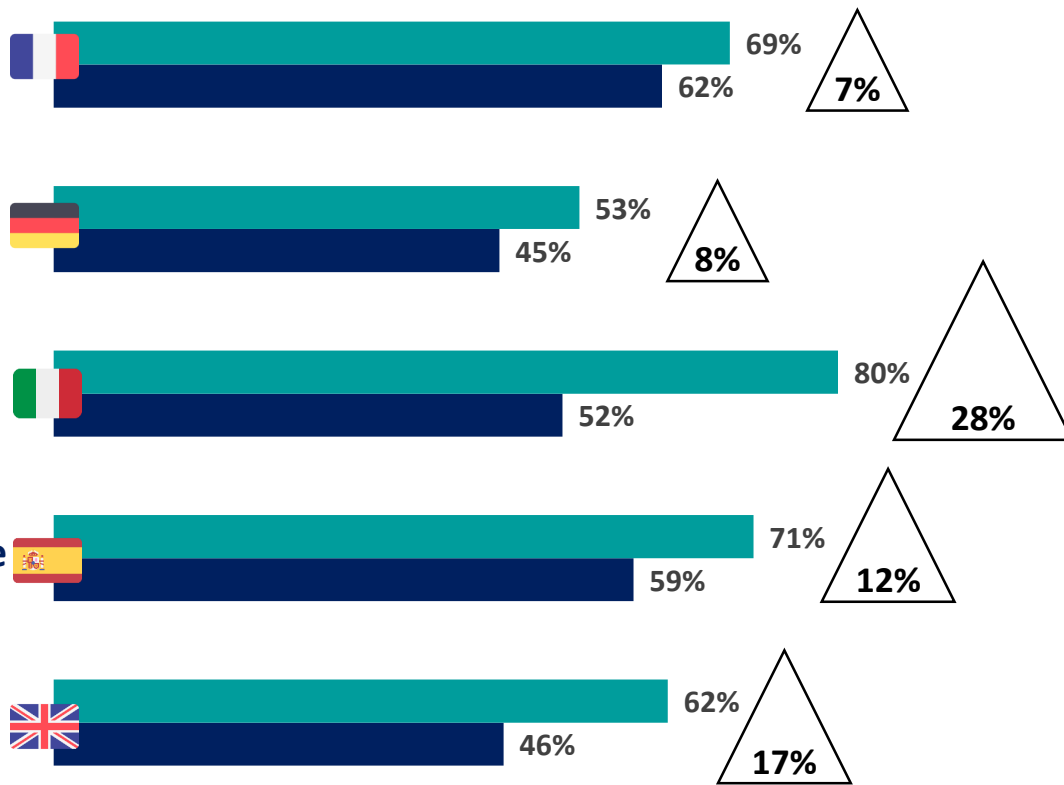
finanza



# Quanto conoscono il tema



## Sostenibilità



## Economia circolare

La **sostenibilità** è un concetto conosciuto da tutti i Paesi, mentre l'economia circolare è conosciuta soprattutto dai rispondenti di **Francia e Spagna**.

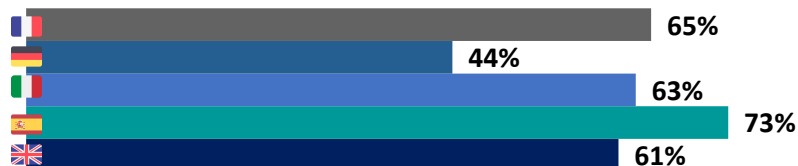
Le più vicine al concetto di **economia circolare** sono le aziende **grandi (61%)** e del settore **manifatturiero (57%)**, oltre che le **NGO e il settore pubblico (62%)**

Domanda: Lei quanto direbbe di conoscere i seguenti temi? (valutazione da 1 a 5, dove 1= per nulla e 5=completamente). Dati presentati su valutazioni pari a 4 e 5

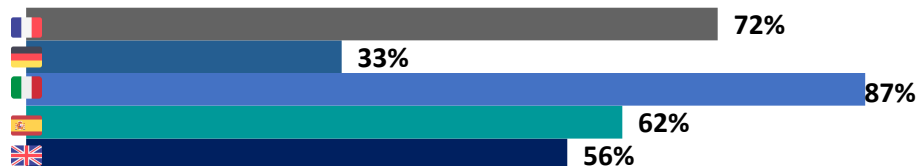


# Cosa associano all'economia circolare

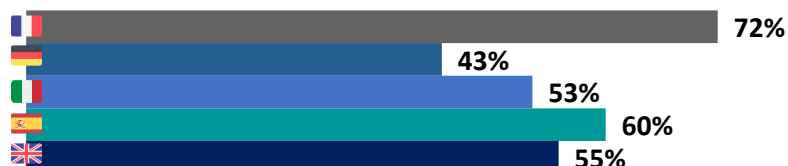
Pratica redditizia



Approccio radicale per produrre e utilizzare materiale di scarto



Gestione dei rifiuti



Efficienza energetica e di risorse



Esistono differenze di associazioni fra i vari Paesi

Le aziende **grandi** declinano la CE come **uso efficiente delle risorse (77%)**, le **medie** sono più vicine al tema **dell'efficienza economica (64%)**, e le **piccole** si evidenzia «l'approccio radicale» (62%)

