

A pair of hands is shown holding a yellow paper chain of human figures. The figures are connected by their hands, forming a continuous line. The background is a soft, out-of-focus green, suggesting a grassy field. The overall image conveys a sense of unity and sustainability.

**UN MONDO SOSTENIBILE
VISTO DA CONSUMATORI
E AZIENDE**

Metodologia



- **METODOLOGIA:**
CAWI- Interviste autocompilate via web
- **CAMPIONE:**
809 interviste presso un campione rappresentativo della popolazione Italiana 15+, secondo i criteri di:
 - ✓ sesso;
 - ✓ età;
 - ✓ area geografica;
 - ✓ ampiezza del centro di residenza
- **PERIODO DI FIELDWORK:**
giugno-luglio 2016

Ipsos Public Affairs



- **METODOLOGIA:**
CAWI- Interviste autocompilate via web
- **CAMPIONE:**
86 aziende:
 - ✓ 60% settore commercio /servizi
 - ✓ 40% settore industria/ manifatturiero
- **PERIODO DI FIELDWORK:**
luglio-settembre 2016

La definizione utilizzata per definire il concetto di sostenibilità

Ipsos Public Affairs

Per sostenibilità si intende l'inserimento di comportamenti di natura etica all'interno della strategia d'impresa. Si riferisce alla volontà delle imprese di preoccuparsi della distribuzione equa ed efficiente delle risorse, del rispetto dell'ambiente, della garanzia di standard di vita dignitosi per i dipendenti ed i fornitori, in un contesto di sana e profittevole gestione dell'azienda e nel rispetto dei clienti. La sostenibilità coinvolge quindi tre dimensioni: economica, sociale, ambientale.

La sostenibilità è un concetto abbastanza conosciuto tra i consumatori

Ipsos Public Affairs

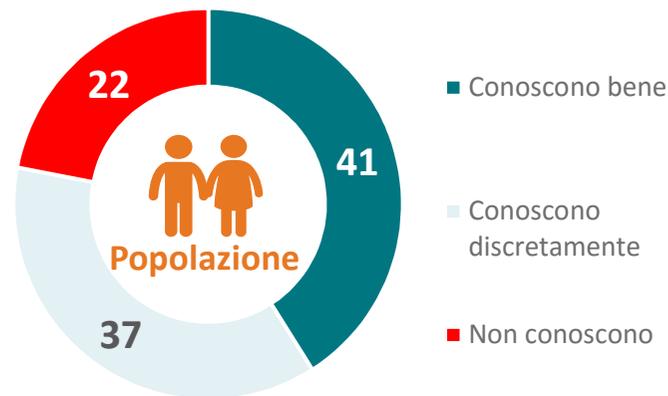
Valori %

Quali sono i target con la più alta percentuale di buoni conoscitori?

