



MEDIATYCHE | Osservatorio sulla Sostenibilità 2020

Rapporto di ricerca

Roma, 16 dicembre 2020 (2020-085mty/R05)

Agenda



Premessa e considerazioni generali di sintesi



Sostenibilità

- *Sostenibilità ambientale*
- *Sostenibilità socio-economica*



Sostenibilità e comunicazione



Sostenibilità, organizzazione e investimenti



Metodo

Premessa

- Questo documento presenta i principali risultati di un'indagine condotta da Format Research per conto di **Mediatyche e Homina**.
- **L'Osservatorio 2020 costituisce un aggiornamento dello studio realizzato nel corso del 2019** e tiene conto di una tematica attualmente imprescindibile e che sta avendo ripercussioni su tutti gli aspetti del vivere quotidiano, sia degli individui, sia delle imprese, ovvero la **pandemia da Covid-19**.
- L'edizione 2020 rappresenta quindi una **attualizzazione dell'Osservatorio** alla luce dell'emergenza economica e sanitaria attualmente in corso e approfondisce tematiche **relative alle nuove politiche di sostenibilità adottate dalle imprese al tempo del Covid-19**. Lo studio ha rilevato infine, come la sostenibilità sia gestita dalle imprese, indagando quanta consapevolezza hanno del fatto **che per essere competitivi occorre essere sostenibili**.
- Indagine condotta su un campione di 488 casi, statisticamente rappresentativo delle imprese con più di 9 addetti appartenenti ai settori dell'industria, del commercio all'ingrosso, dei servizi alle imprese e settore finance.

Premessa | L'Osservatorio sulla Sostenibilità

2017



sostenibilità | l'impresa di domani

Milano, 07 giugno 2017 (2016-128nty R04)

2017: La prima edizione dell'Osservatorio. 684 interviste presso le imprese italiane dell'industria, del commercio all'ingrosso e dei servizi alle imprese con oltre 9 addetti.

2018



Sostenibilità | osservatorio 2018

Rapporto di ricerca
Milano, giugno 2018 (2018-057nty R02)

L'edizione del 2018 contempla un approfondimento sul bilancio di Sostenibilità.

2019



Osservatorio sulla sostenibilità 2019

Rapporto di ricerca
Bologna, 10 Novembre 2020 (2019-254nty) 14 R14 2020)

1.000 interviste. L'edizione del 2019 contempla un approfondimento monografico relativo al tema della comunicazione nelle imprese sostenibili.

2020



MEDIATYCHE | Indagine sulle nuove politiche per la sostenibilità delle imprese al tempo del Covid19

Rapporto di ricerca
Roma, 24 novembre 2020 (2020-064nty R01)

2020: la quarta edizione dell'Osservatorio non può prescindere dallo straordinario momento storico che il mondo intero sta attraversando a causa della pandemia da Covid-19. Lo studio approfondisce inoltre il rapporto tra sostenibilità e competitività delle imprese.

Premessa | Universo e campione di indagine (valori assoluti)

Universo delle imprese (V.A.)

Universo imprese (valori assoluti)

		10-49	50-249	Oltre 249	Totale
Nord-ovest	Industria	26.723	4.183	648	31.554
	Commercio all'ingrosso	7.452	811	119	8.382
	Servizi alle imprese	9.205	1.915	425	11.545
	Attività finanziarie e assicurative	751	169	83	1.003
Totale	44.131	7.078	1.275	52.484	
Nord-est	Industria	23.412	3.455	538	27.405
	Commercio all'ingrosso	5.650	539	56	6.245
	Servizi alle imprese	6.012	992	206	7.210
	Attività finanziarie e assicurative	420	109	38	567
Totale	35.494	5.095	838	41.427	
Centro	Industria	16.180	1.598	229	18.007
	Commercio all'ingrosso	4.128	271	39	4.438
	Servizi alle imprese	6.376	1.363	269	8.008
	Attività finanziarie e assicurative	346	88	37	471
Totale	27.030	3.320	574	30.924	
Sud e Isole	Industria	14.508	1.424	147	16.079
	Commercio all'ingrosso	4.951	272	19	5.242
	Servizi alle imprese	6.573	985	158	7.716
	Attività finanziarie e assicurative	267	48	7	322
Totale	26.299	2.729	331	29.359	
Italia	Industria	80.823	10.660	1.562	93.045
	Commercio all'ingrosso	22.181	1.893	233	24.307
	Servizi alle imprese	28.166	5.255	1.058	34.479
	Attività finanziarie e assicurative	1.784	414	165	2.363
Totale ITALIA	132.954	18.222	3.018	154.194	

Fonte: Istat 2019

Campione realizzato (V.A.)

Campione realizzato

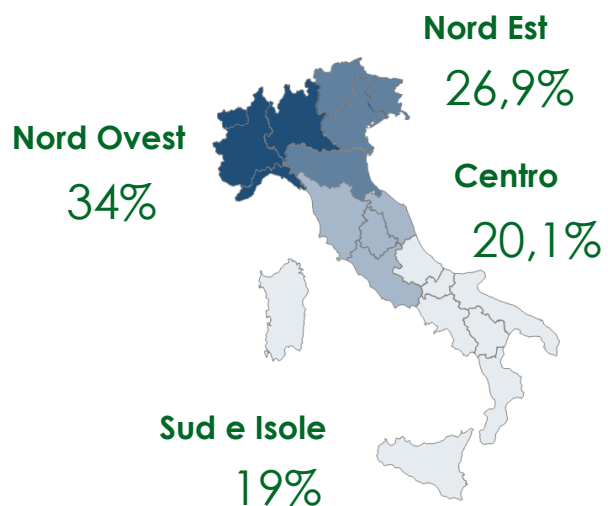
		10-49	50-249	Oltre 249	Totale
Nord-ovest	Industria	24	25	27	76
	Commercio all'ingrosso	6	5	4	15
	Servizi alle imprese	15	18	19	52
	Attività finanziarie e assicurative	4	2	1	7
Totale	49	50	51	150	
Nord-est	Industria	23	22	26	71
	Commercio all'ingrosso	4	4	4	12
	Servizi alle imprese	11	14	12	37
	Attività finanziarie e assicurative	3	2	2	7
Totale	41	42	44	127	
Centro	Industria	16	17	26	59
	Commercio all'ingrosso	3	2	2	7
	Servizi alle imprese	14	14	18	46
	Attività finanziarie e assicurative	1	1	1	3
Totale	34	34	47	115	
Sud e Isole	Industria	12	17	14	43
	Commercio all'ingrosso	3	5	4	12
	Servizi alle imprese	10	16	11	37
	Attività finanziarie e assicurative	2	1	1	4
Totale	27	39	30	96	
Italia	Industria	75	81	93	249
	Commercio all'ingrosso	16	16	14	46
	Servizi alle imprese	50	62	60	172
	Attività finanziarie e assicurative	10	6	5	21
Totale ITALIA	151	165	172	488	

Si evidenzia che i risultati del campione sono stati riportati all'universo, in modo da rispecchiare la corretta distribuzione delle imprese nell'universo.

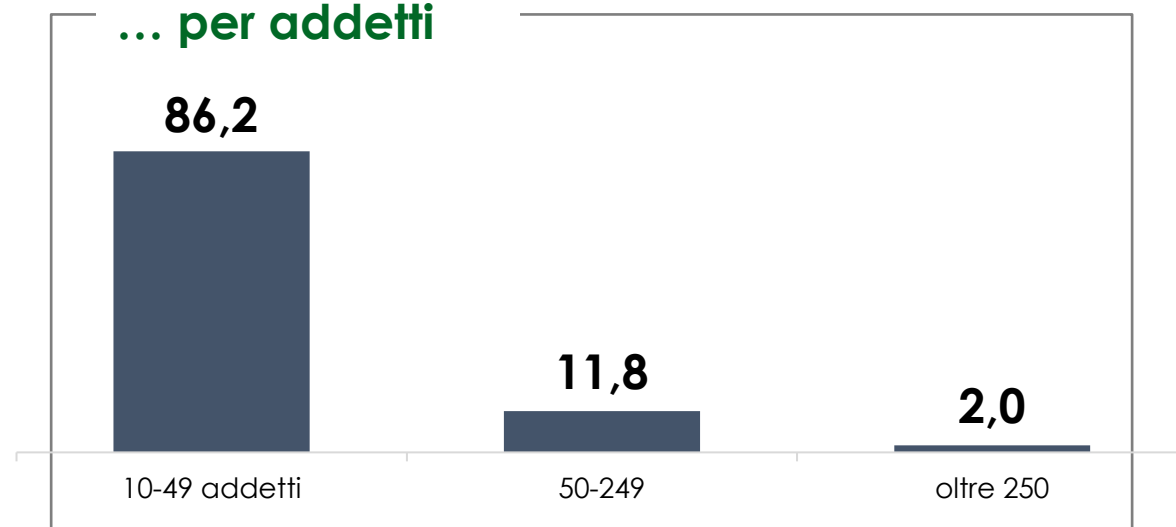
Premessa | Il campione di indagine

Campione rappresentativo delle imprese italiane con oltre 9 addetti del settore industria (manifattura, costruzioni, energia), del commercio all'ingrosso, dei servizi alle imprese e del settore *finance*.

... per area geografica



... per addetti



... per settore di attività economica



Considerazioni generali di sintesi

La percezione sulla sostenibilità della propria azienda risulta molto positiva: secondo l'84,1% degli intervistati, la propria impresa è «molto» o «abbastanza» sostenibile. Il dato è in linea con quello dello scorso anno.

I due terzi delle imprese che si ritengono sostenibili applica le politiche sulla sostenibilità sulla maggior parte dei comparti. Il dato è accentuato tra le imprese del settore finance (82,7%) e nell'industria (70,4%). Inoltre, i comparti in cui le aziende stanno investendo di più in sostenibilità sono la produzione (42%), l'amministrazione (31%) e le HR (27%).

Analizzando le difficoltà nel processo verso la sostenibilità, vediamo come più della metà delle imprese che oggi si definiscono «poco» o «per nulla sostenibili», stiano lavorando per raggiungere in futuro l'obiettivo della sostenibilità.

In generale quasi un'impresa su due (49,2%) incontra delle difficoltà nel proprio percorso verso la sostenibilità: le difficoltà principali riguardano la mancanza di budget e di competenze.

Analizzando cosa si intende per sostenibilità, emerge come la dimensione ambientale del concetto di sostenibilità sia la più trasversale (94%). Quella sociale è imprescindibile per il 84%, mentre la dimensione economica è ritenuta essenziale dal 64% delle imprese.

Nel complesso, il 62% delle imprese è consapevole che per ritenersi sostenibile deve rispettare contemporaneamente i parametri di tutte e tre le aree (ambientale, sociale ed economica); per il 38% sono sufficienti anche solo una o due aree.

Secondo il 77,6% del campione, un'impresa può definirsi sostenibile se riduce l'impatto ambientale, per il 63,3% se tiene conto del benessere dei propri dipendenti, per il 50,5% se valorizza e sostiene il territorio locale.

Considerazioni generali di sintesi

Nel concreto più di 9 imprese su 10 differenziano i rifiuti, 6 su 10 si impegnano nel risparmio energetico e quasi la metà in quello dell'acqua, mentre la riciclabilità dei materiali ed il risparmio di materie prime non rinnovabili sono gli aspetti a cui maggiormente le imprese fanno attenzione in fase di sviluppo di un nuovo progetto o prodotto.

In termini di sostenibilità sociale, benefit aggiuntivi per i dipendenti sono previsti da più della metà delle imprese del campione, con significative differenze tra settori e classi dimensionali. Tra questi i premi di produzione sono il benefit più frequente (39%), seguono le assicurazioni mediche offerte dal 30% e l'adesione a piattaforme di welfare.

Quattro imprese su 10 prevedono inoltre per i propri dipendenti programmi specifici di welfare. Il dato è accentuato presso le imprese più grandi e quelle del settore finance. I programmi di welfare più diffusi sono programmi di inclusione per migliorare il clima aziendale (41%) e la mensa aziendale (20%). L'attuale emergenza sanitaria ha però determinato la sospensione del 12% degli asili aziendali e di quasi il 40% delle mense aziendali.

Inoltre, una impresa su tre prevede anche programmi verso la comunità che superino quanto previsto dalle normative. Il dato è accentuato tra le imprese più grandi e quelle che operano nel settore dell'industria. Questo 32% si suddivide in un 19,2% che prevede politiche a sostegno della comunità locale e un 17% che si impegna in politiche di sostegno a Onlus nazionali e/o internazionali.

Per quanto riguarda lo smart working vediamo come il 44% delle imprese stia attualmente ricorrendo al lavoro da remoto. Il 21% di queste vede lavorare da casa almeno la metà del personale. Inoltre il 53% di queste intende mantenere questa forma di lavoro anche dopo la fine dell'attuale emergenza sanitaria.

Considerazioni generali di sintesi

L'impegno che le imprese si riconoscono circa la trasparenza dei risultati aziendali nei confronti del personale (per esempio la condivisione di documenti quali il bilancio, l'annual report, ecc.) è scarso per il 65,9%, medio per il 18,9%, alto per il 15,3%.

Più di una impresa su sei (16,3%) redige il bilancio di sostenibilità o quello ambientale. Si tratta in prevalenza di imprese grandi (molte delle quali obbligate per legge) e quelle del settore finance. Quasi due imprese su tre (64,8%) riconoscono al bilancio di sostenibilità un importante ruolo nella costruzione della reputazione aziendale.

Quasi tre imprese su quattro (73,5%) giudicano l'adozione di politiche per la sostenibilità impattanti in termini di reputazione aziendale. Ma poco più di una impresa su 10 trasforma in statistiche rendicontabili ciò che svolge per la sostenibilità: sono il 34% tra le imprese con più di 250 addetti e il 30% del settore finance.

Negli ultimi due anni in media le imprese hanno destinato il 10% del budget di comunicazione per comunicare la sostenibilità; in lieve aumento la previsione per il prossimo biennio (quasi il 13%).

Nel 17% delle imprese esiste una figura che si occupa di politiche per la sostenibilità. Il dato arriva al 75% nelle imprese con oltre 250 addetti. La figura che si occupa di politiche di sostenibilità è più frequentemente inquadrata nei reparti di produzione (32%) e comunicazione (29%). Presso il 13,5% delle imprese, l'emergenza sanitaria legata alla pandemia è stata un impulso ad introdurre nel proprio organico figure in grado di rendere più eco-compatibili le attività aziendali.

In termini di impegno: Il 13% delle imprese si prefigge per l'anno prossimo di approfondire il massimo impegno (9-10) nella sostenibilità ambientale. L'11% delle imprese l'anno prossimo di impegnerà invece al massimo (9-10) nella sostenibilità sociale, per la quale c'è un 27% che valuta con voto 7-8 l'impegno previsto. Il 17% delle imprese si prefigge di approfondire il massimo impegno (9-10) nella sostenibilità economica, mentre c'è inoltre un 29% che valuta con voto 7-8 l'impegno previsto.

Considerazioni generali di sintesi

L'emergenza sanitaria gioca un ruolo centrale nei propositi di impegnarsi nella sostenibilità ambientale per quasi una impresa su quattro. Il 31% delle imprese crede che la crisi sanitaria abbia avuto un'influenza determinante nel proposito di impegnarsi di più nella sostenibilità sociale e anche per la sostenibilità economica la crisi sanitaria è stata determinante per il 30% delle imprese intervistate.

In termini di rapporto tra sostenibilità e competitività: l'85% delle imprese è molto o abbastanza d'accordo con l'idea che «Essere sostenibili oggi per le imprese è un fattore essenziale per la competitività». Due terzi delle imprese sono d'accordo con l'idea che «Essere sostenibili oggi per le imprese significa far parte di un processo in continua evoluzione». Infine il 46% delle imprese è molto o abbastanza d'accordo con l'idea che «Ci sarà sempre meno spazio nel mercato per le imprese che non perseguono politiche di sostenibilità».

Sostenibilità di filiera: a quasi il 13% delle imprese dell'industria e del commercio all'ingrosso è stato richiesto di dimostrare di operare in una filiera sostenibile.

L'8,5% delle imprese dell'industria e del commercio all'ingrosso ha acquisito nuovi clienti per il fatto di essere sostenibile, mentre il 13% ha richiesto ai propri fornitori di dimostrare di operare in una filiera sostenibile.

Agenda



Premessa e considerazioni generali di sintesi



Sostenibilità

- *Sostenibilità ambientale*
- *Sostenibilità socio-economica*



Sostenibilità e comunicazione



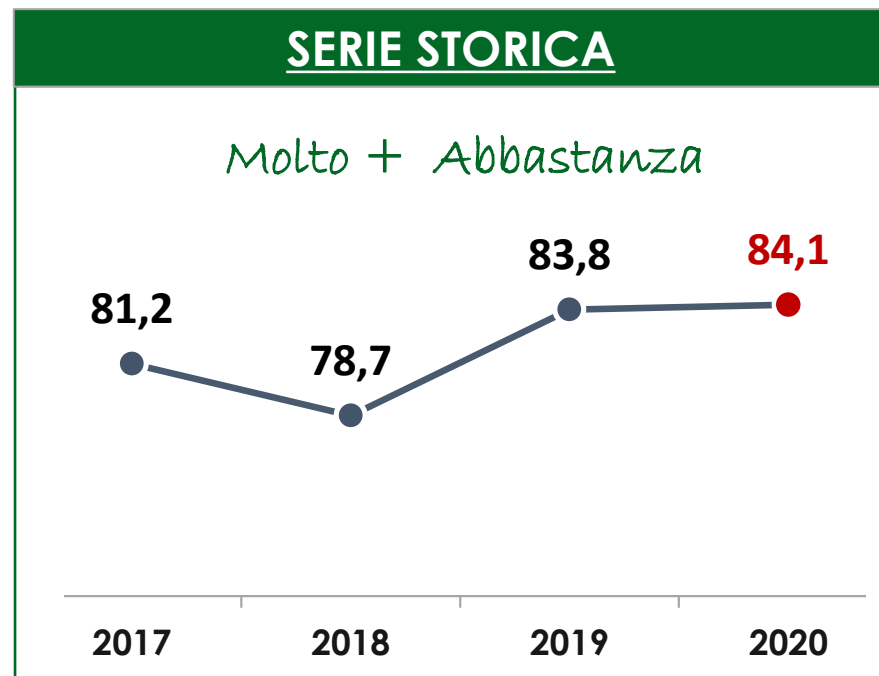
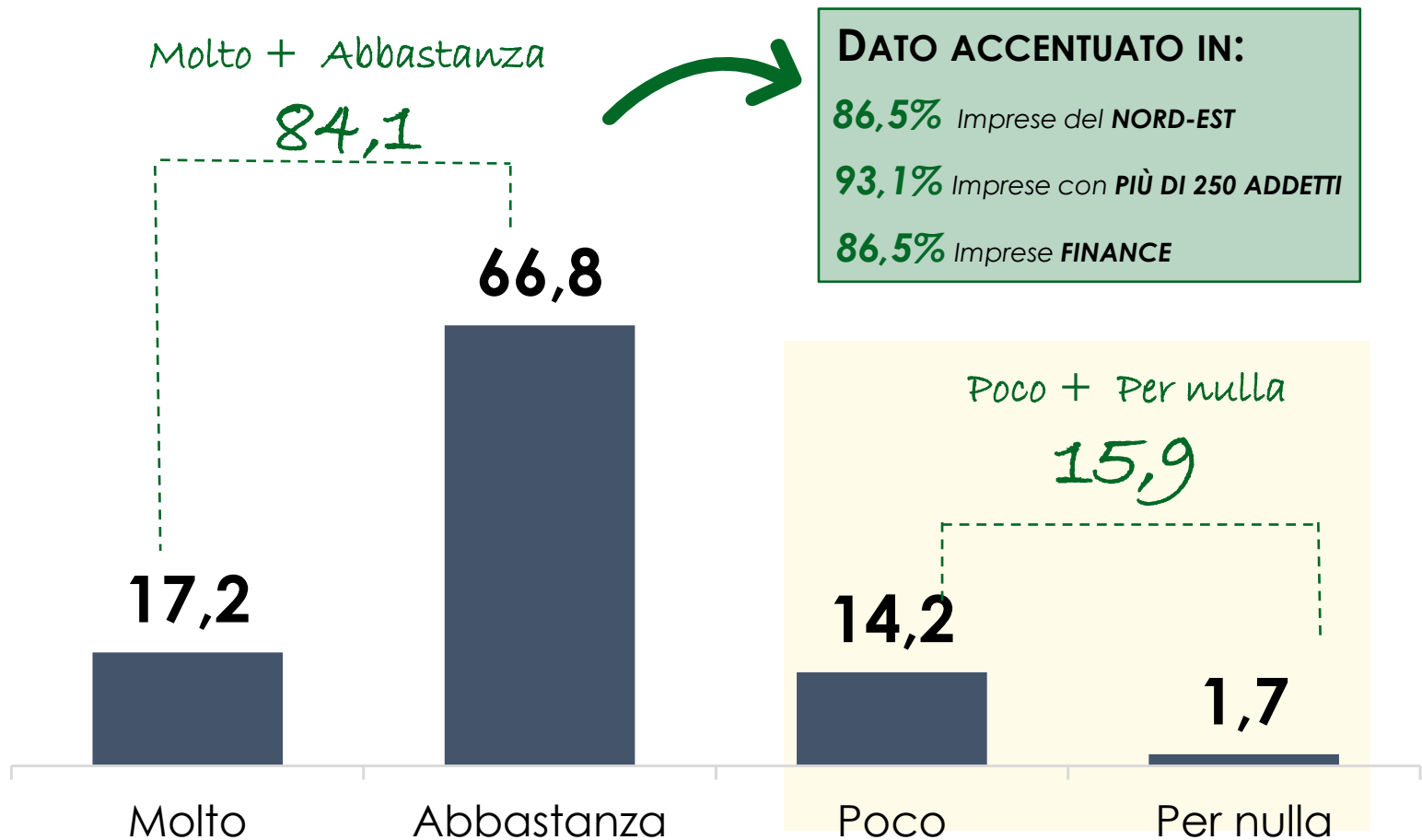
Sostenibilità, organizzazione e investimenti



Metodo

Autovalutazione delle imprese | La percezione sulla sostenibilità della propria azienda risulta molto positiva: secondo l'84,1% degli intervistati, la propria impresa è «molto» o «abbastanza» sostenibile. Il dato è in linea con quello dello scorso anno.

