

# LA SOSTENIBILITÀ, FATTORE COMPETITIVO PER LE IMPRESE ITALIANE

Pescara, 25 gennaio 2019



# VIDEO



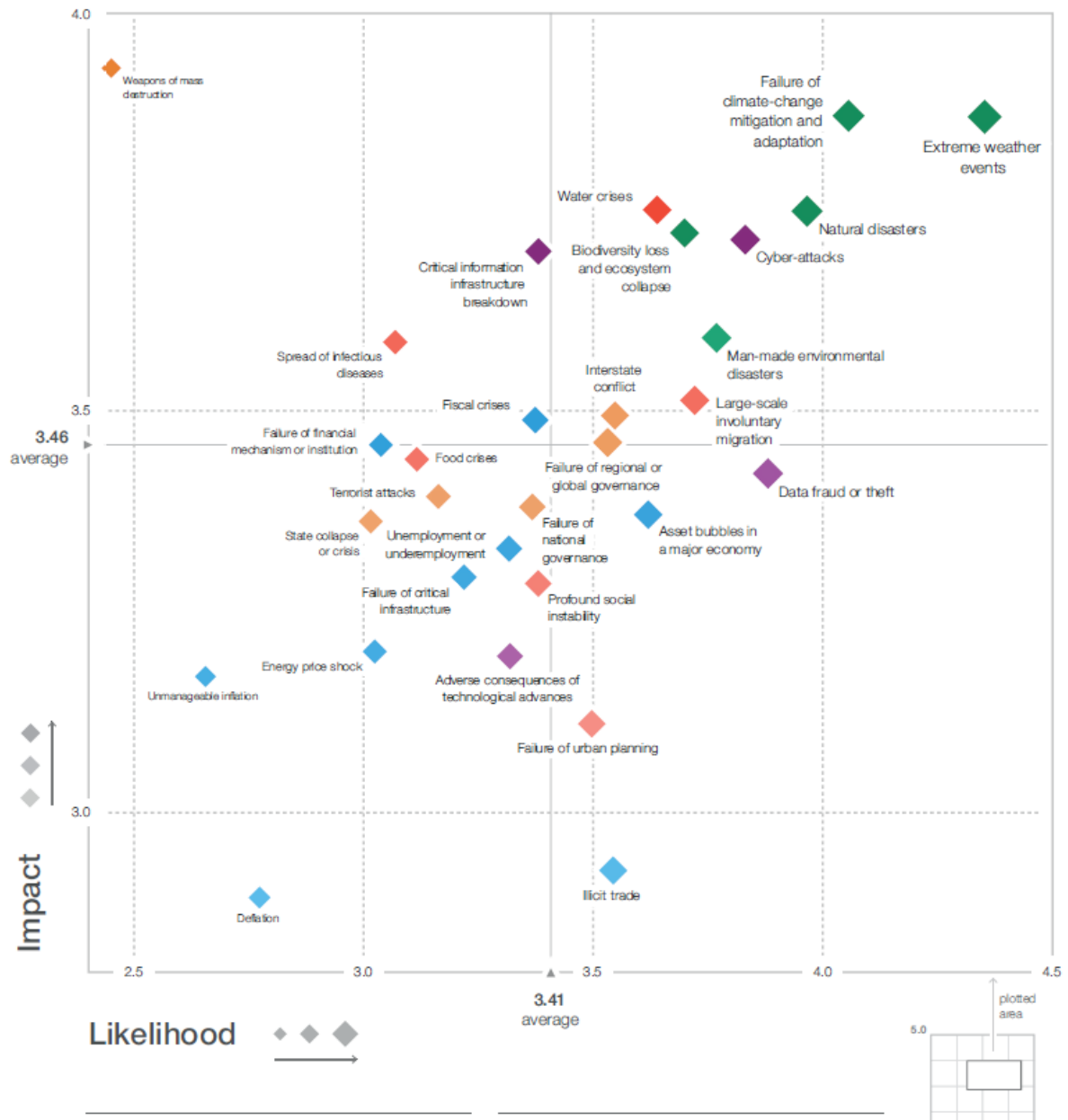