Laureati: 57%

Abitanti del Centro Italia: 49%

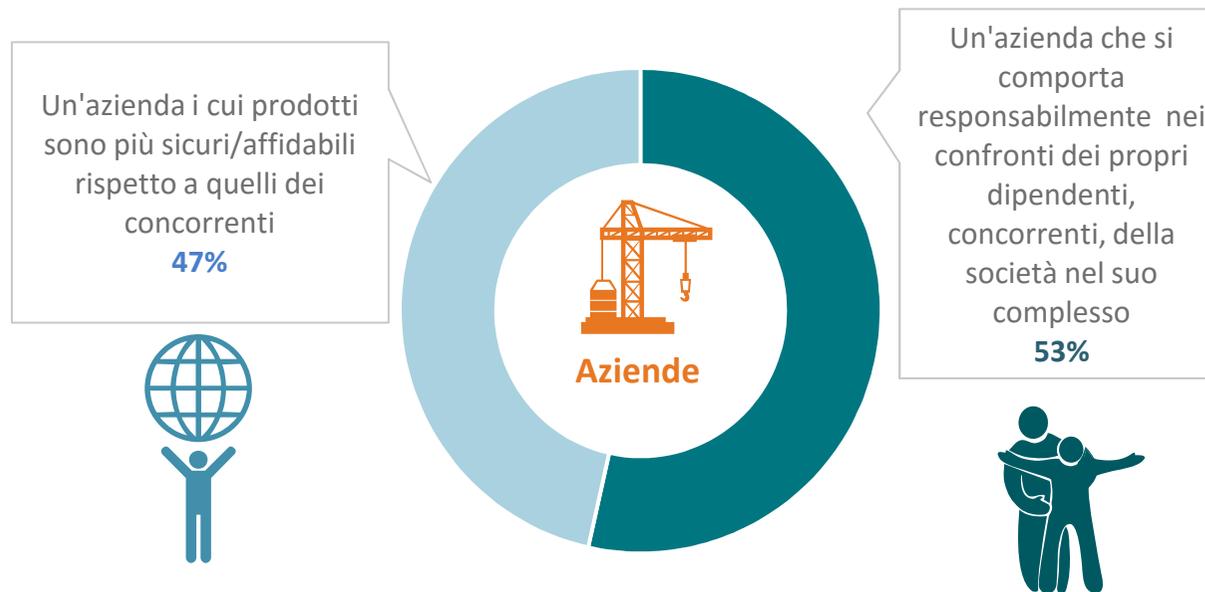
CONOSCENZA TOTALE



Le aziende sottostimano la quota di consumatori che conoscono il concetto di sostenibilità: **16%**

La sostenibilità per le aziende è

Ipsos Public Affairs

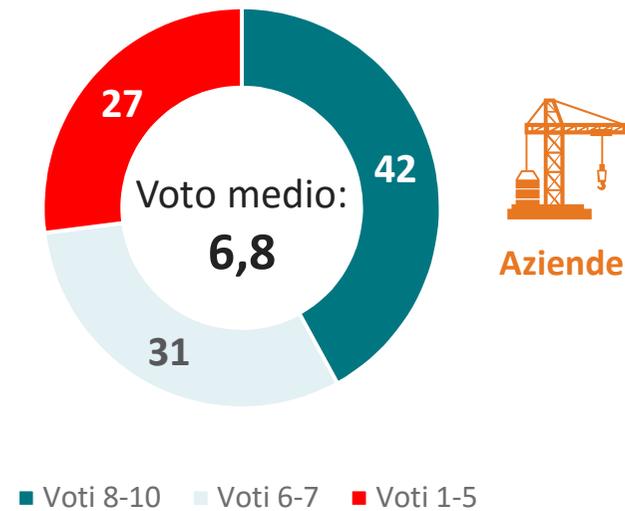
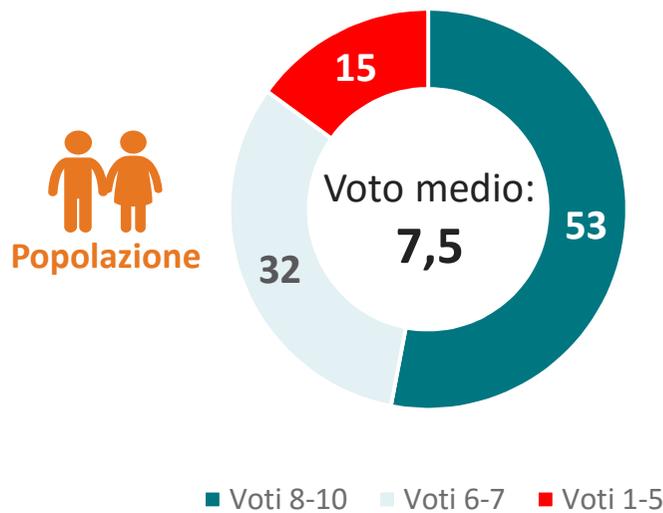


Per la reputazione di un'azienda la sostenibilità è un aspetto importante per i consumatori

Ipsos Public Affairs

Valori %

Secondo lei, dal punto di vista del consumatore,
QUANTO È IMPORTANTE la sostenibilità nel giudicare l'operato di un'azienda?



Per la maggior parte degli intervistati la sostenibilità dovrebbe orientare le scelte aziendali

Ipsos Public Affairs

LA SOSTENIBILITÀ ...