Ad oggi, quanto **definirebbe «sostenibile»** la sua impresa?

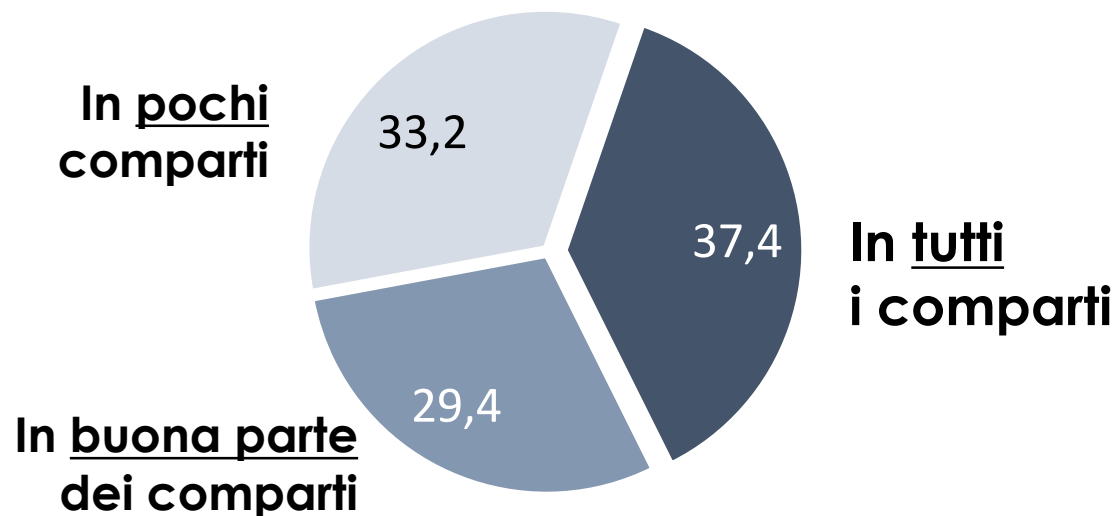


Base campione: 488 casi. I dati sono riportati all'universo.

Quanto sono sostenibili le imprese | I due terzi delle imprese che si ritengono sostenibili applicano le politiche sulla sostenibilità sulla maggior parte dei comparti; il dato è accentuato tra le imprese del settore finance e nell'industria

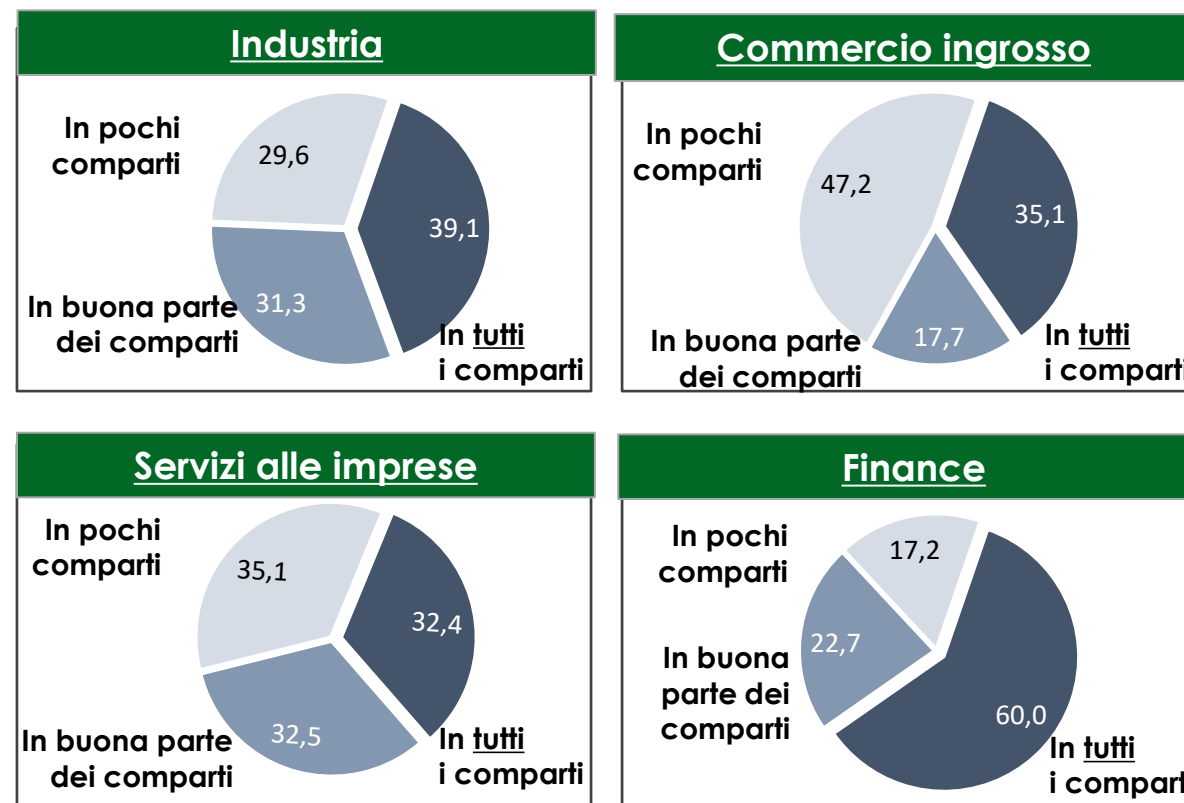
La Sua impresa investe in politiche per la sostenibilità in **tutti i comparti**?

(Solo chi definisce la propria impresa «sostenibile»)



Il **90%** delle filiali italiane di multinazionali investe in sostenibilità in tutti i comparti

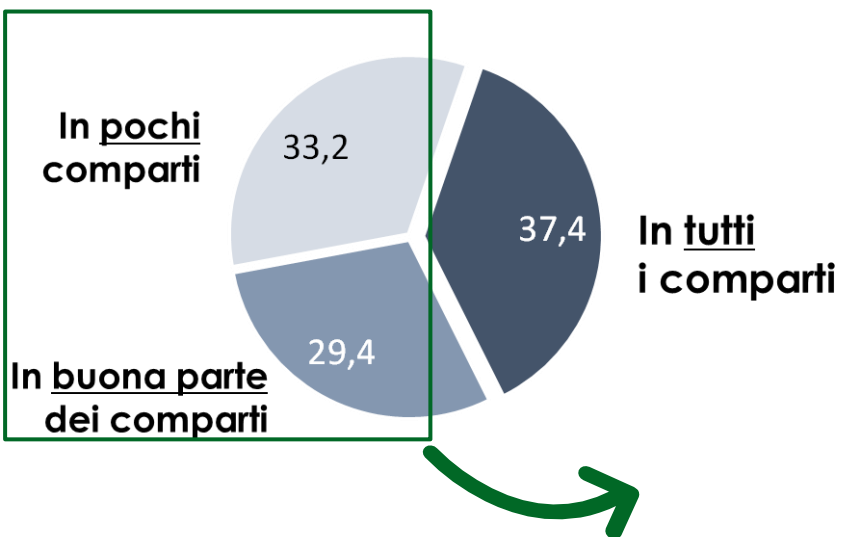
ANALISI PER SETTORE



Base campione: 405 casi. solo chi definisce molto-abbastanza sostenibile la propria impresa. I dati sono riportati all'universo

Quanto sono sostenibili le imprese | I comparti in cui le aziende stanno investendo di più in sostenibilità sono la produzione (42%), l'amministrazione (31%) e le HR (27%)

La Sua impresa investe in politiche per la sostenibilità in tutti i comparti?



Solo chi ha risposto «in buona parte dei comparti» e «in pochi comparti»

In particolare, **in quali** dei seguenti **comparti** la Sua impresa **investe** in politiche per la **sostenibilità**?



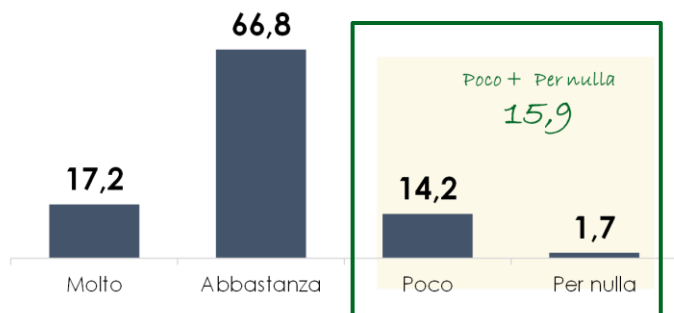
Base campione: 225 casi. Solo chi non investe in politiche per la sostenibilità in tutti i reparti. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse più risposte. I dati sono riportati all'universo.

Le difficoltà nel processo verso la sostenibilità | Più della metà delle imprese che oggi si definiscono poco o per nulla sostenibili sta lavorando per raggiungere in futuro l'obiettivo della sostenibilità

Ritiene che la sua impresa nel futuro **diventerà sostenibile?**

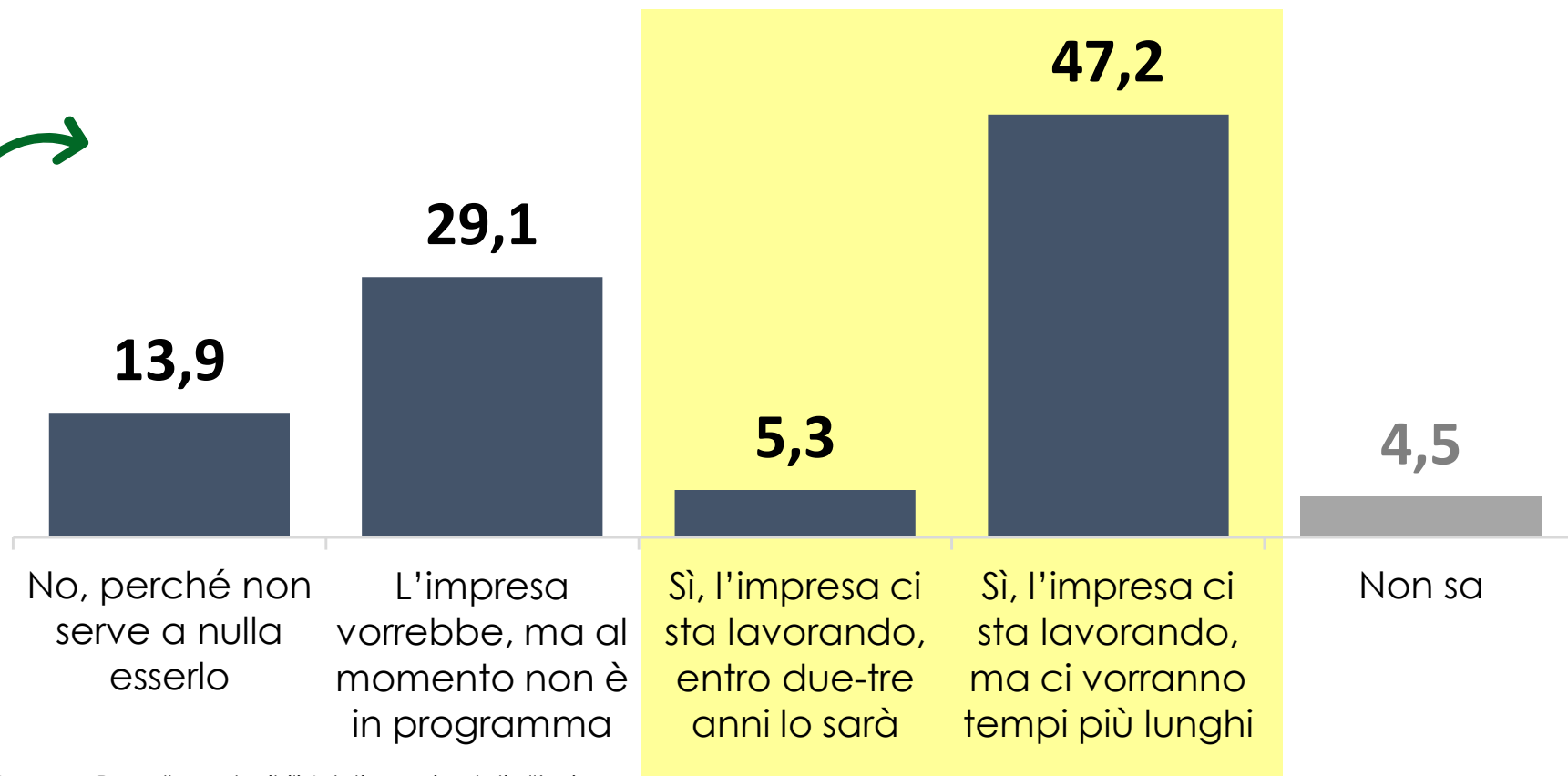
(Solo le imprese che si sono definite «Poco» o «Per nulla» sostenibili)

Ad oggi, quanto **definirebbe «sostenibile»** la sua impresa?



52,5%

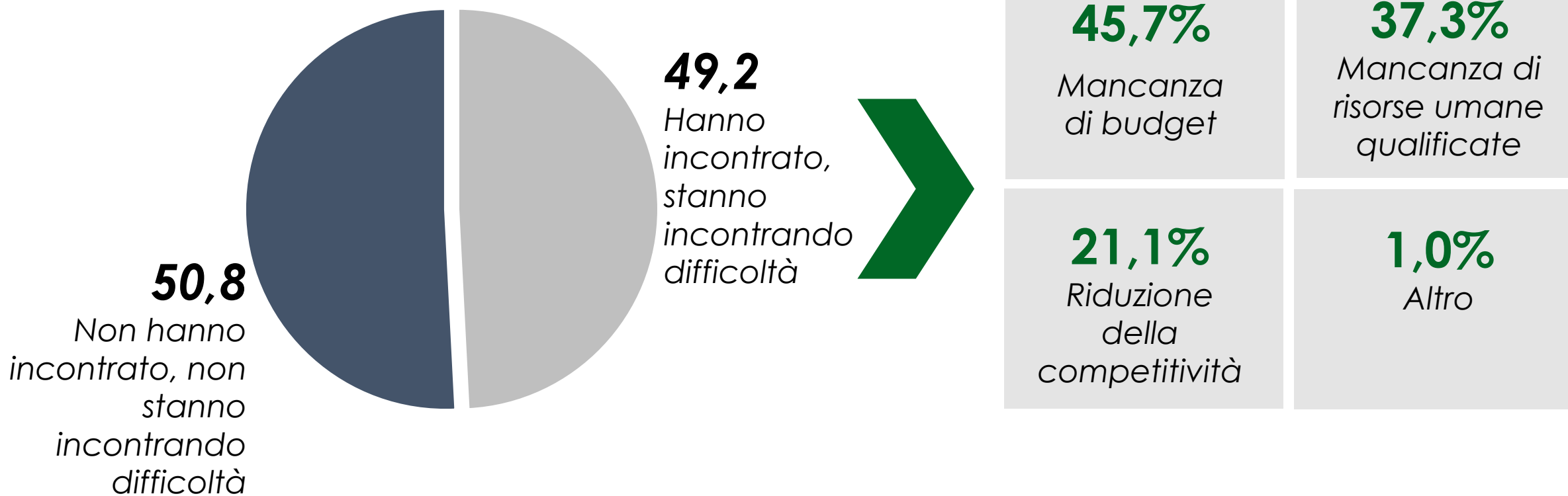
Sono le imprese che prevedono che in futuro **saranno più sostenibili**



Base campione: 60 casi. Solo le imprese che si sono definite «Poco»+» «Per nulla» sostenibili. I dati sono riportati all'universo.

Le difficoltà nel processo verso la sostenibilità | Quasi un'impresa su due (49,2%) incontra delle difficoltà nel proprio percorso verso la sostenibilità: le difficoltà principali riguardano la mancanza di budget e di competenze

Quali **difficoltà** ha incontrato/sta incontrando la Sua impresa **nel processo di evoluzione in «impresa sostenibile»?**

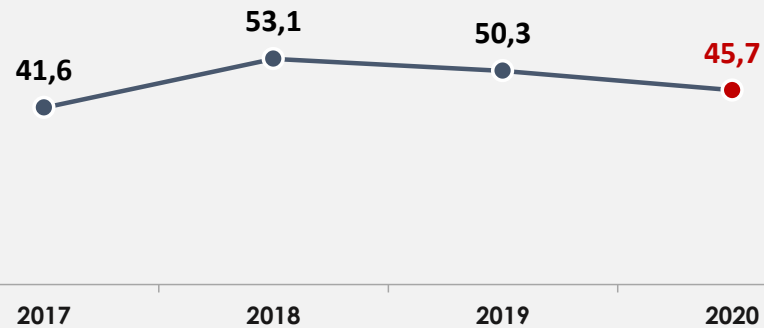


Base campione: 488 casi. I dati sono riportati all'universo.

Le difficoltà nel processo verso la sostenibilità | I dati in serie storica dell'Osservatorio.

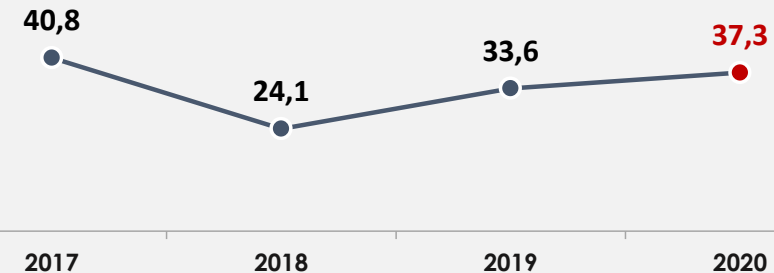
Quali **difficoltà** ha incontrato/sta incontrando la Sua impresa **nel processo di evoluzione in «impresa sostenibile»?**

Mancanza di budget



OSSERVATORIO 2020: dato in diminuzione

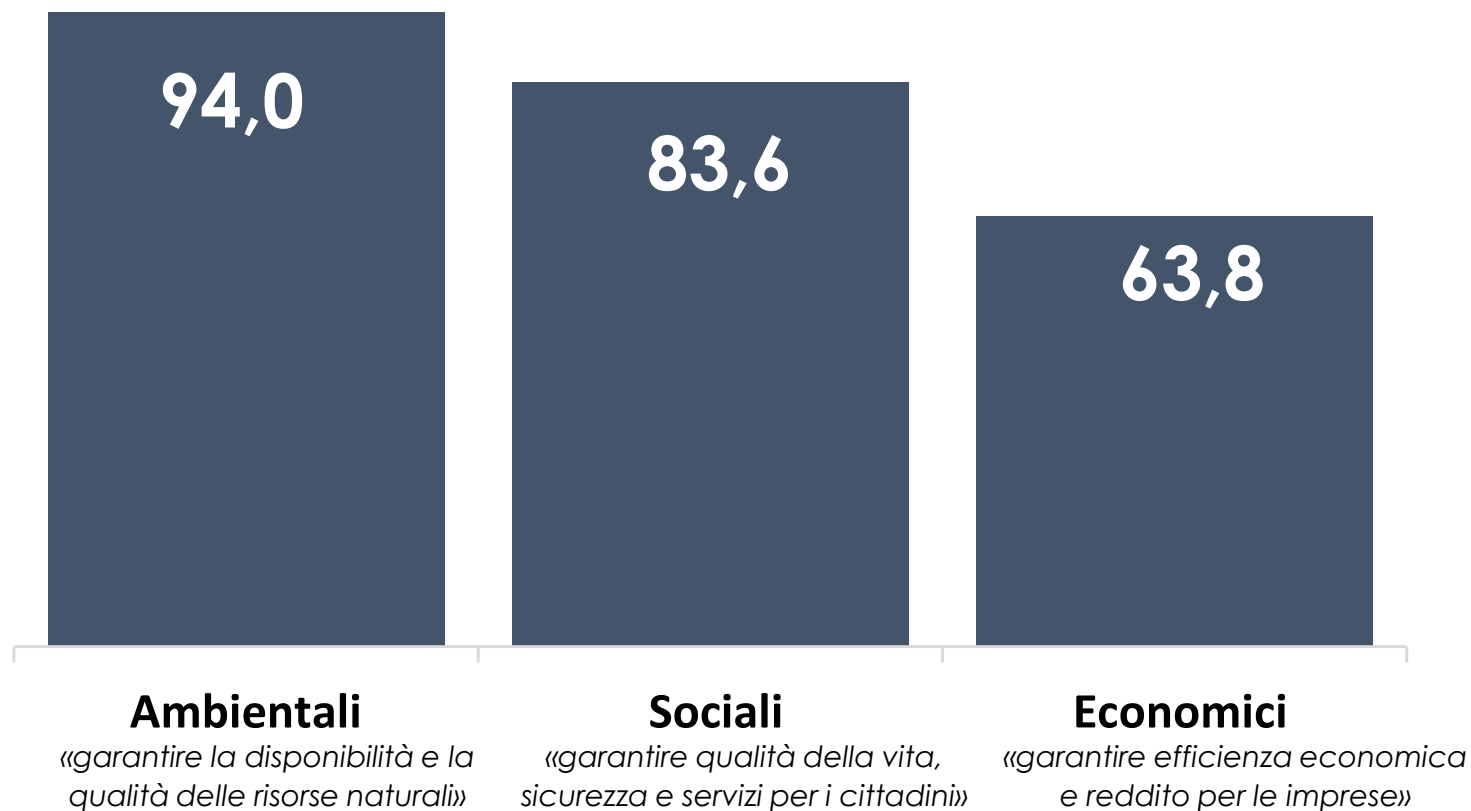
Mancanza di competenze/ di risorse umane qualificate



OSSERVATORIO 2020: dato in aumento

Le aree della sostenibilità | La dimensione *ambientale* del concetto di sostenibilità è la più trasversale di tutti (94%), quella *sociale* è imprescindibile per l' 84%, mentre la *dimensione economica* è ritenuta essenziale dal 64% delle imprese

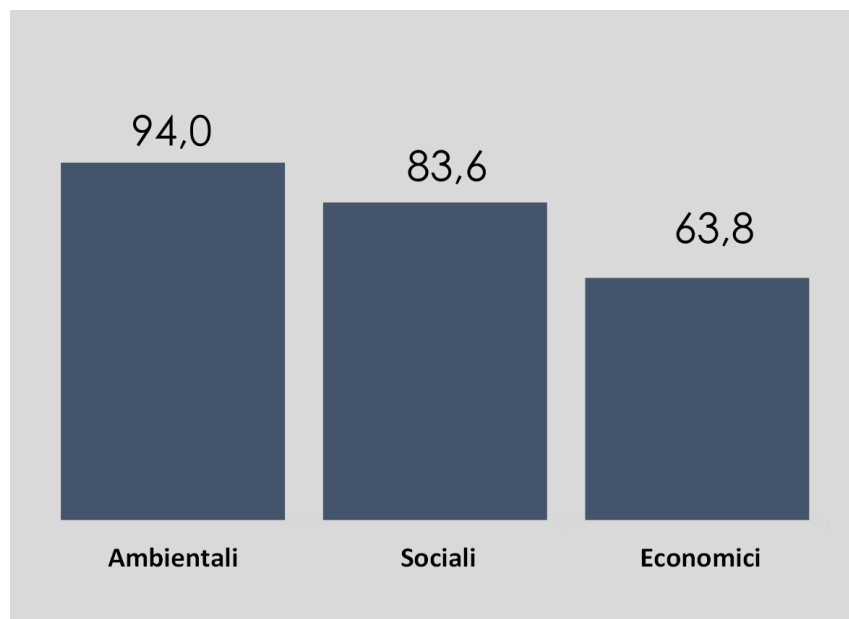
Un'impresa si può ritenere “**sostenibile**” quando **rispetta determinati parametri** in quale delle seguenti aree?



