

LA CULTURA COESIVA

”ACCADDE DOMANI”

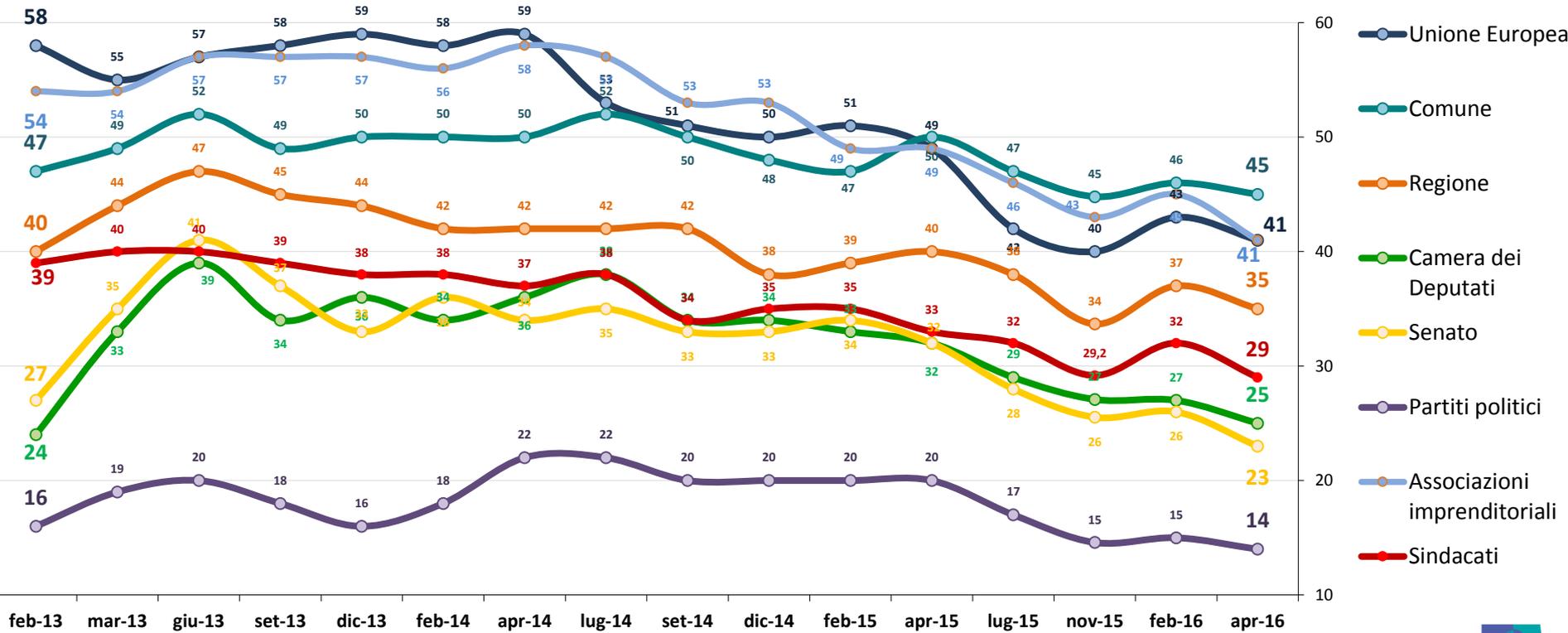
FESTIVAL DELLA SOFT ECONOMY

Treia, 8-9 Luglio

Nando Pagnoncelli
Presidente IPSOS S.r.l.

**CONSUMARE
CONSIDERANDO GLI 'ALTRI'
- SHARING ECONOMY -**

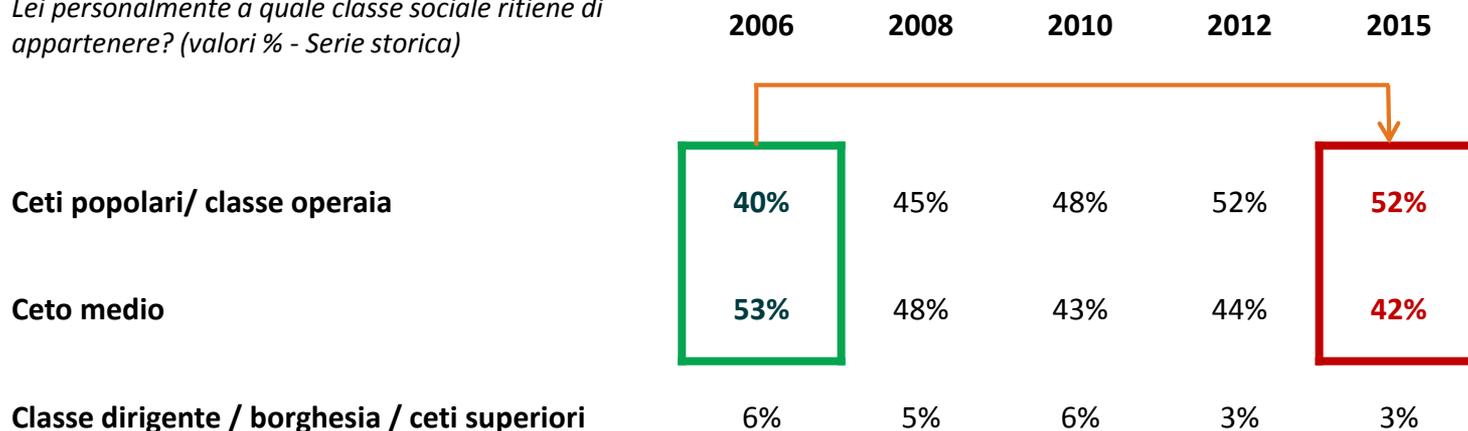
In un clima di scetticismo diffuso verso gli organi di rappresentanza ...



