



## INDAGINE SUL PROFILO DI SOSTENIBILITÀ DELLE IMPRESE NELLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA

Settembre 2020



### ***Cresce l'attenzione sull'impatto ambientale e sociale delle imprese***

Negli ultimi anni si è intensificata l'attenzione sull'impatto delle attività di impresa sulla qualità dell'ambiente e sul benessere delle persone, che le spinge verso strumenti innovativi di comunicazione verso l'esterno, anche a seguito delle direttive europee sulla obbligatorietà della rendicontazione non finanziaria per le grandi imprese. Queste nuove forme di rendicontazione sono rese sempre più necessarie dalla crescente attenzione dei grandi gruppi finanziari, sempre più orientati ad assumere parametri ESG (Environmental, Social e Governance) nelle decisioni di investimento ma, soprattutto, in risposta alle sollecitazioni di consumatori sempre più attenti e sensibili ai temi sociali, etici e ambientali.

La produzione statistica è dunque stimolata a sviluppare strumenti di indagine e nuovi indicatori per misurare l'impatto ambientale e sociale dell'attività delle imprese, anche a seguito delle indicazioni dell'Agenda 2030, che ha previsto un monitoraggio costante sullo stato di avanzamento dei singoli paesi e delle comunità locali rispetto ai target e agli obiettivi di sostenibilità.

### ***Un sistema di monitoraggio a supporto delle azioni per uno sviluppo sostenibile Emilia-Romagna***

In questo contesto, la Regione Emilia-Romagna, in collaborazione con i docenti e ricercatori dell'Università di Bologna, ha avviato un sistema di rilevazione su tutte le imprese che beneficiano di contributi concessi attraverso i bandi coordinati dalla Direzione Generale Economia della conoscenza, del lavoro e dell'Impresa. Il sistema si basa sulla somministrazione di un questionario, che consente di analizzare i comportamenti delle imprese nei rapporti con fornitori e clienti, le azioni di welfare aziendale in corso, gli impegni per ridurre l'impatto ambientale, interventi di economia circolare, per la riduzione dei consumi di materie prime e delle plastiche e, più in generale, l'approccio strategico verso i temi della sostenibilità e nella relazione con l'ambiente esterno.

Dopo una fase sperimentale, nel dicembre 2019 la rilevazione è entrata a far parte del sistema di rendicontazione della Regione Emilia-Romagna, e consente di analizzare il profilo di sostenibilità di tutte le imprese che beneficiano attualmente di contributi pubblici, con l'obiettivo di individuare le aree di criticità su cui intervenire, migliorando gli strumenti di incentivazione e i criteri di selezione, e supportare la nuova programmazione 2021-2027 dei fondi comunitari, in coerenza con gli obiettivi europei del Green Deal e del programma di mandato della XI legislatura, che ha assunto i 17 goals dell'Agenda 2030 come riferimento strategico. L'identificazione di profili di sostenibilità per dimensione e settore di attività fornisce alle imprese regionali un framework di riferimento per leggere il proprio posizionamento e valutare l'efficacia delle pratiche poste in essere.

Una azione che si inserisce dunque nelle politiche della Regione Emilia-Romagna, allineate ad un quadro internazionale che chiede sempre di più alle imprese di coniugare performance economica con sostenibilità sociale e ambientale, perseguendo un modello sostenibile di produzione e consumo.

### ***Il report 2020 sulla sostenibilità delle imprese in Emilia-Romagna***

Il report illustra i primi risultati di questo monitoraggio, basati sull'analisi di 894 questionari compilati tra il marzo 2019 e il marzo 2020 da imprese rilevate tra i beneficiari di diversi bandi regionali, inclusi 237 liberi professionisti e 102 partecipanti al Premio Innovatori Responsabili 2019. Il campione esaminato è composto per il 55% da microimprese, per il 30% da piccole imprese tra i 10 e i 49 addetti, per il 13% da realtà di medie dimensioni e per il 2% da grandi imprese. Il profilo

dei partecipanti è definito attraverso indici sintetici e si completa con una analisi fattoriale, illustrata nella seconda parte del rapporto, che misura l'impronta ecologica e sociale dei diversi gruppi esaminati, distinti per dimensioni e settori di attività. Questa rilevazione illustra quindi l'atteggiamento delle imprese prima dello shock provocato dalla pandemia; i successivi report consentiranno di rilevare l'impatto del nuovo scenario sulle priorità delle imprese rispetto ai temi della sostenibilità.