Base campione: 488 casi. I dati sono riportati all'universo.

Le aree della sostenibilità | Il 62% delle imprese è consapevole che per ritenersi sostenibile, deve rispettare contemporaneamente i parametri di tutte e tre le aree; per il 38% sono sufficienti anche solo una o due aree.

Un'impresa si può ritenere **“sostenibile”** quando **rispetta determinati parametri** in quale delle seguenti aree?



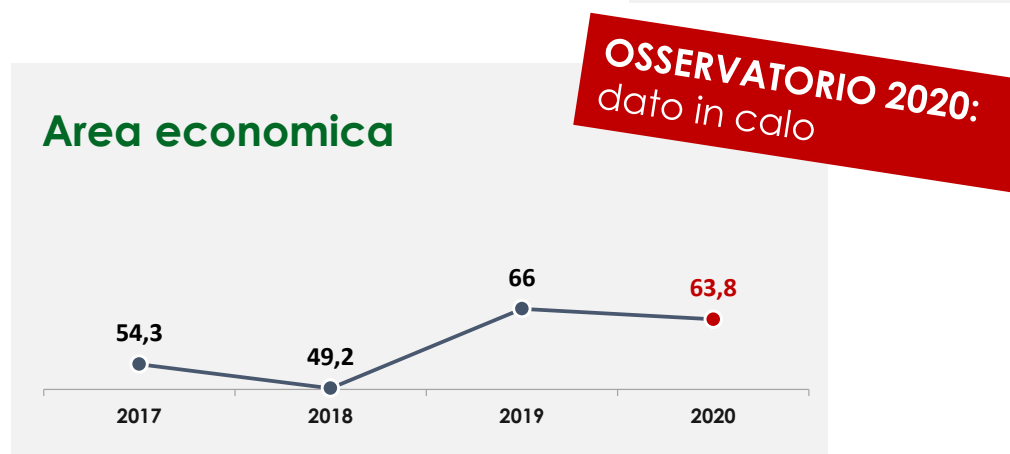
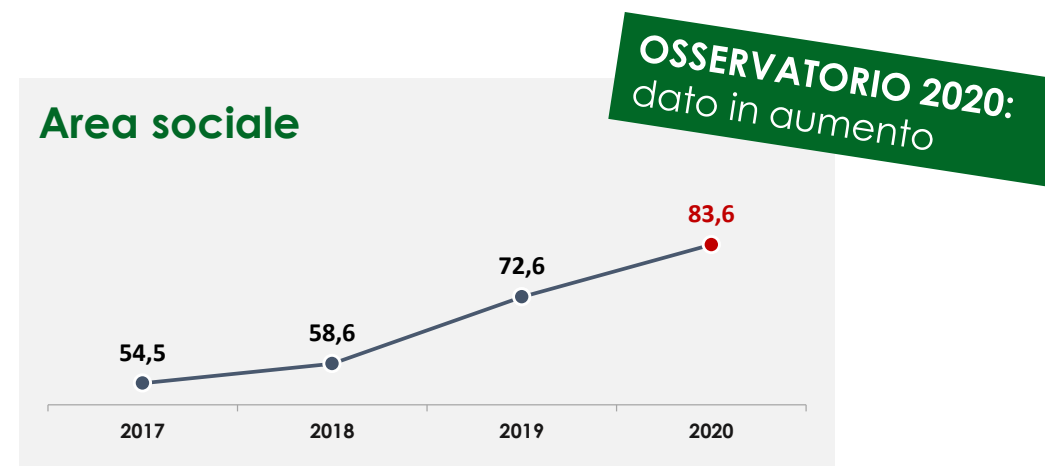
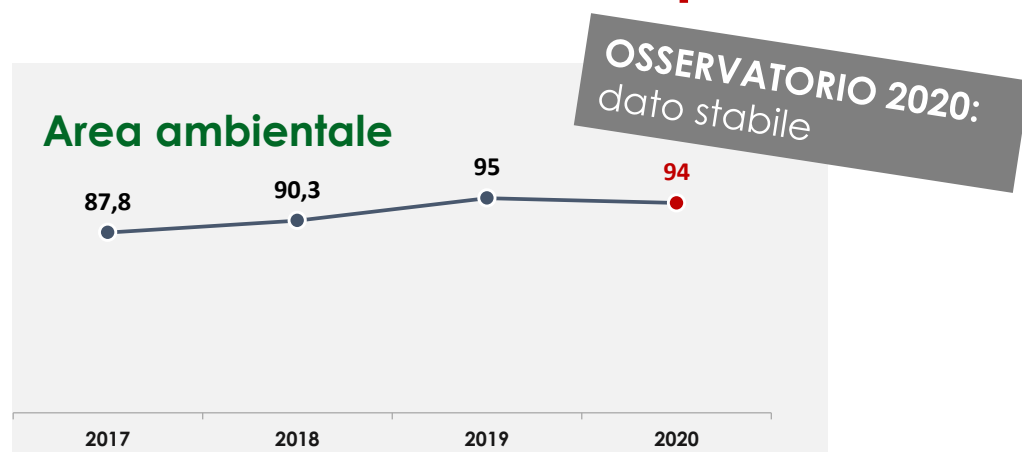
62% Le imprese che hanno affermato che per ritenersi sostenibili sia necessario rispettare tutti e tre i parametri.

38% Le imprese che hanno affermato che per ritenersi sostenibili sia sufficiente rispettare anche solo uno o due dei tre parametri.

Le aree della sostenibilità | I dati in serie storica dell'Osservatorio.

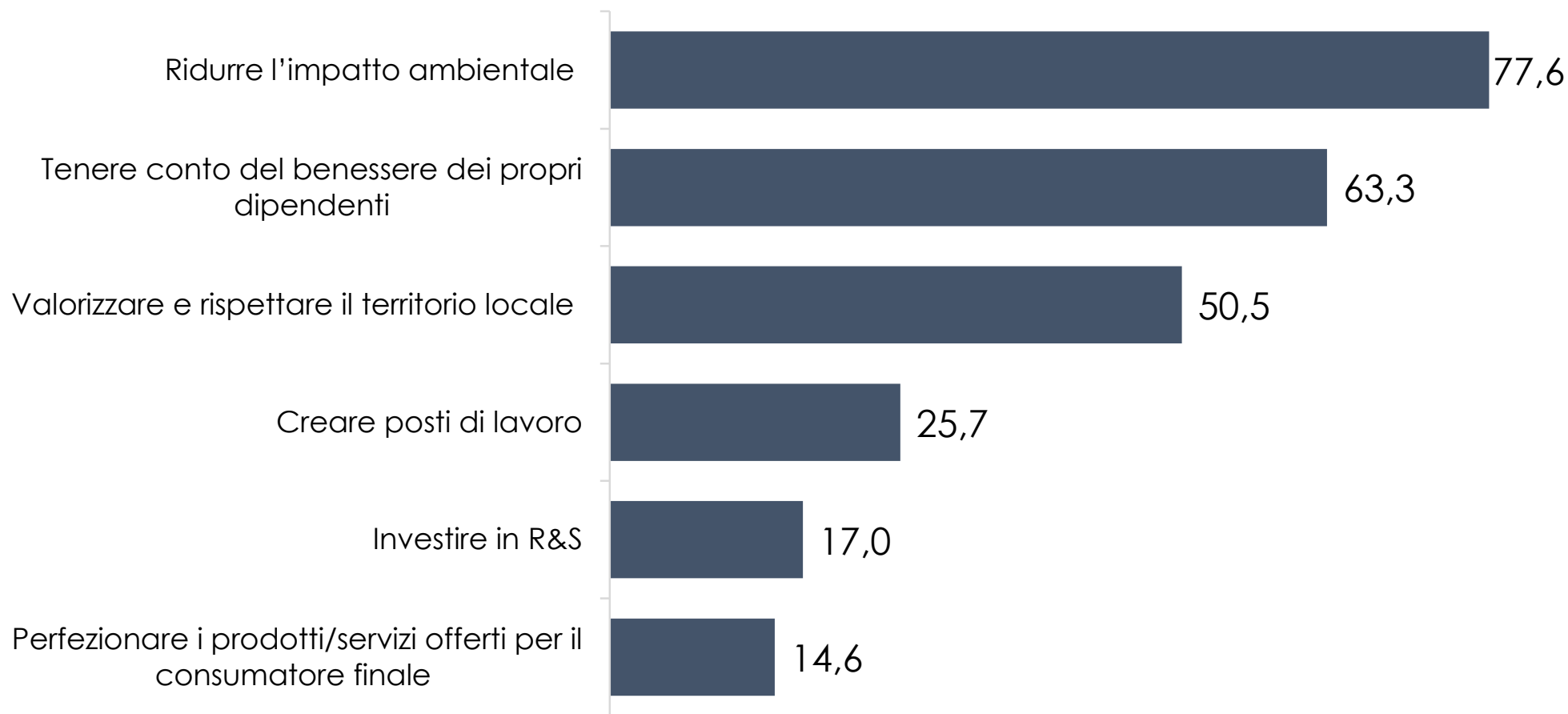
Un'impresa si può ritenere “sostenibile” quando **rispetta determinati parametri** in quale delle seguenti aree?

C'è sempre maggiore consapevolezza dei parametri di tipo «sociale» nella definizione di impresa sostenibile



Politiche di sostenibilità | Secondo il 77,6% del campione, un'impresa può definirsi sostenibile se riduce l'impatto ambientale, per il 63,3% se tiene conto del benessere dei propri dipendenti, per il 50,5% se valorizza e rispetta il territorio locale

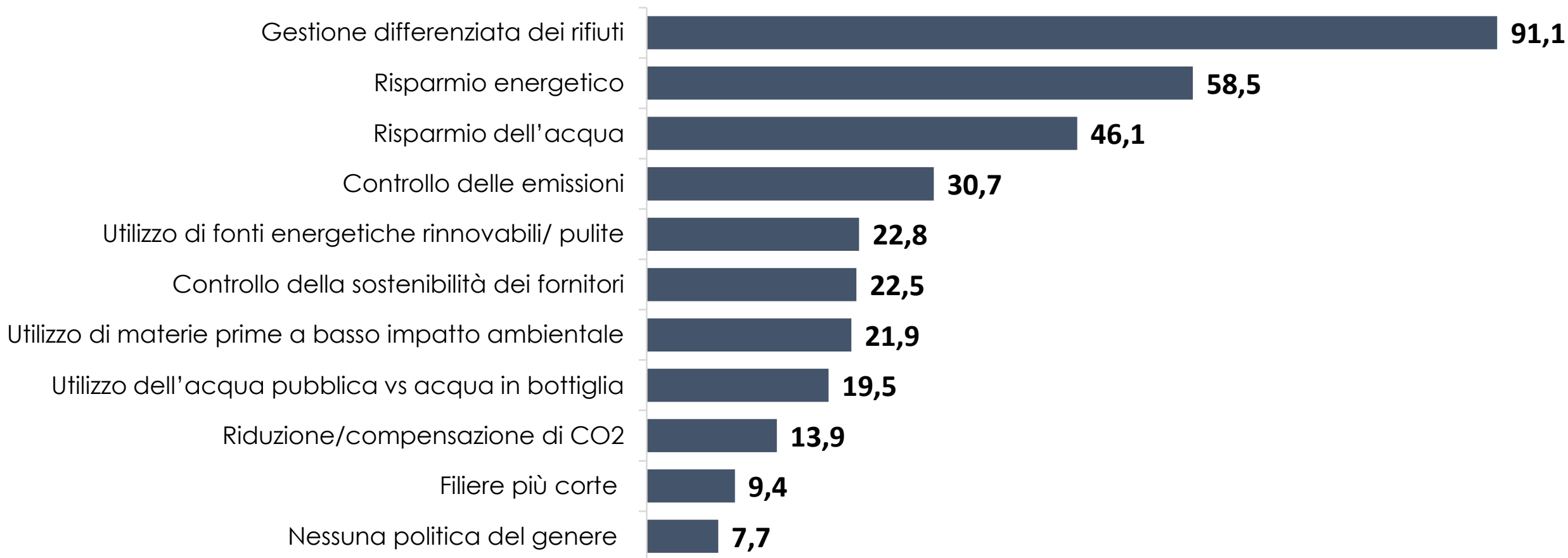
A Suo avviso quali **politiche di sostenibilità** dovrebbe adottare una impresa **per definirsi "sostenibile"**?



Base campione: 488 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo | dati sono riportati all'universo.

Politiche di sostenibilità ambientale | Più di 9 imprese su 10 differenziano i rifiuti, 6 su 10 si impegnano nel risparmio energetico e quasi la metà in quello dell'acqua. Queste sono le politiche di sostenibilità più diffuse tra le imprese.

La sua Impresa **persegue politiche di....**



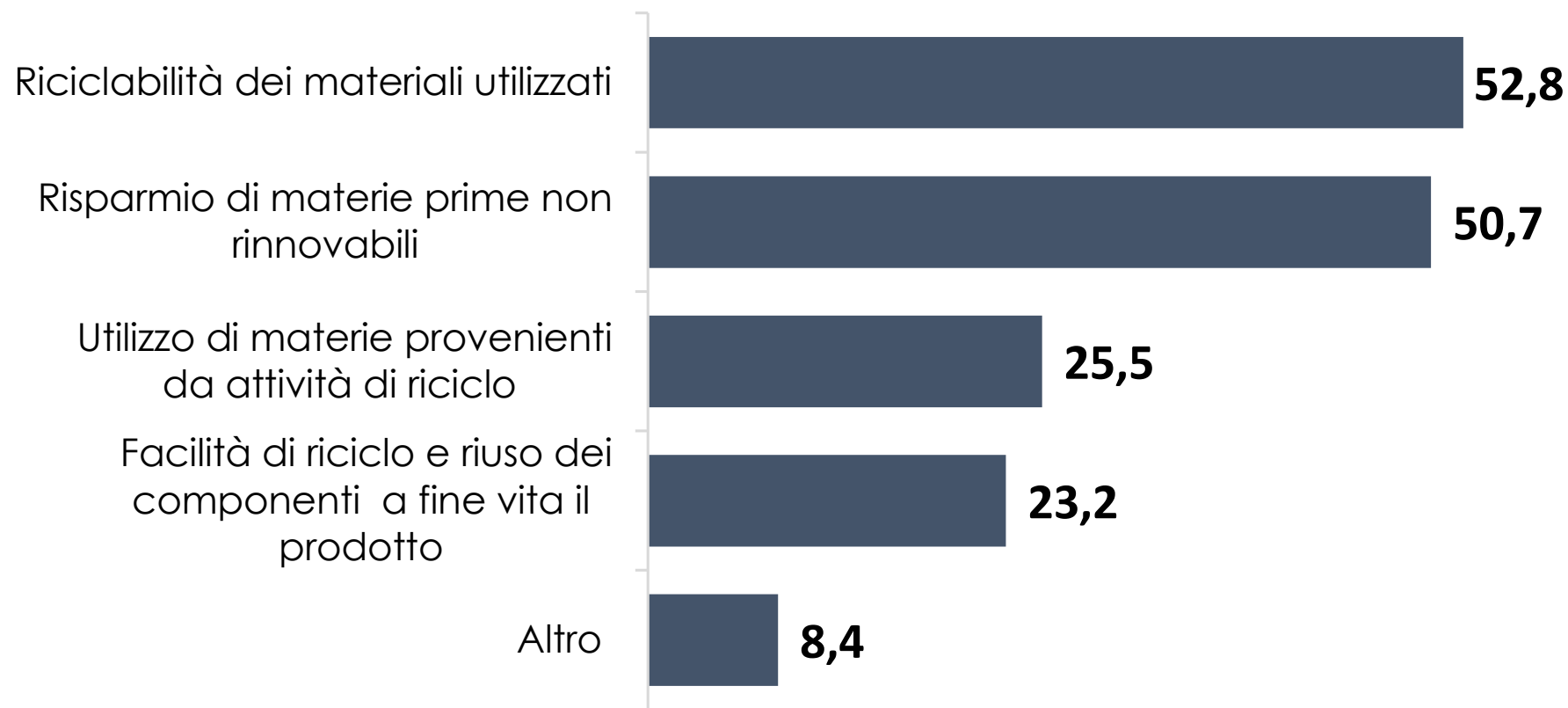
Politiche di sostenibilità ambientale | Accentuazioni statistiche dei primi dei item

	Totale	Area				Settore				Addetti		
		NO	NE	C	SI	Industria	Comm. ingrosso	Servizi alle imprese	Finance	10-49	50-249	oltre 250
Gestione differenziata dei rifiuti	91,1	92,8	92,1	84,3	82,3	88,2	88,1	78,3	97,1	85,8	87,0	92,6
Risparmio energetico	58,5	58,2	60,1	53,4	46,5	58,3	40,9	59,1	45,2	53,6	66,2	77,4
Risparmio dell'acqua	46,1	42,9	47,9	52,4	42,9	58,4	38,6	20,0	20,0	47,3	37,1	51,1
Controllo delle emissioni	30,7	32,9	43,0	12,6	28,8	46,8	16,0	n.d	n.d	30,0	35,3	37,2
Utilizzo di fonti energetiche pulite	22,8	26,8	27,8	20,3	10,9	28,0	37,2	n.d	n.d	22,0	25,0	40,6
Controllo della sostenibilità dei fornitori	22,5	24,4	26,8	21,1	19,7	25,7	17,6	21,5	24,2	21,9	30,1	50,5

Base campione: 488 casi. I dati sono riportati all'universo. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple.