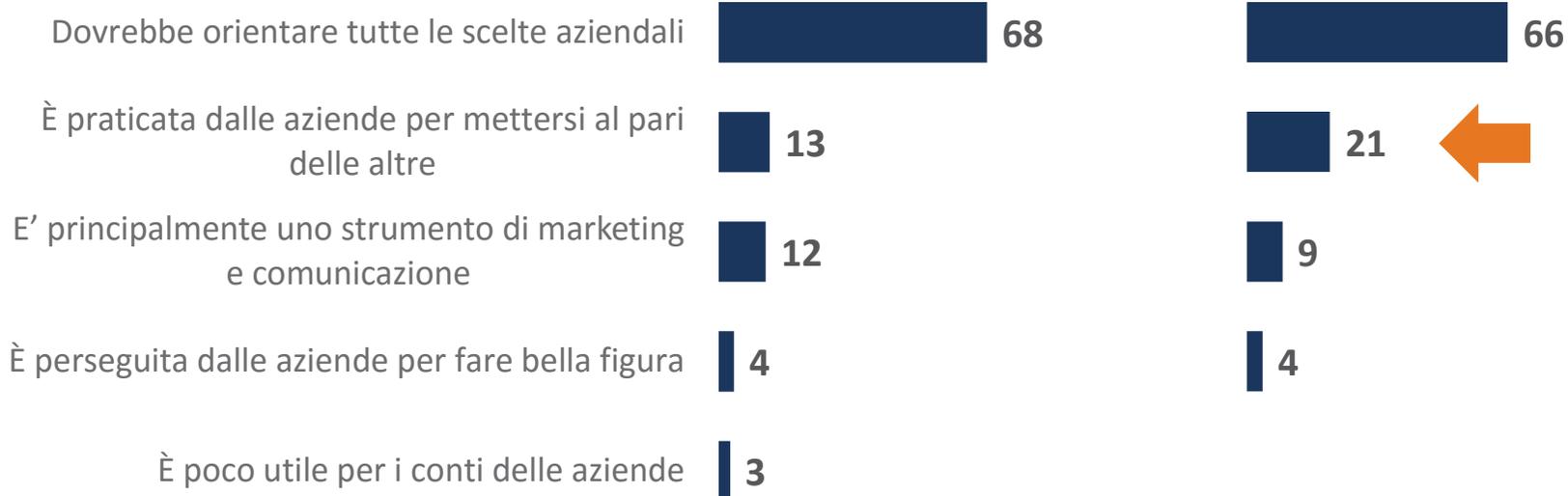


Popolazione



Aziende

Valori %



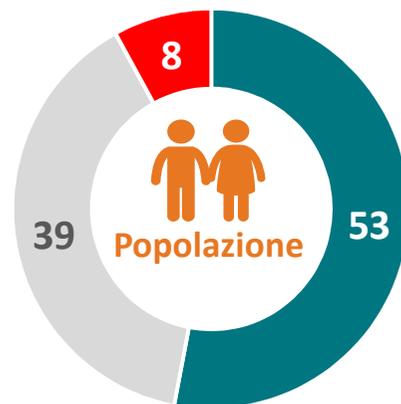
L'attenzione prestata alla sostenibilità da parte dei consumatori è aumentata negli ultimi anni...

Ipsos Public Affairs

Valori %

Lei pone una maggiore o una minore attenzione al comportamento sostenibile delle aziende rispetto a 2-3 anni fa?

Secondo Lei i consumatori pongono una maggiore o una minore attenzione al comportamento sostenibile delle aziende rispetto a 2-3 anni fa?