...e in cui sempre meno persone si sentono ceto medio...



Lei personalmente a quale classe sociale ritiene di appartenere? (valori % - Serie storica)



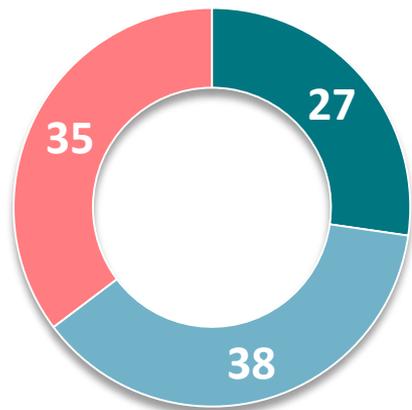
...LA STRUTTURA DEL CONSUMO CAMBIA DI CONSEGUENZA, RIFLETTENDOSI IN
UNA DIVERSA CONCEZIONE DEL CONSUMO STESSO



La maggioranza degli italiani ha sentito parlare di sharing economy e la vede in crescita

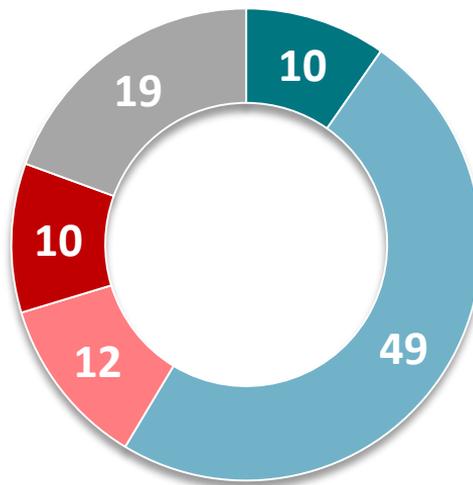


Ha mai sentito parlare di “sharing economy”, ossia l’economia dello scambio/della condivisione?



- Sì certo
- Sì forse
- No

Secondo lei fra 10 anni l’economia della condivisione...

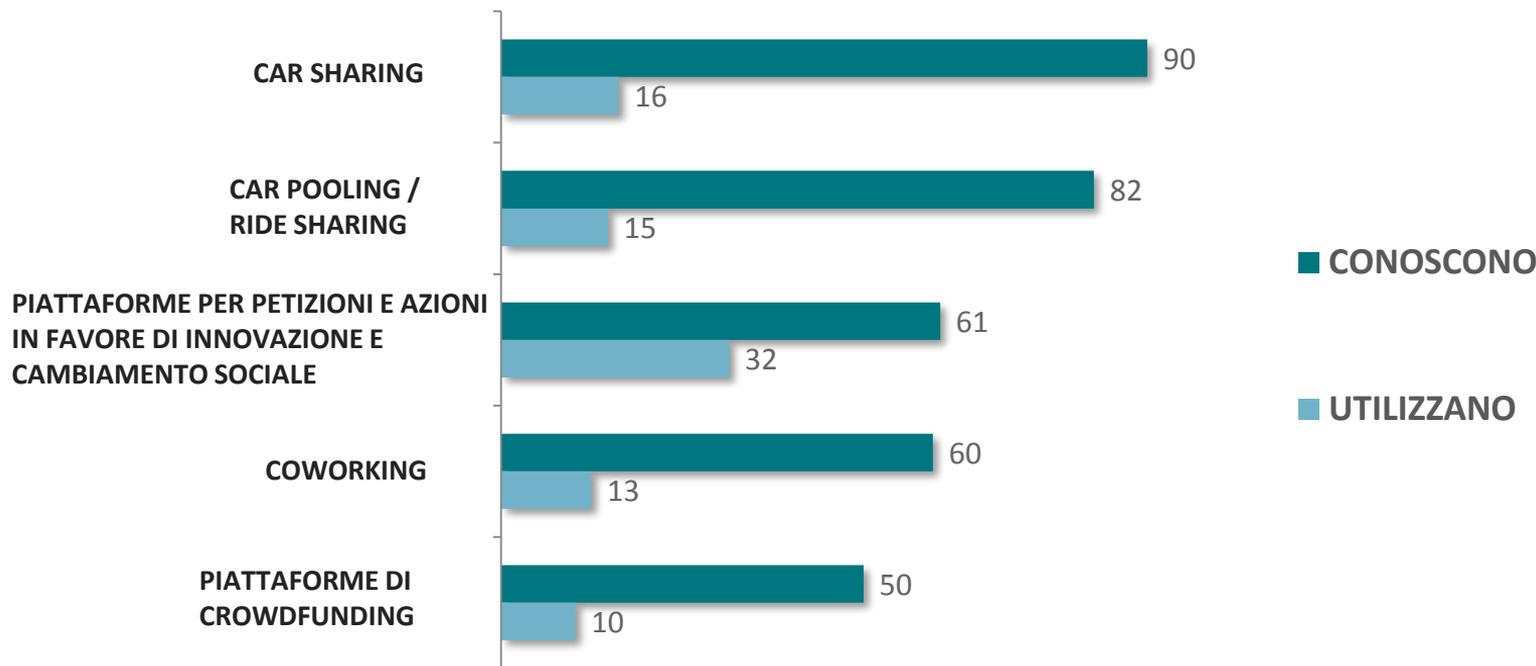


- Sarà dominante
- Sarà in costante crescita
- Avrà raggiunto il suo apice, sarà comunque una nicchia
- Sarà in calo, ritornerà l’economia basata sul possesso
- Non saprei

Tra le varie forme emerge soprattutto la sharing mobility



Nell'ultimo periodo si parla molto di alcune nuove pratiche di consumo. Mi dice con che frequenza utilizza ...