Sostenibilità ambientale nello sviluppo di nuovi progetti | La riciclabilità dei materiali ed il risparmio di materie prime non rinnovabili sono gli aspetti a cui maggiormente le imprese fanno attenzione in fase di sviluppo di un nuovo progetto o prodotto

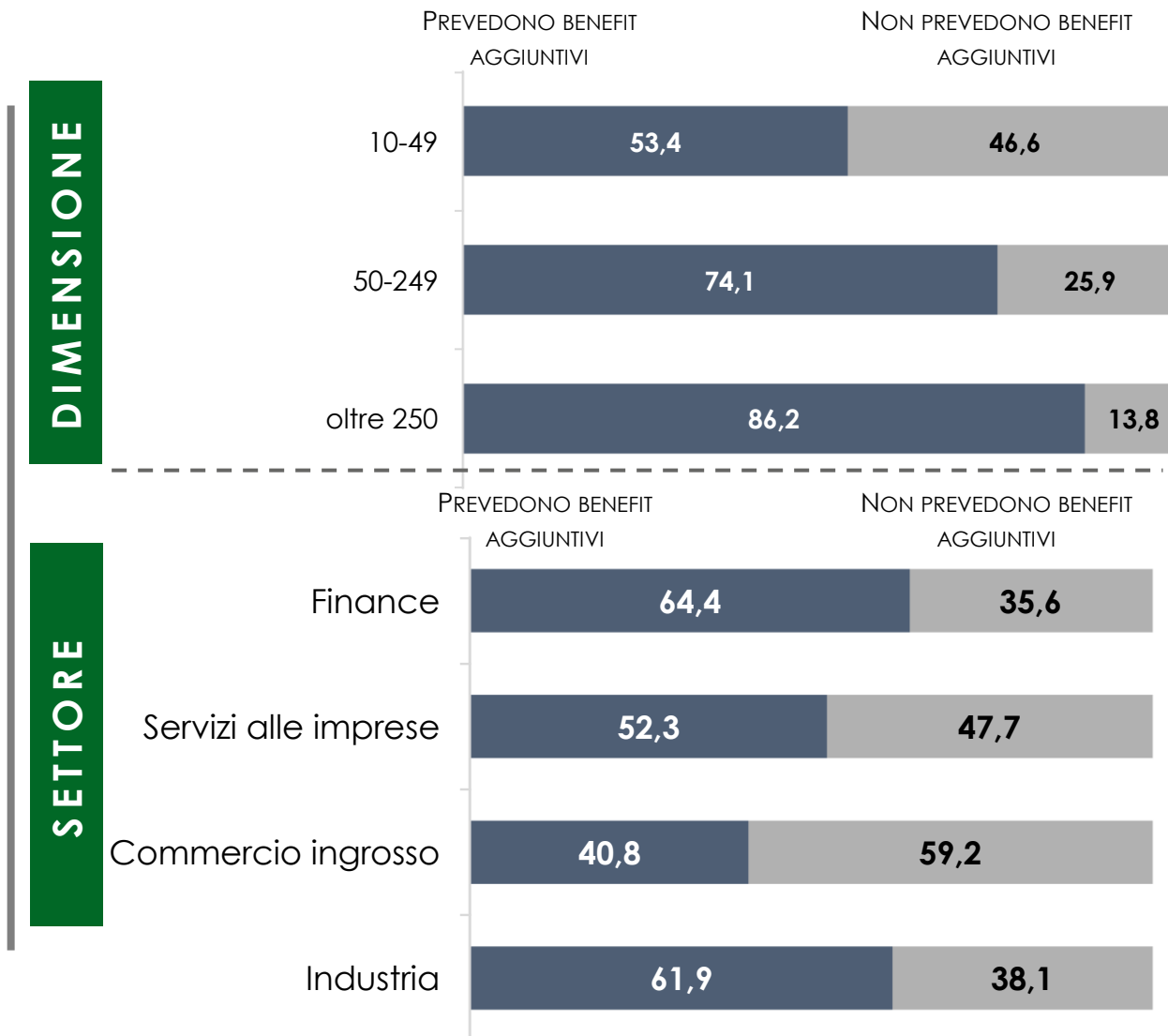
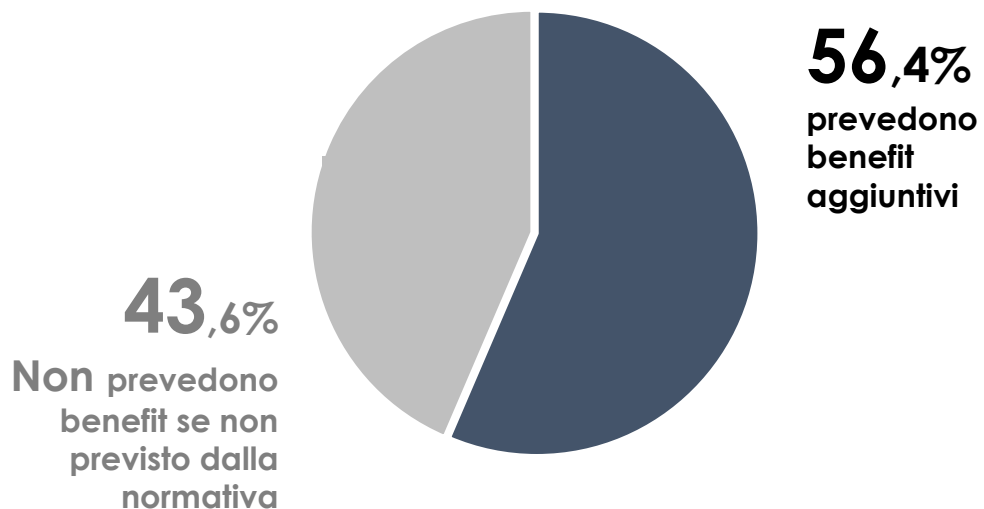
Quali dei seguenti **aspetti** vengono **tenuti in considerazione** quando viene sviluppato un **nuovo progetto/ prodotto**?



Base campione: 488 casi. I dati sono riportati all'universo. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo

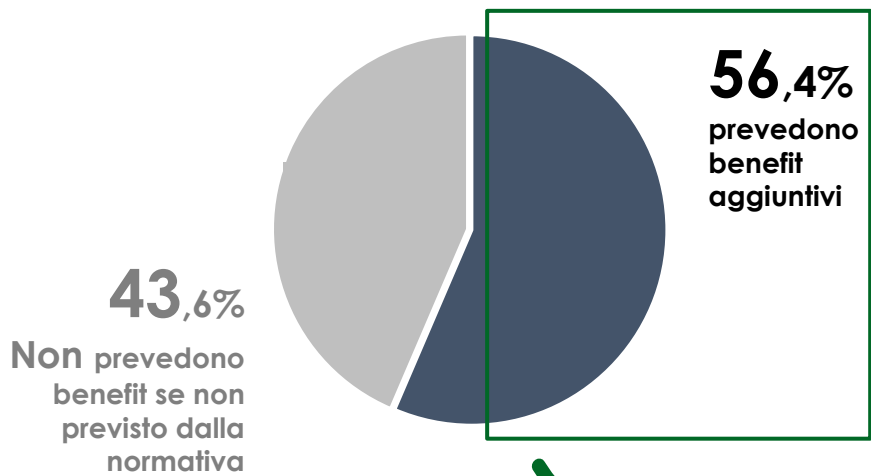
Sostegno e tutela del personale | I benefit aggiuntivi per i dipendenti sono previsti da più della metà delle imprese del campione, con significative differenze tra settori e classi dimensionali

Oltre a quanto previsto dalle normative, la sua impresa **prevede benefit aggiuntivi** per i propri **dipendenti** (esempio: premi produzione, assicurazioni mediche, ecc)?

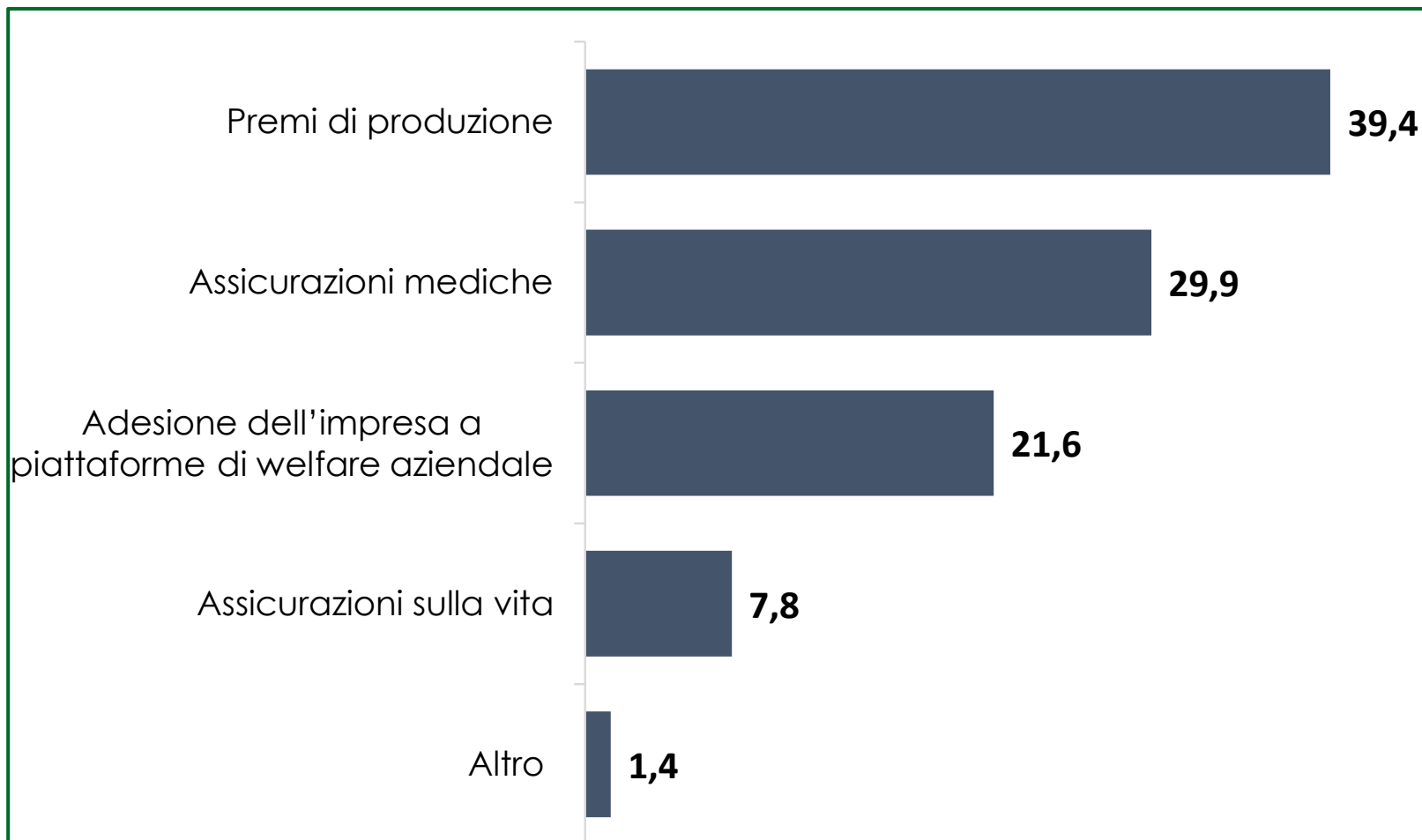


Base campione: 488 casi. I dati sono riportati all'universo.

Sostegno e tutela del personale | I premi di produzione rappresentano il benefit più frequente tra coloro che ne prevedono (39%), seguono le assicurazioni mediche offerte dal 30% e l'adesione a piattaforme di welfare



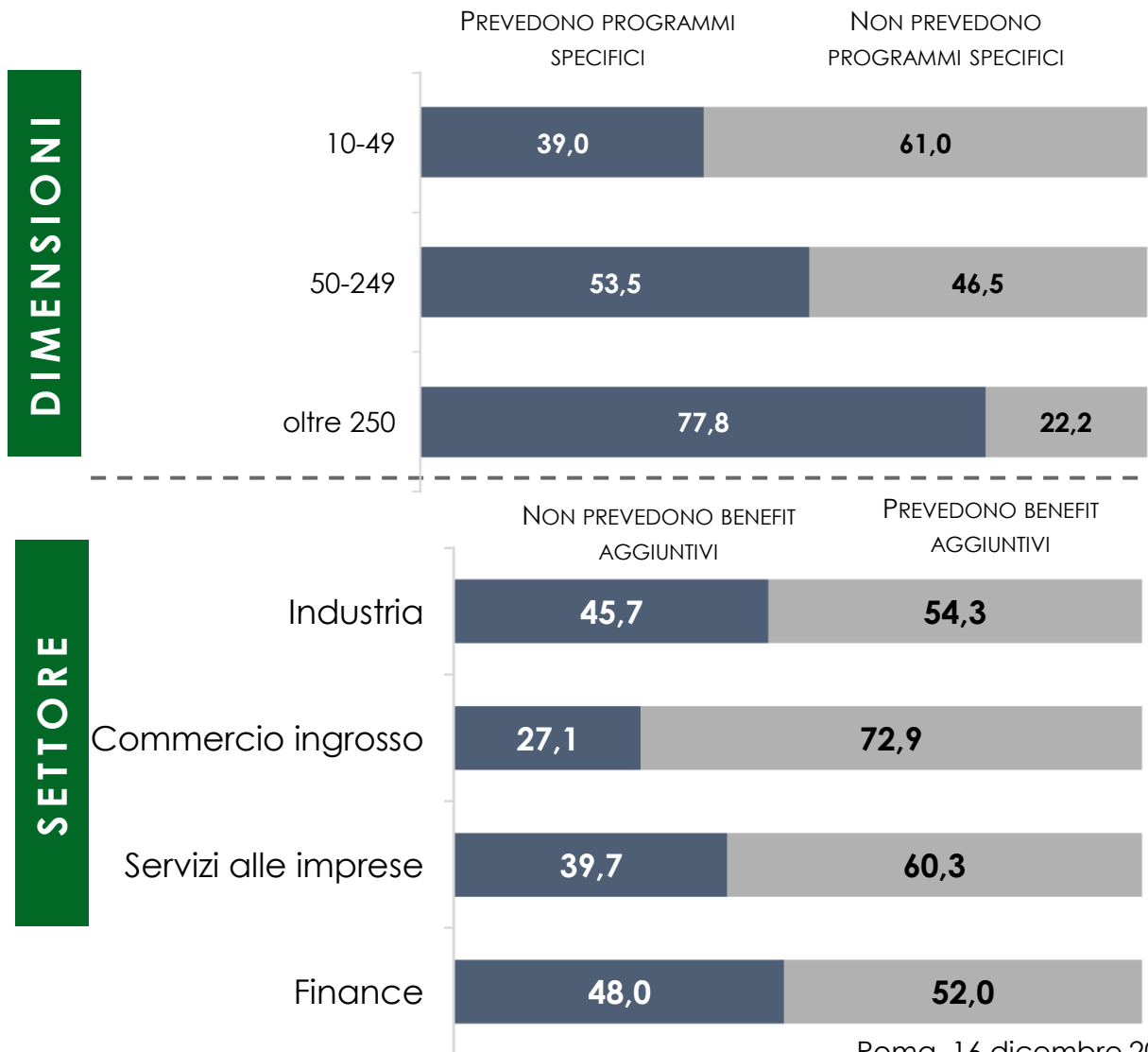
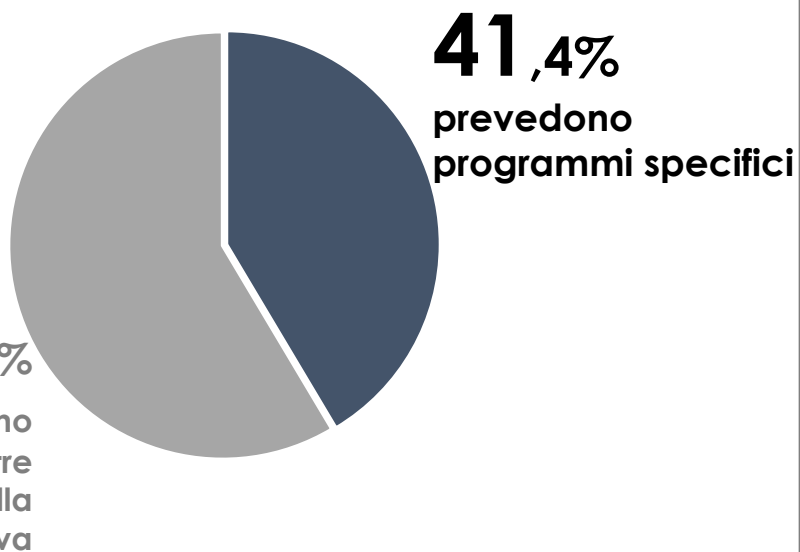
I benefit aggiuntivi più frequentemente previsti per i propri dipendenti sono...



Base campione: 276 casi. Solo coloro che prevedono dei benefit aggiuntivi per i propri dipendenti, il dati sono riportati all'universo.

Sostegno e tutela del personale | 4 imprese su 10 prevedono per i propri dipendenti programmi specifici di welfare. Il dato è accentuato presso le imprese più grandi e quelle del settore finance.

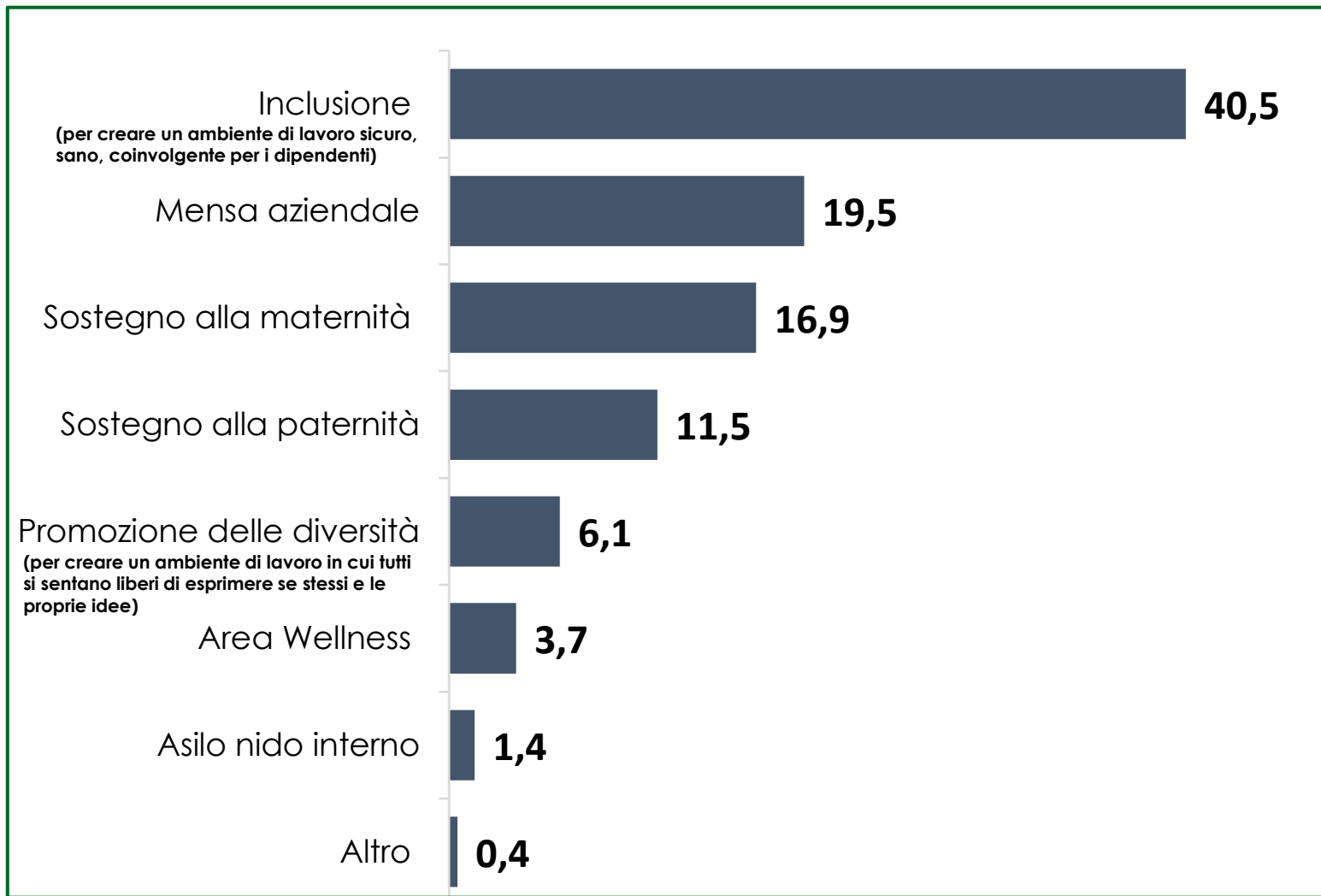
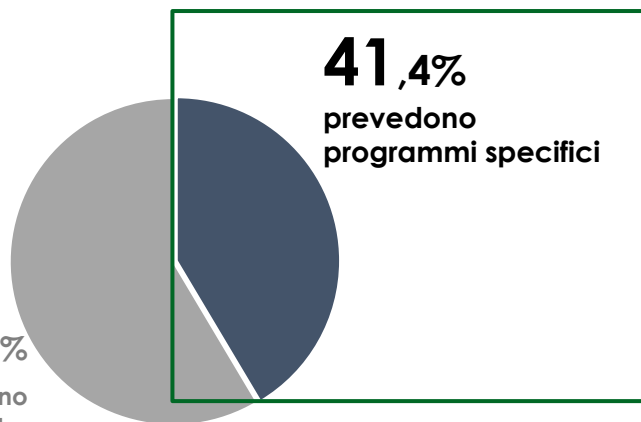
Al di là dell'attuale situazione di emergenza sanitaria, normalmente, oltre a quanto previsto dalle normative, la Sua Impresa prevede per i propri dipendenti **programmi specifici** (es. programmi che favoriscono l'inclusione, sostegno alla maternità e alla paternità etc.)?



Base campione: 488 casi. I dati sono riportati all'universo.

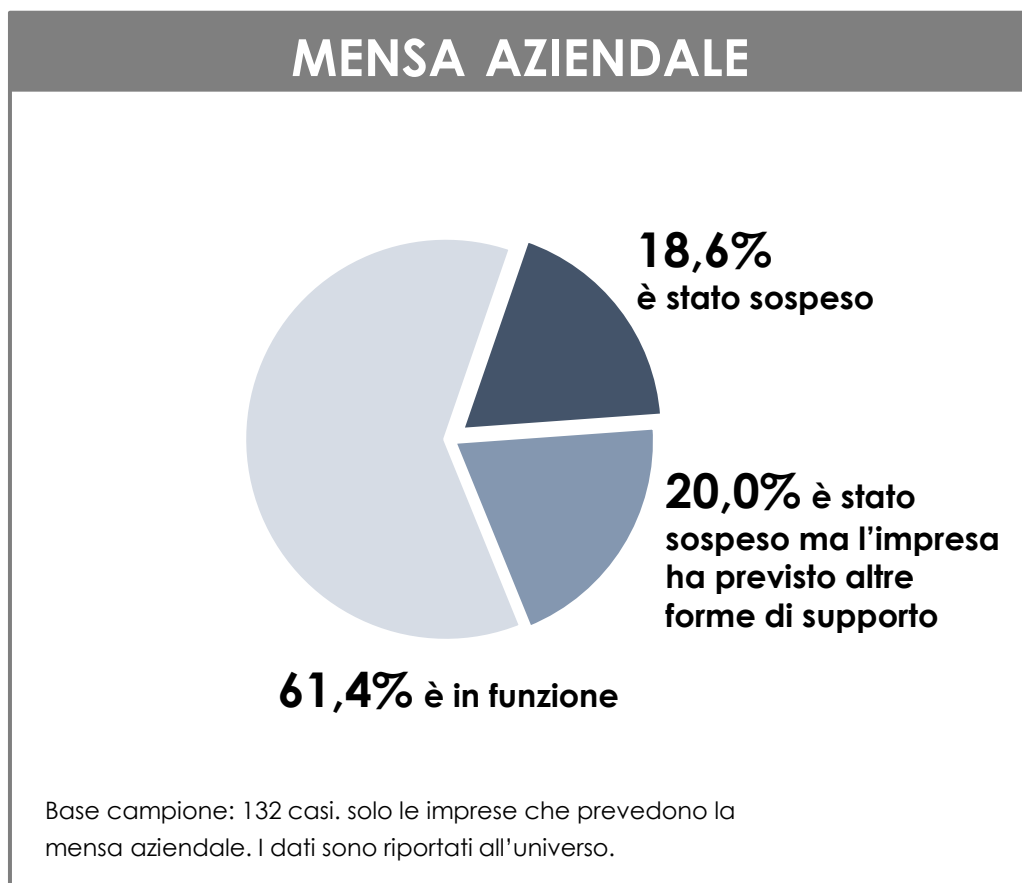
Sostegno e tutela del personale | I programmi di welfare più diffusi sono programmi di inclusione per migliorare il clima aziendale (41%) e la mensa aziendale (20%).

