

Una iniziativa di



Con il patrocinio di



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

Con il contributo di



FONDAZIONE
CASSA DI RISPARMIO
IN BOLOGNA

Consumo sostenibile e progetti nel territorio

Facoltà di Scienze Politiche, Dipartimento di Sociologia "Achille Ardigò"

Giovedì 29 aprile 2010 dalle 9.30 alle 12.30

Aula dei Poeti - Strada Maggiore 45, Bologna



Le imprese e le propensioni alla produzione responsabile e sostenibile.

I risultati di una ricerca.

*a cura di Sinopsis Lab
Iacopo Caropreso, Silvia Mucci e Renato Turbati*

Consumo sostenibile e progetti nel territorio

Una iniziativa di



Con il patrocinio di



Con il contributo di



Indice

- Punto di partenza: la centralità del Territorio;
- La struttura della Ricerca;
- Le opinioni dei Testimoni privilegiati;
- Indagine campionaria;
- Conclusioni.

Consumo sostenibile e progetti nel territorio

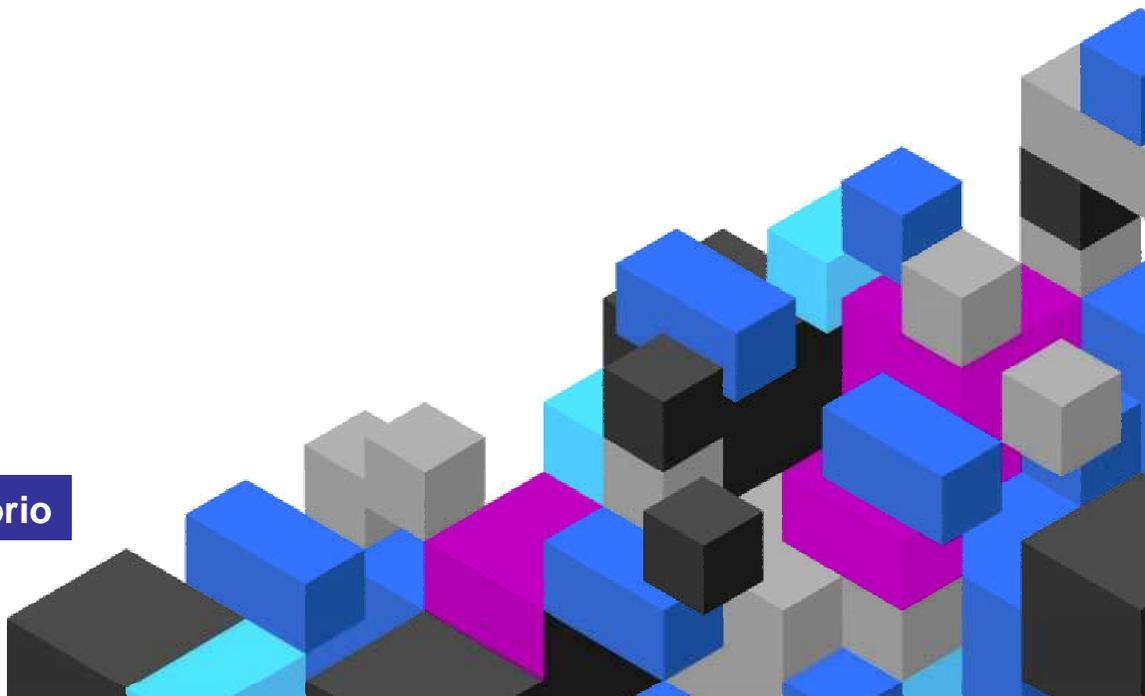
Una iniziativa di



Con il patrocinio di



Con il contributo di



Punto di partenza: la centralità del Territorio

La sostenibilità non è più riconducibile alla semplice questione ambientale, ma ad una nozione più ampia in cui si integrano variabili ambientali, economiche e sociali.

Bisogna promuovere una “cultura del consenso”, ovvero imprese, istituzioni e cittadini (lavoratori) devono collaborare per il perseguimento di un obiettivo comune all’interno di uno stesso scenario economico, ambientale e sociale.

Sinopsis Lab - www.sinopsislab.it

Capacità competitiva dei territori



Consumo sostenibile e progetti nel territorio

Una iniziativa di



Con il patrocinio di



Con il contributo di



punto di vista ambientale

- tutela ambiente come fonte di risorse naturali
- utilizzo delle risorse rinnovabili non oltre il limite di rigenerazione
- produzione e gestione dei rifiuti rispetto alla capacità di assimilazione dell'ambiente



punto di vista economico

- i costi ambientali
- intervento dei governi
- politiche per favorire l'assunzione di responsabilità dei cittadini (fornitori, produttori e consumatori)



1. predisporre basilari obiettivi per proteggere la capacità ambientale;
2. influenzare l'attività economica per rispondere a tali obiettivi.

Consumo sostenibile e progetti nel territorio

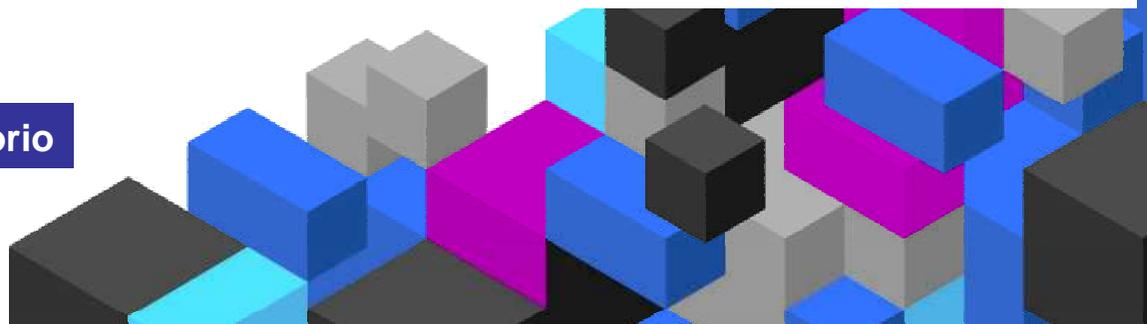
Una iniziativa di



Con il patrocinio di



Con il contributo di



- **I parte - analisi qualitativa:**

Testimoni privilegiati, attivi in provincia di Bologna. Sono state realizzate complessivamente 15 interviste *face to face*, supportate da un questionario *semistrutturato*;

