

## Comunicato Stampa

Presentati oggi a Padova i dati della ricerca condotta da Fondazione Nord Est per conto di **FriulAdria Crédit Agricole** su un campione di 806 imprese italiane

### **LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE E SOCIALE DELLE IMPRESE**

- **L'80,7% delle imprese ha avviato politiche green e di sostenibilità sociale;**
- **Il 30% ha avuto risultati in termini economici, di efficienza interna e di relazioni esterne;**
- **Le imprese più attente alla sostenibilità hanno registrato un andamento dei ricavi (+5,6% nel 2014) migliore rispetto a chi ha investito poco o nulla in sostenibilità (+1,4%).**

**Padova, 6 luglio 2016.** L'80,7% delle imprese del Made in Italy nell'ultimo triennio ha avviato politiche green e di sostenibilità sociale. Tra queste, il 55,9% ha innovato in termini di revisione dei prodotti, mentre il 61,5% si è concentrato sui processi. Sono alcuni dei dati che emergono dalla ricerca condotta dalla **Fondazione Nord Est** per conto di **FriulAdria Crédit Agricole** con l'obiettivo di analizzare le strategie di sostenibilità delle imprese **nei settori del legno-arredo e metalmeccanica**. L'indagine - che ha coinvolto **806 imprese italiane** (Piemonte, Lombardia, Liguria, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna e Toscana) - ha permesso di delineare quattro profili di aziende. **"Trasversali"** (il 30%), sono le imprese che hanno dichiarato di aver svolto almeno due attività di innovazione di prodotto, almeno due innovazioni di processo e almeno due attività nell'ambito della sostenibilità sociale. **"Green"** (il 39,1%), le aziende che hanno agito esclusivamente sul fronte della sostenibilità ambientale, con almeno due attività di innovazione di prodotto e/o almeno due innovazioni di processo. Una quota limitata di imprese, pari al 4,6% ha invece scelto di operare solamente per migliorare la sostenibilità sociale: sono le imprese **"Responsabili"**. Più di un quarto delle imprese (26,2%) sono infine **"Statiche"**, hanno cioè svolto meno di due attività in tutti gli ambiti della sostenibilità indagati.

#### **Investimenti green e di sostenibilità sociale**

Le imprese del legno-arredo e metalmeccanica evidenziano un'elevata propensione alla sostenibilità ambientale. L'innovazione di prodotto si è rivolta principalmente alla creazione di beni a minor impatto ambientale in termini di consumi energetici (**38,1%**), di emissioni atmosferiche (**36,6%**) e di imballaggi da smaltire (**32,6%**), rispondendo così alla crescente attenzione del mercato nazionale e internazionale verso prodotti maggiormente sostenibili. La propensione green coinvolge anche i processi produttivi al fine di renderli meno inquinanti (**46,4%**) e a minor consumo energetico (**45,3%**). La sostenibilità sociale si è concretizzata soprattutto con azioni rivolte a un maggior **benessere lavorativo dei collaboratori (64,1%)**.

#### **Motivazioni**

Le imprese dichiarano di aver intrapreso percorsi di sostenibilità ambientale soprattutto per recuperare efficienza interna - **riducendo i costi (33,1%)** - e per migliorare la sicurezza sul lavoro. Solo il **15,5%** dichiara di aver agito per adattarsi alle esigenze del mercato. Chi non ha intrapreso innovazioni green, non le considera una scelta strategica (26,2%), o lamenta la mancanza di risorse finanziarie (15,5%)

#### **Sostenibilità e filiera**

Le innovazioni green sono state realizzate nel **49,1%** dei casi ricorrendo anche al supporto di soggetti esterni all'impresa: in particolare, **fornitori (65,8%)**, consulenti e clienti (29,2%). La dimensione della filiera risulta fondamentale sul fronte della sostenibilità, tanto che le scelte green hanno comportato anche una

revisione della rete di fornitura, con il 28,2% di imprese che dichiara di aver sostituito i propri fornitori e il 30,7% che ha accorciato geograficamente le reti.

### **Certificazione, comunicazione e impatto sul mercato**

Solo il **7,4%** delle imprese in esame dichiara di aver ottenuto un qualche tipo di certificazione. Il dato cresce al crescere dell'apertura ai mercati esteri, dove le certificazioni appaiono un prerequisito indispensabile: tra chi esporta oltre il 70% del proprio fatturato, il 34,3% ha una certificazione. Per quanto riguarda la comunicazione, quella verso il mercato, il territorio e i principali stakeholder risulta fortemente limitata a fronte, invece, di un impegno rilevante nei confronti dell'organizzazione interna (**48%**). Questo comportamento aiuta a spiegare, in parte, lo scarso impatto che le imprese riscontrano delle loro strategie in termini di crescita delle quote di mercato (17,5%), di migliori rapporti con gli stakeholder (15,3%) e con il credito (8,6%).

### **Impatto economico**

Nel periodo 2012-2014 le imprese più attente alla sostenibilità sia sul fronte green che su quello sociale hanno registrato un andamento dei ricavi (**+5,6%** nel 2014) migliore rispetto alle imprese che hanno investito poco o nulla in sostenibilità (**+1,4%**). Il confronto tra obiettivi dichiarati delle strategie di sostenibilità e benefici ottenuti sul fronte dell'efficienza interna e del migliore benessere dei collaboratori testimonia la validità delle strategie intraprese dalle aziende intervistate. Lo conferma il fatto che un'impresa su due realizzerà nel prossimo biennio nuovi interventi a favore della sostenibilità sociale e/o ambientale.

*“Lo sviluppo sostenibile e la green economy – ha dichiarato il Presidente di Fondazione Nord Est, **Francesco Peghin** - sono le grandi sfide con cui le nostre imprese dovranno confrontarsi con sempre maggiore responsabilità per aumentare la competitività sui mercati e contribuire alla crescita del Paese. E' però necessario che gli sforzi del mondo produttivo siano sostenuti da un quadro di regole prevedibile e certo, che consenta di sviluppare investimenti di lungo termine”.*

*“Dal punto di vista della sostenibilità sociale e ambientale sono stati fatti molti passi avanti in Italia e a Nord Est – ha dichiarato la Presidente di FriulAdria Crédit Agricole **Chiara Mio** – Oggi l'attenzione per questi temi è diffusa e non appartiene più soltanto a un'élite imprenditoriale. Ormai il dibattito non è incentrato sull'efficacia o meno delle politiche di sostenibilità, bensì sugli strumenti più idonei per attuarle.*

*Occorre uscire da una mera logica di prezzo: tra la domanda e l'offerta di un servizio o di un prodotto esiste una relazione con spazi infiniti per creare valore. Le risultanze della ricerca condotta da Fondazione Nord Est confermano che tutte le aziende, a prescindere dalla dimensione e dal settore produttivo, possono adottare politiche di sostenibilità e che tali politiche devono partire dal bisogno e dal rispetto del consumatore o cliente interno e non dal prodotto. Il mondo della finanza può guidare il cambiamento culturale in atto orientando le politiche creditizie a favore delle aziende maggiormente impegnate nella sostenibilità sociale e ambientale. Per questo diventa sempre più strategico per le imprese dotarsi di una reportistica di bilancio integrata, dove, accanto all'andamento del fatturato, vi sia una corretta rappresentazione anche degli aspetti intangibili che concorrono alla crescita”.*

---

### **Per Informazioni**

**Fondazione Nord Est** - Alessia Severin Tel. 335 7987405

**FriulAdria Crédit Agricole** – Flavio Mariuzzo Tel. 340 0841572