I programmi specifici più frequentemente previsti per i propri dipendenti sono...



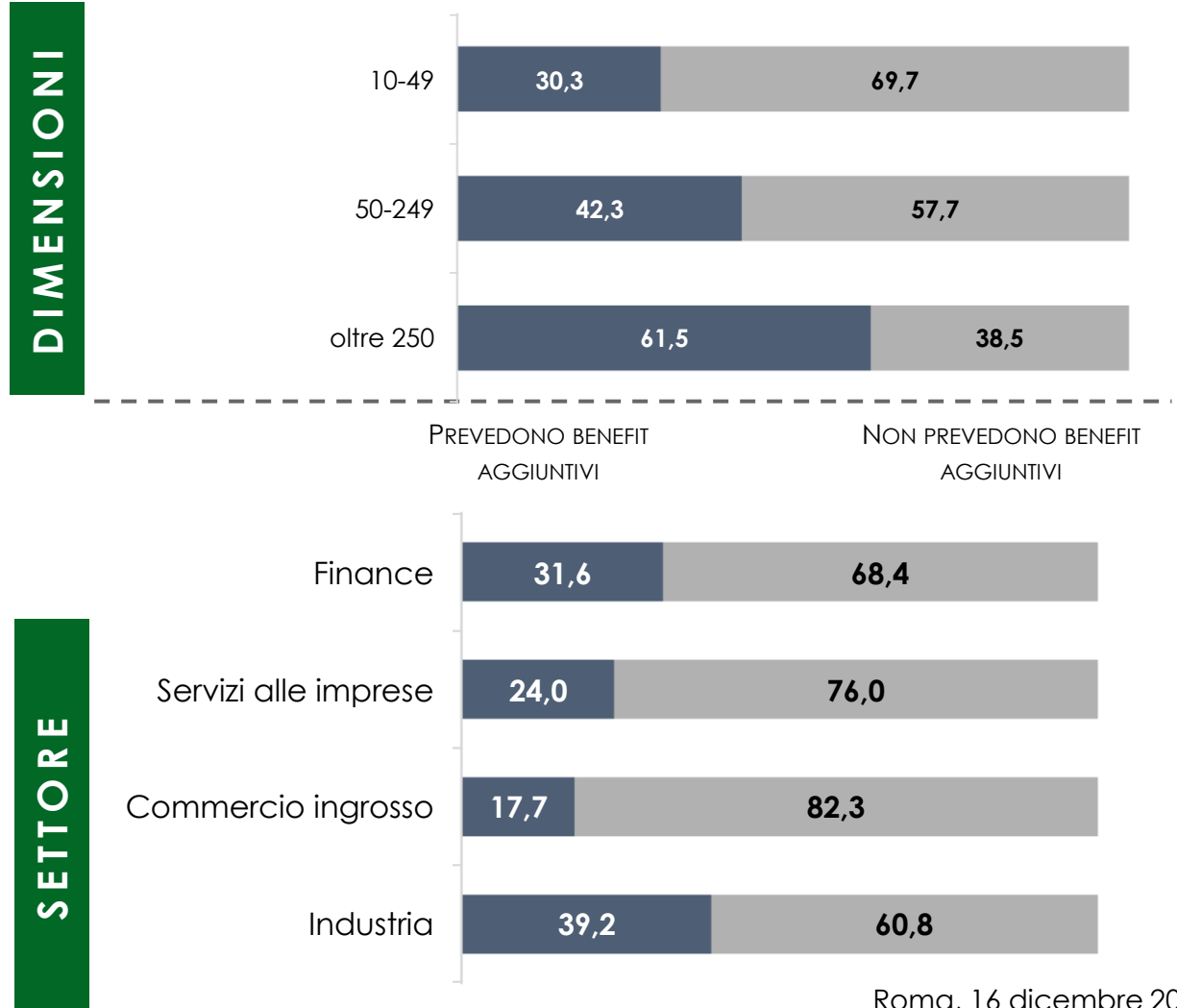
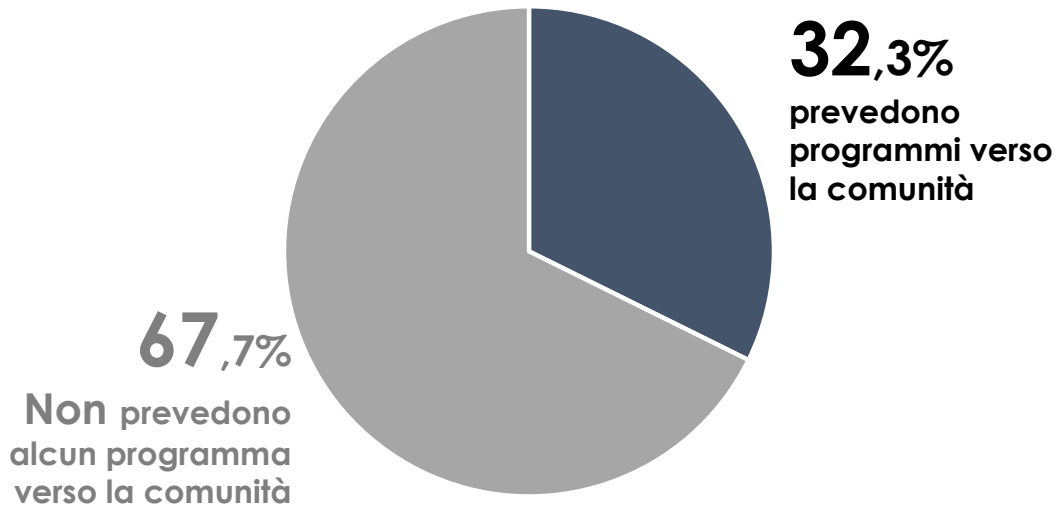
Sostegno e tutela del personale | L'attuale emergenza sanitaria ha determinato la sospensione del 12% degli asili aziendali e di quasi il 40% delle mense aziendali

Lei ha detto che la Sua impresa prevede i seguenti servizi per i propri dipendenti. Considerata l'attuale **emergenza sanitaria**, qual è lo stato dei servizi? (solo le imprese che offrono i seguenti servizi ai dipendenti)

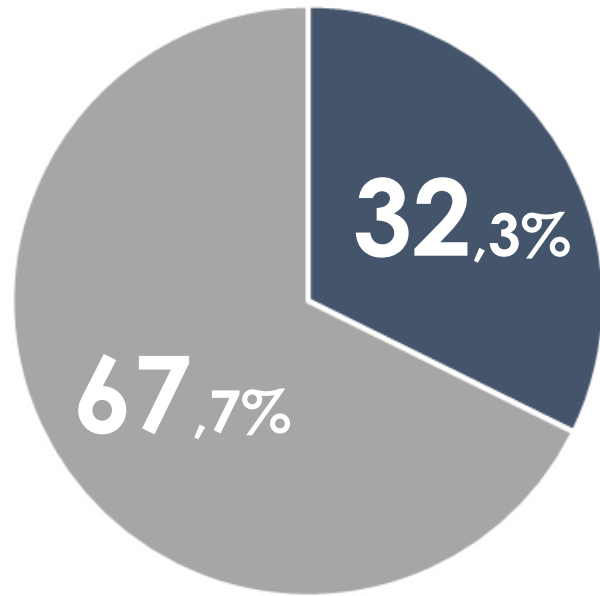


Altre politiche di sostenibilità sociale | Una impresa su tre prevede programmi verso la comunità che superano quanto previsto dalle normative. Il dato è accentuato tra le imprese più grandi e quelle che operano nel settore dell'industria.

Oltre a quanto previsto dalle normative, la Sua Impresa prevede **programmi verso la comunità** (ad esempio attraverso il finanziamento diretto o indiretto a Onlus o attraverso la creazione di infrastrutture socialmente utili)?



Altre politiche di sostenibilità sociale | Il 32.3% di imprese che prevedono programmi verso la comunità che eccedono le normative vigenti si suddivide in un 19,2% che prevede politiche a sostegno della comunità locale e un 17% che si impegna in politiche di sostegno a Onlus nazionali e/o internazionali



Sì,
prevediamo
programmi
verso la
comunità

I programmi verso la comunità previsti sono...

52,9%

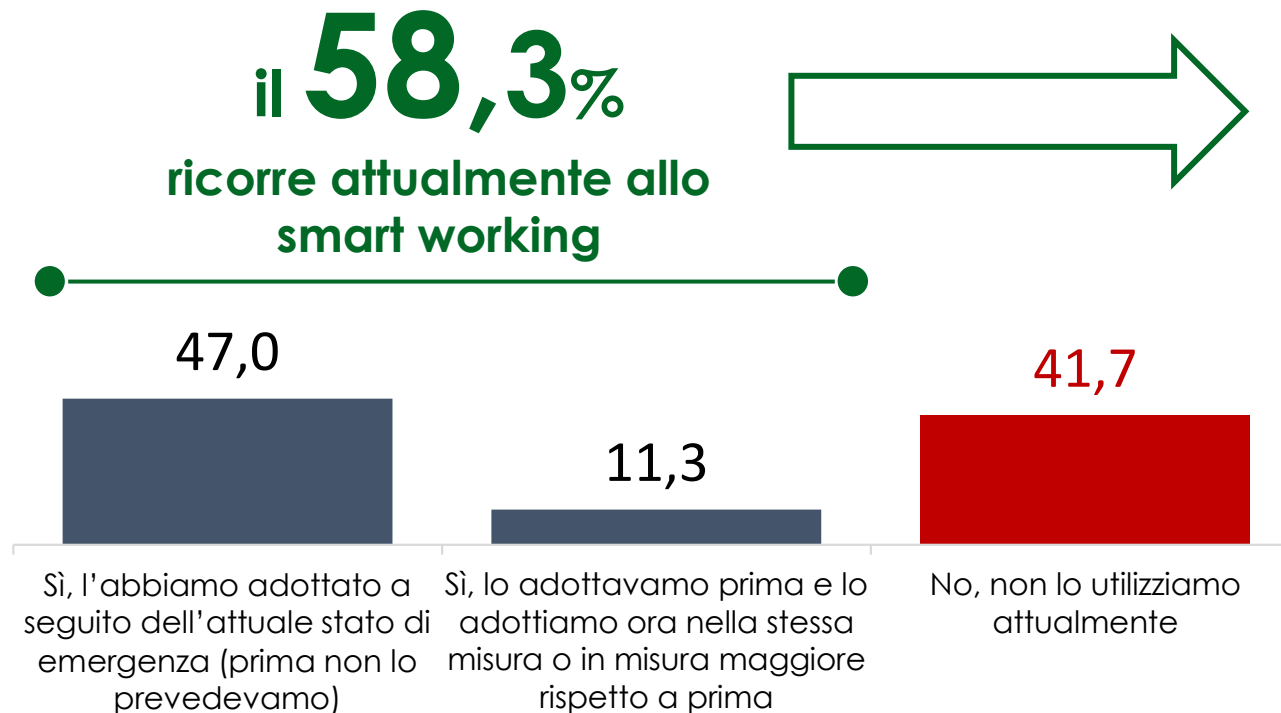
...politiche di sostegno alla Comunità locale (ad esempio con la creazione di infrastrutture socialmente utili: aree verdi, spazi per la socialità etc.)

47,1%

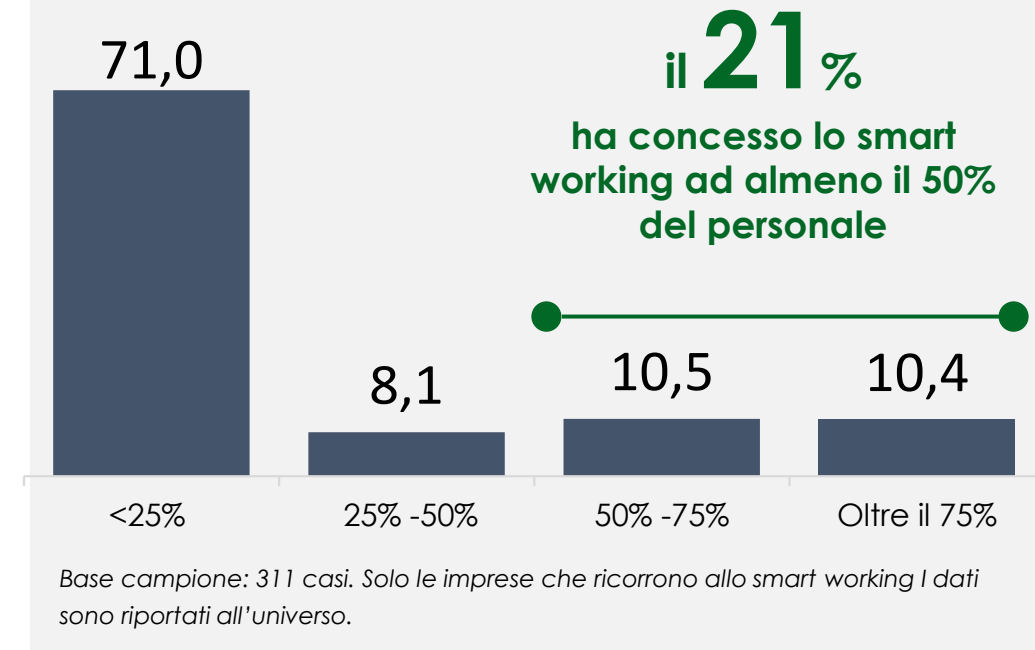
... politiche di sostegno a Onlus nazionali e/o internazionali (ad esempio con il finanziamento diretto o indiretto di associazioni benefiche)

Lo smart working | Il 44% delle imprese sta attualmente ricorrendo allo smart working. Il 21% di queste vede lavorare da remoto la metà del personale o più.

La sua impresa attualmente utilizza lo **smart working**?

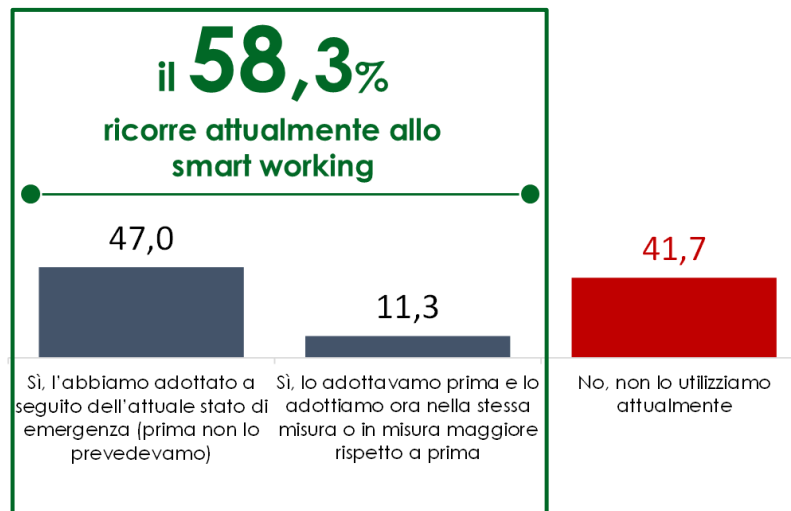


Attualmente, qual è la percentuale del personale in smart working nell'impresa?
(Solo per le imprese che attualmente ricorrono allo smart working)



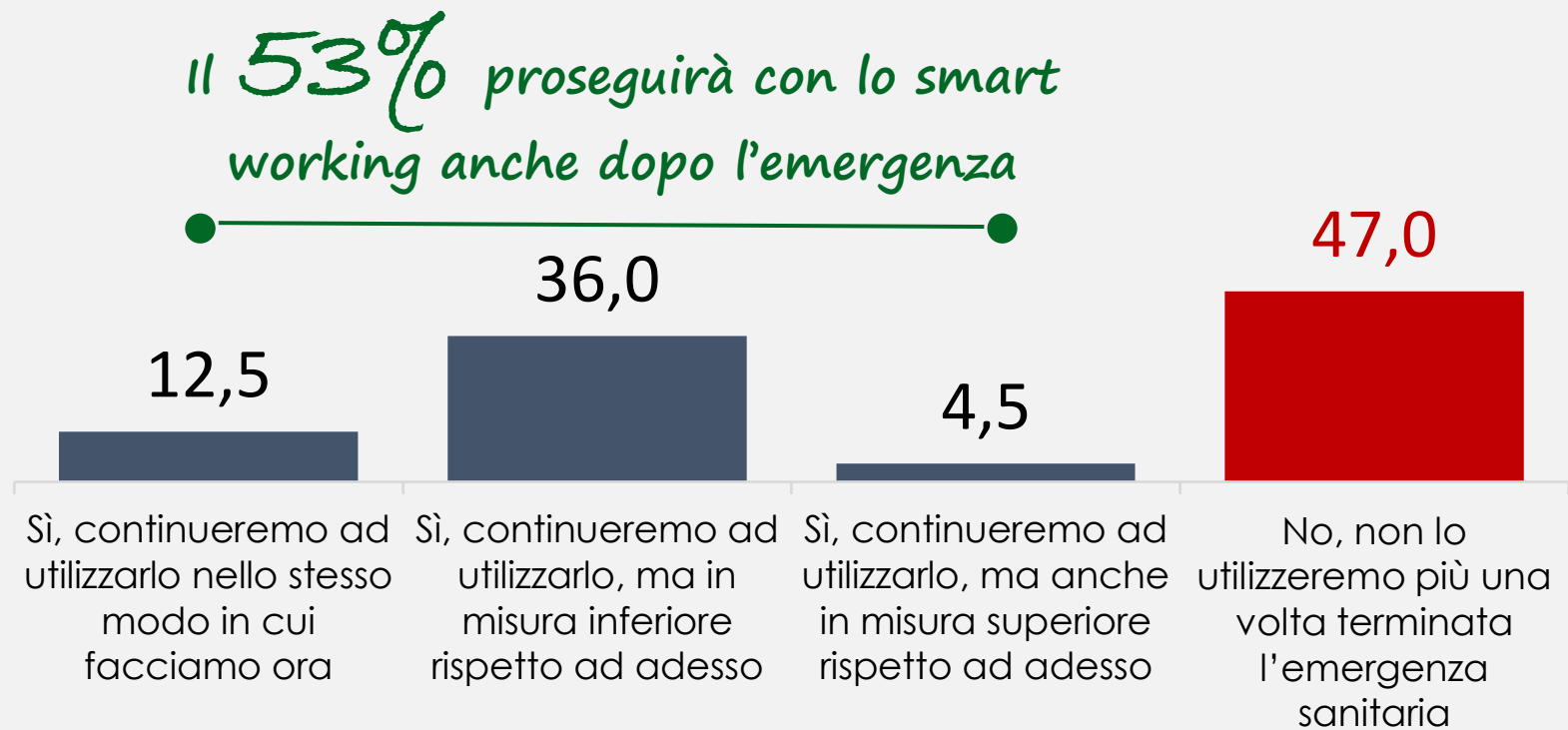
Base campione: 488 casi. I dati sono riportati all'universo.

Lo smart working | Il 53% delle imprese che attualmente ricorrono allo smart working intende mantenere questa forma di lavoro anche dopo la fine dell'attuale emergenza sanitaria.



Solo per le imprese che attualmente ricorrono allo smart working

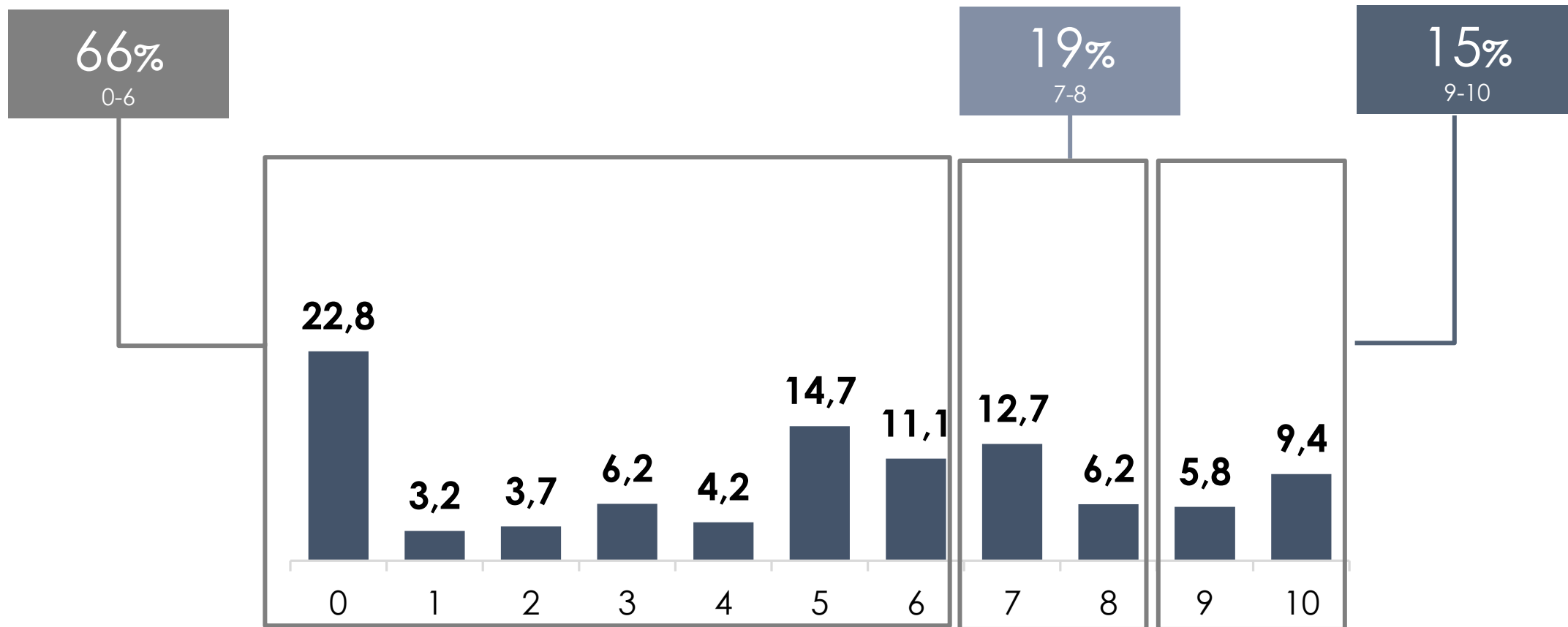
La Sua impresa sta sviluppando/svilupperà delle policy di prosecuzione per lo smart working anche dopo l'attuale stato di emergenza?