- **Il parte - analisi quantitativa:**

Analisi campionaria delle imprese attive nella provincia di Bologna (n=348) attraverso rilevazione CATI;

Sinopsis Lab - www.sinopsislab.it

Consumo sostenibile e progetti nel territorio

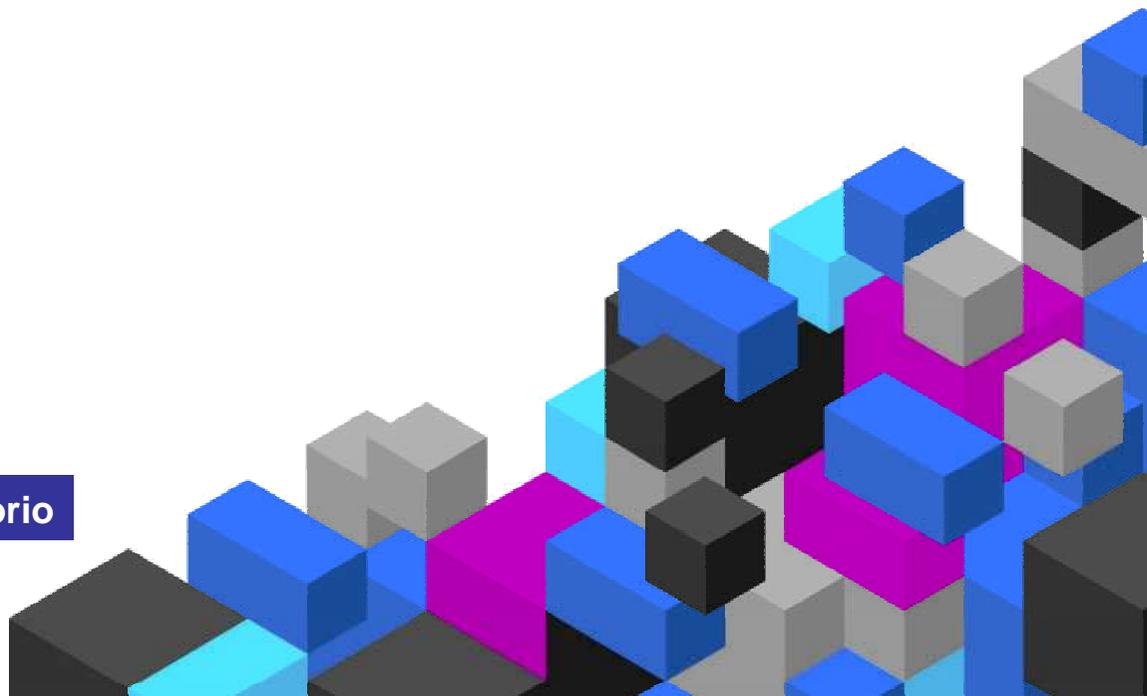
Una iniziativa di



Con il patrocinio di



Con il contributo di



Le opinioni dei Testimoni privilegiati

È stato chiesto agli intervistati un inquadramento generale relativamente al tema della sostenibilità della produzione e del consumo. In forma del tutto libera e spontanea sono stati invitati ad esprimere una personale definizione del concetto di sostenibilità.

Sulla base delle risposte abbiamo riscontrato una comune sensibilità al tema, ma opinioni spesso differenti relativamente al suo sviluppo e alla concreta attuazione di programmi e politiche. Possiamo quindi identificare alcuni *clusters relativi agli orientamenti riscontrati e alle definizioni fornite*.

Si tratta evidentemente di tipologie teoriche utili ad una semplificazione dei differenti approcci al tema.

Sinopsis Lab - www.sinopsislab.it

Consumo sostenibile e progetti nel territorio

Una iniziativa di



Con il patrocinio di



Con il contributo di



Gli idealisti: le
associazioni di
consumatori

I prudenti: le
associazioni di
categoria

I pragmatici: le
imprese

Gli esperti: gli
enti territoriali

Sinopsis Lab - www.sinopsislab.it

Consumo sostenibile e progetti nel territorio

Una iniziativa di



Con il patrocinio di



Con il contributo di



Indagine campionaria – caratteristiche principali

Popolazione di riferimento: 4.375 imprese
aziende attive al 31.12.2008 al registro imprese della CCIAA
tutti i settori ATECO 2007 tranne Agricoltura e Pesca (settori A e B);
imprese con 10 o più addetti;

Tipologia di campionamento: piano di campionamento poststratificazione
proporzionato, con le seguenti variabili di inclusione:
attività: settori e divisioni di attività economica;
geografia: area territoriale;
dimensione: classi di addetti;
forma giuridica.

Numerosità campionaria: 348 (intervallo di confidenza del 95% con un errore del 5%)

Modalità rilevazioni dati: CATI (*Computer-assisted telephone interviewing*)