Non vi sono sostanziali differenze di settore

Domanda: Sul tema dell'economia circolare, quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni? (valutazione da 1 a 5, dove 1= per nulla e 5=completamente). Dati presentati su valutazioni pari a 4 e 5



# 3 cluster

*I 3 clusters rappresentano 3 modi diversi di mettere in campo azioni “circolari”*



## **MATURI (44% totale rispondenti)**

*Nelle loro attività hanno un'attenzione per l'economia circolare **SOPRA LA MEDIA***

49% 42% 31% 49% 50%



## **APERTI (29% totale rispondenti)**

*Nelle loro attività hanno un'attenzione per l'economia circolare **NELLA MEDIA***

36% 15% 32% 31% 27%



## **CHIUSI (27% totale rispondenti)**

*Nelle loro attività hanno un'attenzione per l'economia circolare **SOTTO LA MEDIA***

15% 43% 37% 20% 23%

*Partendo dalle domande su livello di conoscenza e azioni adottate dall'azienda dal punto di vista di trattamento degli scarti, riduzione e riciclo, è stato costruito un indice attribuendo i seguenti punteggi: 100 se voto 5, 65 se voto 4, 35 se voto 3, 10 se voto 2, 0 se voto 1. In base al punteggio ottenuto, i rispondenti sono stati classificati in 3 gruppi: CHIUSI con indice inferiore a 650; APERTI con indice 650 e 900; MATURI con indice superiore a 900.*



# 3 cluster

*I 3 clusters rappresentano 3 modi diversi di mettere in campo azioni “circolari”*



## **MATURI (44% totale rispondenti)**

*Nelle loro attività hanno un'attenzione per l'economia circolare **SOPRA LA MEDIA***



## **APERTI (29% totale rispondenti)**

*Nelle loro attività hanno un'attenzione per l'economia circolare **NELLA MEDIA***



## **CHIUSI (27% totale rispondenti)**

*Nelle loro attività hanno un'attenzione per l'economia circolare **SOTTO LA MEDIA***



**35%**

**51%**

**40%**

**48%**

**32%**

**27%**

**30%**

**29%**

**33%**

**22%**

**30%**

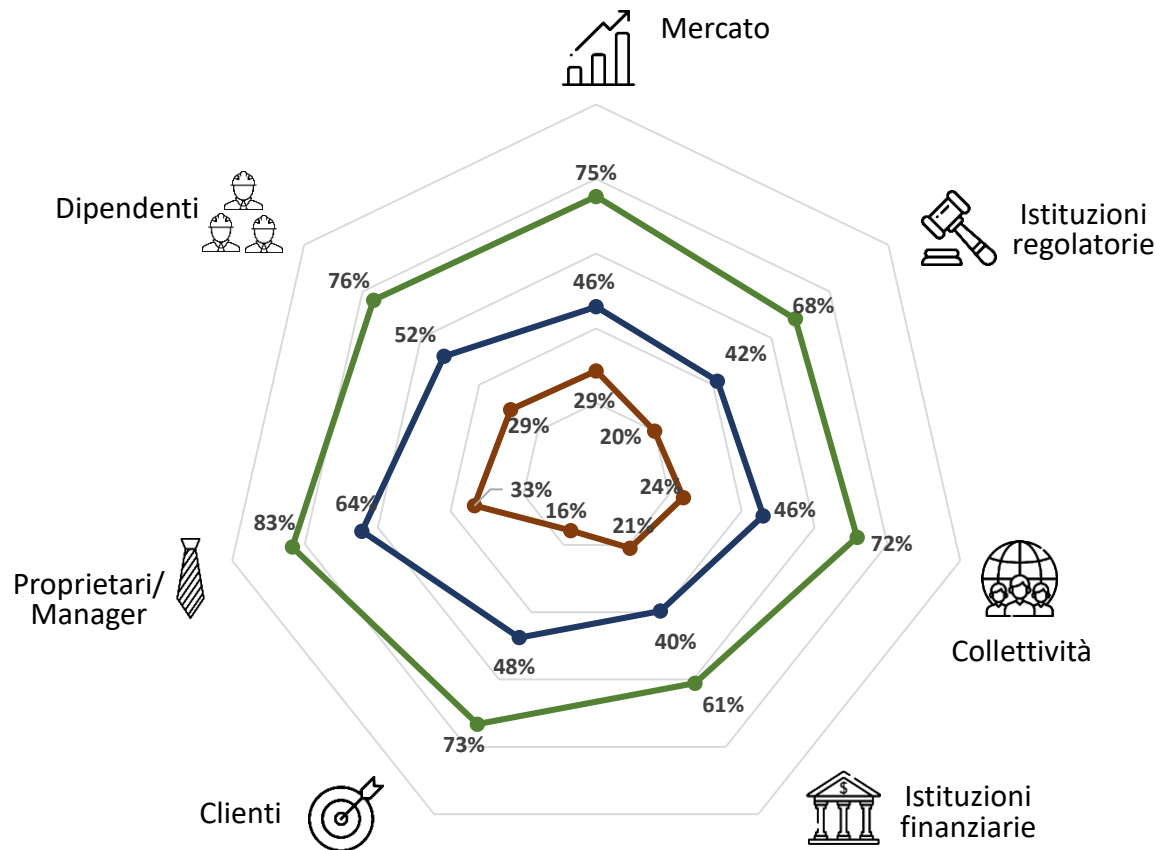
**23%**

*Partendo dalle domande su livello di conoscenza e azioni adottate dall'azienda dal punto di vista di trattamento degli scarti, riduzione e riciclo, è stato costruito un indice attribuendo i seguenti punteggi: 100 se voto 5, 65 se voto 4, 35 se voto 3, 10 se voto 2, 0 se voto 1. In base al punteggio ottenuto, i rispondenti sono stati classificati in 3 gruppi: CHIUSI con indice inferiore a 650; APERTI con indice 650 e 900; MATURI con indice superiore a 900.*