Sharing economy: non solo convenienza ma anche socialità e sostenibilità

Per “sharing economy” si intende un nuovo modello di utilizzo di alcuni beni e servizi, in cui alcuni soggetti – in cambio di un corrispettivo economico o di altro tipo – mettono a disposizione alcuni beni a una miriade di altri soggetti, che li utilizzano senza esserne i proprietari.

Ora che ne ha letto una descrizione mi dice quali delle seguenti espressioni descrivono meglio questo modello di economia? Ne indichi al massimo tre



Conveniente



È una risposta temporanea alla crisi



Innovativa



È una forma di baratto utile



Sostenibile per l'ambiente



Moderna



È un modo per fare nuove esperienze

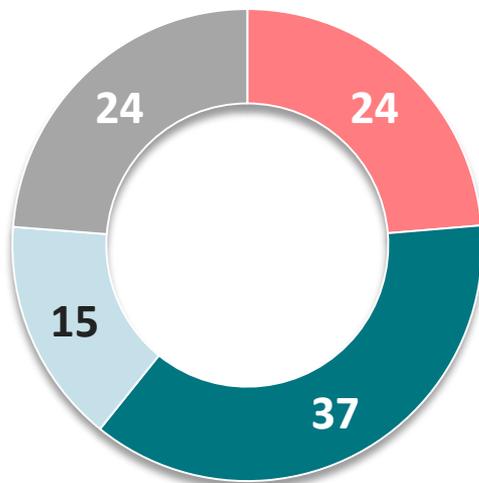


Fa conoscere nuove persone, stimola la socialità

Luci e ombre sull'economia della condivisione



Ci sono due opposte visioni dell'economia della condivisione: lei quale condivide di più?
L'economia della condivisione è...



- L'ultima frontiera del capitalismo che colpisce ancora una volta la classe lavoratrice dipendente: tutti saremo sempre più dei singoli lavoratori professionisti, con sempre minori tutele, condizionati dalle logiche di mercato della domanda e dell'offerta
- Il superamento del capitalismo che, grazie alle persone che collaborano e scambiano i beni, permette di ottenere più valore e benessere per tutti, e in modo più sostenibile, anche perché è possibile produrre sempre meno beni
- Nessuna delle due
- Non saprei



PRODURRE, CONSUMARE ED ESSERE CITTADINI CONSIDERANDO GLI 'ALTRI' - CCCSR -

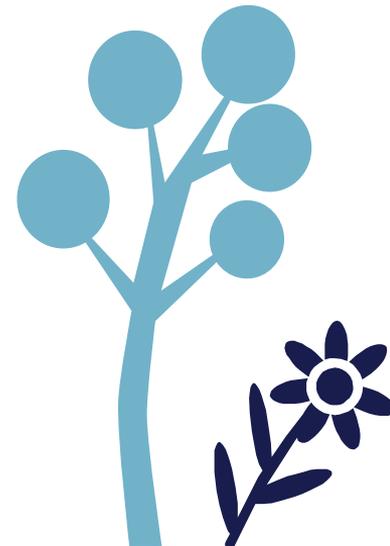
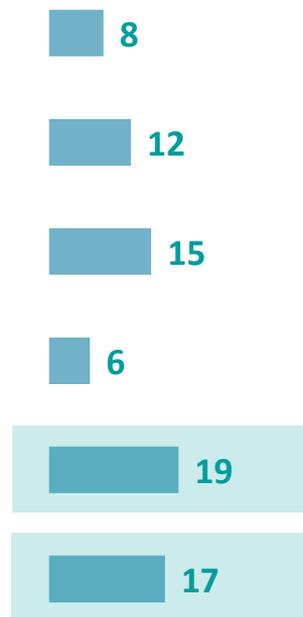
(Corporate/Consumer/Citizen
Social Responsibility)

Prezzo e qualità sono i primi driver di scelta, ma la sostenibilità cresce...

In generale quando acquista un prodotto, su quali elementi basa principalmente la sua scelta?



Rispetto a 2-3 anni fa, c'è un qualche elemento che ha acquisito più importanza nelle sue valutazioni?



...e si declina in diverse forme: sociale e ambientale



Secondo lei quali priorità dovrebbe darsi un'azienda per essere considerata socialmente responsabile?

1

ATTENZIONE AI DIPENDENTI



Corsi di formazione per accrescere le competenze dei **dipendenti**



Inserimento di soggetti **disabili**



Orari flessibili, job sharing, telelavoro, part-time orizzontali e verticali

2

RISPETTO PER L'AMBIENTE



Stabilire obiettivi di **risparmio energetico**



Utilizzo di **prodotti ecologici**

3

RISPETTO PER LA SOCIETA'



Etichettare i prodotti in maniera chiara e comprensibile



Collaborazioni con imprese, ass. di categoria, scuola per **favorire la comunità**



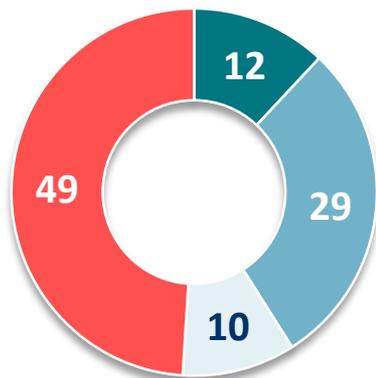
Pagare i fornitori in tempo

Il concetto di CSR è ancora poco noto, il suo ruolo è orientare le scelte aziendali

