

# STRATEGIE DI SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE E SOCIALE FOCUS SULLE IMPRESE DEL NORDEST



**BNL**

GRUPPO BNP PARIBAS

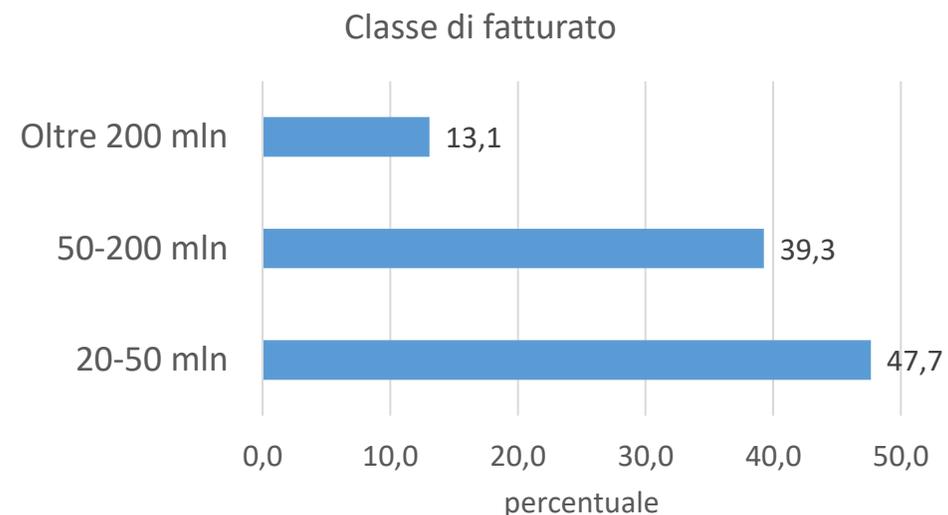
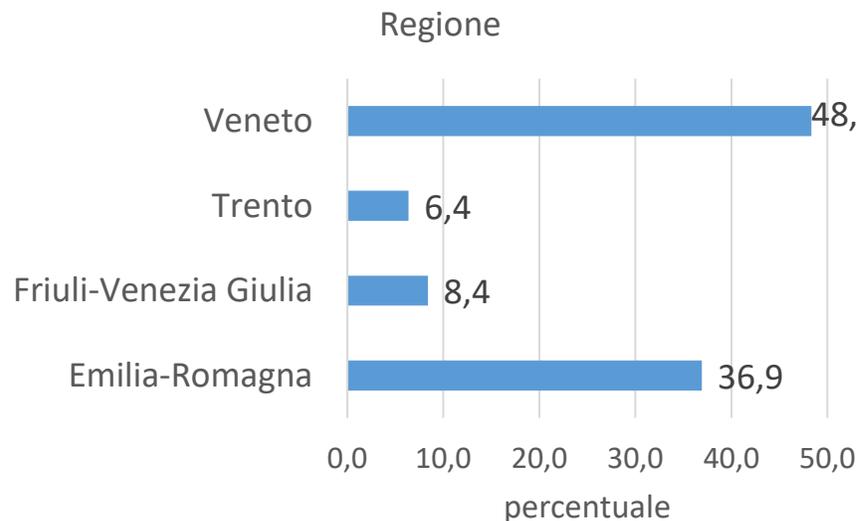
*Shira Fano*

# Il progetto

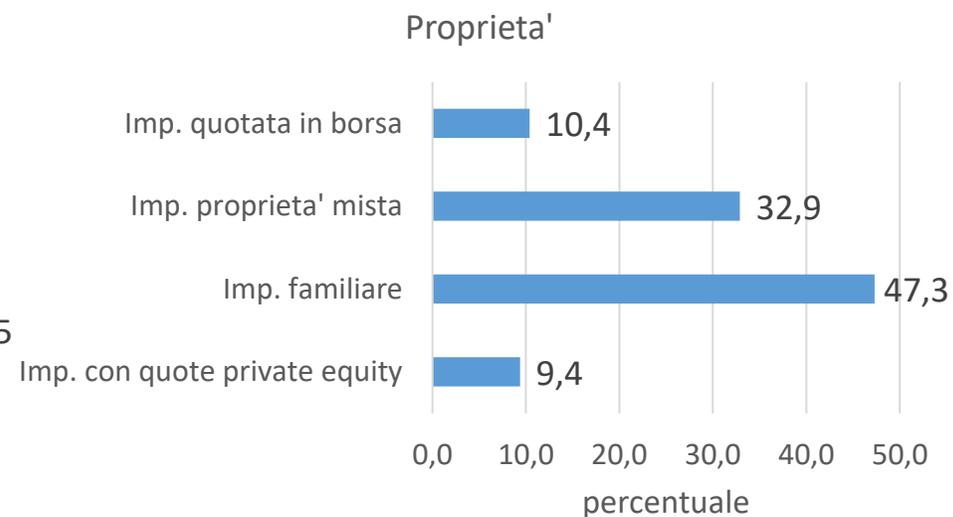
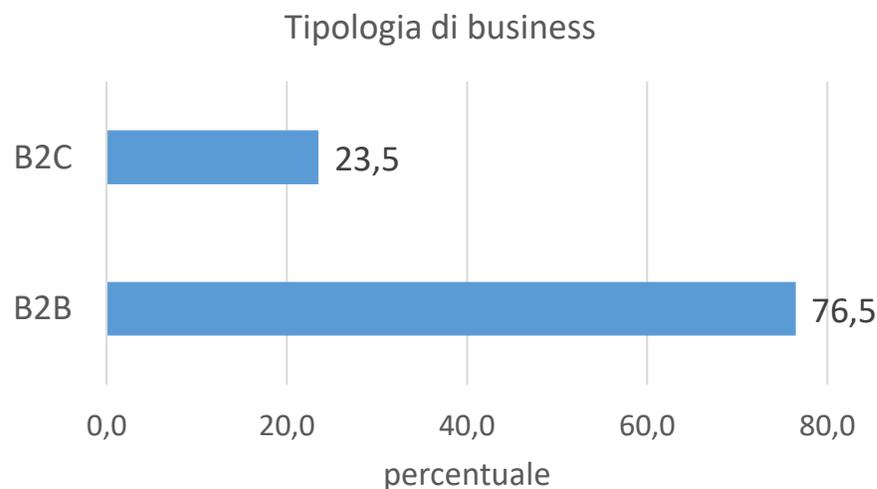
- Il progetto di ricerca, realizzato in collaborazione con BNL Gruppo BNP PARIBAS, ha la finalità di realizzare un insieme di iniziative (attività di monitoraggio, ricerca) utili ad affiancare e accompagnare le imprese per accrescere la loro consapevolezza dei **benefici derivanti dalle strategie di sostenibilità** ambientale e sociale, come:
  - migliori performance economiche
  - capacità di attrarre talenti
  - e migliore valutazione da parte di banche, clienti e consumatori.
- **Fase 1.** Monitoraggio e ascolto
- **Fase 2.** Analisi quantitativa
- **Fase 3.** Incontri con le aziende