# I driver dell'economia circolare



La sensibilità dei **proprietari** ai principi dell'economia circolare è il **driver interno** più forte

Il mercato, i clienti e la collettività sono tre **driver esterni** importanti per gli intervistati, ad eccezione del cluster dei «Chiusi»

Domanda: Indichi quanto i seguenti fattori stanno avvicinando o hanno avvicinato la sua azienda al tema dell'economia circolare (valutazione da 1 a 5, dove 1 = per niente e 5 = totalmente). Dati presentati su valutazioni pari a 4 e 5.



# Economia circolare & performance

				<i>% maturi - % chiusi</i>
Performance ambientale	29%	51%	83%	+54
Relazione con i clienti	28%	51%	81%	+53
Performance economico-finanziaria	18%	35%	67%	+49

L'economia circolare ha un impatto soprattutto sulle **prestazioni ambientali** e sulla **relazione con i clienti**

Più è matura l'adozione dei principi circolari, migliore è la performance

Domanda: Dal punto di vista dell'impatto che l'economia circolare ha sulla performance della sua azienda, quanto concorda con le seguenti affermazioni? (valutazione da 1 a 5, dove 1 = per nulla e 5 = totalmente. Dati presentati su valutazioni pari a 4 e 5

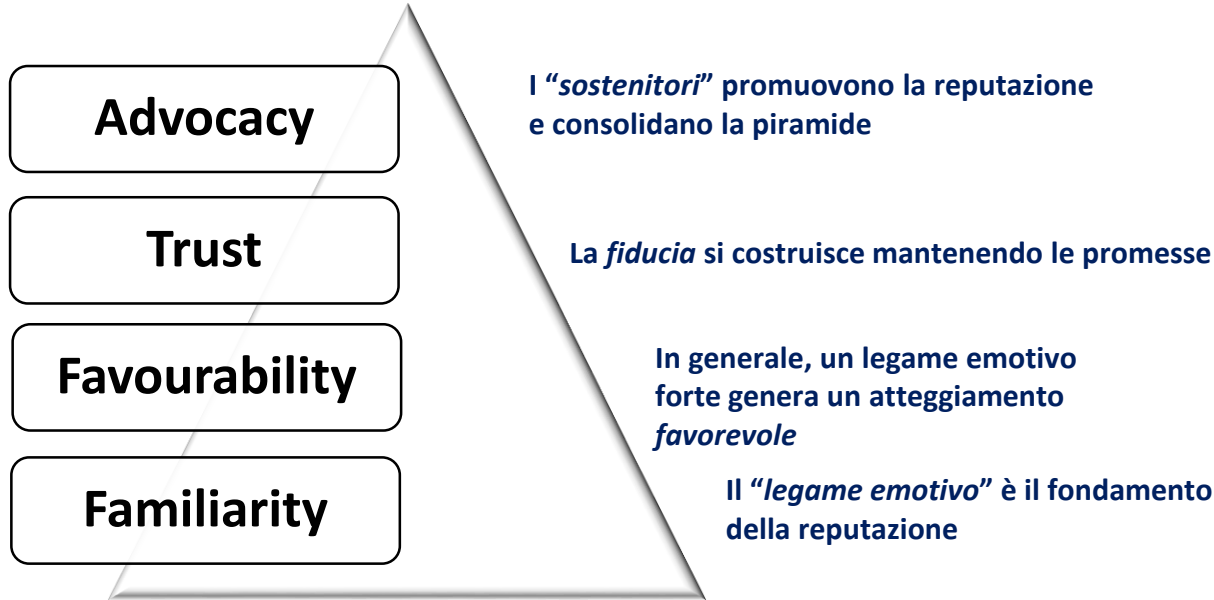
# Marketing Innovation Hub

## L'impatto dell'economia circolare sulla reputazione

**Andrea Alemanno, Ipsos**



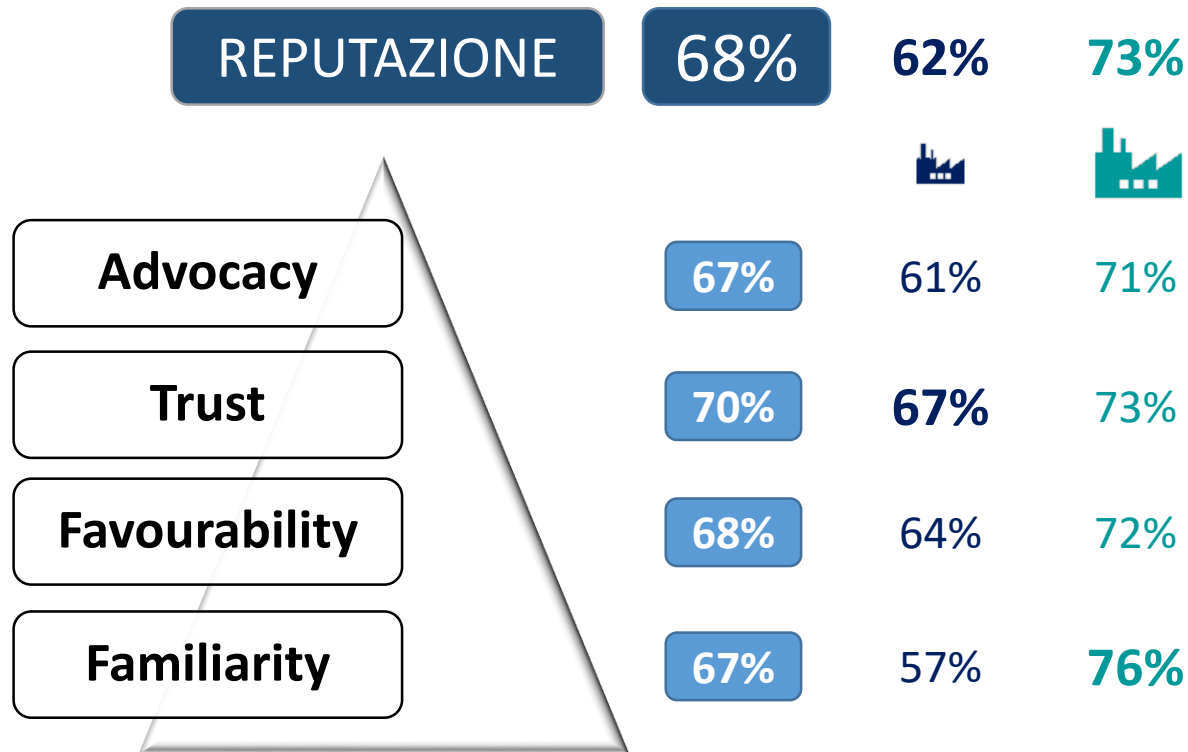
# L'approccio Ipsos alla Corporate Reputation



Il TRUST è il  
centro del  
modello



# Come le aziende valutano la loro reputazione?



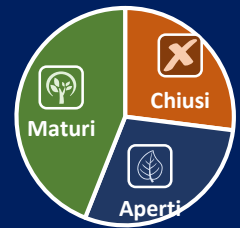
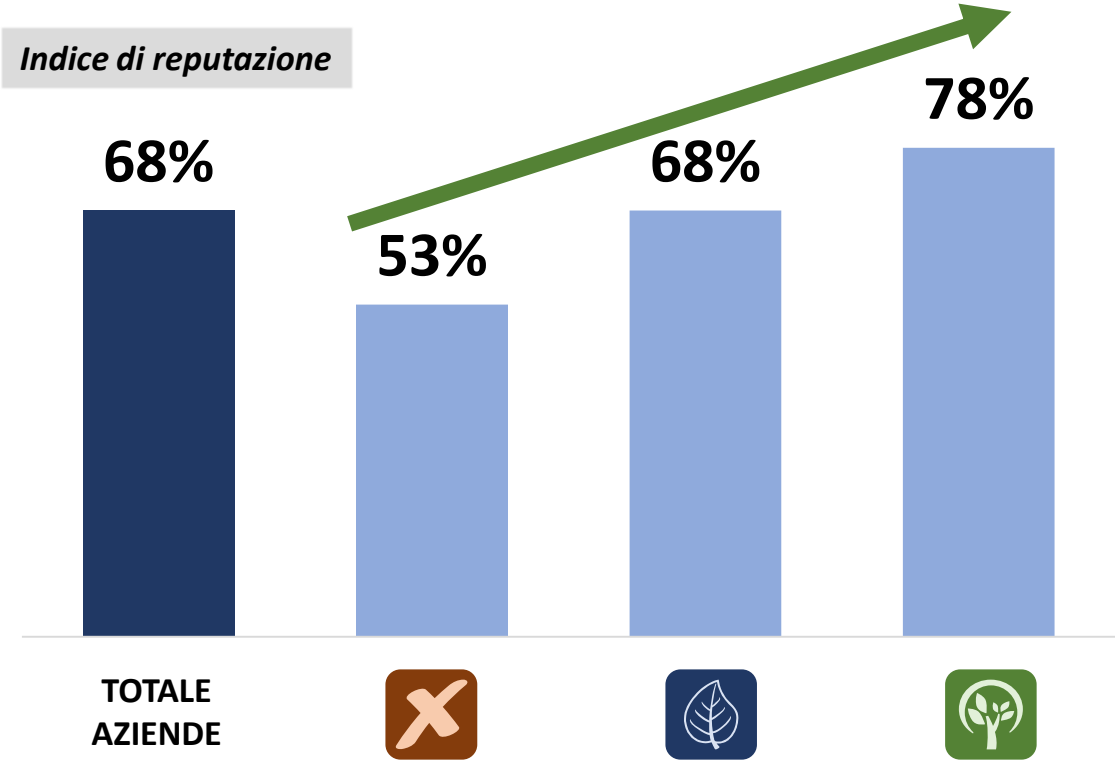
**La reputazione aziendale dipende più dalla dimensione che dal settore:** le imprese più grandi ritengono di avere una reputazione migliore rispetto a quelle più piccole.