## **Alcuni spunti da ricerche internazionali e nazionali**



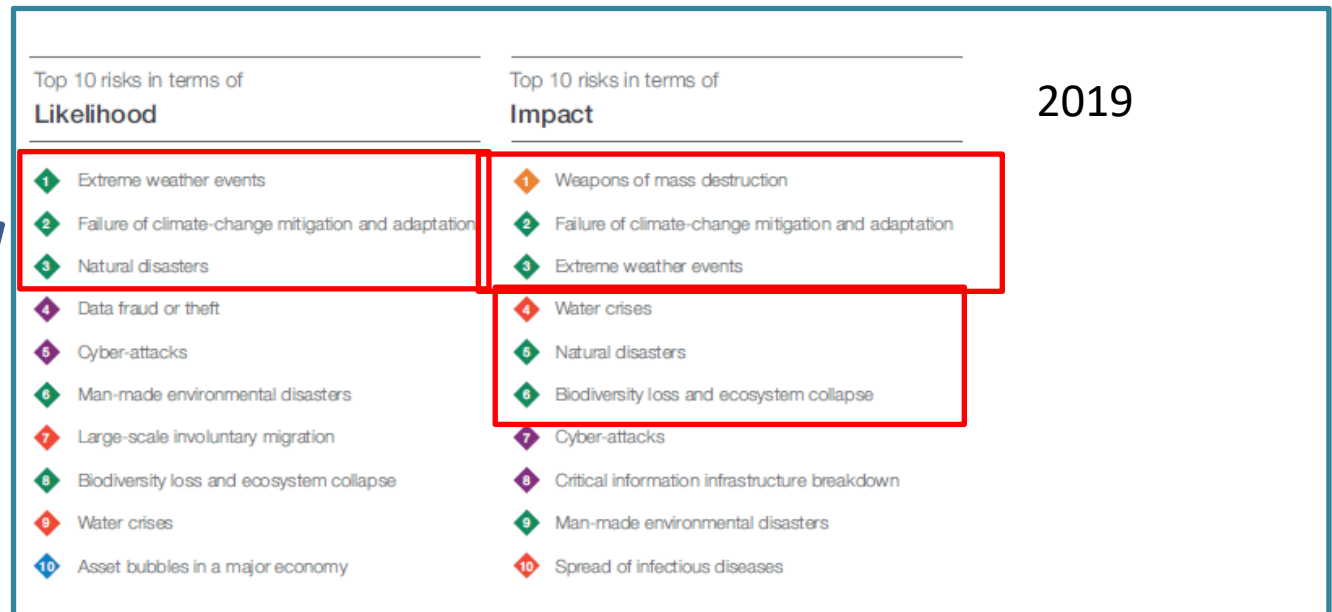
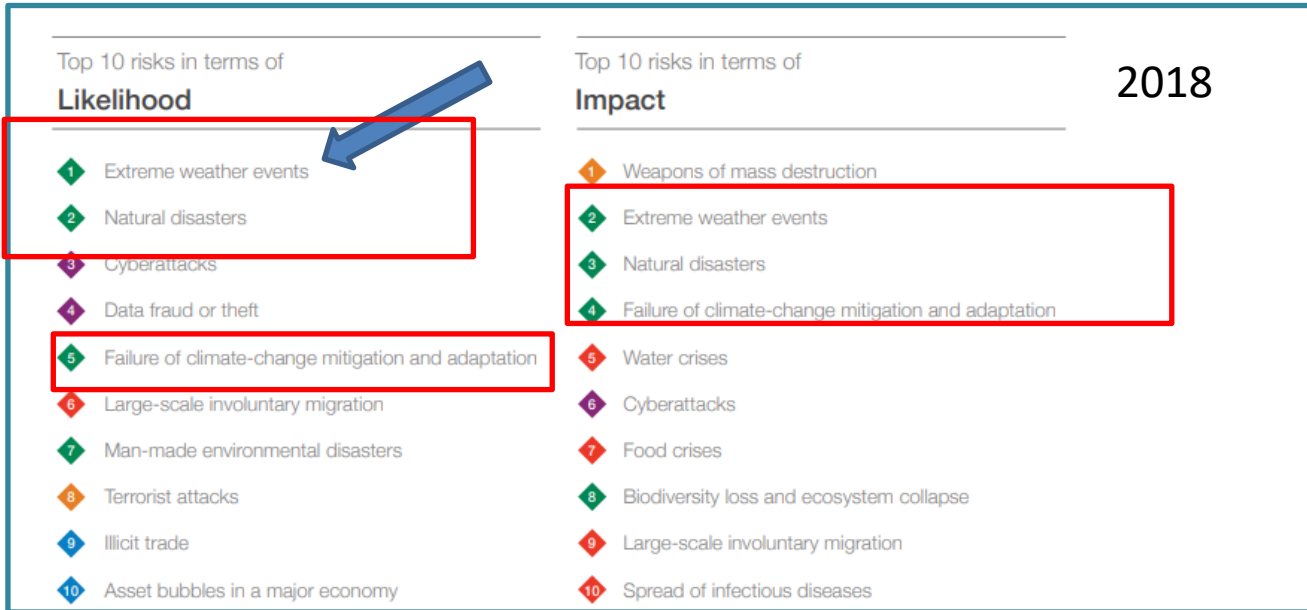
# The Global Risks Report 2019 14th Edition