# Descrizione della rilevazione

- Campione rappresentativo delle imprese manifatturiere di Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna e Provincia Autonoma di Trento

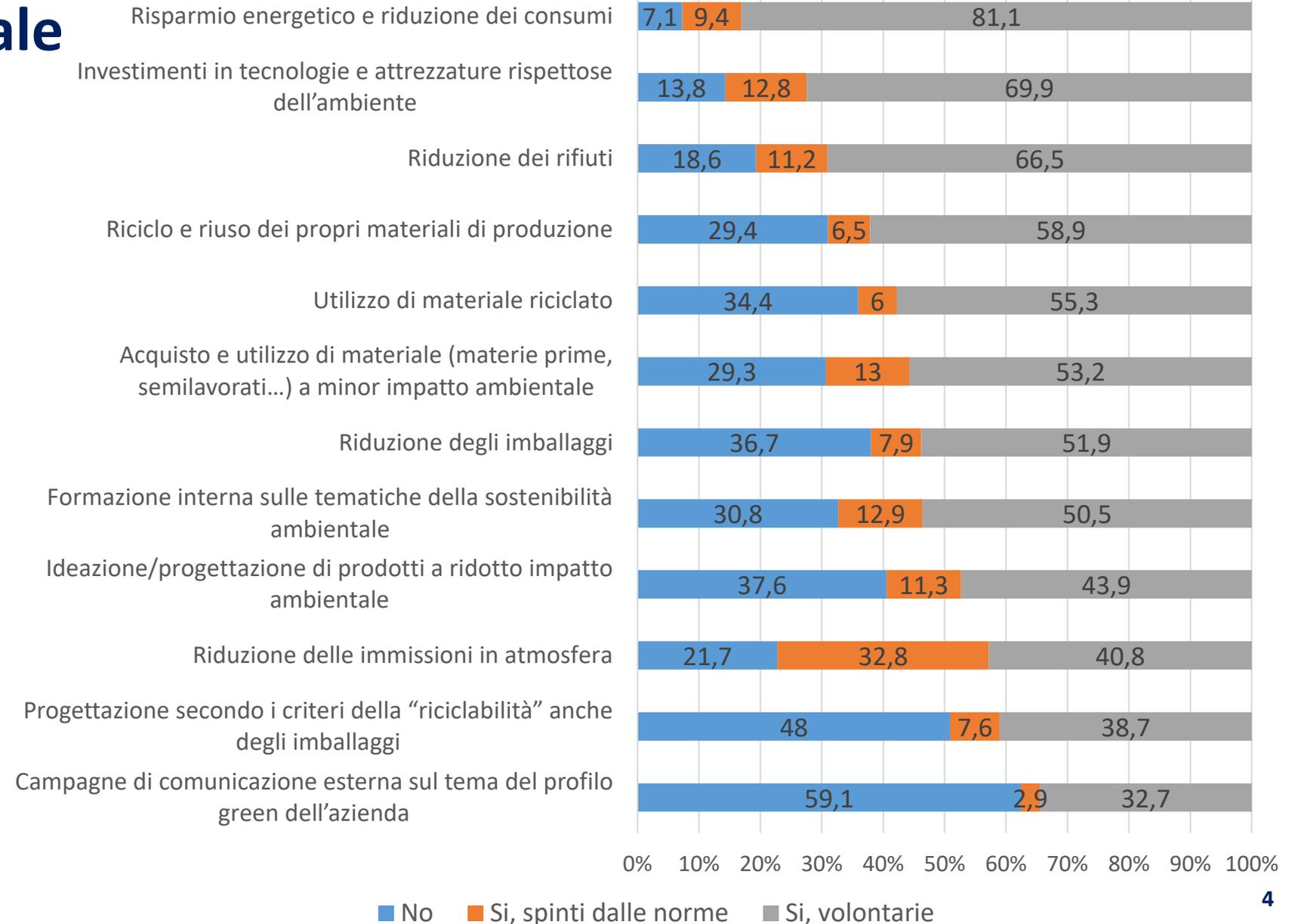


- $N=298$  imprese
- Variabili sono utilizzate per indagare come le scelte di sostenibilità dipendano da esse



# Sostenibilità ambientale

- «Non sempre, **materiali riciclati** garantiscono le medesime prestazioni»
- Sostenibilità e **filiera**. «Spinti dalle richieste dei clienti, abbiamo richiesto ai fornitori che i materiali fossero sostenibili, contribuendo alla sostenibilità lungo la filiera»
- «I clienti ci hanno imposto di **eliminazione della plastica sui capi di abbigliamento**»