Quanto più sei noto, tanto più ritieni di avere una reputazione elevata

Domanda: Circa la considerazione di cui gode la sua azienda presso gli stakeholder principali (clienti, fornitori, comunità locali dove opera, authority e settore pubblico...), quanto è d'accordo sulle seguenti affermazioni? (valutazione da 1 a 5, dove 1 = per nulla e 5 = totalmente. Dati presentati: indici da 0 a 100)



# L'attenzione all'economia circolare migliora la soddisfazione per la corporate reputation



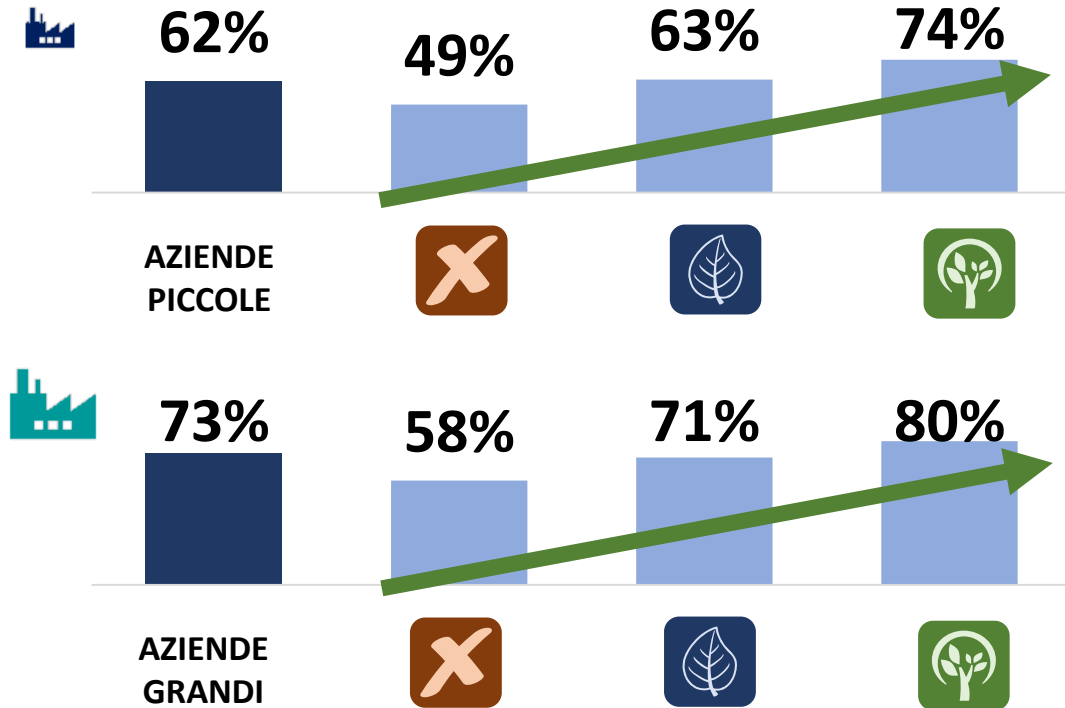
Oltre alla dimensione, un **maggior coinvolgimento nell'economia circolare** genera una sensibile **migliore soddisfazione per la reputazione**

Domanda: Circa la considerazione di cui gode la sua azienda presso gli stakeholder principali (clienti, fornitori, comunità locali dove opera, authority e settore pubblico...), quanto è d'accordo sulle seguenti affermazioni? (valutazione da 1 a 5, dove 1 = per nulla e 5 = totalmente. Dati presentati: indici da 0 a 100)