In partnership with Marsh & McLennan Companies and Zurich Insurance Group



The Global Risks Report 2019  
14th Edition

In partnership with Marsh & McLennan Companies and Zurich Insurance Group



# IL MERCATO E I CONSUMATORI CHIEDONO UN APPROCCIO NUOVO

## 52%

DEI CONSUMATORI **IN ITALIA** E' DISPOSTO A PAGARE DI PIU' PER PRODOTTI PROVENIENTI DA BRAND SOSTENIBILI



NIELSEN GLOBAL RESPONSIBILITY REPORT  
IN ACCORDANCE WITH THE GLOBAL REPORTING INITIATIVE  
giugno 2016

FATTORI CHE IMPATTANO SULLA MIA DECISIONE DI ACQUISTARE / SOSTENERE UN BRAND:



## CONSUMERS UNDER 34 ARE WILLING TO PAY MORE

Indagine condotta su un campione di 30.000 individui in 60 Paesi. Nei 60 mercati presi in esame, in media le fasce d'età maggiormente propense a pagare di più per la sostenibilità sono quelle dei Millennials (21-34 anni) e della generazione Z (15-20 anni).

GROWING:  
GENERATION Z  
72%

MOST LIKELY TO BUY:  
MILLENNIALS  
73%

DON'T FORGET:  
BABY BOOMERS  
51%



CONFINDUSTRIA  
Gruppo Tecnico  
Responsabilità Sociale d'Impresa

ROSSANA REVELLO



# SOSTENIBILITA': I CONSUMATORI VALUTANO LE AZIENDE

71% del campione ha sentito parlare di «aziende sostenibili»



Una banca, un'assicurazione o un ente che eroga prestiti è «sostenibile» se ...



aiuta il cliente che sta attraversando un momento di difficoltà



comunica in modo chiaro e trasparente



propone prodotti, servizi adeguati alle possibilità del cliente



7 consumatori su 10 sono disposti a pagare di più per beni prodotti da aziende sostenibili

Nei confronti di aziende palesemente «non sostenibili» il consumatore...



non acquista i prodotti/servizi di quelle aziende



sconsiglia ad amici/parenti l'acquisto di prodotti/servizi di quelle aziende

Base: totale campione (1.004)



# SOSTENIBILITÀ E FINANZA

Schroders

Global Investor Study

Saving for a  
comfortable retirement

2018

**64%** delle persone ha aumentato gli investimenti sostenibili negli ultimi 5 anni.

Il trend positivo è particolarmente influenzato dalle giovani generazioni e dai **millennials**, sempre più sensibili alle tematiche della sostenibilità:

**83%** delle persone tra i 18 e i 44 anni a livello globale (più di quattro su cinque) hanno dichiarato che gli investimenti sostenibili sono diventati più importanti di quanto lo fossero 5 anni fa

**73%** delle persone in Italia ha dichiarato che gli investimenti sostenibili sono diventati sempre più importanti negli ultimi 5 anni.