### **Il ruolo dei processi aziendali per ripensare i modelli di business in ottica di sostenibilità**

Lo studio dei docenti e ricercatori dell'Università di Bologna si è concentrato sui business models per la sostenibilità. In un modello di business sostenibile, il valore prodotto dall'impresa è inteso nella triplice dimensione, ambientale, economica e sociale, e condiviso da molteplici stakeholders, compresi la società e l'ambiente, applicando principi di equità sociale, efficienza economica e performance ambientali. Vi è quindi l'esigenza di un ripensamento e riprogettazione degli obiettivi dell'operato aziendale e della sua governance, in cui le esternalità vengono internalizzate il più possibile attraverso processi di innovazione sistemica, tecnologica e sociale.

**Integrare la sostenibilità nel business significa infatti ripensare e ridefinire la strategia e i processi operativi per affrontare il cambiamento e rispondere ai bisogni e alle aspettative del mercato e della società, con l'obiettivo ultimo di accrescere la competitività e sostenere la redditività duratura.**

Gli item del questionario sono stati oggetto di una analisi fattoriale per individuare i benefici sociali e ambientali derivanti dalle azioni delle imprese.



**Le imprese mostrano una sensibilità sempre più diffusa verso la sostenibilità, ma spesso senza una strategia integrata.** Quasi tutte le imprese dichiarano di avere in corso diverse azioni orientate verso una maggiore sostenibilità ambientale e sociale, ma il quadro generale che emerge mostra un insieme di interventi in massima parte non strutturati stabilmente, indotti generalmente da una sensibilità etica del top management, da strategie di miglioramento della reputazione aziendale e dall'obiettivo di realizzare risparmi nei costi di gestione, come nel caso degli interventi energetici e sulla riduzione di materie prime nei processi produttivi. **Solo il 23% delle imprese considera l'investimento in sostenibilità come azione strategica per migliorare la propria competitività, intercettare nuovi clienti o entrare in nuovi mercati.**

L'indagine dimostra come **la dimensione dell'impresa giochi un ruolo chiave nel definire un approccio più strutturato, integrato negli aspetti ambientali e sociali e inserito stabilmente nella programmazione strategica; sarà quindi importante programmare nuove tipologie di incentivi per le PMI, che caratterizzano in modo predominante il tessuto produttivo della regione e che cominciano ad affacciarsi a queste tematiche, pur non avendo mezzi e strategie di competitività.**

**Fornitori scelti in base a qualità e competenza: solo una impresa su quattro prende in considerazione criteri etico/ambientali**

Oltre l'80% del campione sceglie i propri fornitori in base alla qualità dei prodotti e servizi offerti, il 60% per la loro competenza, ma solo il 23% indica una conoscenza e controllo dell'intera filiera dei subfornitori o rispondenza a valori etici, ambientali e sociali (26%) e appena il 16% inserisce nei contratti clausole per l'utilizzo di prodotti a basso impatto ambientale e meno 10% prevede clausole etico/sociali. L'adozione di una supply chain sostenibile, che mira cioè ad una scelta dei fornitori in accordo con criteri etici, ambientali e sociali, è una pratica ancora limitata e presente perlopiù in grandi imprese e nelle attività manifatturiere, nelle industrie alimentari e nel settore delle costruzioni, mentre meno sensibili appaiono al momento le imprese del tessile e commercio al dettaglio.

**Meno del 20% delle imprese sviluppa strumenti stabili di dialogo con i clienti e fornisce informazioni sui propri impegni in campo ambientale e sociale o sulla sostenibilità dei prodotti e servizi offerti. Gli strumenti di co-design per l'innovazione appaiono una pratica ancora molto residuale nel mondo delle imprese.** Anche in questo caso le imprese più grandi, e quelle partecipanti al premio, dimostrano di adottare un approccio più aperto al dialogo con i propri clienti i clienti.

**Nel 18% del campione risultano assenti misure di welfare aziendale, tra i professionisti la quota sale al 38%.** Tra gli interventi più diffusi, sebbene spesso non strutturati stabilmente, troviamo misure per favorire la conciliazione vita-lavoro, formazione specialistica e sostegni economici extra; solo il 13% segnala di usufruire di qualche detrazione fiscale per le azioni di welfare intraprese, e ciò conferma che le azioni introdotte non sono ancora stabilizzate e incluse nella contrattazione. Prima dell'emergenza COVID-19 solo il 20% aveva attivato forme di lavoro a distanza e appena il 5% in modo stabile.