# L'impatto dell'economia circolare è indipendente dalla dimensione aziendale

Indice di reputazione

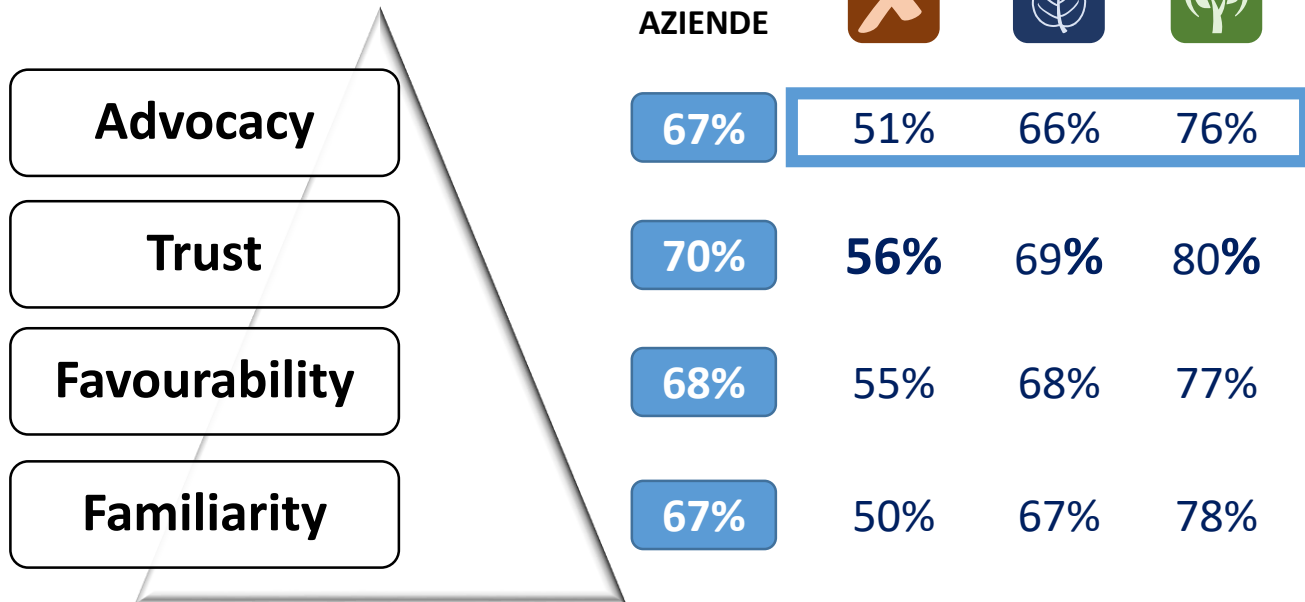


La maggiore attenzione all'economia circolare lavora positivamente sulla reputazione sia delle aziende piccole sia di quelle più grandi: la differenza tra maturi e chiusi è di +25 punti tra le piccole e di +22 tra le grandi

Domanda: Circa la considerazione di cui gode la sua azienda presso gli stakeholder principali (clienti, fornitori, comunità locali dove opera, authority e settore pubblico...), quanto è d'accordo sulle seguenti affermazioni? (valutazione da 1 a 5, dove 1 = per nulla e 5 = totalmente. Dati presentati: indici da 0 a 100)



# Tutte le dimensioni fondanti della reputazione beneficiano della vicinanza all'economia circolare



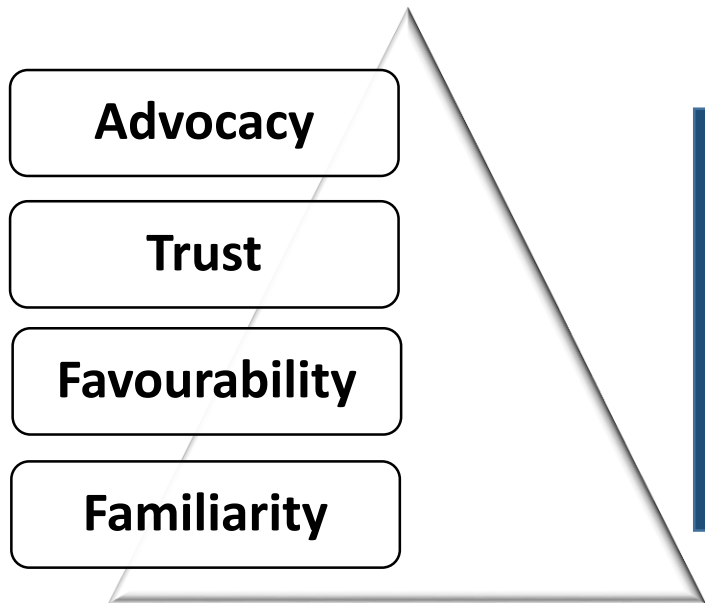
Le aziende che hanno un approccio più maturo all'economia circolare godono di un elevato livello di fiducia, l'elemento che più di tutti fortifica la reputazione

Domanda: Circa la considerazione di cui gode la sua azienda presso gli stakeholder principali (clienti, fornitori, comunità locali dove opera, authority e settore pubblico...), quanto è d'accordo sulle seguenti affermazioni? (valutazione da 1 a 5, dove 1 = per nulla e 5 = totalmente. Dati presentati: indici da 0 a 100)





# Quali sono i driver che impattano sulla reputazione?



## I DRIVER CHE IMPATTANO SULLA CORPORATE REPUTATION

- *Offerta*
- *Etica*
- *Gestione finanziaria*
- *Vision*

“A good Reputation comes from living your **values**, delivering for **customers**, making good **decisions**, meeting and exceeding **performance standards**, demonstrating **good behaviours** across organization.