- Maggiore
- Non è cambiato nulla rispetto a 2-3 anni fa
- Minore

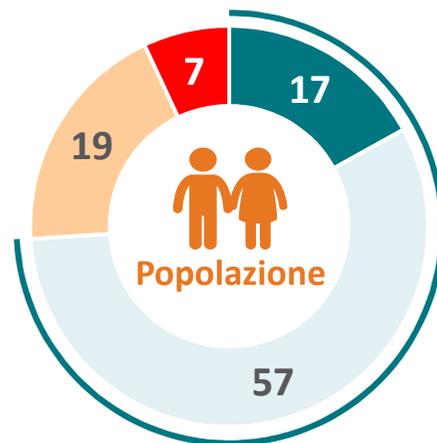


... e per il 74% dei consumatori influenza ciò che acquistano

Ipsos Public Affairs

Valori %

Il fatto che un'azienda abbia un comportamento sostenibile quanto influenza le Sue scelte di acquisto?



Influenzati: 74%

*Tra chi conosce bene il concetto di sostenibilità
Influenzati: 88%*

■ Molto ■ Abbastanza ■ Poco ■ Per niente

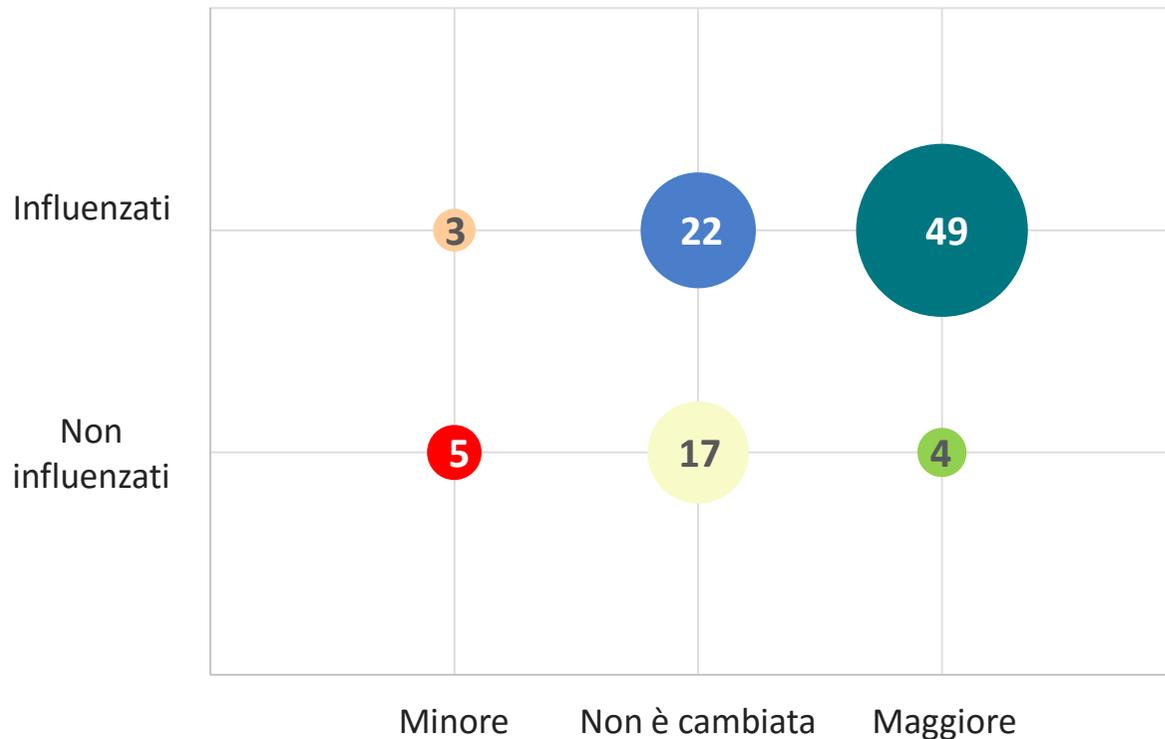
...per metà dei consumatori la sostenibilità è sempre più considerata nelle loro scelte