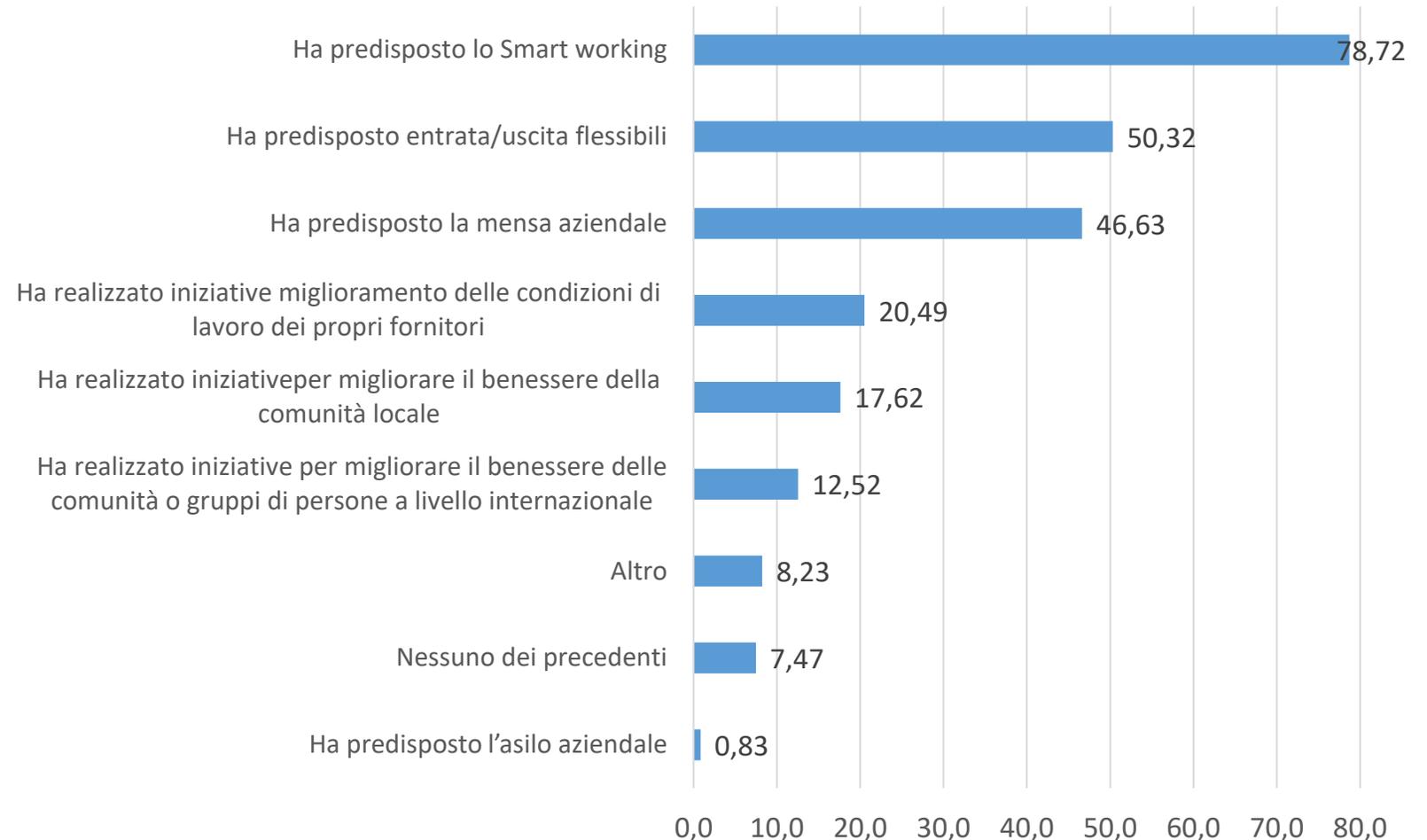
# Percorsi di sostenibilità ambientale

- La maggior parte delle aziende effettua strategie volte al **risparmio energetico** e all'efficientamento
- Un secondo gruppo di imprese è in una fase più avanzata del percorso di sostenibilità con azioni volte **al ripensamento dei processi** produttivi
- Un numero limitato di imprese è nella fase più evoluta: **ridisegno del business model** che coinvolge tutte le fasi del processo: organizzazione interna, le relazioni di filiera, rapporto con gli stakeholders

# Sostenibilità sociale

- Lo **smart-working** viene utilizzato da ben 78,7% per cento delle imprese
- Il dato è sicuramente influenzato dalla pandemia
- Le azioni sono attuate con maggior frequenza in imprese di grandi dimensioni
- Le imprese hanno effettuato con maggior frequenza **azioni rivolte direttamente ai propri dipendenti**, in misura minoritaria quella rivolta alla filiera e alla propria comunità/territorio di riferimento