\*Schroeder ha commissionato a Research Plus LTD uno studio online indipendente tra il 20 marzo e il 23 aprile 2018 su un campione di 22.338 persone in 30 Paesi tra cui Australia, Brasile, Canada, Cina, Francia, Germania, India, Italia, Giappone, Paesi Bassi, Spagna, EAU, Regno Unito, e USA. Ai fini dell'indagine, vengono definiti investitori coloro che intendono investire almeno 10.000 euro, o importo equivalente, nei prossimi 12 mesi e che hanno apportato modifiche ai propri investimenti negli ultimi dieci anni.





# ESISTE UN “PREMIO DI SOSTENIBILITÀ”



**All'aumentare del grado di sostenibilità di un'azienda aumenta il livello di produttività del lavoro misurato in termini di valore aggiunto per addetto.**

Rispetto alle imprese a sostenibilità nulla, quelle lievemente sostenibili presentano una produttività superiore del 4,5%, quelle mediamente sostenibili del 7,9% e quelle altamente sostenibili del 10,2%.

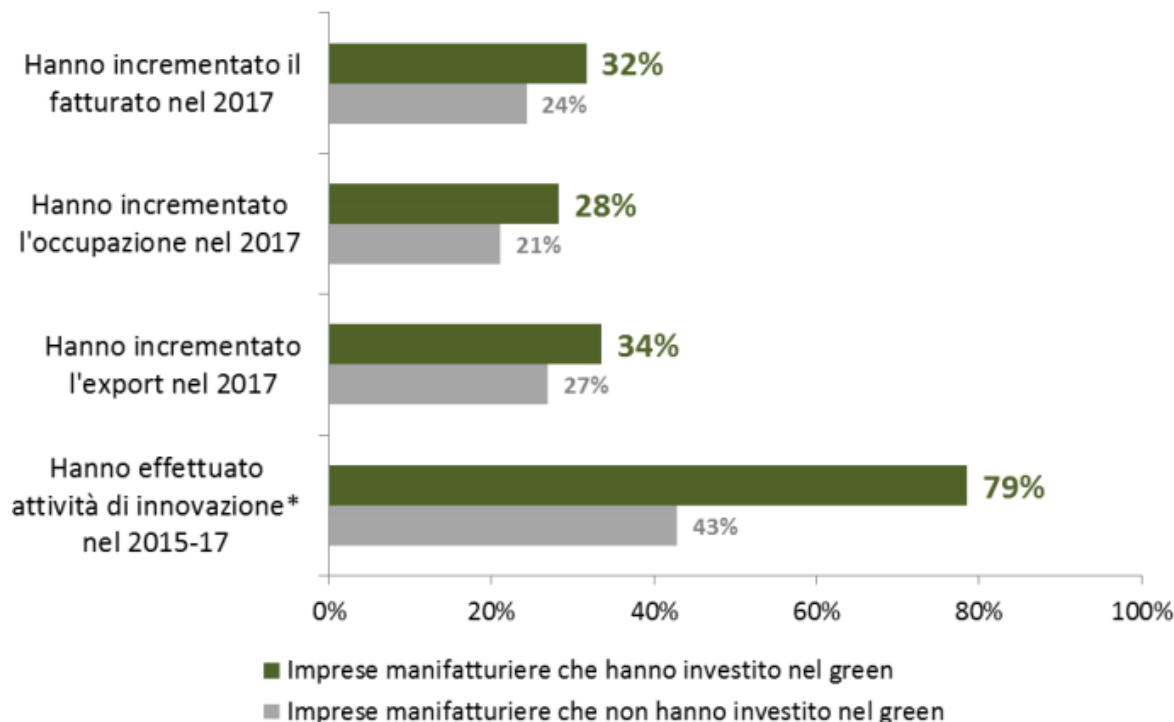


# LE IMPRESE GREEN



Unioncamere – Fondazione Symbola - GreenItaly Rapporto 2018

## IL FATTORE «G» NELLE IMPRESE MANIFATTURIERE (5-499 ADDETTI)



\* Processo, prodotto, organizzativa, marketing.