Periodo di rilevazione: giugno 2009

Sinopsis Lab - www.sinopsislab.it

Consumo sostenibile e progetti nel territorio

Una iniziativa di



Con il patrocinio di



Con il contributo di

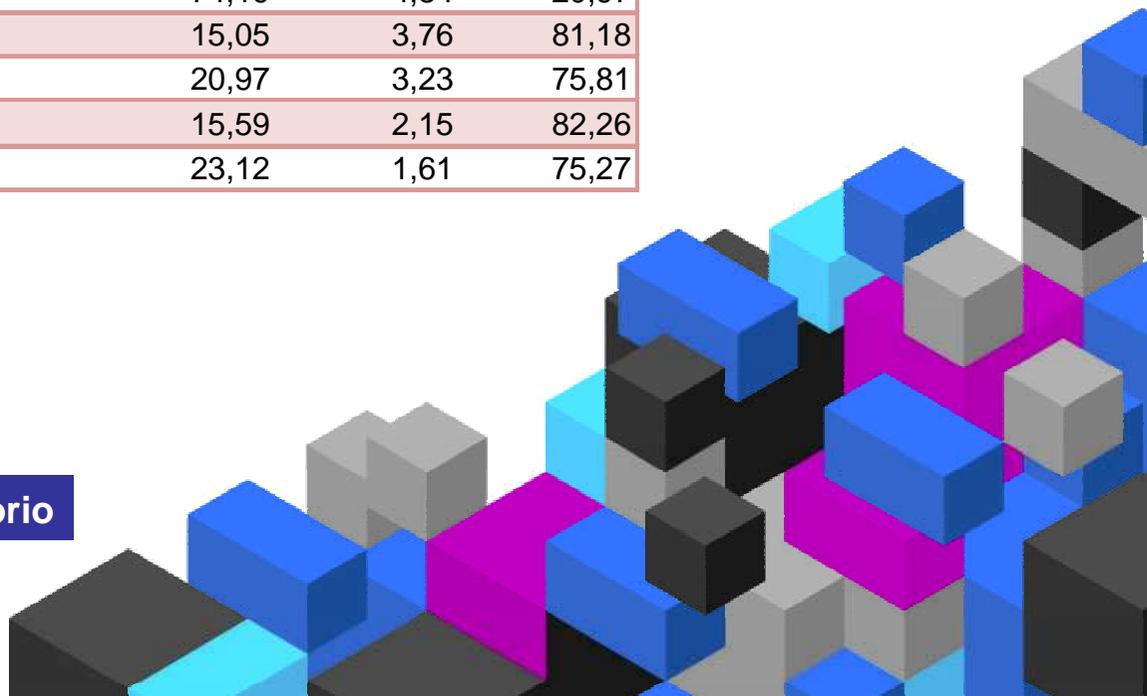


Nella provincia di Bologna, una azienda su due possiede almeno una certificazione di qualche tipo: il 32% ne ha solo una, l'11% due e infine il 6% ne possiede più di due.

In particolare:

| Certificazioni ottenute dalle aziende - tipologia | Sì | In corso | No |
|---|-------|----------|-------|
| Certificazioni di prodotto | 6,99 | 0,54 | 92,47 |
| Certificazioni di processo | 74,19 | 4,84 | 20,97 |
| Certificazione ambientale | 15,05 | 3,76 | 81,18 |
| Certificazione di sicurezza e salute | 20,97 | 3,23 | 75,81 |
| Certificazione igienico-sanitaria | 15,59 | 2,15 | 82,26 |
| Altre certificazioni | 23,12 | 1,61 | 75,27 |

Sinopsis Lab - www.sinopsislab.it



Consumo sostenibile e progetti nel territorio

Una iniziativa di



Con il patrocinio di

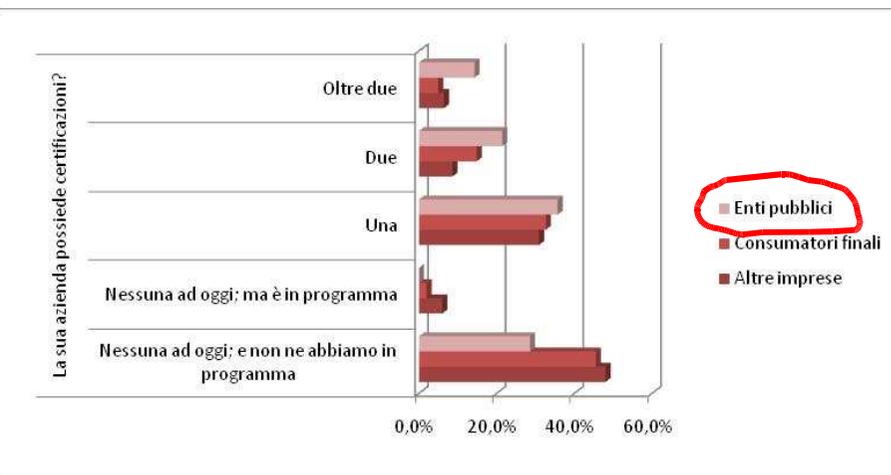
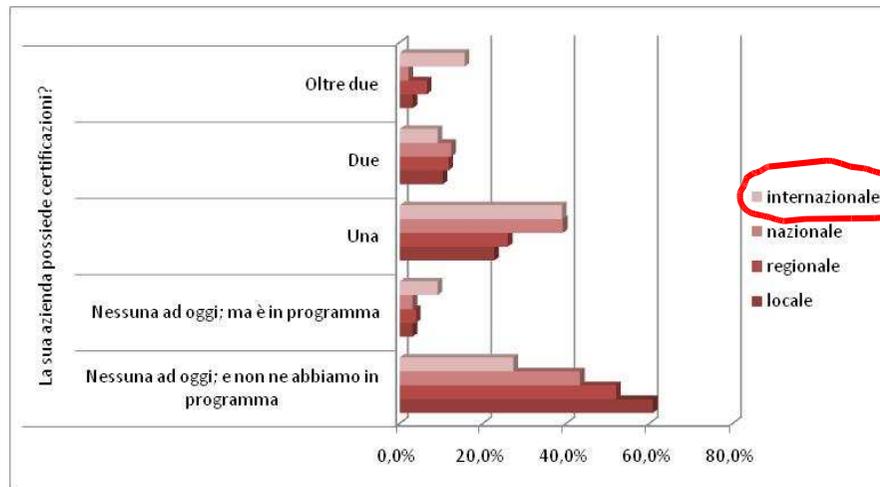
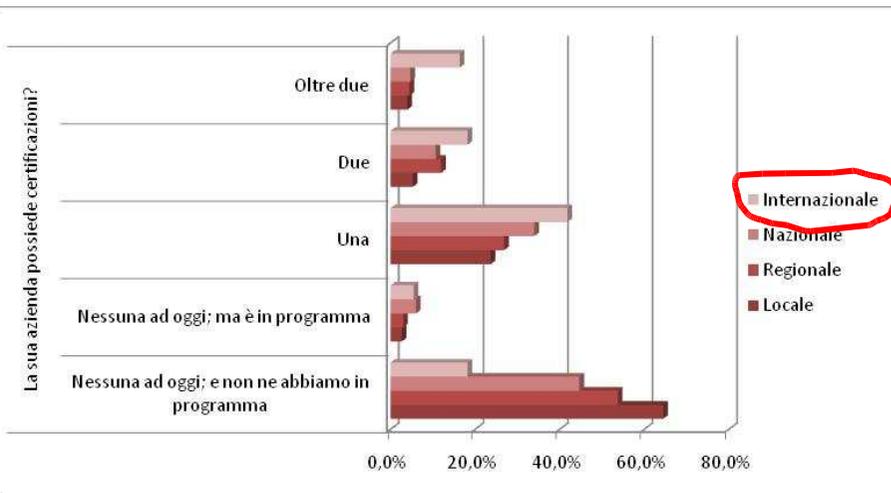