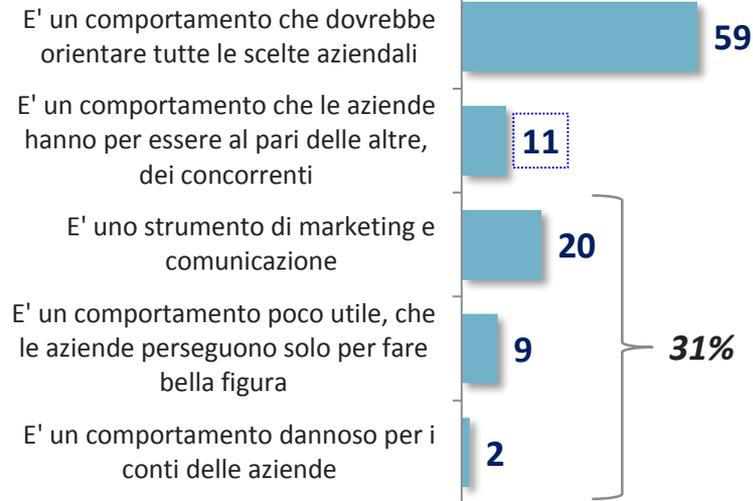


Lei ha mai sentito parlare di CSR, ossia di Corporate Social Responsibility (responsabilità sociale di impresa e sostenibilità)? Per CSR si intende l'inserimento di preoccupazioni di natura etica all'interno della visione strategica d'impresa. In altri termini si riferisce alla volontà delle grandi, piccole e medie imprese di preoccuparsi di questioni e problematiche di natura sociale ed etica nell'ambito della propria attività. **Lei aveva già sentito parlare in questi termini di CSR?**

Dal suo punto di vista, quale delle seguenti affermazioni meglio si adatta al concetto di responsabilità sociale di impresa e sostenibilità, così come definito prima?



- Conoscono bene il concetto di CSR
- Conoscono il termine CSR ma non hanno chiaro il concetto
- Non conoscono il termine CSR ma hanno chiaro il concetto
- Non conoscono la CSR



La rilevanza della CSR si riflette sul prezzo: 2 italiani su 3 sono disposti a pagare di più un prodotto di un'azienda responsabile

Ipsos Public Affairs

Valori %



Quanto sarebbe disposto a pagare di più per un prodotto o servizio fornito da un'azienda che si comporta in modo socialmente responsabile e sostenibile?



No 38%



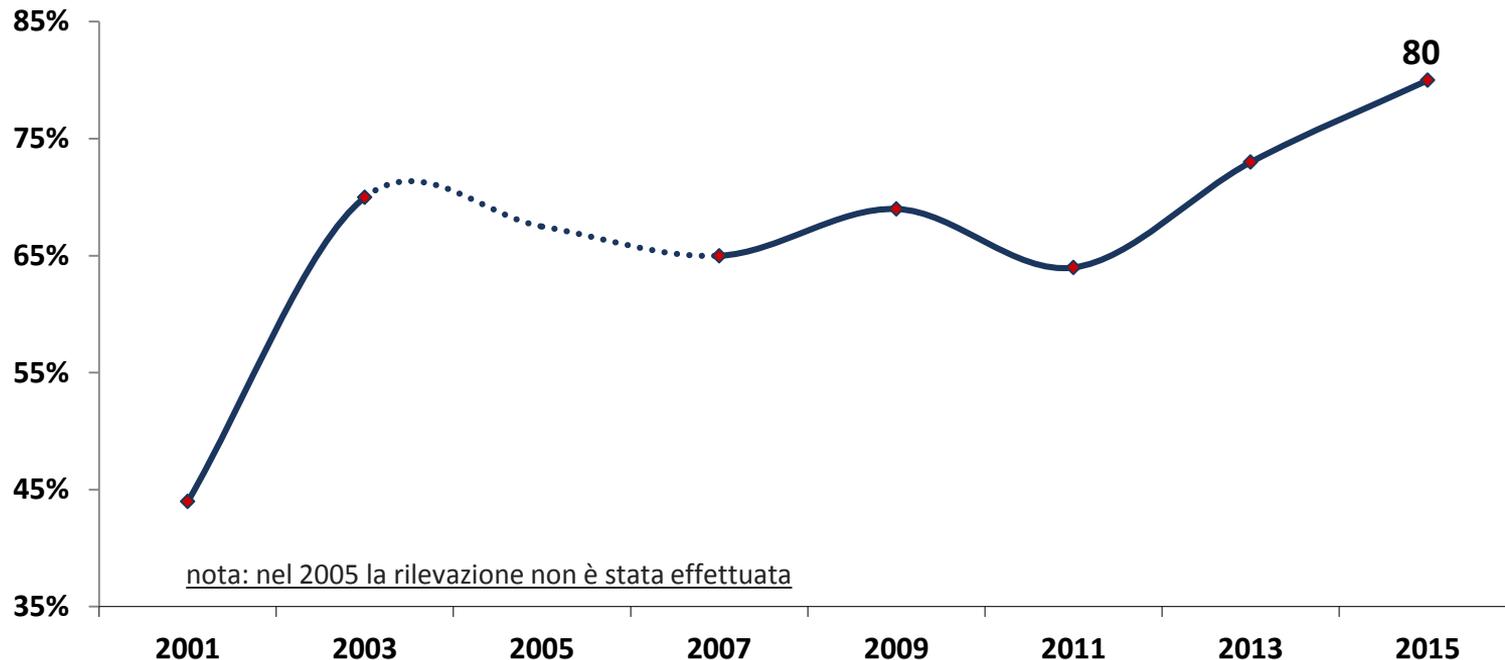
Sì 62%

Quanto di più?