**Raccolta differenziata e risparmio energetico tra i principali interventi per la sostenibilità ambientale: ancora limitato l'impegno per la riduzione dei consumi idrici, imballaggi ecosostenibili, il recupero di scarti di produzione e interventi per ridurre le emissioni nel trasporto di merci e persone. Incentivare l'ecodesign e simbiosi industriale per ripensare prodotti e servizi tenendo conto del loro ciclo di vita.** Pur registrando molti interventi per ridurre l'impatto ambientale, emerge una presenza limitata di strumenti di programmazione, gestione e controllo; solo il 14% delle imprese ha individuato una funzione stabile di presidio e appena il 6% dichiara un budget e un programma di investimenti ambientali. Le imprese tendono a concentrarsi sulle azioni che producono un risparmio economico immediato o sono indotte da normative specifiche e in generale tutti i settori mostrano ampi margini di miglioramento rispetto all'utilizzo di materie prime. Nell'ottica della circular economy, il rifiuto assume oggi un'importanza strategica volta a ripensare i modelli di produzione lineare e aperti in circolari chiusi, dove il rifiuto viene gestito non come una problematica per via dello smaltimento ma come una risorsa da reimmettere nel ciclo. L'analisi rileva che le imprese operanti nell'industria della moda e nei servizi mostrano nei propri processi produttivi o di imballaggio una minore sensibilità rispetto al tema della plastica e di altre sostanze tossiche o nocive. Rispetto al consumo di risorse idriche, una maggiore sensibilità emerge nelle industrie alimentari e nelle costruzioni, mentre più critici appaiono i settori del commercio al dettaglio, fabbricazione macchinari e sistema moda.

Per ridurre le esternalità ambientali diventa fondamentale ripensare prodotti, processi e servizi integrando i criteri ambientali nella progettazione di un prodotto o di un servizio, tenendo conto del loro ciclo di vita: le imprese mostrano un approccio ancora molto limitato verso le pratiche di eco-

design, simbiosi industriale e i diversi strumenti di co-progettazione, che potrebbero essere un potente strumento di innovazione in particolare per le piccole e medie imprese.

**Programmazione, comunicazione e controllo: incentivare la rendicontazione non finanziaria come strumento di innovazione, sviluppo e relazione con la comunità**

Gli strumenti di rendicontazione non finanziaria consentono alle imprese di comunicare esternamente i risultati del loro impegno per una economia più sostenibile e di cogliere l'occasione per instaurare un dialogo con gli stakeholder e con la comunità in cui operano. Su questo piano emergono le maggiori differenze con le grandi imprese e con i partecipanti al premio Innovatori Responsabili, che investono nella comunicazione del proprio impegno per la sostenibilità come strategia per caratterizzare il proprio business.

**L'impresa nel territorio: due imprese su tre collaborano con scuole e università, e quasi la metà sostiene iniziative culturali e di promozione.** Stage, tirocini e attività formative per i giovani sono le azioni più rilevanti che le imprese svolgono nel territorio, seguite dal supporto tecnico e finanziario a progetti culturali e di promozione. Ancora piuttosto limitati invece gli interventi per la qualificazione ambientale, su cui si dichiarano coinvolte il 18% delle imprese, di cui appena il 5% in modo stabile.

**Ricerca, innovazione e risparmio energetico tra le priorità di intervento nel prossimo futuro**

Quasi due imprese su tre hanno in programma nel prossimo futuro interventi di ricerca e sviluppo e di risparmio energetico. Il 45% prevede di introdurre azioni di welfare aziendale e interventi per la riduzione di rifiuti e scarti di produzione.

***La sostenibilità è un costo aggiuntivo o una strategia competitiva?***

Sensibilità etica del top management, strategie di qualificazione del brand e risparmi sui costi di gestione sono le motivazioni dichiarate dalle imprese che investono per migliorare la propria sostenibilità; circa l'80% ritiene che incentivi pubblici mirati e detrazioni fiscali per imprese virtuose potrebbero contribuire a rendere le imprese più sensibili verso gli obiettivi di sostenibilità. Le imprese si mostrano infatti concordi nel segnalare il problema dei costi e il conflitto tra priorità di investimento come i fattori maggiormente ostacolanti, a dimostrazione che prevale ancora una visione in cui la sostenibilità appare un costo potenzialmente rinviabile e non un investimento strategico per la propria competitività.