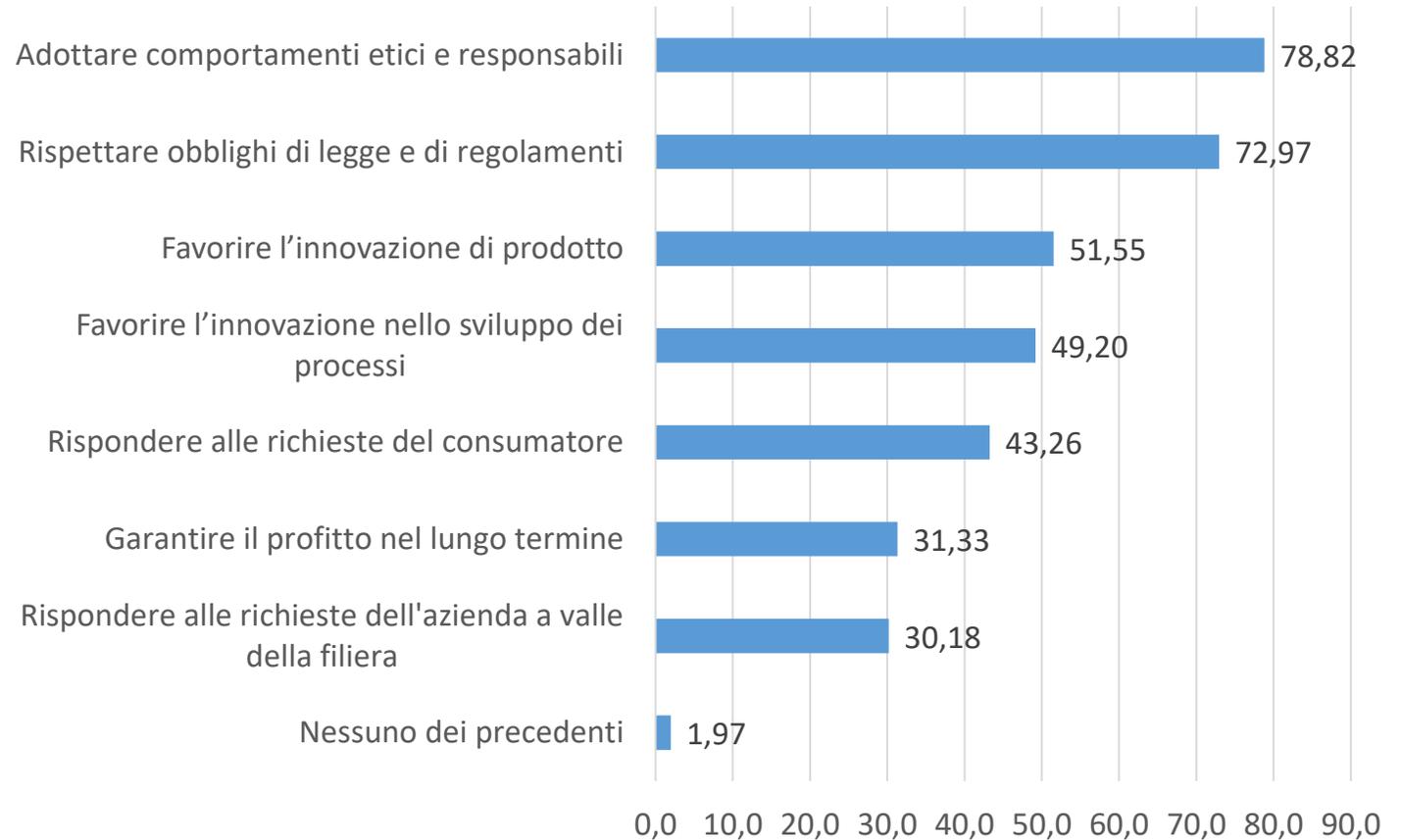
Quali azioni di sostenibilità sociale ha intrapreso la sua azienda?



# Perché essere sostenibili?

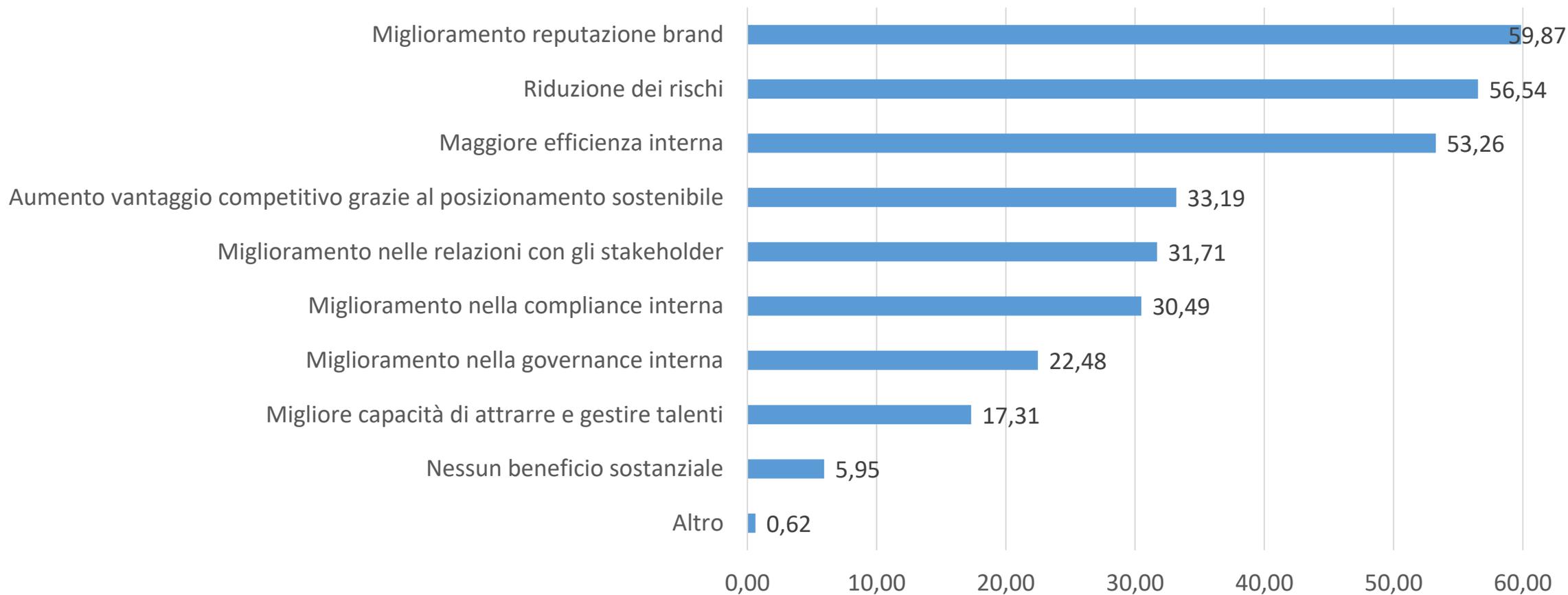
- Le motivazioni principali che spingono a comportamenti sostenibili sono adottare **comportamenti etici** e responsabili e adempiere ad **obblighi di legge**
- Solo il 43% ritiene che la sostenibilità sia una scelta coerente con le crescenti richieste dei consumatori di prodotti e processi sostenibili
- “Appena” il 30% delle aziende ritiene la sostenibilità uno **strumento di competitività** nell’ambito della filiera e per garantire la crescita dell’azienda nel lungo periodo.

