

Imprese, l'export sale con la coesione

Fondazione **Symbola**

Ermete Realacci,
«è anche un fattore
produttivo formidabile»

Due italiani su tre disposti
a riconoscere un prezzo
maggiore sui prodotti

Le citazioni di Adriano Olivetti, Antoine de Saint-Exupéry e Sergio Mattarella introducono la nuova edizione del Rapporto "coesione è competizione" di Fondazione **Symbola**, realizzato con Intesa Sanpaolo e Unioncamere. Perché - è la tesi - la capacità tutta umana di cooperare e costruire comunità che condividono idee, informazioni, esperienze e valori può rappresentare una strategia potente per superare le crisi, come l'emergenza sanitaria ha mostrato. «La coesione, come ha detto il presidente Draghi, è un dovere morale. Ma è anche un formidabile fattore produttivo - spiega il presidente della Fondazione **Symbola**, **Ermete Realacci** - in particolare in Italia». I numeri dicono che le imprese coesive esportano di più (il 58% contro il 39% delle non coesive); fanno più eco-investimenti (39% contro 19%); investono di più per migliorare prodotti e servizi (il 58% contro il 46%). E la quota di imprese che investiranno in processi e prodotti a maggior risparmio energetico, idrico e/o minor impatto ambientale nel triennio 2021-23 è sempre maggiore nel caso delle imprese coesive, che mostrano anche più capacità di rapportarsi con il mondo della cultura (con donazioni, sponsorizzazioni, partnership). Altro dato molto significativo è quello della digitalizzazione: la quota delle imprese che hanno adottato o stanno pianificando di adottare misure legate a Transizione 4.0 è del 28% per le imprese coesive, 11 per le non coesive. Sul fronte della distribuzione delle imprese coesive le differenze fra regioni sono notevoli, con quasi il 70% delle imprese al Nord. Ma di quante realtà si parla? In aumento, stando ai dati: nel 2020 le imprese coesive valutate tra le imprese mani-

fatturiere con addetti compresi tra 5 e 499 incidono per il 37%, quota che tradotta in valori assoluti è di quasi 49mila imprese (nel precedente rapporto il valore si fermava al 32%).

Coesione rappresenta per le imprese un'occasione per accrescere il senso di appartenenza e soddisfazione dei propri dipendenti (nel 2020 le erogazioni di welfare sulla base di contrattazione sindacale sono cresciute del 19,5%), per rafforzare le relazioni di filiera e distrettuali (le imprese nei distretti, secondo il monitor di Intesa Sanpaolo, negli ultimi anni hanno visto crescere la produttività più delle imprese non distrettuali), ma anche per competere in un mercato che premia sempre di più gli atteggiamenti virtuosi. Sul versante degli investimenti, crescono quelli diretti verso aziende che dimostrano attenzione alla dimensione sociale e ambientale, e i consumatori scelgono sempre più consapevolmente prodotti rispettosi dell'uomo e dell'ambiente. Ancora, la coesione - dimostra l'indagine condotta da Ipsos -, insieme alla sostenibilità, incrocia sempre di più nella percezione dei cittadini il tema della qualità. Già oggi due italiani su tre sono disposti a riconoscere, alle imprese che hanno atteggiamenti coesivi, un prezzo maggiore sui prodotti e servizi offerti, con un differenziale di prezzo che in media è del 10% in più a favore delle imprese coesive. «Il Rapporto **Symbola** evidenzia l'efficacia dell'approccio coesivo - sottolinea Gian Maria Gros-Pietro, presidente di Intesa Sanpaolo -. In questo periodo, la collaborazione tra enti diversi ha portato risultati straordinari in campo economico, sociale e soprattutto della sanità. E anche nell'anno del Covid «le Pmi italiane hanno mostrato attenzione al sociale, alle comunità territoriali e alle fasce più deboli. Infatti, non solo è cresciuto il numero delle imprese coesive - osserva il segretario generale di Unioncamere, Giuseppe Tripoli - ma un numero molto maggiore ha adottato strategie rivolte a un incremento della sostenibilità e a iniziative per venire incontro alle esigenze delle fasce deboli. Emerge anche che le imprese più sono coesive più sono competitive». Fra i casi di successo quelli di Noberasco, che insieme a Coldiretti e Bonifiche Ferraresi ha avviato un percorso di rinasci-

ta delle filiere abbandonate del made in Italy, di Loccioni e Venchi (cioccolata), che insieme ad Intesa Sanpaolo ha permesso l'accesso al credito a circa 6mila Pmi del territorio. E fra le testimonianze dirette quelle di Gruppo Chiesi, settore farmaceutico, e della veneta Lago (legno e arredo).

— **B.Ga.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

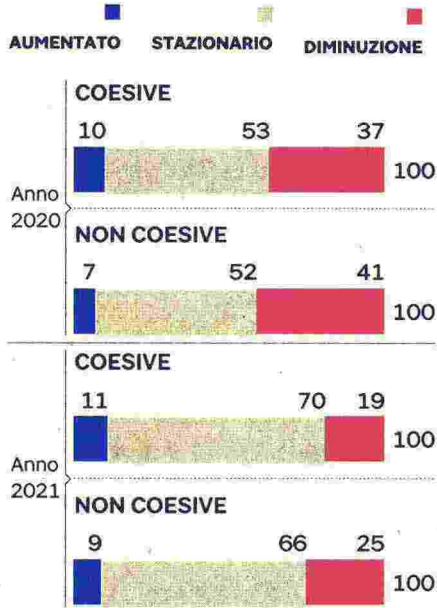


ERMETE REALACCI
Presidente
della Fondazione
Symbola

I numeri del rapporto: «Coesione è competizione»

ANDAMENTO DELL'EXPORT NEL 2020 E NEL 2021

Quote % di imprese



Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola, 2021

LE FONDAMENTA DI UN COMPORTAMENTO COESIVO, ETICO, RESPONSABILE PER LA POPOLAZIONE ITALIANA

Dati in %

È un comportamento che dovrebbe orientare tutte le scelte aziendali



È un comportamento che le aziende devono attuare per essere alla pari delle altre, dei concorrenti e risultare dunque competitive



È uno strumento di marketing e comunicazione che aiuta a far conoscere l'azienda



È un comportamento che le aziende perseguono per fare bella figura



È un comportamento che rischia di incidere sui conti economici delle aziende, rendendole più deboli, per i costi che devono sostenere



Fonte: Indagine Ipsos per Fondazione Symbola