• **Media:
+10%**

L'80% delle grandi imprese investono in CSR

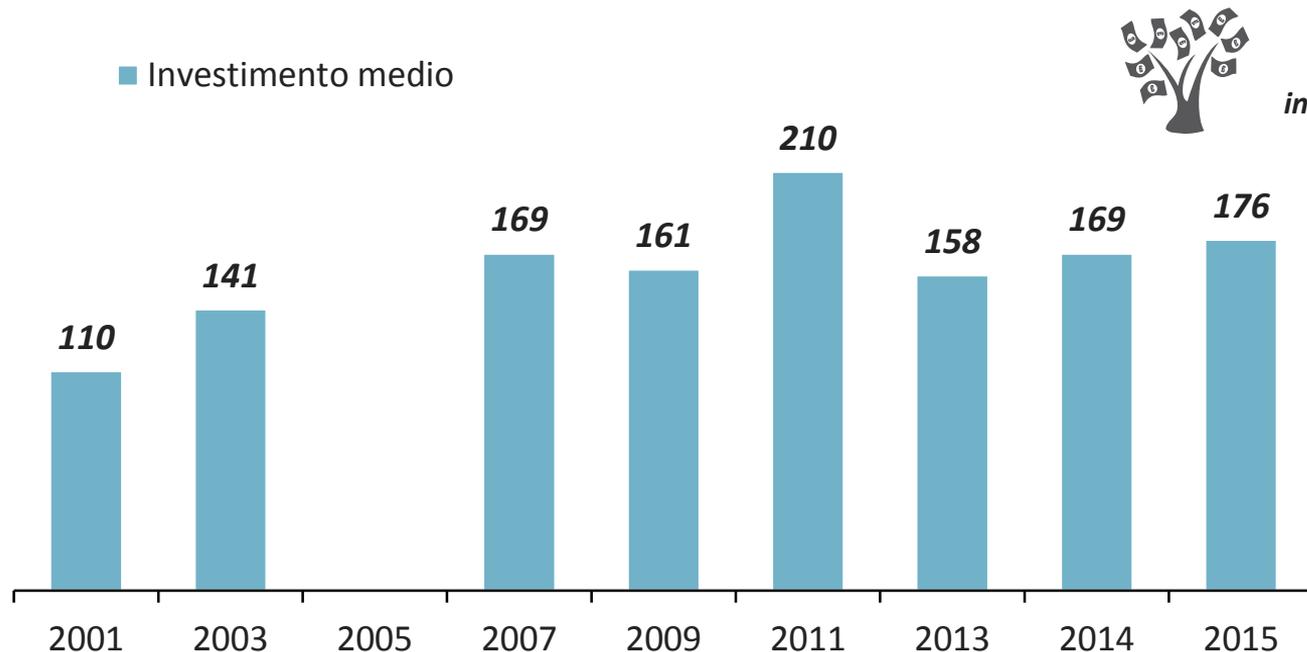
Nel 2015 la Sua azienda ha investito in iniziative di Responsabilità Sociale (Corporate Social Responsibility) e/o sostenibilità ambientale?



nota: nel 2005 la rilevazione non è stata effettuata

Le imprese che investono in CSR spendono mediamente 175 mila euro

Potrebbe indicare qual è stato per il 2015 l'importo globale degli investimenti destinati ad iniziative di carattere sociale?



*valori
in migliaia di euro*

base: grandi imprese che hanno effettuato investimenti in CSR

Le grandi imprese declinano la CSR in una varietà di iniziative (prime tra tutte ambientali)



Tra le seguenti modalità di intervento quali ha adottato la Sua azienda per investire in CSR?