Con il contributo di



Distribuzione fornitori

Distribuzione clienti



Tipologia clienti



Consumo sostenibile e progetti nel territorio

Una iniziativa di



Con il patrocinio di



Con il contributo di



Forte è la sensibilità riscontrata riguardo alle tematiche della sostenibilità, ma tra i diversi **programmi a tutela ambientale** indagati nell'indagine, i meno realizzati sono:

- l'utilizzo di energie alternative;
- l'utilizzo di un'edilizia sostenibile per la costruzione dei capannoni e delle sedi delle aziende.

Per la **logistica**, si riscontra:

- l'assenza di programmi per l'ottimizzazione della mobilità delle merci;
- l'assenza di iniziative sistematiche che toccano la logistica più in generale o l'intermodalità;
- un'eccezione riguarda, però, le iniziative che prevedono l'utilizzo dei fornitori locali (52,3%)

Sinopsis Lab - www.sinopsislab.it

Consumo sostenibile e progetti nel territorio

Una iniziativa di



Con il patrocinio di



Con il contributo di



Indagine campionaria – principali risultati

Formazione per il management

| Le aziende che prevedono per il management percorsi formativi relativi a tematiche di sostenibilità ambientale e sociale | % |
|--|---------------|
| Sì | 20,40 |
| Sì in futuro | 2,59 |
| No | 77,01 |
| Totale | 100,00 |

Un quinto
particolarmente
interessato

La scelta delle azioni

| Le decisioni relative alle azioni di certificazione, di ambiente, di energia, di logistica sopra indicate | % |
|--|--------------|
| Sono state scelte autonome condivise da tutta l'azienda | 33,0 |
| Sono state scelte autonome dell'azienda dovute ad una particolare sensibilità della proprietà | 51,7 |
| Sono state stimolate dal comportamento del mercato di riferimento | 8,0 |
| Sono state incentivate da specifiche politiche pubbliche | 7,2 |
| Totale | 100,0 |

Totale
autonomia
dell'impresa

Sinopsis Lab - www.sinopsislab.it

Consumo sostenibile e progetti nel territorio

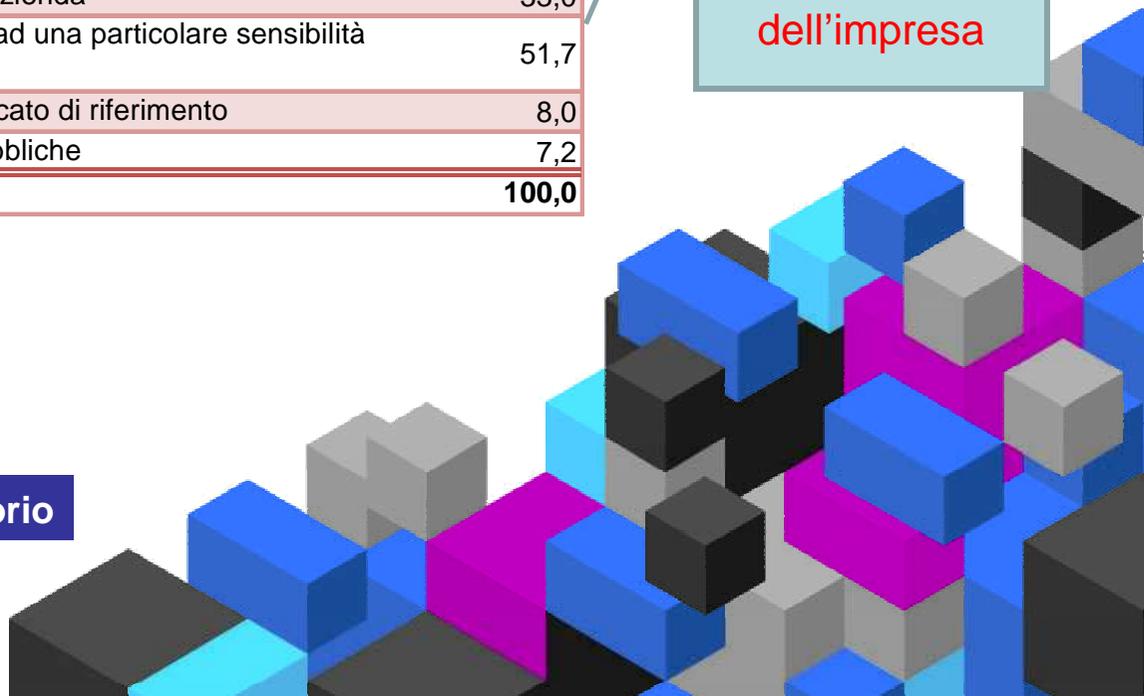
Una iniziativa di



Con il patrocinio di



Con il contributo di



| Gli "ostacoli" per lo sviluppo di una produzione e/o distribuzione sostenibili | Sì | No |
|--|------|------|
| Costi troppo elevati | 68,7 | 31,3 |
| Burocrazia | 62,9 | 37,1 |
| Scarsa informazione | 46,8 | 53,2 |
| Scarso interesse all'interno dell'azienda | 19,5 | 80,5 |
| Scarso interesse da parte dei clienti | 30,7 | 69,3 |
| Carenza di agevolazioni economiche, finanziarie e di accesso al credito | 64,1 | 35,9 |