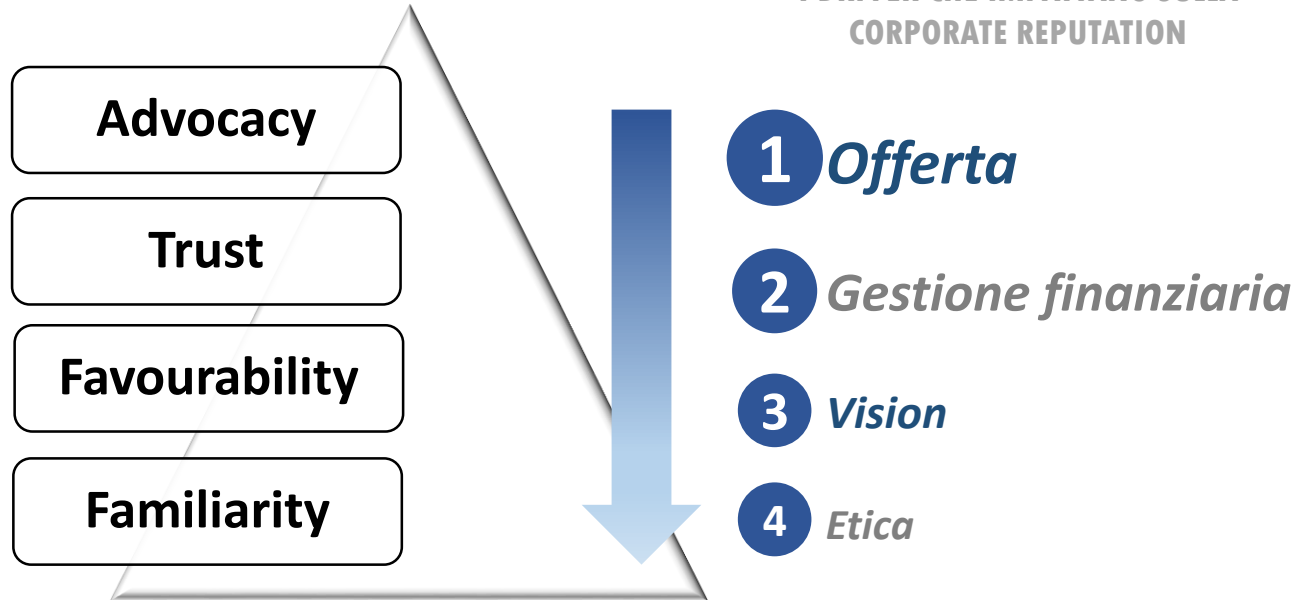
**IT IS SHOWING NOT TELLING”**

*(Anne Gregory)*



# Offerta e gestione finanziaria sono gli elementi che influenzano maggiormente la reputazione nell'opinione delle aziende

## I DRIVER CHE IMPATTANO SULLA CORPORATE REPUTATION



Trasversalmente alle aziende, è l'**offerta** il driver che più di tutti impatta sulla reputazione

*Classifica costruita in base al livello di correlazione tra driver e reputazione*



# I meno attenti all'economia circolare puntano di più sul prodotto, i più attenti hanno una visione più olistica

	TOTALE AZIENDE			
<b>1</b> <i>Offerta</i>	0,71	0,77	0,55	0,54
<b>2</b> <i>Gestione finanziaria</i>	0,70	0,65	0,64	0,55
<b>3</b> <i>Vision</i>	0,68	0,68	0,48	0,58
<b>4</b> <i>Etica</i>	0,65	0,64	0,41	0,56

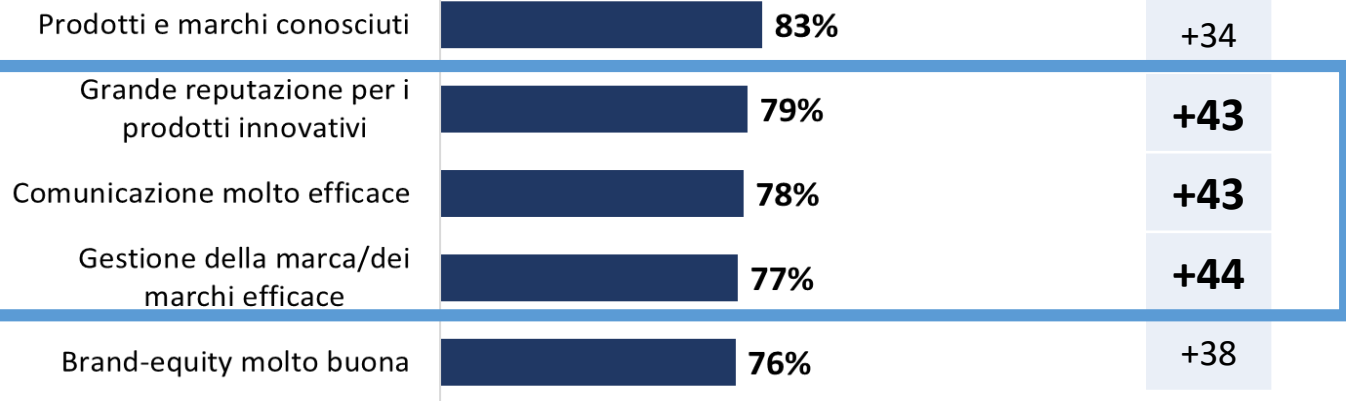
Livello di correlazione tra driver e reputazione

Mentre le **aziende chiuse** all'economia circolare hanno una reputazione che poggia soprattutto sull'**offerta**, quelle più **mature** costruiscono la propria reputazione avendo cura di non tralasciare alcuno dei 4 pilastri: **hanno una visione più ad ampio raggio.**



# I più attenti si differenziano per il fatto di avere prodotti innovativi e una gestione del brand e della comunicazione efficace

## Offerta



## Gestione finanziaria



Per le aziende mature:

- Avere una **buona offerta**, oltre che avere prodotti e servizi conosciuti, vuol dire offrire **prodotti/ servizi innovativi**

Domanda: Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni, rispetto alla sua azienda? (valutazione da 1 a 5, dove 1 = per nulla e 5 = totalmente. Dati presentati su valutazioni pari a 4 e 5)