base: grandi imprese che hanno
hanno effettuato investimenti in CSR

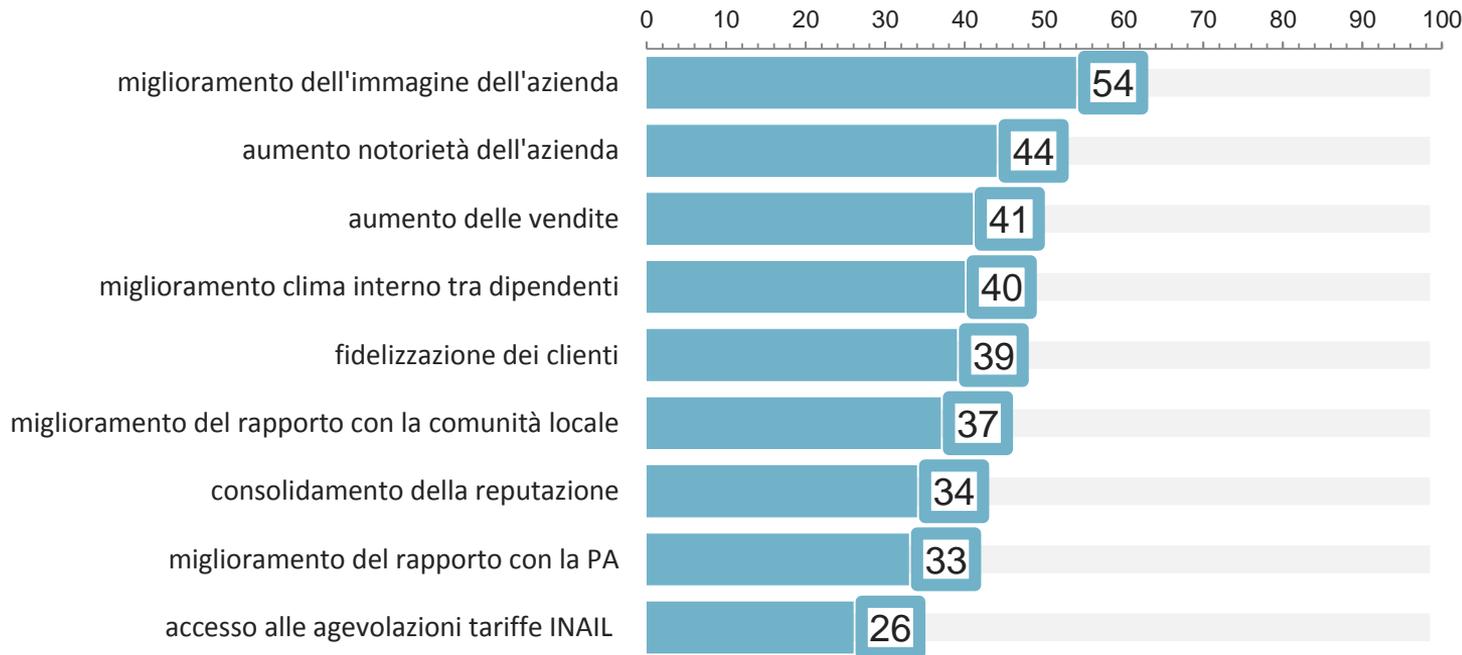
GAME CHANGERS



La maggioranza delle imprese vede un miglioramento di notorietà e reputazione



Quali sono state le ricadute, i vantaggi per la sua impresa delle iniziative di CSR realizzate nel 2015?



base: grandi imprese che hanno effettuato investimenti in CSR

Emergono diverse modalità di intendere la CSR aziendale, collocabili in quattro aree



Il contesto di riferimento attiva uno sguardo smalzato e attento verso la CSR delle imprese



È particolarmente **difficile perseguire un'ottica di CSR in modo coerente e credibile:**

- **I valori della CSR sono una conquista recente**, vissuti in contrapposizione a logiche di profitto/finanziarie
- **La CSR si sviluppa più come volontà del singolo**, che come prerogativa costituente dell'impresa. L'industria italiana è stata caratterizzata da una prevalenza di aziende governate da famiglie/patti di sindacato
- **I cittadini appaiono meno pronti ad apprezzare le iniziative di CSR**, in parte perché **più abituati alla diffidenza** che alla partecipazione, in parte perché **delusi dalle storie di imprenditoria italiana**

“la sfida è farne cultura aziendale. Non c'è ancora nella cultura italiana, va lentamente affermandosi nelle aziende”



La **CREDIBILITÀ** della CSR di un'impresa, richiede **coerenza e continuità con gli obiettivi e la gestione dell'impresa**



Un'evoluzione della sostenibilità: l'economia circolare...

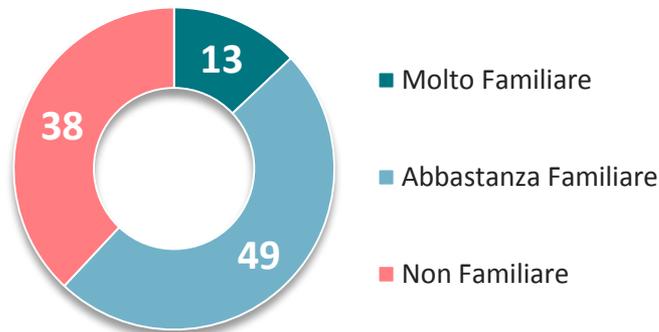
Una nuova declinazione del concetto di sostenibilità è **l'economia circolare**, ossia un nuovo modello economico basato **sull'ottimizzazione dell'utilizzo delle risorse** e in particolare dei **rifiuti**, che vengono riutilizzati per la produzione di nuovi beni. Secondo tale modello tutte le attività, a cominciare da quelle estrattive e produttive, sono organizzate affinché **i rifiuti di un'impresa diventino risorse** per un'altra azienda, **restando** il più a lungo possibile **nel ciclo economico grazie al riutilizzo**. Inoltre, il modello di economia circolare vuole superare il riciclo affidato a terze parti, puntando **sull'uso diretto dello scarto** di una produzione, e sul **prevedere all'inizio del processo come sfruttare tale scarto**.



... conosciuta e sempre più rilevante in futuro secondo le imprese italiane



FAMILIARITÀ



IMPORTANZA FUTURA PERCEPITA

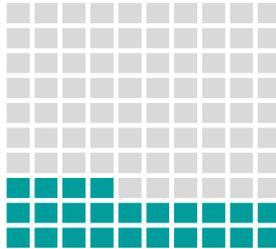
.....E IL CITTADINO?