Costi e
burocrazia

| Le "opportunità e stimoli" per lo sviluppo di una produzione e/o distribuzione sostenibili | Sì | No |
|--|------|------|
| Riduzione dei consumi | 70,1 | 29,9 |
| Riduzione dei rifiuti e scarti | 64,9 | 35,1 |
| Agevolazioni economiche, finanziarie e di accesso al credito | 79,9 | 20,1 |
| Miglioramento del rapporto con gli enti pubblici | 60,1 | 39,9 |
| Miglior reputazione nel mercato di riferimento | 58,6 | 41,4 |

Agevolazioni
economiche e
riduzione
consumi

Sinopsis Lab - www.sinopsislab.it

Consumo sostenibile e progetti nel territorio

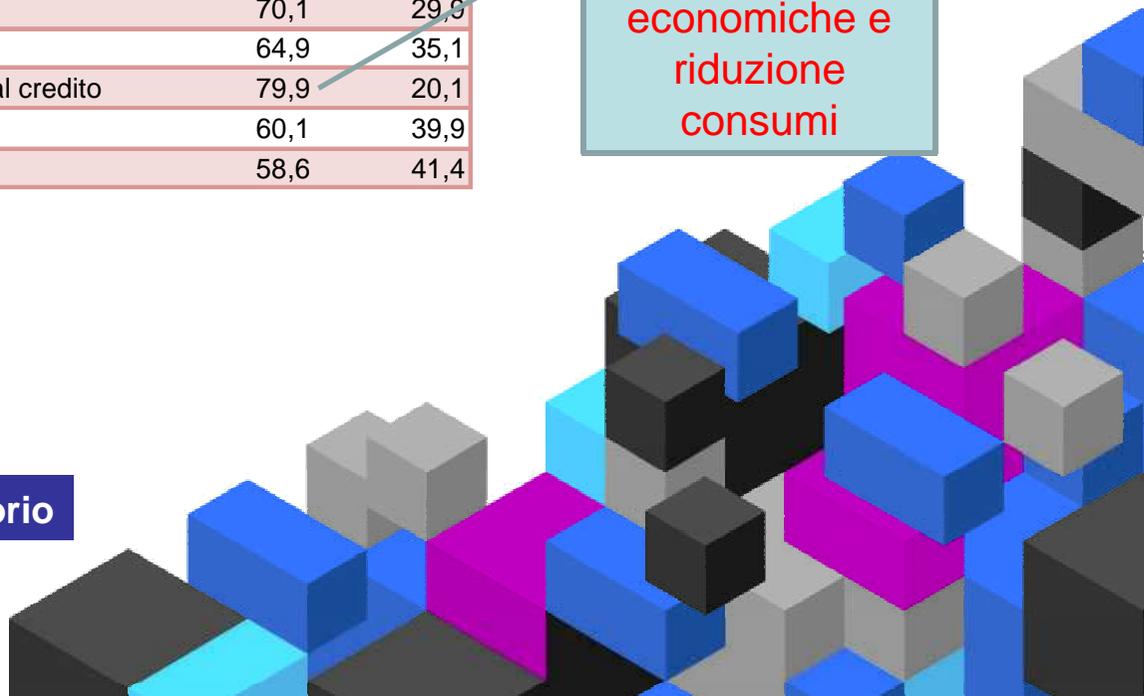
Una iniziativa di



Con il patrocinio di



Con il contributo di



Indagine campionaria – principali risultati

Livello di informazione

| Quanto si ritiene informato in merito a | per nulla | poco | abbastanza | molto |
|---|-----------|------|------------|-------|
| Le politiche europee (fondi strutturali e il finanziamento dello sviluppo sostenibile, ecc) | 17,0 | 53,4 | 27,0 | 2,6 |
| Protocollo di Kyoto | 21,6 | 46,0 | 29,6 | 2,9 |
| Agenda 21 | 76,1 | 17,0 | 5,7 | 1,1 |

L'attenzione all'ambiente

| Per la sua azienda l'attenzione all'ambiente è ... | % |
|---|--------------|
| Un lusso | 12,1 |
| Una scelta che stimola sviluppo e innovazione | 40,5 |
| Una scelta che limita la redditività | 14,4 |
| Una scelta che incoraggia la produzione di beni e servizi | 33,0 |
| Totale | 100,0 |

la green economy
come nuova
opportunità di
sviluppo e business

Sinopsis Lab - www.sinopsislab.it

Consumo sostenibile e progetti nel territorio

Una iniziativa di



Con il patrocinio di



Con il contributo di



Cosa può convincere l'impresa ...

| Cosa potrebbe convincere la sua azienda ad adottare o sviluppare politiche di produzione e/o distribuzione sostenibile | Sì | No |
|--|------|------|
| Se lo chiedessero i clienti | 60,6 | 39,4 |
| Se lo chiedessero i fornitori | 32,5 | 67,5 |
| Se fosse importante per l'opinione pubblica | 43,1 | 56,9 |
| Se ci fossero più incentivi economici-fiscali | 81,6 | 18,4 |
| Se lo chiedessero i dipendenti | 45,1 | 54,9 |
| Se lo decidesse il proprietario/azionisti | 83,3 | 16,7 |