Motivazioni che spingono (o potranno spingere) la sua organizzazione a promuovere politiche di sostenibilità ambientale e sociale?



# Benefici della sostenibilità

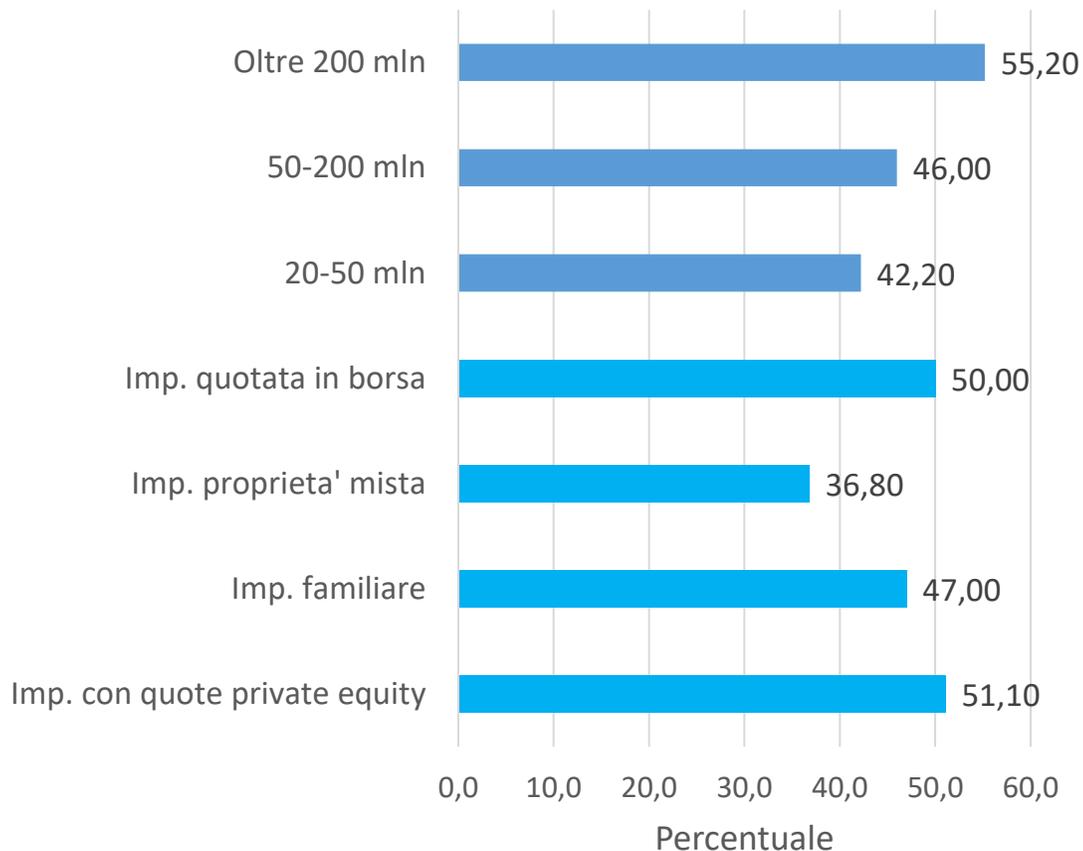
Quali sono i benefici effettivamente conseguiti grazie all'investimento in sostenibilità



# Strategie di comunicazione della sostenibilità

- Solo poco più 1/3 delle imprese realizza una **campagna di comunicazione** esterna per comunicare il proprio profilo di sostenibilità. Il dato cresce in modo rilevante al crescere della dimensione aziendale.
- Sale al 44,3% la quota di chi **utilizza nella comunicazione il fatto di essere sostenibile**
- La comunicazione consentirebbe di migliorare i rapporti, non solo con clienti, ma anche con la filiera e gli stakeholder

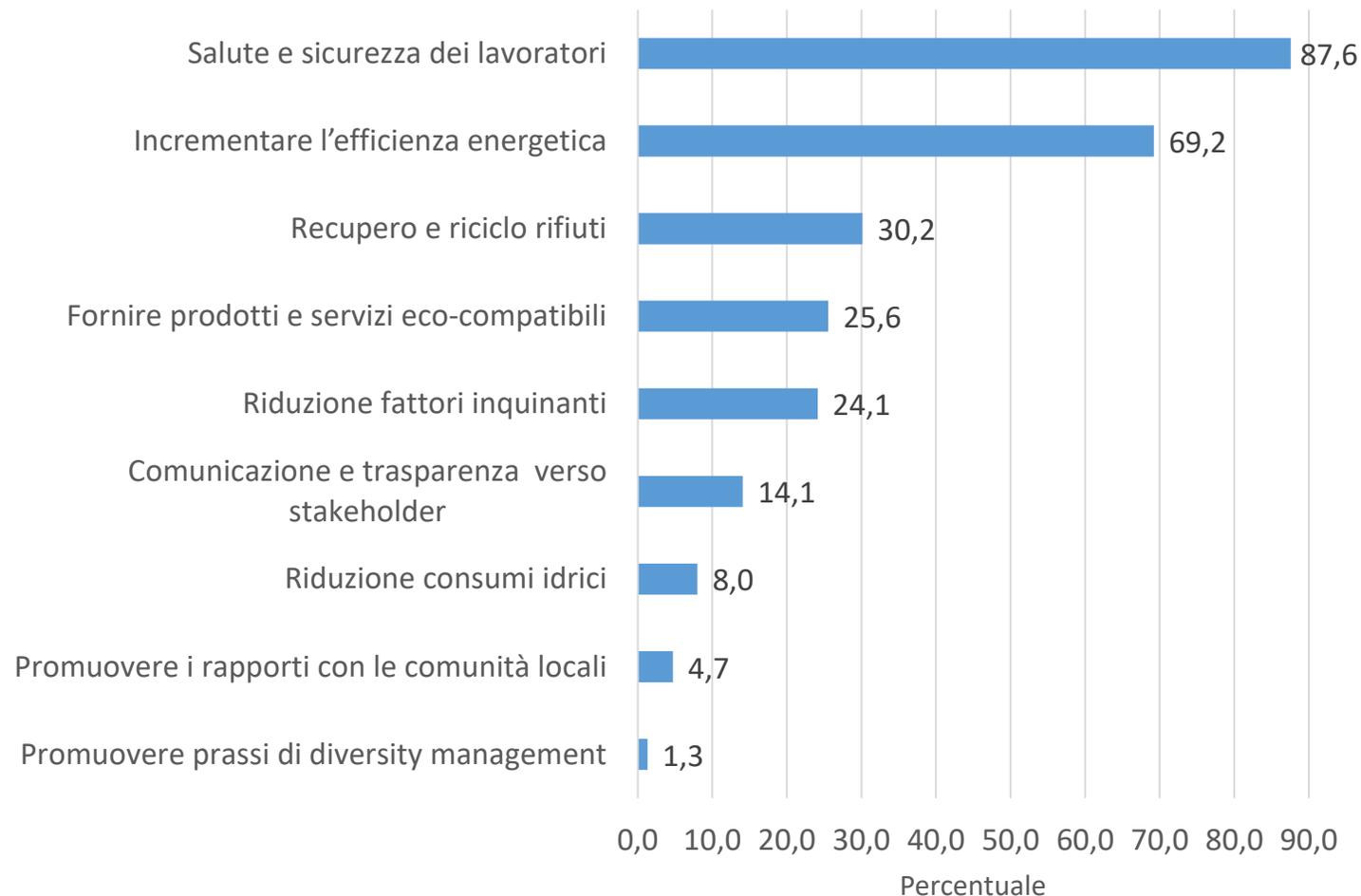
L'impresa utilizza nella comunicazione il fatto di essere sostenibile?