Base campione: 311 casi. Solo le imprese che ricorrono allo smart working I dati sono riportati all'universo.

Trasparenza sui risultati con i dipendenti | L'impegno che le imprese si riconoscono circa la trasparenza dei risultati aziendali nei confronti del personale è alto per il 15,3%, medio per il 18,9%, scarso per il 65,9%

Nella Sua impresa, **quanto viene fatto** in termini di **trasparenza** dei risultati aziendali **nei confronti del personale** (per esempio la condivisione di documenti quali il bilancio, l'annual report, ecc.)?



Base campione: 488 casi. I dati sono riportati all'universo.

Agenda



Premessa e considerazioni generali di sintesi



Sostenibilità

- *Sostenibilità ambientale*
- *Sostenibilità socio-economica*



Sostenibilità e comunicazione



Sostenibilità, organizzazione e investimenti

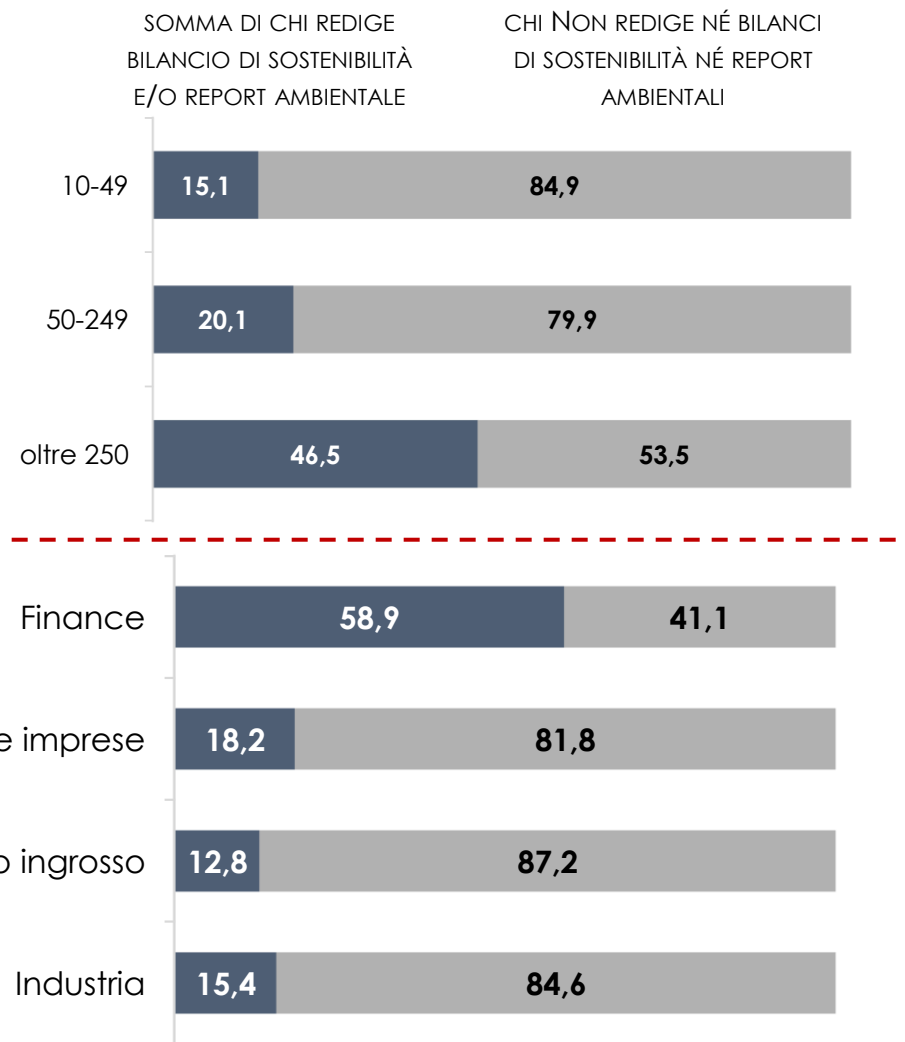
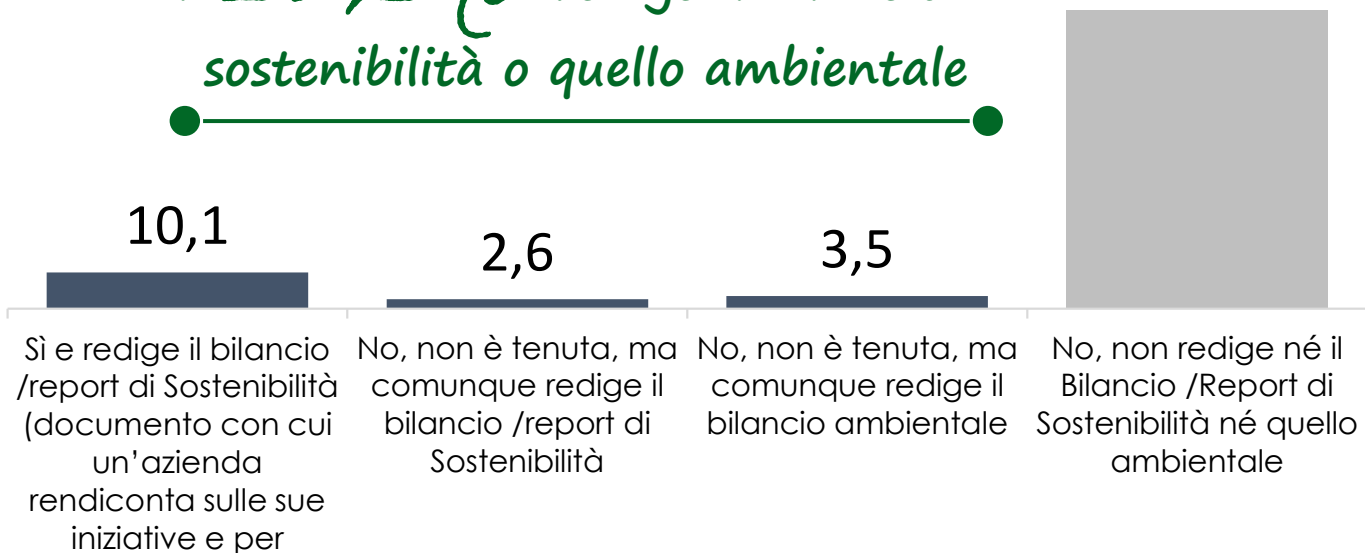


Metodo

Sostenibilità e comunicazione | Più di una impresa su sei (16,3%) redige il bilancio di sostenibilità o quello ambientale. Si tratta in prevalenza di imprese grandi (molte delle quali obbligate per legge) e quelle del settore finance.

La sua impresa è tenuta a **comunicare** all'esterno le proprie **performance economiche, ambientali e sociali**?

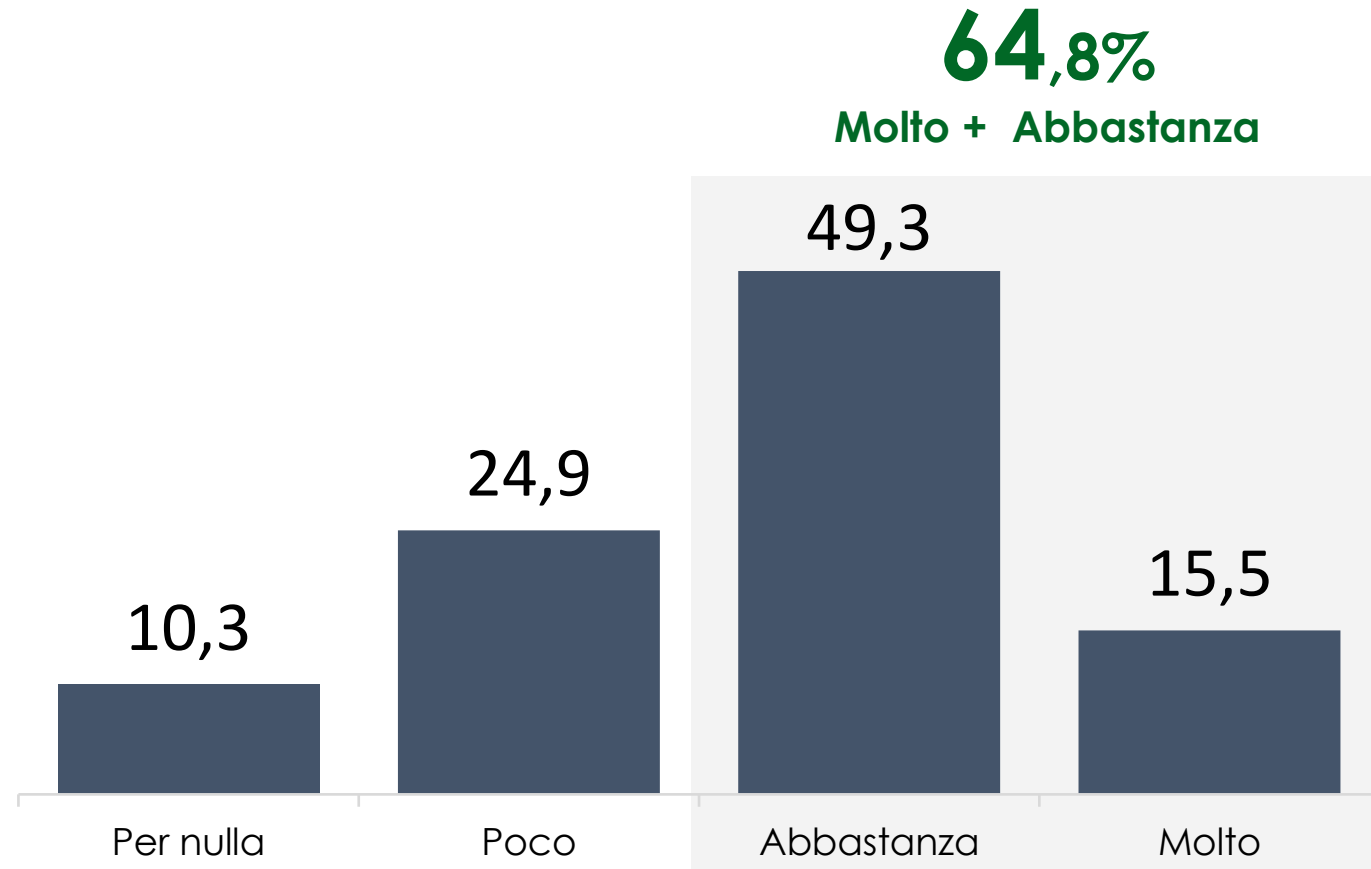
Il 16,3% redige il bilancio di sostenibilità o quello ambientale



Base campione: 488 casi. I dati sono riportati all'universo.

Sostenibilità e comunicazione | Quasi due imprese su tre (64,8%) riconoscono al bilancio di sostenibilità un importante ruolo nella costruzione della reputazione aziendale

Quanto impatta in termini di **reputazione aziendale** il fatto che la Sua impresa **redige il Bilancio di Sostenibilità**?



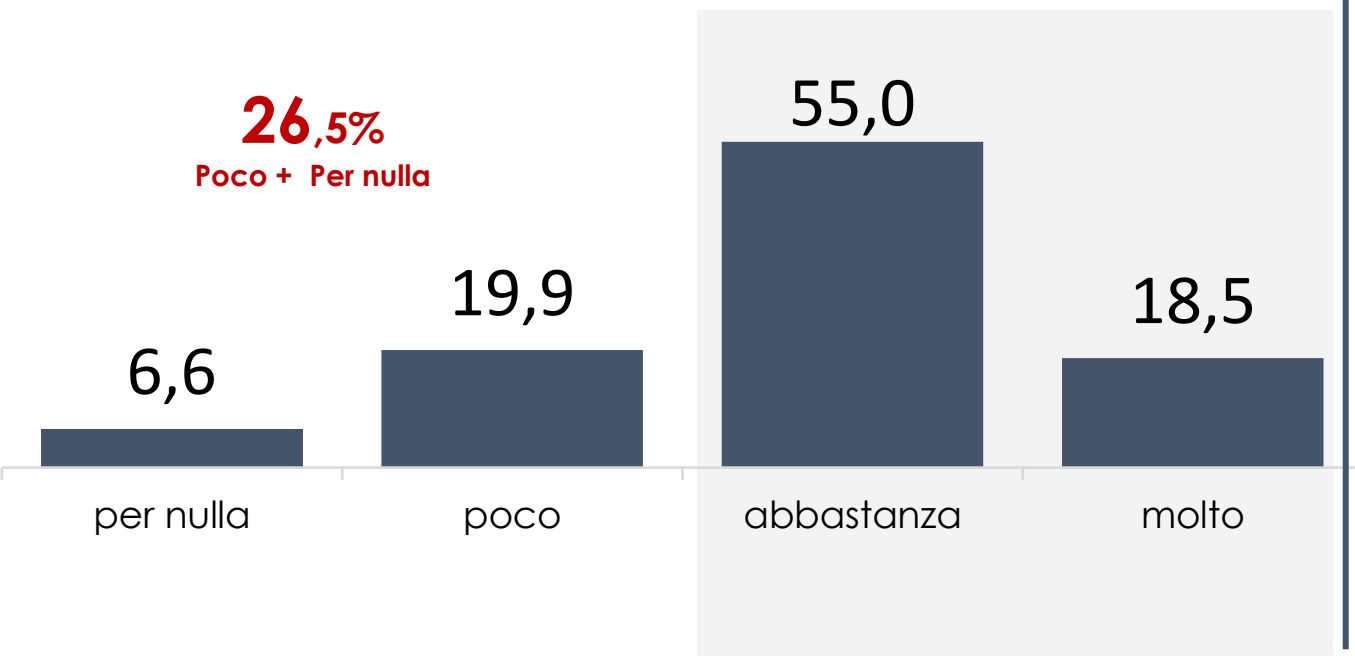
Base campione: 95 casi. Solo le imprese che redigono il bilancio di sostenibilità o ambientale. I dati sono riportati all'universo.

Sostenibilità e comunicazione | Quasi tre imprese su quattro (73,5%) giudicano l'adozione di politiche per la sostenibilità impattanti in termini di reputazione aziendale.

Quanto **impatta in termini di reputazione aziendale** l'adozione di **politiche per la sostenibilità**?

73,5%
Molto + Abbastanza

26,5%
Poco + Per nulla

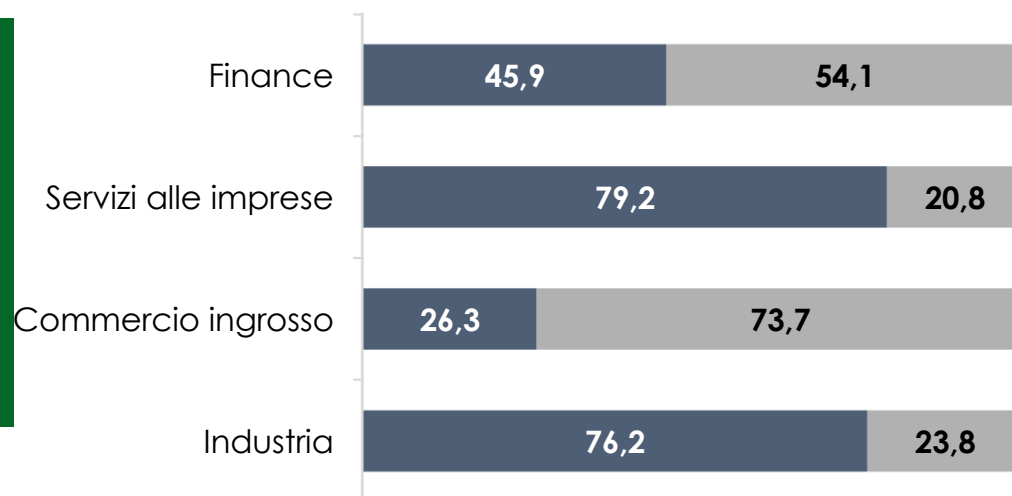


DIMENSIONI

MOLTO + ABBASTANZA POCO + PER NULLA



SETTORE

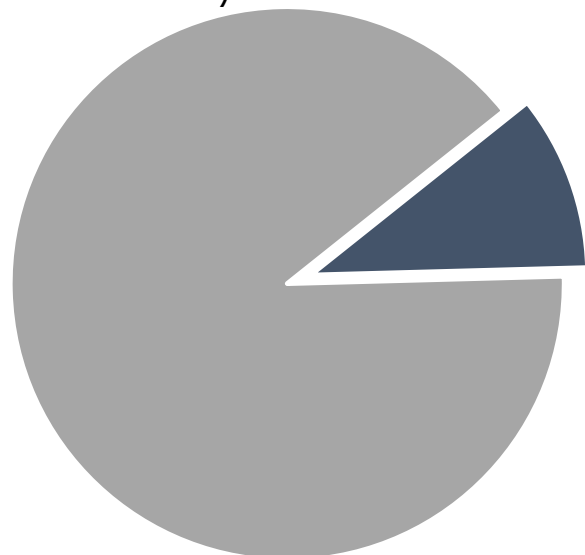


Base campione: 488 casi. I dati sono riportati all'universo.

Sostenibilità e comunicazione | Poco più di una impresa su 10 trasforma in statistiche rendicontabili ciò che svolge per la sostenibilità. Sono il 34% tra le imprese con più di 250 addetti e il 30% del settore finance.

La sua impresa trasforma in **statistiche rendicontabili** ciò che svolge per la sostenibilità?

(Solo le imprese che si definiscono molto, abbastanza, poco sostenibili)

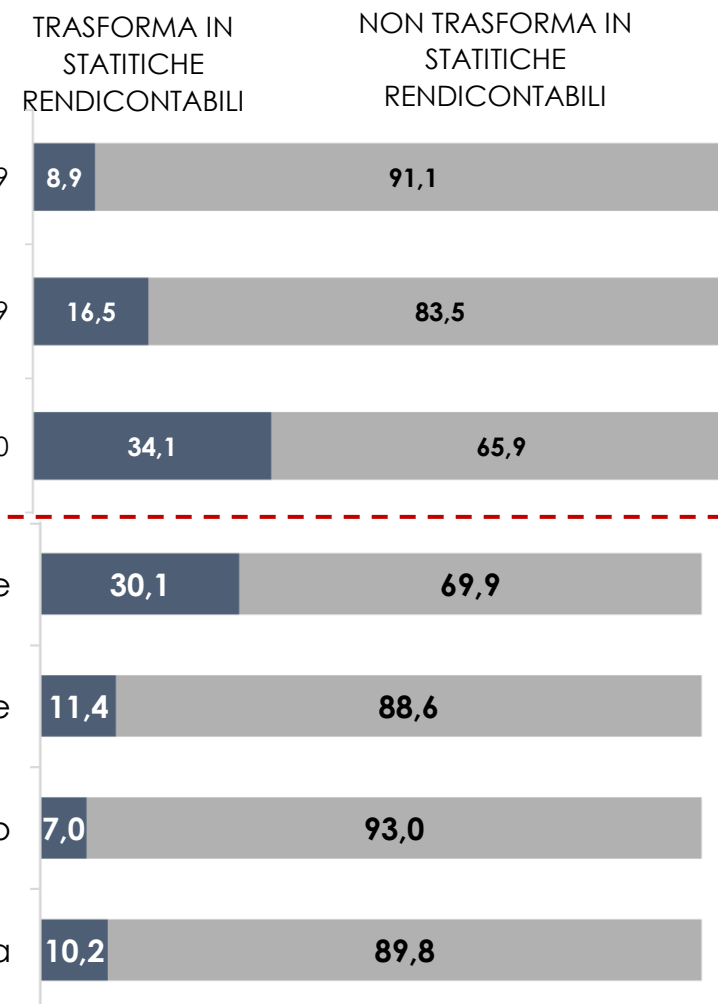


10,3%

Trasformano in statistiche rendicontabili quanto svolto per la sostenibilità

DIMENSIONI

SETTORE



Base campione: 458 casi. solo le imprese che si definiscono molto, abbastanza, poco sostenibili. I dati sono riportati all'universo.

Sostenibilità organizzazione e investimenti | Negli ultimi due anni in media le imprese hanno destinato il 10% del budget di comunicazione per comunicare la sostenibilità; in lieve aumento la previsione per il prossimo biennio (quasi il 13%)

Quale percentuale del vostro **budget di comunicazione degli ultimi 2 anni** (2019-2020) è stata destinata a **comunicare la sostenibilità**?

Quale percentuale del **vostro budget di comunicazione** sarà destinata a **comunicare la sostenibilità nei prossimi due anni** (2021-2022)?

IN % MEDIA
nel 2019-2020...

...il 10,5%

del budget di comunicazione
è stato
destinato a comunicare
sulla sostenibilità

Il dato fa riferimento alle sole imprese hanno saputo fornire una stima di tale %

+2,3%

IN % MEDIA
nel 2021-2022...

...il 12,8%

del budget di comunicazione
sarà
destinato a comunicare
sulla sostenibilità

Il dato fa riferimento alle sole imprese hanno saputo fornire una stima di tale %

9,3%

Le imprese che nel
biennio 2019-2020
hanno **AUMENTATO** il
budget destinato alla
sostenibilità.

Base campione: 458 casi. solo le imprese che si definiscono molto, abbastanza, poco sostenibili. I dati sono riportati all'universo.