Sinopsis Lab - www.sinopsislab.it

Consumo sostenibile e progetti nel territorio

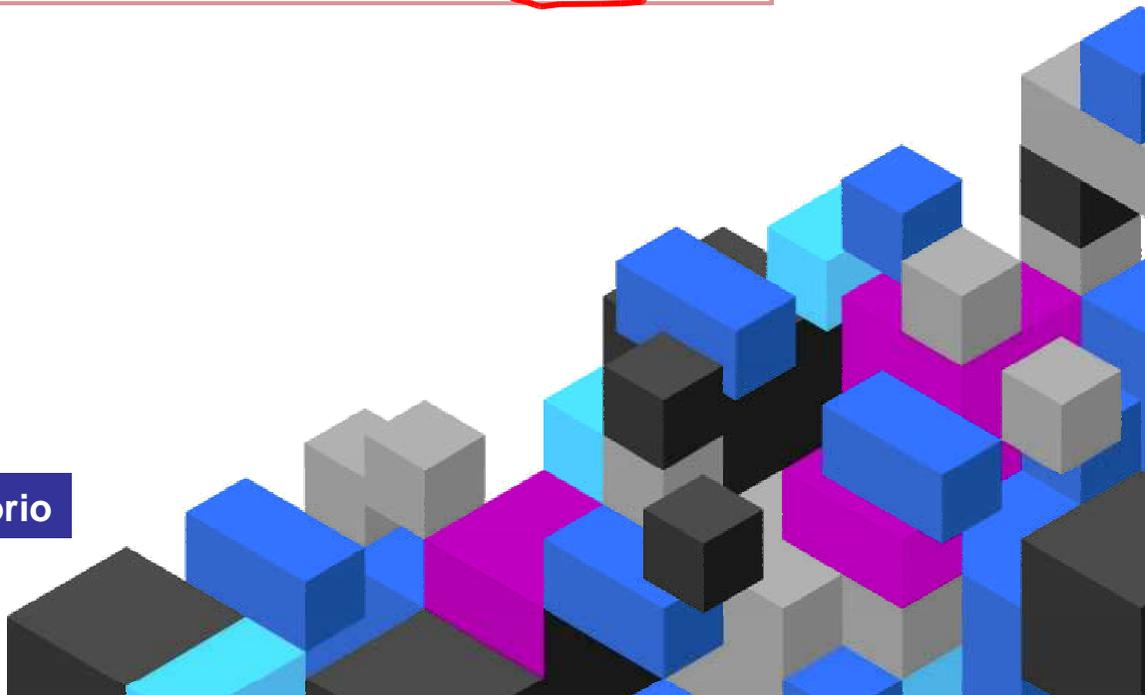
Una iniziativa di



Con il patrocinio di



Con il contributo di



Indagine campionaria – principali risultati

La comunicazione e la percezione dei consumatori

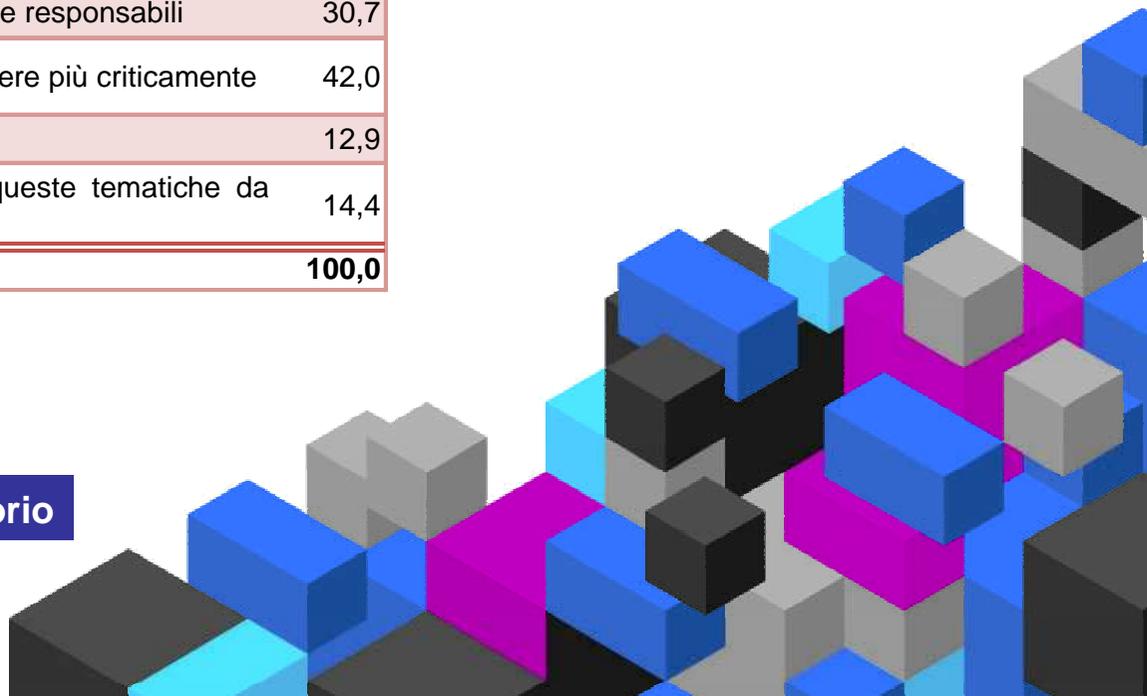
Campagna di comunicazione

| Nel prossimo triennio la sua azienda ha in programma una campagna di comunicazione/marketing per promuovere le politiche aziendali di sostenibilità? | | % |
|--|--|--------------|
| Sì | | 15,5 |
| No | | 84,5 |
| Totale | | 100,0 |

Incidenza della comunicazione nelle scelte del consumatore

| Ritiene che la diffusione delle informazioni grazie a internet e alle discussioni sul web (blog, social network) aiuti le aziende e consumatori ad un maggiore attenzione alla sostenibilità sociale e ambientale? | | % |
|--|--|--------------|
| Sì, soprattutto per le aziende, le rende maggiormente responsabili | | 30,7 |
| Sì, soprattutto per i consumatori che possono scegliere più criticamente | | 42,0 |
| No, credo che si crei solo confusione | | 12,9 |
| No, perché credo che non ci sia attenzione su queste tematiche da parte di aziende e consumatori | | 14,4 |
| Totale | | 100,0 |