Il tasso di riciclo dei rifiuti in Italia è cresciuto di 20 punti percentuali negli ultimi 10 anni

Valori %



2005



24%

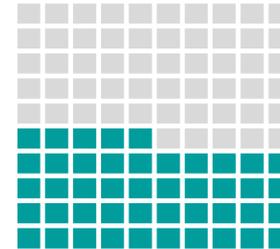


Media UE
32%

Tasso di riciclo dei
rifiuti urbani



2015



45%

Media UE *
44%

* Il 2014 è l'ultimo dato disponibile per l'UE

FONTE: dati Istat 2015 / Eurostat 2014

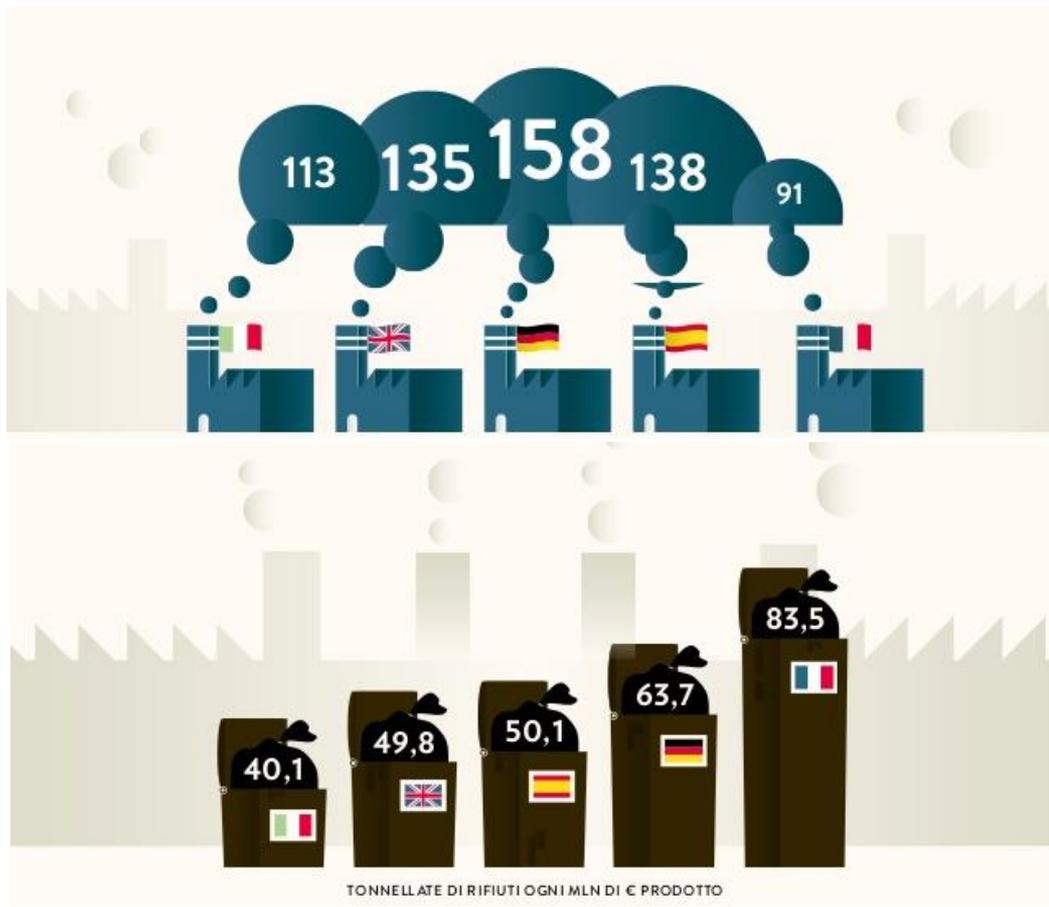
Un'economia nazionale già in parte 'green'

il sistema produttivo italiano è - dopo quello francese - leader in Europa in efficienza e riduzione delle emissioni.

Come **tonnellate di petrolio** equivalente per milione di € prodotto, solo il Regno Unito (12 t) - dove i servizi hanno un ruolo importante - fa meglio dell'Italia (15), paese manifatturiero, che si colloca davanti a Francia (16), Spagna e Germania (18). E con **113 tonnellate di anidride carbonica per milione di €** L'Italia è seconda dietro alla Francia (91 t).

Le imprese italiane sono campioni di riduzione dei rifiuti.

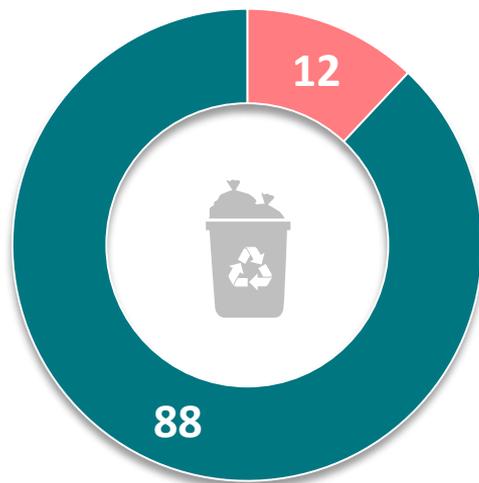
Con **40,1 tonnellate di rifiuti ogni mln di € prodotto** l'Italia è ben più efficiente di Regno Unito (49,8), Spagna (50,1), Germania (63,7), Francia (83,5).





La raccolta differenziata è un vettore del senso civico

A suo parere, effettuare la raccolta differenziata è un indicatore di senso civico?