# COSA FA CONFINDUSTRIA?

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE PER L'INDUSTRIA 4.0

MANIFESTO DI CONFINDUSTRIA

PER LE IMPRESE CHE CAMBIANO, PER UN PAESE PIÙ SOSTENIBILE



Roma, gennaio 2018



# La svolta di Confindustria

Da tema di cultura a tema di politica industriale



# Politica industriale e responsabilità sociale



**Giulio Pedrollo**  
Vice Presidente per la Politica Industriale

Gruppo Tecnico  
Industria e  
Ambiente



Claudio Gemme

Gruppo Tecnico  
Logistica, trasporti,  
economia del mare



Guido Ottolenghi

Gruppo Tecnico  
Responsabilità  
Sociale d'Impresa



Rossana Revello

Gruppo Tecnico  
Ricerca e  
Innovazione



Daniele Finocchiaro



# IL TEMA DELLA SOSTENIBILITÀ È DIVENTATO UN TEMA DI VISIONE

visione di un'impresa che pensa al futuro

## La responsabilità sociale è

- ✓ una presa d'atto dei cambiamenti dei consumatori, dei cittadini, degli investitori, dei regolatori
- ✓ un modo per differenziarsi rispetto a chi opera con standard non adeguati
- ✓ una risposta ad una certa cultura antindustriale



# IL MANIFESTO: NOI CI SIAMO



## per testimoniare

che Confindustria c'è su questo tema e dare una risposta alla cultura antindustriale



## per raccontare

il percorso che abbiamo intrapreso per dire che la sostenibilità è diventato un tema di visione di un'impresa che guarda al futuro in un'ottica di politica industriale

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE PER L'INDUSTRIA 4.0

MANIFESTO DI CONFINDUSTRIA  
PER LE IMPRESE CHE CAMBIANO, PER UN PAESE PIÙ SOSTENIBILE



Roma, gennaio 2018

## per contribuire

al dibattito che in questi ultimi anni sta crescendo con grande velocità una presa d'atto dei cambiamenti dei consumatori, dei cittadini, degli investitori, dei regolatori



## per identificare

aree di intervento concrete per le imprese, soprattutto le PMI





# Che cos'è il Manifesto?

## E' uno strumento di comunicazione e informazione che vuole

**1** **PROMUOVERE LA CONSAPEVOLEZZA**  
Aumentare la consapevolezza dei problemi sociali e ambientali che hanno maggiore impatto per le imprese italiane

**2** **INCIDERE SULLA GOVERNANCE**  
Promuovere l'integrazione della sostenibilità nella governance di impresa nella logica di migliorare la competitività

**3** **SOSTENERE L'INNOVAZIONE**  
Promuovere l'innovazione dei modelli di business e lo sviluppo di strategie aziendali orientate verso i SDGs (Sustainable Development Goals) anche attraverso la raccolta e la

**4** **PROMUOVERE LA FORMAZIONE**  
Sviluppare programmi di formazione sulla sostenibilità, sulle caratteristiche dell'agenda 2030 e dei SDGs e coinvolgere le associazioni territoriali e le categorie produttive attraverso la messa a punto di strumenti e iniziative volte a valorizzare i casi di successo e a favorire l'ingaggio delle imprese nella logica di migliorare la competitività del sistema industriale italiano.