Sinopsis Lab - www.sinopsislab.it



Consumo sostenibile e progetti nel territorio

Una iniziativa di



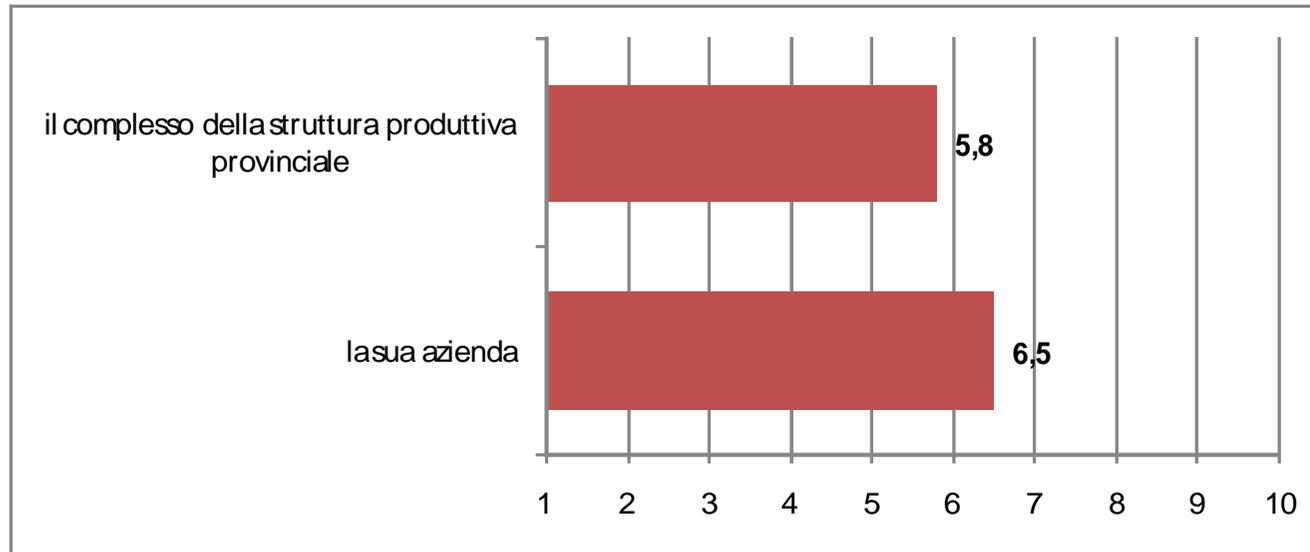
Con il patrocinio di



Con il contributo di



Autovalutazione della sostenibilità...



Sinopsis Lab - www.sinopsislab.it

Consumo sostenibile e progetti nel territorio

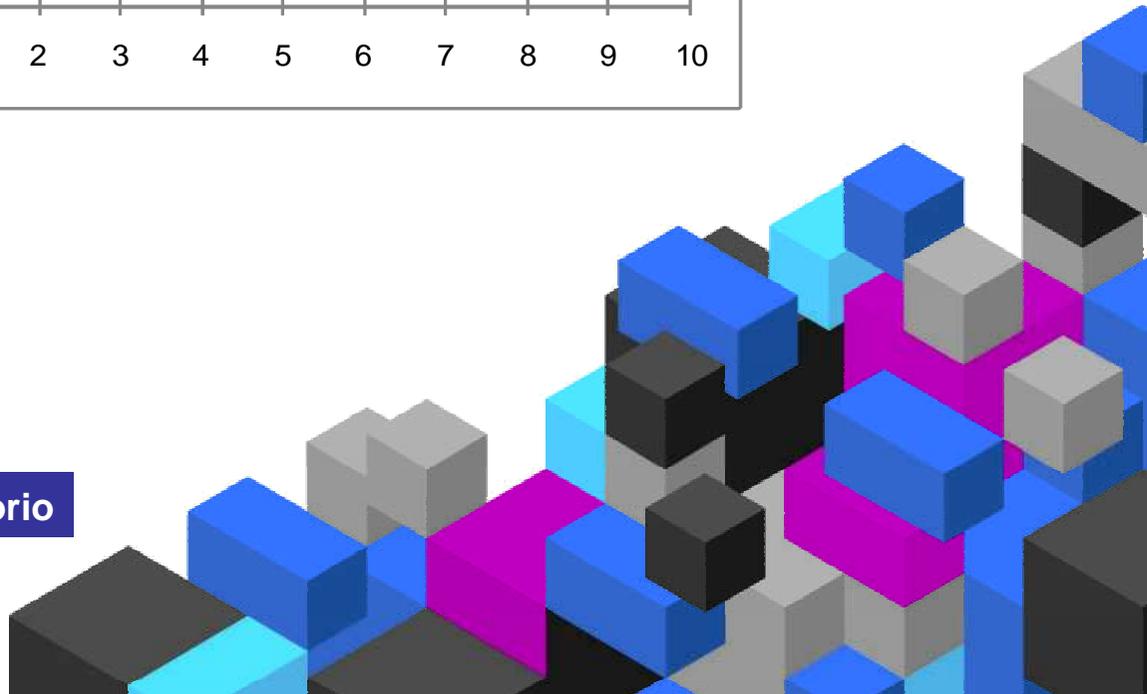
Una iniziativa di



Con il patrocinio di



Con il contributo di



Cosa le imprese pensano delle politiche di sostenibilità e del ruolo dei consumatori

Stimolo all'acquisto

- Per i consumatori la sostenibilità è uno stile di vita
- L'attenzione all'ambiente incoraggia lo sviluppo e la qualità dei prodotti
- Migliora la reputazione dell'azienda

Stratagemma ignorato

- L'attenzione all'ambiente è ininfluente per la scelta dei consumatori
- L'attenzione all'ambiente è ritenuto un lusso per l'impresa
- Fornitori locali, area bolognese, fatturato tra 1e 2 milioni di euro

Percezione di costo più alto dei prodotti

- La sostenibilità rappresenta uno stile di vita necessario per il benessere delle generazioni future
- L' "ostacolo principale" è la carenza di agevolazioni economiche fiscali
- Sono imprese certificate (in particolare due)

Sviluppo di fiducia nella qualità dei prodotti

- Ritengono che tra le opportunità della sostenibilità ci sia il miglioramento della reputazione nel mercato di riferimento, il miglioramento del rapporto con gli enti pubblici e l'ottenimento di agevolazioni economiche
- Non hanno certificazioni

Ininfluenti per la clientela abituale

- Non svilupperebbero politiche di produzione e/o distribuzione sostenibili neanche con incentivi fiscali
- Non hanno nessuna certificazione, non conoscono il protocollo Di Kyoto
- Appartengono al settore dei servizi, hanno una clientela e fornitori locali, un fatturato da 2 milioni a 5 milioni