# Prospettive future

- Nei prossimi 5 anni le imprese saranno ancora concentrate principalmente nell'incrementare **l'efficienza energetica** (e la sicurezza dei lavoratori probabilmente come risposta alla Pandemia)
- In seconda battuta, a grande distanza, emergono strategie più impattanti sul **modello di business**: prodotti/servizi ecocompatibili, recupero/riciclo rifiuti e riduzione dei fattori inquinanti

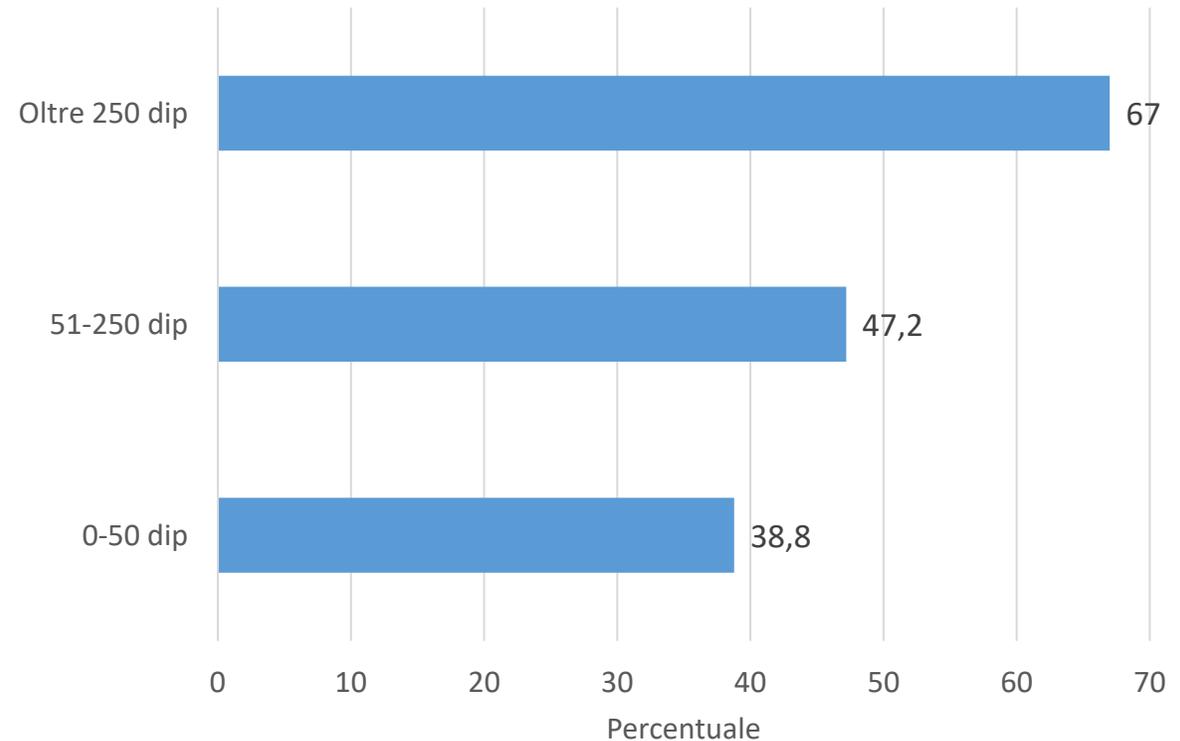
Quali sono le priorità della sua azienda in campo ambientale e sociale nei prossimi 5 anni?



# Sostenibilità e linee di credito

- Complessivamente, circa la metà delle imprese intervistate, il 50,7 %, risponde in modo affermativo.
- Sono maggiormente interessate le imprese di grandi dimensioni

Riterrebbe interessante per la Sua Azienda valutare linee di credito con un sistema premiante legato al raggiungimento di specifici obiettivi di sostenibilità ambientale e sociale?