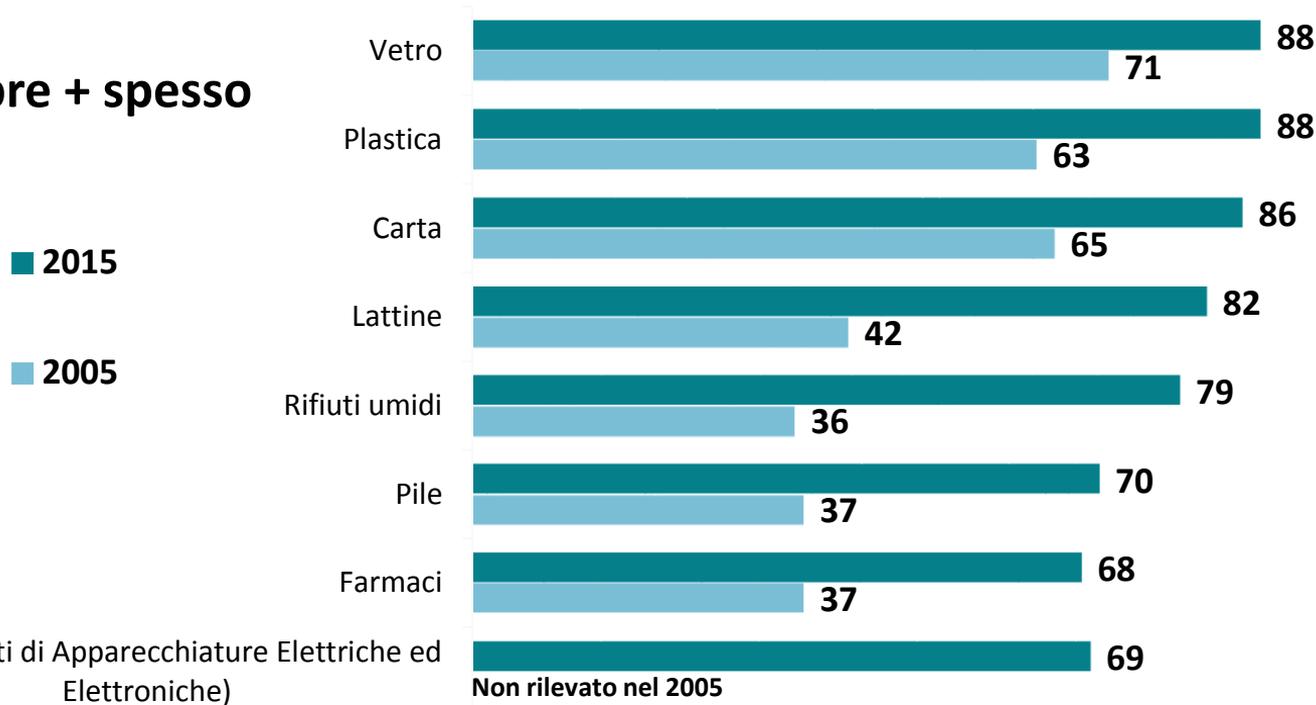
- No, è soltanto un modo migliore per smaltire i rifiuti
- Sì, perchè ci si accolla un compito utile a tutti senza aver benefici economici



Le abitudini di raccolta mostrano un cambiamento notevole negli ultimi 10 anni

Per ognuno dei seguenti prodotti, indichi se fa la raccolta differenziata sempre/ spesso, qualche volta, mai o quasi mai.

% sempre + spesso



Key points



Gli ultimi anni di crisi hanno lasciato in eredità diverse conseguenze, e due in particolare: un **indebolimento del ruolo dei corpi intermedi** e un **ceto medio che va assottigliandosi** a vantaggio di una polarizzazione sociale.

Le possibili risposte che si stanno affermando riguardano un **consumo diverso**, meno legato all'atto in sé di consumare ma più attento e condiviso con gli altri.



Un **consumo più condiviso**: emerge l'importanza non più di possedere un bene ma di utilizzarlo, la risposta è la sharing economy, un'economia della condivisione che, benchè nota dalla maggioranza degli italiani 18-64enni, ha ancora ampi margini di miglioramento in prospettiva futura. Sharing economy che non significa solo convenienza e risparmio ma anche sostenibilità (16%), opportunità di socialità (13%) e nuove esperienze (13%).



Un **consumo più attento**: cioè più 'sostenibile', una parola che racchiude in sé una molteplicità di significati. La conoscenza della CSR è ancora contenuta, metà degli italiani non ne ha mai sentito parlare, ma la sensibilità per il tema è elevata: il 59% degli italiani pensa che essa dovrebbe orientare le decisioni aziendali, il 62% è disposto a pagare di più un prodotto ottenuto in maniera socialmente responsabile.

Anche le imprese (specialmente di grandi dimensioni) stanno sviluppando un'attenzione alla Responsabilità Sociale: sono in crescita negli ultimi due anni il numero di aziende che investono e la quota investita. In Italia la CSR si declina in impegno per l'ambiente (ma non solo) e determina un miglioramento nell'immagine (54%) aziendale.

Il prossimo passaggio per le imprese potrebbe essere essere quello della 'blue economy' ovvero l'economia circolare: ciò richiede però un ripensamento nella progettazione di ogni aspetto nella produzione dei beni, ponendosi anche il problema di cosa accadrà alla fine del loro ciclo di vita.

Key points

La cultura coesiva, riguarda non solo i consumi ma anche i fenomeni sociali (occupazione, immigrazione, ecc.).



Si può manifestare nei momenti di crisi, quando vengono messi in discussione gli stili di vita e si affermano nuovi paradigmi



Può trarre origine da aspetti etico/valoriali ma si afferma soprattutto grazie alla percezione dei benefici che si possono ottenere →

→ la cultura coesiva «**conviene**»: ai cittadini, alle imprese e alle istituzioni





**GRAZIE
PER L'ATTENZIONE**