**5** **SOSTENERE L'INTEGRITÀ**  
Sostenere e promuovere l'adozione di politiche e sistemi di gestione volti ad assicurare l'integrità dei comportamenti e il contrasto alla corruzione

**6** **INDIVIDUARE ADEGUATI STRUMENTI DI POLITICA ECONOMICA**  
Proporre alle istituzioni forme di incentivazione non opportunistiche per le imprese che adottino buone pratiche di RSI

**7** **FAVORIRE LA RICERCA**  
Orientare le iniziative di sostegno alla ricerca – pubblica e privata – verso soluzioni che diano risposta ai problemi dello sviluppo sostenibile e che favoriscano nuovi modelli di business

**8** **STRATEGIA NAZIONALE**  
Richiedere al Governo un impegno costante per il raggiungimento degli SDGs attraverso l'implementazione della Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile, creando tavoli di lavoro congiunto e garantendo un impegno efficace e continuo

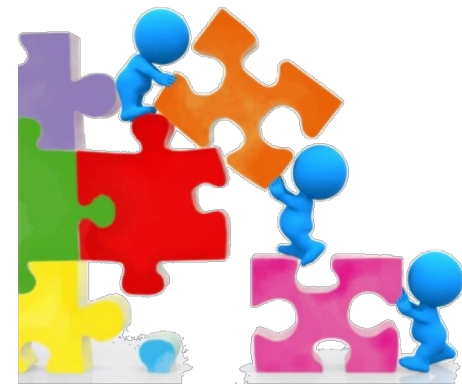
**9** **CONSOLIDARE LE PARTNERSHIP**  
Promuovere lo sviluppo di partnership pubblico-private, e con il terzo settore, attraverso azioni di sensibilizzazione e informazione verso le imprese associate, per favorire l'innovazione e la creazione di valore condiviso

**10** **CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ**  
Incoraggiare le scuole, le Business School e le Università a sviluppare una cultura della sostenibilità come modello di comportamento per le imprese





# PROGETTI IN CANTIERE



- **Premio Ixl:** nell'edizione 2018 l'ambito del Premio Imprese per Innovazione è stato allargato alla sostenibilità, aggiungendo una sezione ad hoc per una menzione speciale. La premiazione avverrà a Connex tra pochi giorni dove lanceremo l'edizione 2019.
- Inserimento di «**Temporary manager della sostenibilità**»: l'obiettivo è sensibilizzare il vertice e la proprietà delle imprese verso i principi Guida della RSI e ESG introducendo concetti e strumenti di analisi del contesto, sulla competitività strategica dell'impresa e dei suoi impatti sulla società, sull'ambiente e sulle performance economico-finanziarie dell'impresa stessa. Progetto a costo zero per le imprese aderenti perché completamente finanziato da associazioni afferenti a Confindustria.
- **Griglia di indicatori semplificati per la rendicontazione** per le PMI in collaborazione con ASVIS e GRI (Global Report Initiative): lo studio in progress prevede di allineare i suddetti indicatori agli aspetti più originali del tessuto imprenditoriale italiano, come ad esempio la circular economy, al fine di diffondere la cultura della rendicontazione della sostenibilità e degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 tra le PMI italiane.

...ed inoltre organizziamo Tavoli interassociativi (Confagricoltura, Utilitalia,...)



# L'INDUSTRIA E LE SFIDE AMBIENTALI



# L'INDUSTRIA ITALIANA E' LEADER EUROPEO NELL'ECO-EFFICIENZA E NEL RICICLO INDUSTRIALE

NR 1 tra i grandi  
Paesi europei per  
eco-efficienza del  
sistema produttivo



43,3%  
quota di  
energia  
rinnovabile  
nella  
produzione  
elettrica



SIAMO LEADER  
europei nel riciclo  
industriale



25  
milioni  
di  
tonnellate  
e di  
rifiuti  
riciclabili  
recuperati



# “FARE TANTO CON POCO”



L'industria italiana, povera di materie prime, ha sviluppato una dote innata nel “fare tanto con poco”, valorizzando quanto più possibile i residui produttivi e di consumo, consolidando performance che ci hanno portato ad essere leader europeo nel riciclo industriale, con evidenti effetti benefici indiretti, tra cui la minor dipendenza dall'estero nell'approvvigionamento di materie prime e minore impatto in termini di emissioni climalteranti, derivanti proprio dalla riduzione della fase di approvvigionamento.