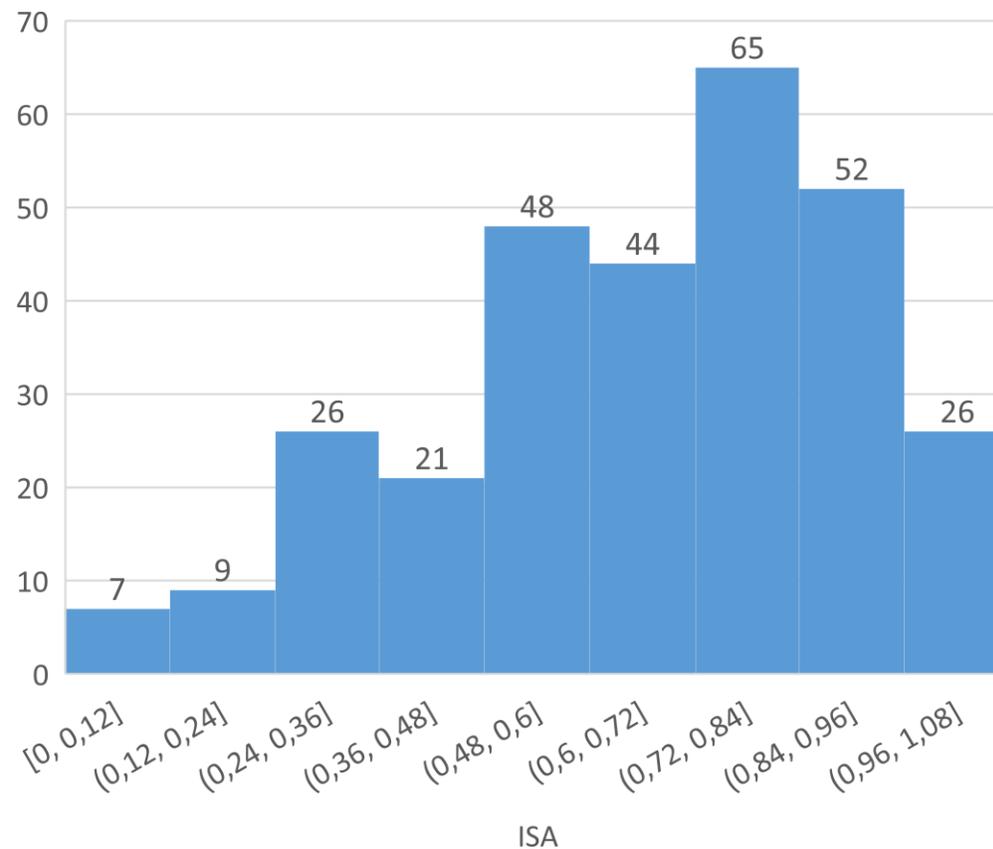


# Indice di sostenibilità ambientale (ISA)

- Abbiamo costruito un indicatore di sostenibilità ambientale (ISA), con l'obiettivo di riassumere le diverse azioni dell'impresa in un unico valore; indica lo **stato stadio di avanzamento del percorso** verso la piena sostenibilità ambientale delle aziende.
- Potrebbe essere utilizzato, per ottenere **linee di credito** in funzione del livello di sostenibilità ambientale delle aziende o per valutare la compatibilità dell'azienda in una filiera sostenibile.
- Costruito dalla domanda del questionario: “Nella sua impresa, sono state intraprese politiche aziendali riconducibili ad alcuni dei seguenti aspetti legati alla sostenibilità ambientale?”

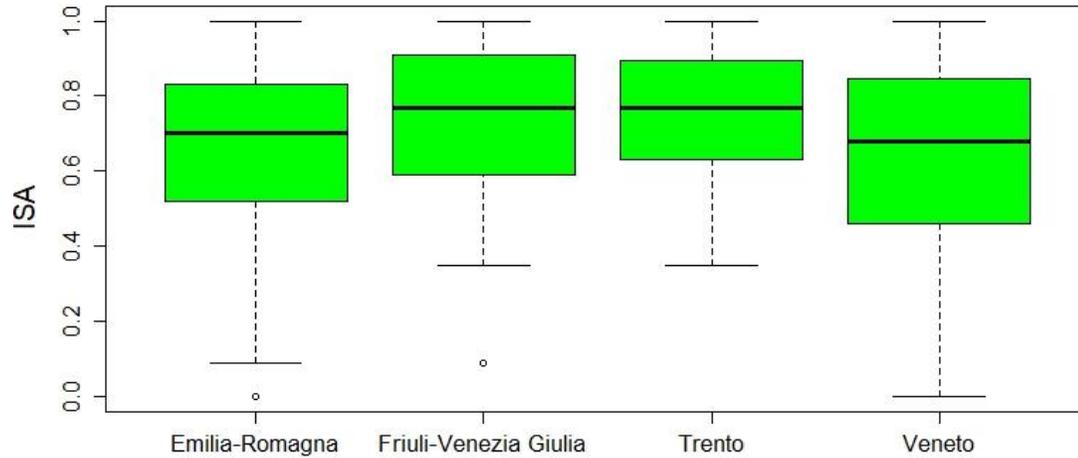
# Indice di sostenibilità ambientale (ISA)

- Un panel di esperti ha valutato:
  - impatto ambientale
  - difficoltà di implementazione delle diverse voci
- Nell'indicatore aggregato ISA è stato attribuito alle diverse voci un **peso proporzionale alla valutazione degli esperti**
- Per ciascuna impresa, è stato calcolato il valore dell'indicatore ISA (mediana 0,69)