Agenda



Premessa e considerazioni generali di sintesi



Sostenibilità

- *Sostenibilità ambientale*
- *Sostenibilità socio-economica*



Sostenibilità e comunicazione



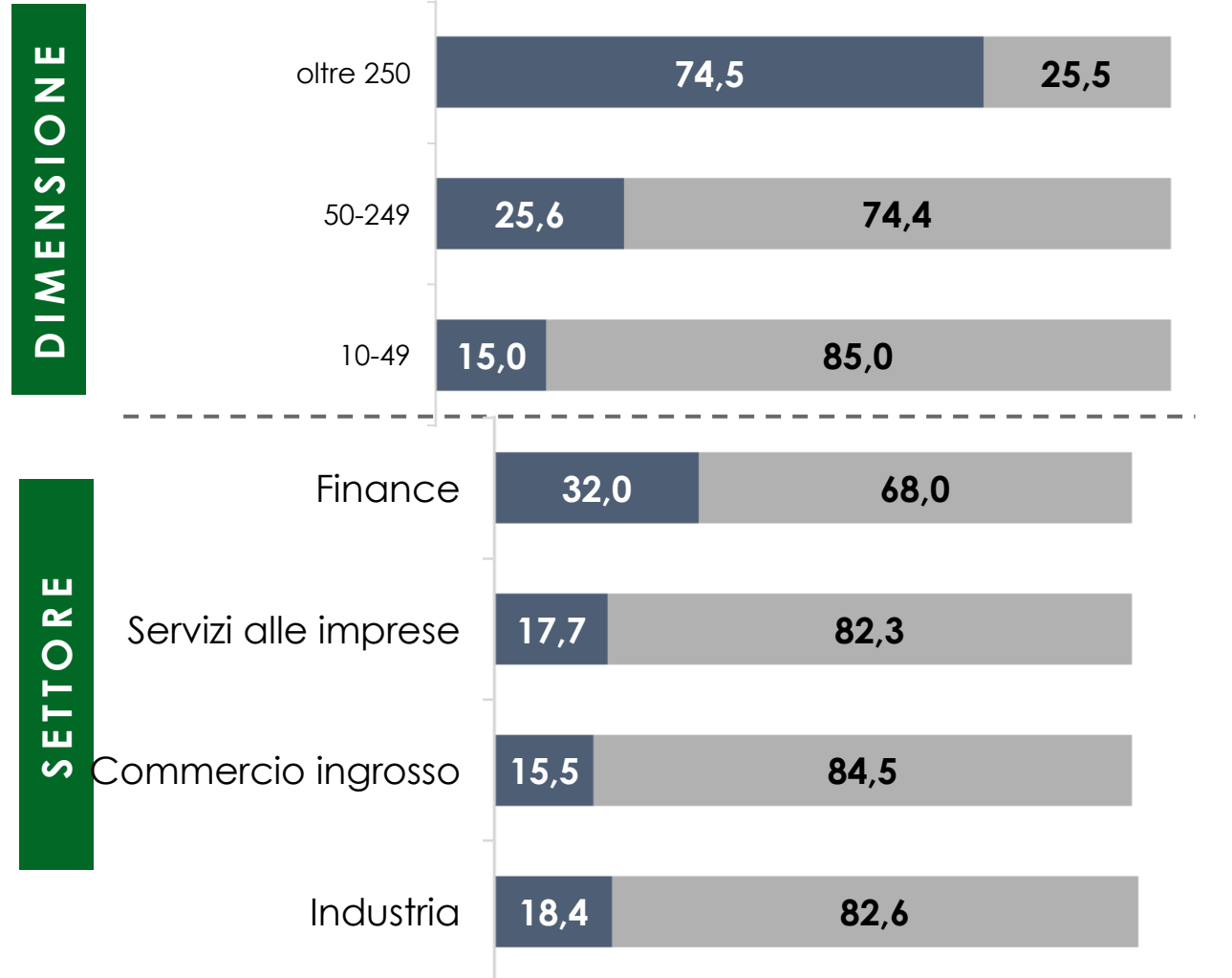
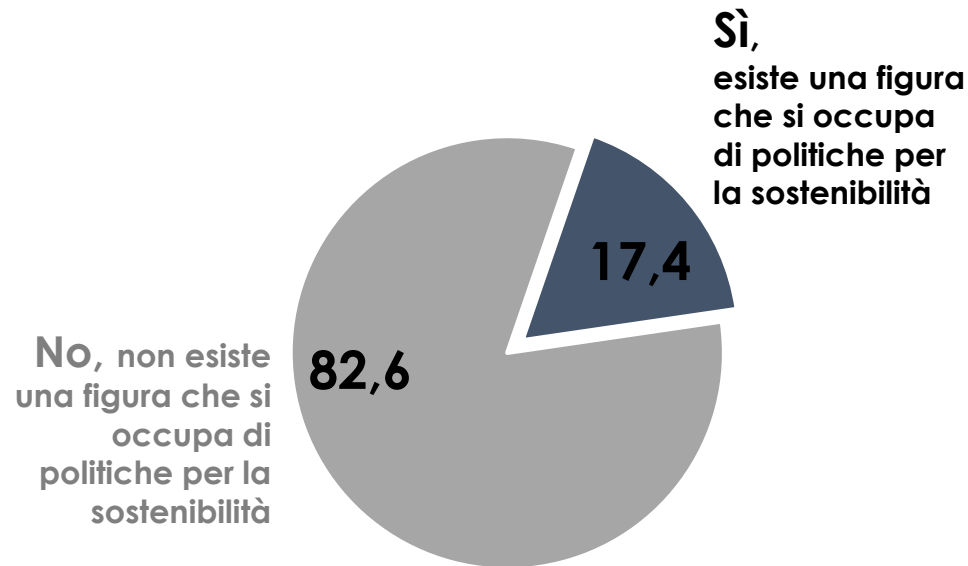
Sostenibilità, organizzazione e investimenti



Metodo

Sostenibilità organizzazione e investimenti | Nel 17% delle imprese esiste una figura che si occupa di politiche per la sostenibilità. Il dato arriva al 75% nelle imprese con oltre 250 addetti.

Nella Sua azienda è attualmente presente una **figura che si occupa di politiche per la sostenibilità?**



Base campione: 488 casi. I dati sono riportati all'universo.

Sostenibilità organizzazione e investimenti | La figura che si occupa di politiche di sostenibilità è più frequentemente inquadrata nei reparti di produzione (32%) e comunicazione (29%).

In quale **reparto aziendale** è inquadrata **la figura** che si occupa di politiche **per la sostenibilità?**

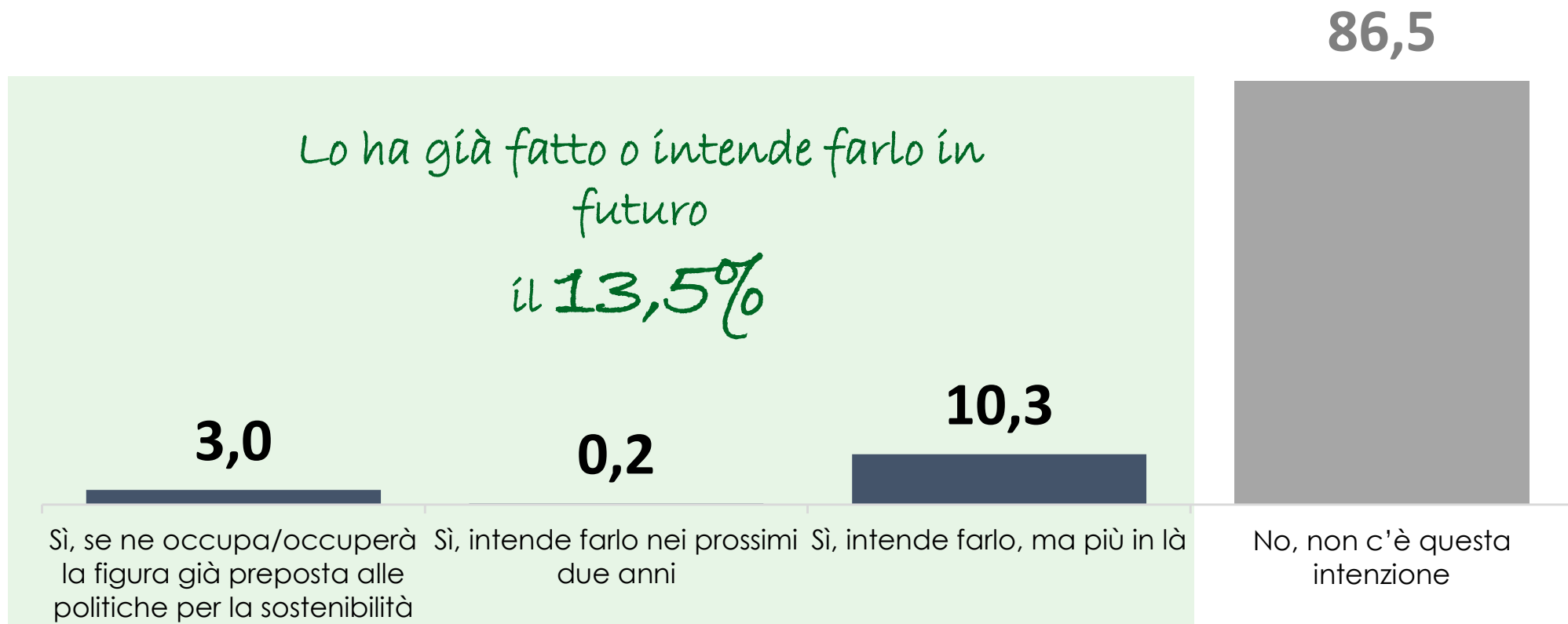
(Solo le imprese che hanno una figura che si occupa di politiche per la sostenibilità)

	TOTALE	DATO ACCENTUATO IN:		
		10-49 addetti	50-249 addetti	Oltre 250 addetti
Produzione	32,3	37,4	18,6	14,9
Comunicazione e Marketing	28,5	28,4	28,4	29,7
Amministrazione	20,7	19,5	23,8	24,6
Ricerca e Sviluppo	5,9	5,6	5,6	9,7
Risorse Umane	3,7	4,0	1,8	5,0
Ufficio Qualità	2,6	0,0	10,8	8,3
Direzione	2,0	0,0	9,7	3,5
Ufficio sostenibilità- sicurezza-politiche ambientali	1,7	0,0	4,9	10,1
Altri reparti (logistica, acquisti, packaging..)	2,7	0,4	10,1	6,9

Base campione: 190 casi. solo le imprese che hanno una figura che si occupa di politiche per la sostenibilità | dati sono riportati all'universo.

Sostenibilità organizzazione e investimenti | Presso il 13,5% delle imprese, l'emergenza sanitaria legata alla pandemia è stata un impulso ad introdurre nel proprio organico figure in grado di rendere più eco-compatibili le attività aziendali

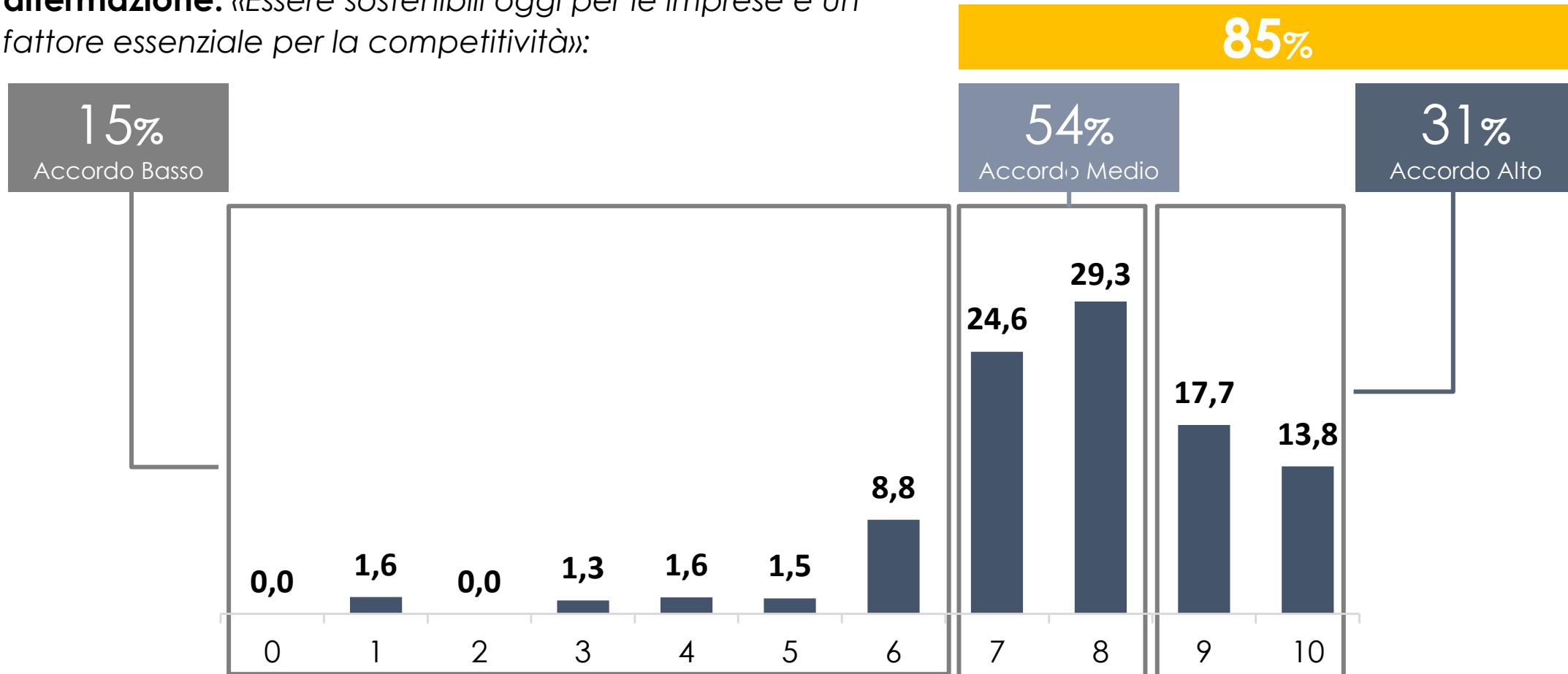
Alla luce dell'emergenza sanitaria che il nostro paese, ma anche il mondo intero sta affrontando, la sua impresa intende **introdurre nel proprio organico, figure in grado di rendere più eco-compatibili le attività aziendali?**



Base campione: 488 casi. I dati sono riportati all'universo.

Sostenibilità e competitività | L'85% delle imprese è molto o abbastanza d'accordo con l'idea che «Essere sostenibili oggi per le imprese è un fattore essenziale per la competitività»

Indichi quanto è d'accordo con la seguente affermazione: «Essere sostenibili oggi per le imprese è un fattore essenziale per la competitività»:

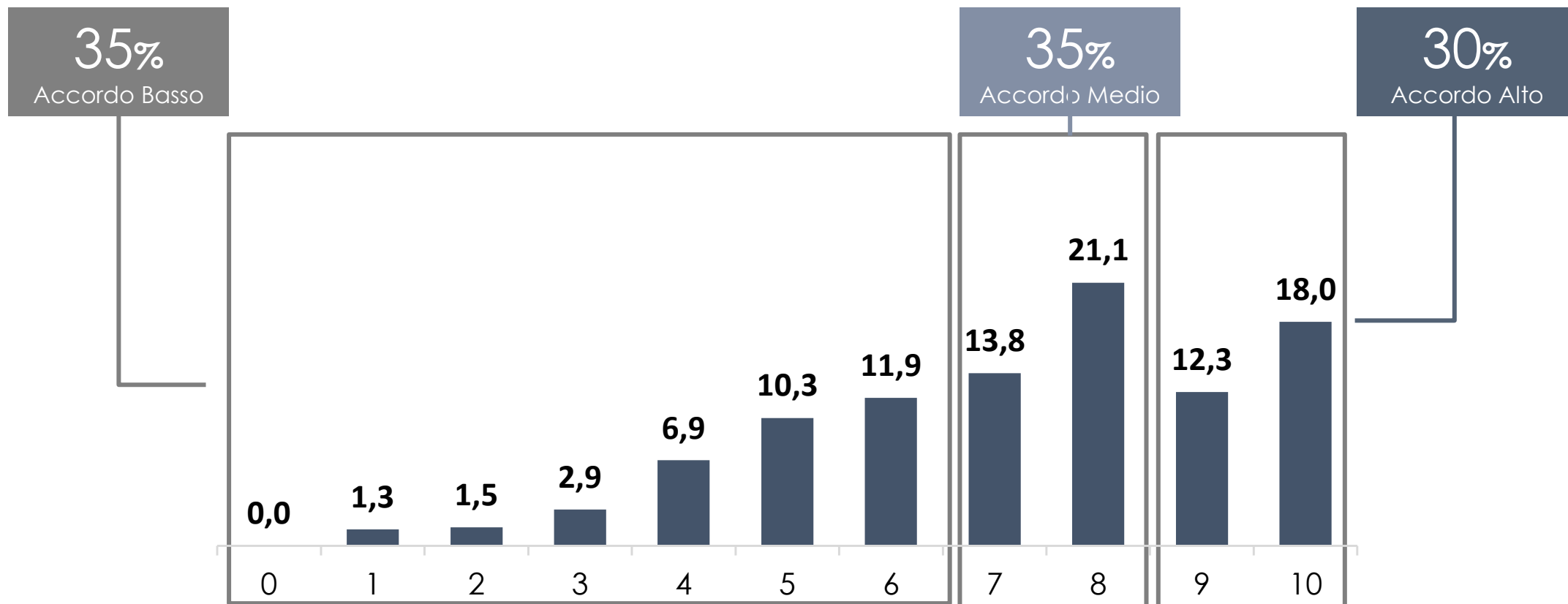


Base campione: 488 casi. I dati sono riportati all'universo.

Sostenibilità e competitività | «Essere sostenibili oggi per le imprese significa far parte di un processo in continua evoluzione»: sono d'accordo due terzi delle imprese

Indichi quanto è d'accordo con la seguente

affermazione: «Essere sostenibili oggi per le imprese significa far parte di un processo in continua evoluzione»

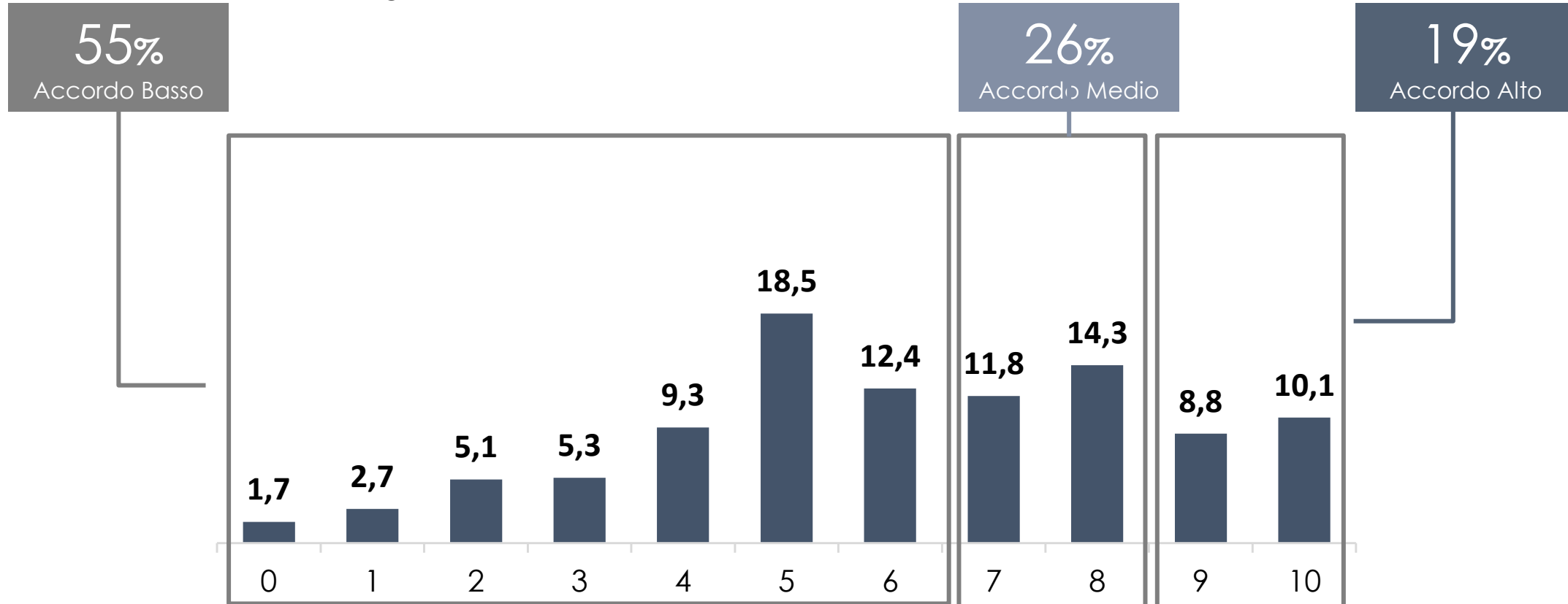


Base campione: 488 casi. I dati sono riportati all'universo.