Sinopsis Lab - www.sinopsislab.it

Consumo sostenibile e progetti nel territorio

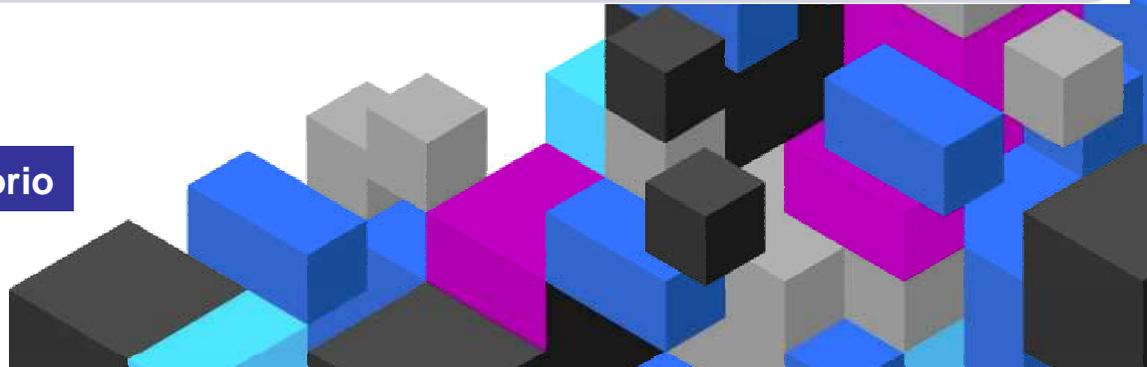
Una iniziativa di



Con il patrocinio di



Con il contributo di



In sintesi

- ✓ la sensibilità rispetto alla tematica della sostenibilità è presente nel tessuto produttivo bolognese;
- ✓ alcuni programmi di sostenibilità sono già in essere, ma in molti ambiti ancora molto c'è da fare;
- ✓ le imprese più sensibili sono probabilmente quelle che hanno risentito della crisi economica e ne hanno fatto una leva per “ripensare” alla propria azienda con maggiore lungimiranza;
- ✓ le motivazioni alla base della decisione di implementare azioni di sostenibilità sono interne all'impresa, mentre gli ostacoli sono spesso esterni (costi, mancanza di incentivi, burocrazia);
- ✓ gli ostacoli possono essere reali o solo percepiti tali per mancanza di informazione e conoscenza. Sono comunque necessarie chiarezza, formazione e sensibilizzazione: anche sui possibili benefici che scelte di sostenibilità possono portare all'impresa;
- ✓ sta crescendo la consapevolezza che il consumatore “vota” acquistando certi beni e servizi e premia comportamenti eticamente corretti dell'impresa (sostenibilità, ma anche correttezza e capacità di instaurare relazioni e comunicazioni bidirezionali con il consumatore).

Sinopsis Lab - www.sinopsislab.it

Consumo sostenibile e progetti nel territorio

Una iniziativa di



Con il patrocinio di



Con il contributo di



Conclusioni

- La diffusione della conoscenza è ancora una condizione fondamentale per la realizzazione di un sistema economico più sostenibile e socialmente responsabile;
- Qualunque programma, progetto o iniziativa realizzati per incrementare e diffondere la conoscenza deve essere di alto profilo. Richiede serietà, verificabilità delle fonti, monitoraggio e valutazione dei risultati;
- Le iniziative migliori dovrebbero essere applicate e diffuse nei diversi territori in un processo di continua osmosi che ne migliori costantemente la qualità e l'efficacia;
- È importante coinvolgere a diversi livelli i consumatori, le imprese e gli enti territoriali. Fare insieme e condividere progettualità è infatti indispensabile per promuovere sviluppo locale responsabile e consumi sostenibili.

Sinopsis Lab - www.sinopsislab.it

Consumo sostenibile e progetti nel territorio

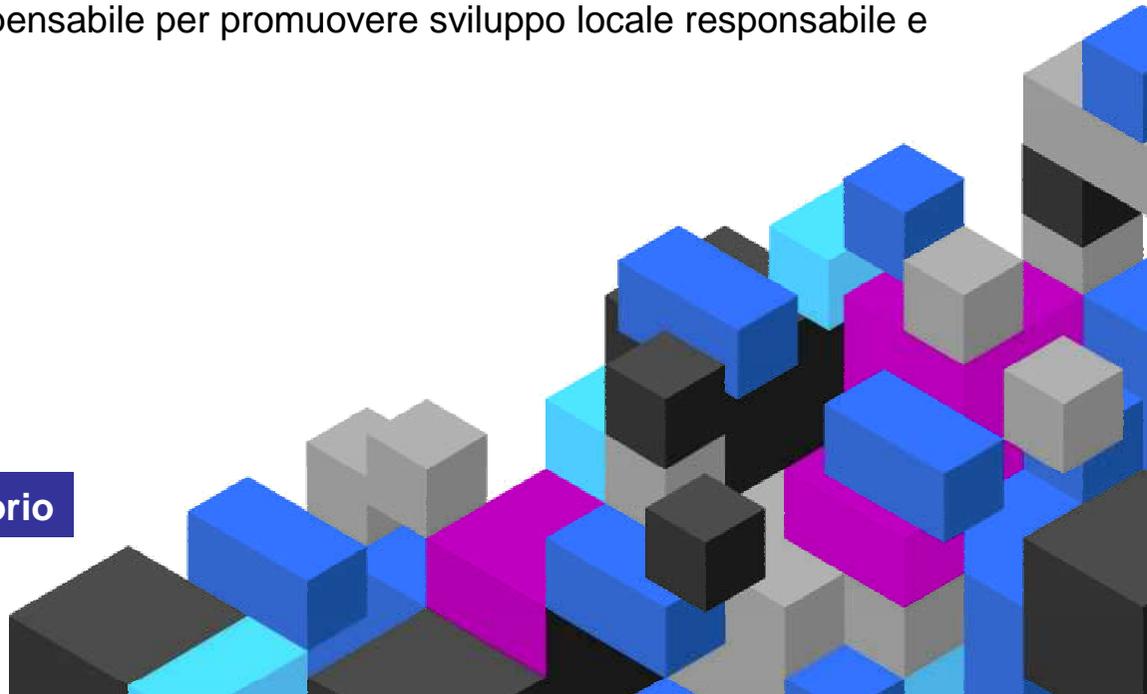
Una iniziativa di



Con il patrocinio di



Con il contributo di



Vi ringrazio per l'attenzione!!

Sinopsis Lab - www.sinopsislab.it

Consumo sostenibile e progetti nel territorio

Una iniziativa di



Con il patrocinio di



Con il contributo di