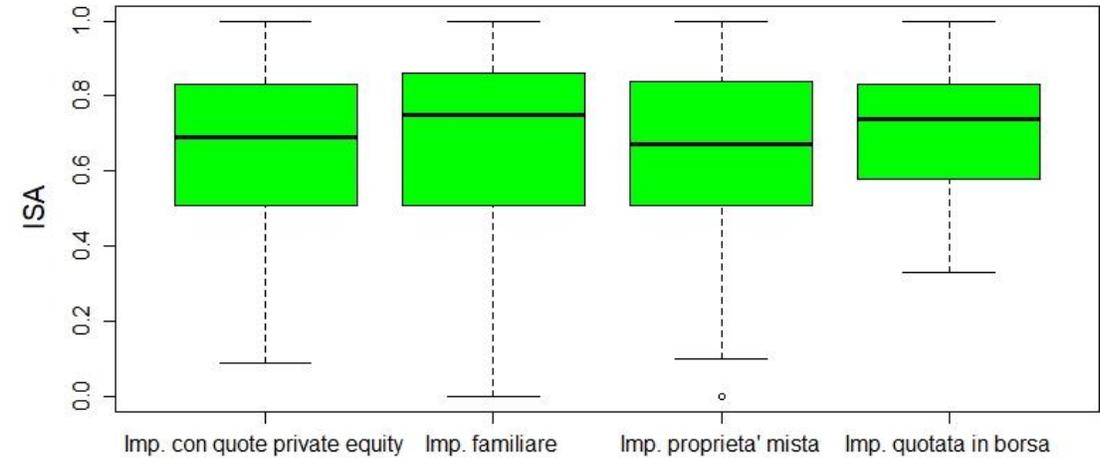


# ISA e caratteristiche dell'impresa

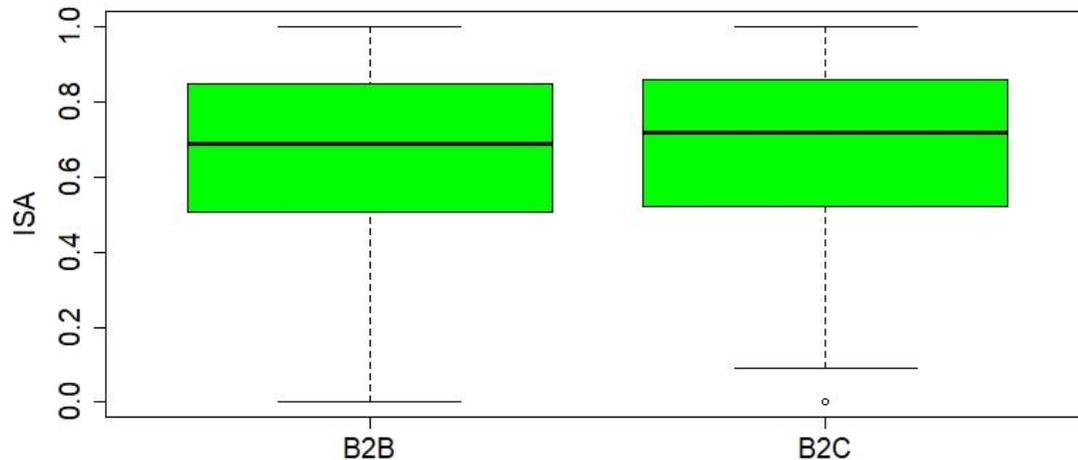
ISA e regione delle imprese



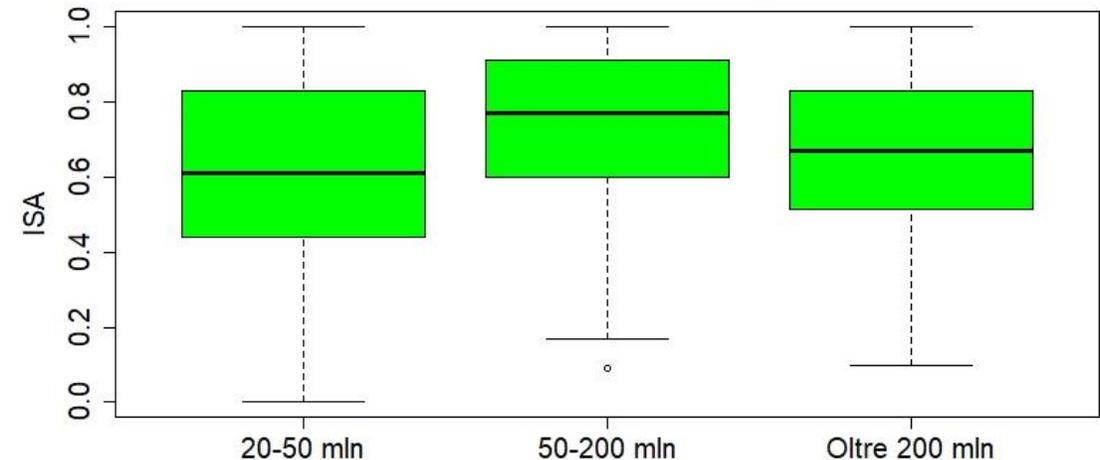
ISA e proprietà delle imprese



ISA e business delle imprese



ISA e fatturato delle imprese



# ISA e caratteristiche della governance

- Nel campione la presenza di **donne** tra i membri del CdA è minoritaria (circa 15%)
- Esiste una correlazione positiva, seppure non particolarmente marcata, tra presenza oltre il 40% di donne nel CdA e livello di sostenibilità ambientale dell'azienda
- La presenza **di persone al di sotto dei 50** anni nei CdA è minoritaria

# ISA e redditività

- Essere sostenibili «paga»?
- Abbiamo testato l'esistenza di una correlazione tra il valore dell'indice di sostenibilità ambientale ISA e **la redditività dell'azienda**.

Indicatore	Mediana della variabile per valori ISA bassi (< X_0.33)	Mediana della variabile per valori ISA alti (> X_66)
EBITDA/fatturato 2019	7,59	8,08
EBITDA/fatturato 2018	7,36	7,42
EBITDA/fatturato 2017	7,98	8,39
EBITDA/fatturato 2016	7,26	8,91

- Le aziende che hanno valori più elevati dell'indicatore ISA hanno anche valori maggiori per quanto riguarda il rapporto EBITDA/fatturato. Questo sembra suggerire una **relazione virtuosa** tra le due variabili.