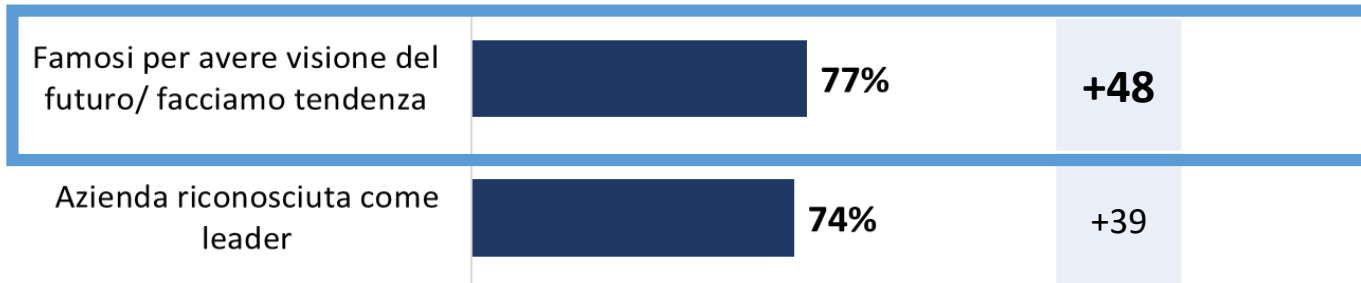


# Le aziende più attente valutano più positivamente rispetto alle altre la propria visione del futuro e le proprie iniziative di CSR

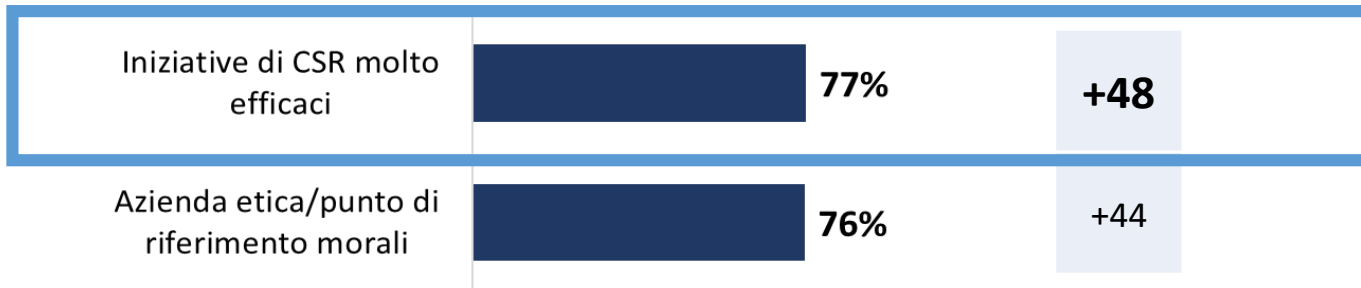
## Vision



-



## Etica



Per le aziende mature:

- Avere **vision** vuol dire **fare tendenza**
- **Essere etici** significa **impegnarsi in iniziative di CSR efficaci**

Domanda: Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni, rispetto alla sua azienda? (valutazione da 1 a 5, dove 1 = per nulla e 5 = totalmente. Dati presentati su valutazioni pari a 4 e 5)



# Key points

01

L'economia circolare è conosciuta in modo trasversale rispetto a nazionalità, settore e dimensione dei rispondenti, anche se vi è maggiore consapevolezza tra le grandi imprese del manifatturiero. La circolarità viene associata alla pratica redditizia, all'approccio radicale all'uso dei materiali di scarto e all'efficienza energetica e di risorse

02

Sensibilità dei proprietari/management, dei dipendenti e richieste del mercato e della collettività fanno da driver. Più è matura l'adozione dei principi circolari, migliore è la performance aziendale

03

L'economia circolare impatta soprattutto sulla performance ambientale e sulla relazione con il cliente. A prescindere dal cluster, brand image e reputation assumono percentuali più elevate in assoluto su tutte le dimensioni della performance

04

La maggiore attenzione all'economia circolare lavora positivamente sulla reputazione, in quanto le aziende più attente godono di un più elevato livello di fiducia rispetto a quelle più lontane da tale modello

05

Un approccio più maturo all'economia circolare induce le aziende a presidiare allo stesso modo i 4 driver della reputazione: offerta, gestione finanziaria, vision ed etica



# Research Team



## Angelo Di Gregorio

Director of CRIET University of Milan-Bicocca, Scientific Responsible of the survey

## Laura Gavinelli

Senior Research Consultant & Project leader, CRIET University of Milan-Bicocca

## Francesca Ceruti

Senior Research Consultant, CRIET University of Milan-Bicocca

## Marco Frey

Director SuM, Sant'Anna School of Advanced Studies - Pisa



## Andrea Alemanno

Group Director Corporate Reputation, Ipsos Public Affairs

## Katia Cazzaniga

Research Director, Ipsos Public Affairs

## Silvia Rocchi

Executive Researcher, Ipsos Public Affairs

## Ilaria Ugenti

Research Director, Ipsos Public Affairs



## Matthieu De Montgolfier

CEO, TBS Italy & Switzerland, LeFac.com – TBS Group

La ricerca presentata è il risultato di una collaborazione con i seguenti partner:

### Technical partners:

- Marco Lucchini, Segretario Generale, Fondazione Banco Alimentare onlus
- Angela Frigo, Segretario Generale, European Food Banks Federation

### Supporter:

- Corporate Excellence

### Collaboratori:

- Federico Barbaro, laureando Università di Milano-Bicocca
- Matteo Pantò, laureando Università di Milano-Bicocca