Sostenibilità e competitività | Il 46% delle imprese è molto o abbastanza d'accordo con l'idea che «Ci sarà sempre meno spazio nel mercato per le imprese che non perseguono politiche di sostenibilità»

Indichi quanto è d'accordo con la seguente

affermazione: «Ci sarà sempre meno spazio nel mercato per le imprese che non perseguono politiche di sostenibilità»

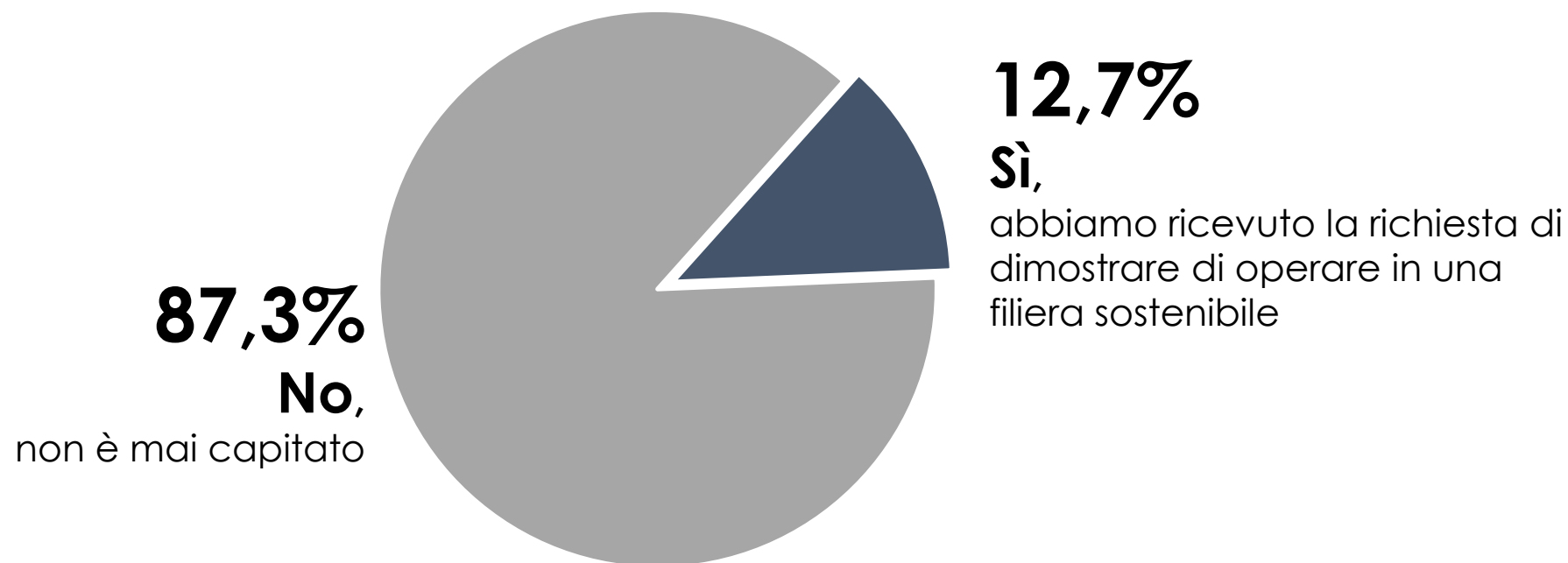


Base campione: 488 casi. I dati sono riportati all'universo.

Sostenibilità di filiera | A quasi il 13% delle imprese dell'industria e del commercio all'ingrosso è stato richiesto di dimostrare di operare in una filiera sostenibile. Per l'8,5% di queste ciò ha comportato l'acquisizione di nuovi clienti

Nell'ultimo anno, è capitato alla Sua impresa di ricevere da parte dei suoi clienti, la **richiesta di dimostrare di operare in una filiera sostenibile?**

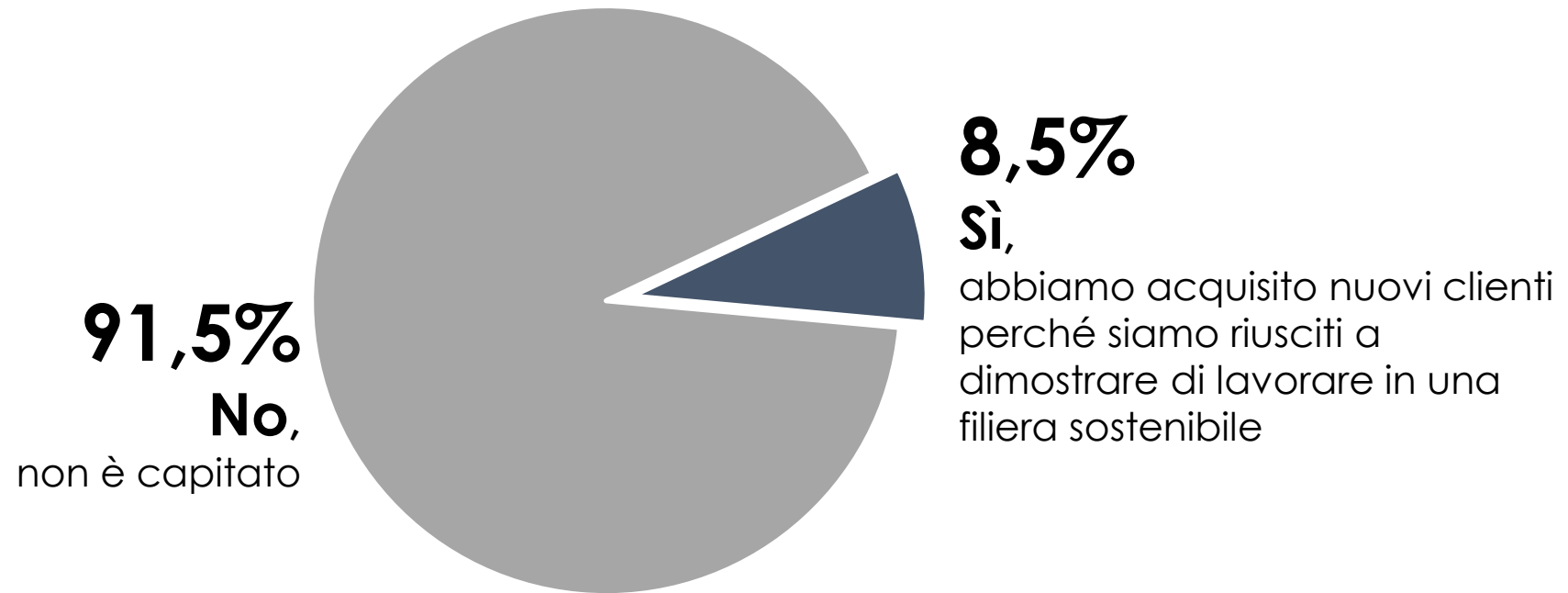
(Solo imprese dell'industria e commercio ingrosso)



Base campione: 295casi. Solo imprese dell'industria e commercio ingrosso. I dati sono riportati all'universo.

Sostenibilità di filiera | L'8,5% delle imprese dell'industria e del commercio all'ingrosso ha acquisito nuovi clienti dopo aver dimostrato di lavorare in una filiera sostenibile

Nell'ultimo anno ha acquisito **nuovi clienti** perché è riuscito a dimostrare di operare in una **filiera sostenibile**?
(Solo imprese dell'industria e commercio ingrosso)



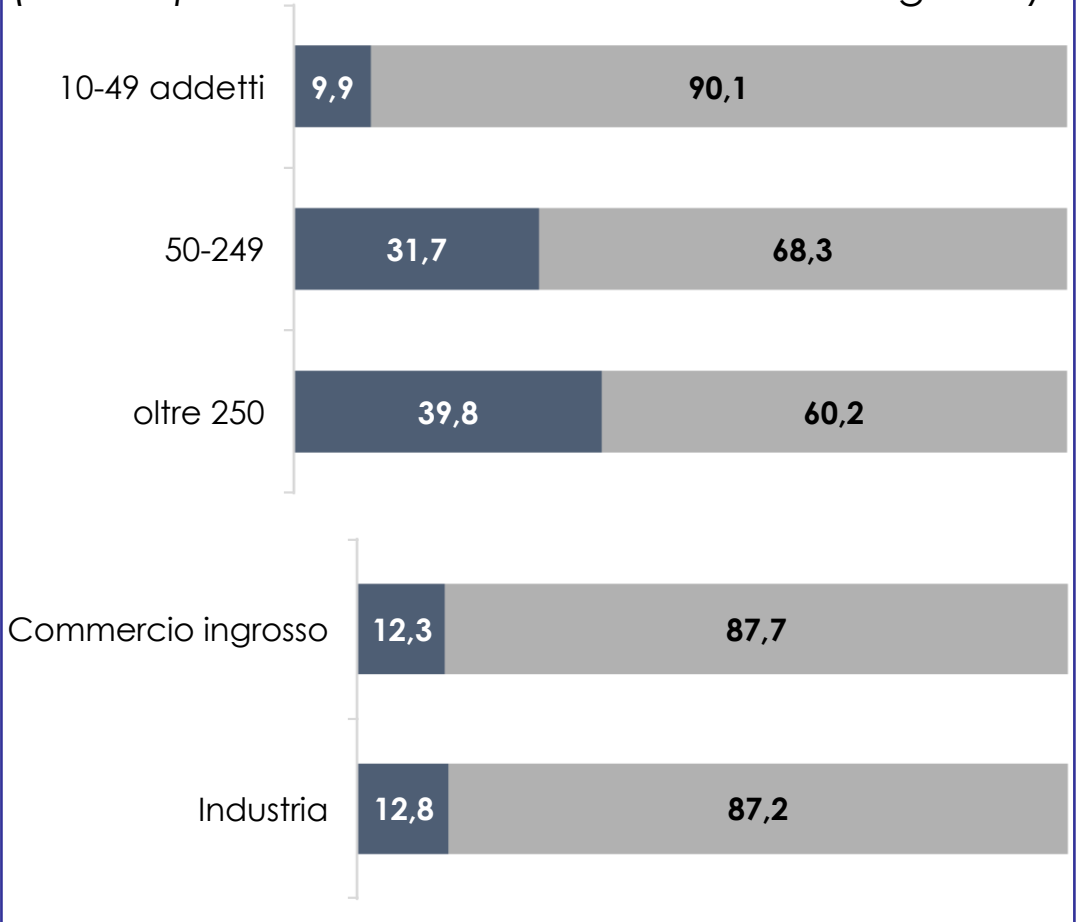
Base campione: 295casi. Solo imprese dell'industria e commercio ingrosso. I dati sono riportati all'universo.

Sostenibilità di filiera | Accentuazioni statistiche

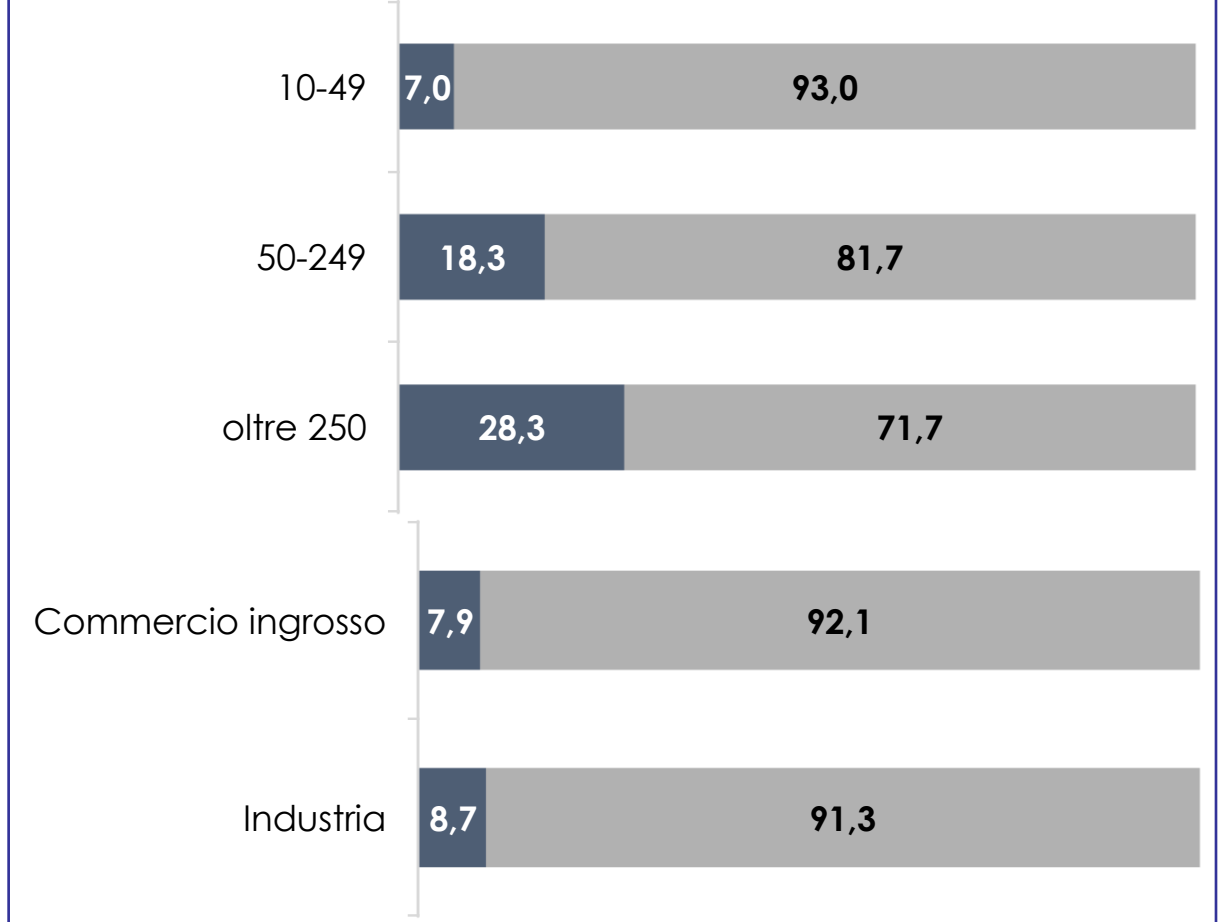
Nell'ultimo anno, è capitato alla Sua impresa di ricevere da parte dei suoi clienti, la **richiesta di dimostrare di operare in una filiera sostenibile?**
(Solo imprese dell'industria e commercio ingrosso)

DIMENSIONI

SETTORE



Nell'ultimo anno ha **acquisito nuovi clienti** perché è riuscito a **dimostrare di operare in una filiera sostenibile?**

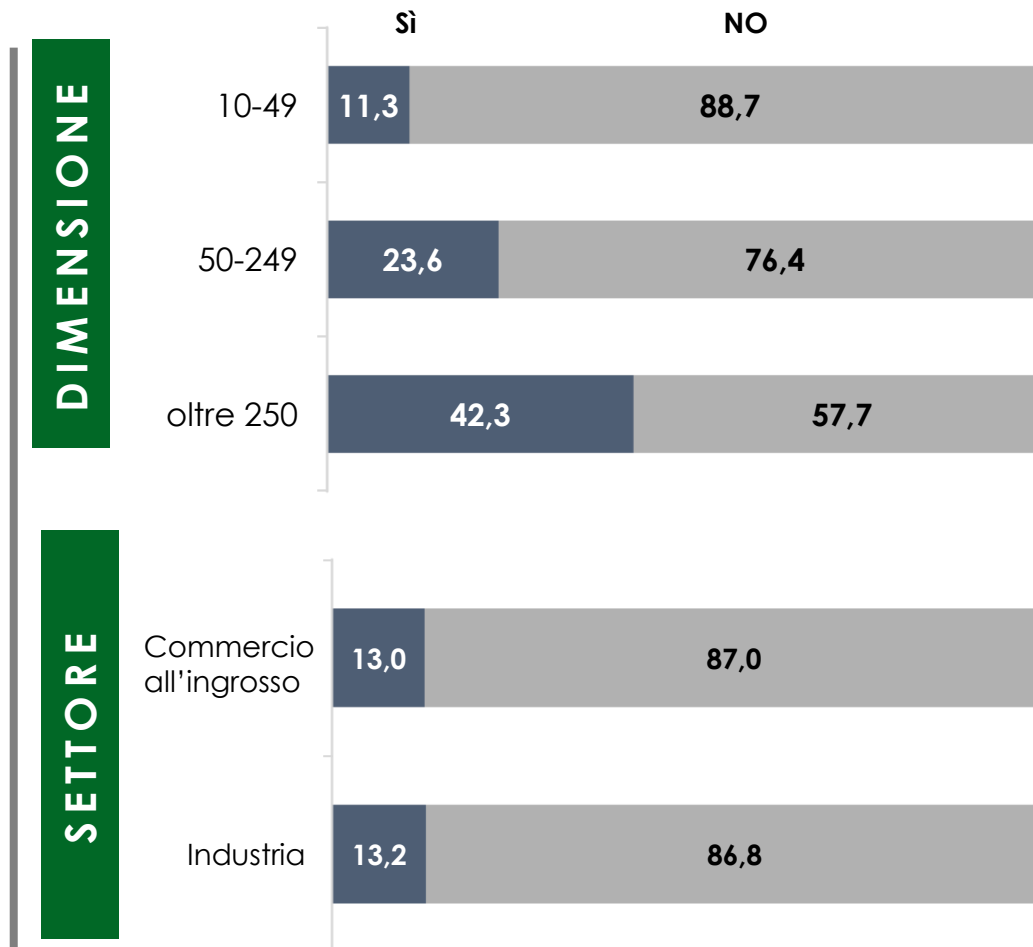
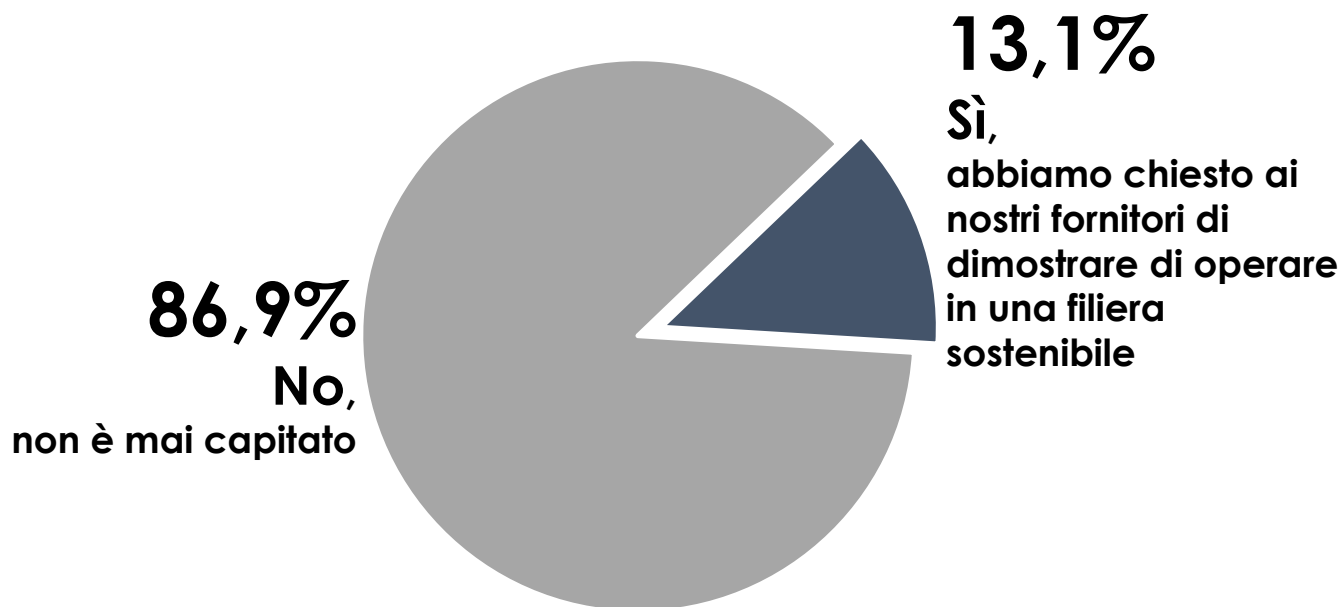


Base campione: 295casi. Solo imprese dell'industria e commercio ingrosso. I dati sono riportati all'universo.

Sostenibilità di filiera | Il 13% delle imprese dell'industria e del commercio all'ingrosso ha richiesto ai propri fornitori di dimostrare di operare in una filiera sostenibile

Nell'ultimo anno, è capitato alla Sua impresa di **chiedere ai suoi fornitori di dimostrare di operare in una filiera sostenibile?**

(Solo imprese dell'industria e commercio ingrosso)



Base campione: 295casi. Solo imprese dell'industria e commercio ingrosso. I dati sono riportati all'universo.

Agenda



Premessa e considerazioni generali di sintesi



Sostenibilità

- *Sostenibilità ambientale*
- *Sostenibilità socio-economica*



Sostenibilità e comunicazione



Sostenibilità, organizzazione e investimenti



Metodo

Metodo | Scheda tecnica della ricerca

COMMITTENTE

Mediatyche

AUTORE

Format Research Srl (www.formatresearch.com)

OBIETTIVI DEL LAVORO

Indagine sulla sostenibilità delle imprese italiane nei settori: industria, commercio all'ingrosso, servizi alle imprese, servizi finanziari

DISEGNO DEL CAMPIONE

Campione rappresentativo delle imprese per macroarea geografica (nord ovest, nord est, centro, sud e isole), per settori economici (industria, commercio all'ingrosso, servizi alle imprese, servizi finanziari); per classi dimensionali (0-49; 50-249; 250 e più).

NUMEROSITA' CAMPIONARIA

N. 488 casi (488 interviste a buon fine). Anagrafiche «non reperibili»: 1.334 (49,37%); «rifiuti»: 1.334 (49,37%), «sostituzioni»: 4.336 (84,4%). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 4,4\%$). Fonte delle anagrafiche: Camere di Commercio.

METODO DI CONTATTO

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer assisted telephone interview*).

TECNICA DI RILEVAZIONE

Questionario strutturato.

PERIODO DI EFFETTUAZIONE DELLE INTERVISTE

Dal 05 al 12 novembre 2020.

CODICE DEONTOLOGICO

La rilevazione è stata realizzata nel rispetto del Codice deontologico dei ricercatori europei Esomar, del Codice deontologico Assirm (Associazione istituti di ricerca e sondaggi di opinione italiani), e della «Legge sulla Privacy» (articolo 13 del d.lgs. 196 del 2003 e Regolamento UE n. 679/2016 art. 13-14).

TEAM DELLA RICERCA

Dott. Pierluigi Ascani
Dott.ssa Barbara Di Cosimo
Dott.ssa Barbara Esposito



UNI EN ISO 9001:2015
CERT. N° 1049

Questo documento è la base per una presentazione orale, senza la quale ha limitata significatività e può dare luogo a fraintendimenti.

Sono proibite riproduzioni, anche parziali, del contenuto di questo documento, senza la previa autorizzazione scritta di Format Research.

2019 © Copyright Format Research Srl

format research s.r.l.
via ugo balzani 77, 00162 roma, italia
tel +39.06.86.32.86.81, fax +39.06.86.38.49.96
info@formatresearch.com
cf, p. iva e reg. imp. roma 04268451004
rea roma 747042, cap. soc. € 25.850,00 i.v.
unità operativa - via sebastiano caboto 22/a
33170 pordenone, italia - rea 99634/pn
www.formatresearch.com
Membro: Assirm, Confcommercio, Esomar, SIS