Ipsos Public Affairs

Valori %



Influenza della sostenibilità nelle scelte di acquisto



Trend dell'attenzione alle aziende sostenibili rispetto a 2-3 anni fa

Promotion
scenari • engagement • loyalty • management • soluzioni

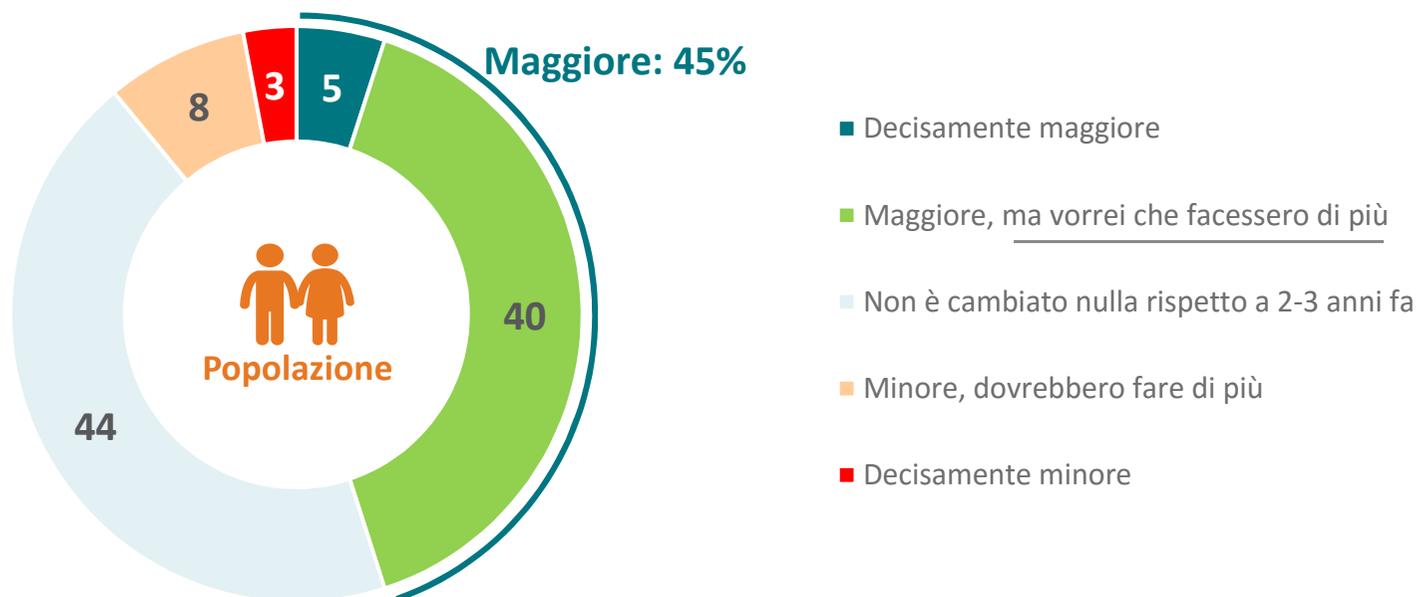
GAME CHANGERS



Secondo il 45% dei consumatori intervistati anche le aziende oggi sono più attente alla sostenibilità Ipsos Public Affairs

Secondo lei le aziende italiane pongono una maggiore o una minore attenzione al comportamento sostenibile rispetto a 2-3 anni fa?

Valori %



Il 61% sarebbe disposto a pagare un prezzo più alto per un prodotto di un'azienda sostenibile

Ipsos Public Affairs

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

Valori %



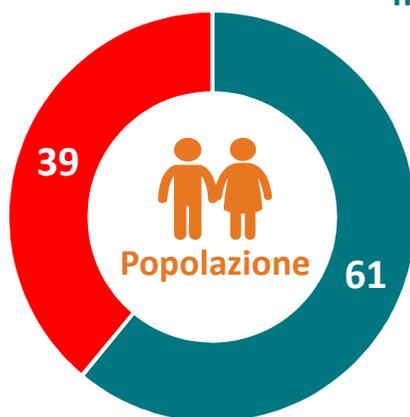
Aziende

Coloro che conoscono il concetto di sostenibilità, secondo lei, sono disponibili a pagare di più per i prodotti o i servizi delle aziende ritenute sostenibili?

Si, quasi tutti	2%
La maggior parte	28%
Grossomodo la metà	37%
Meno della metà	22%
Una netta minoranza	11%

STIMA: MENO DEL 50%

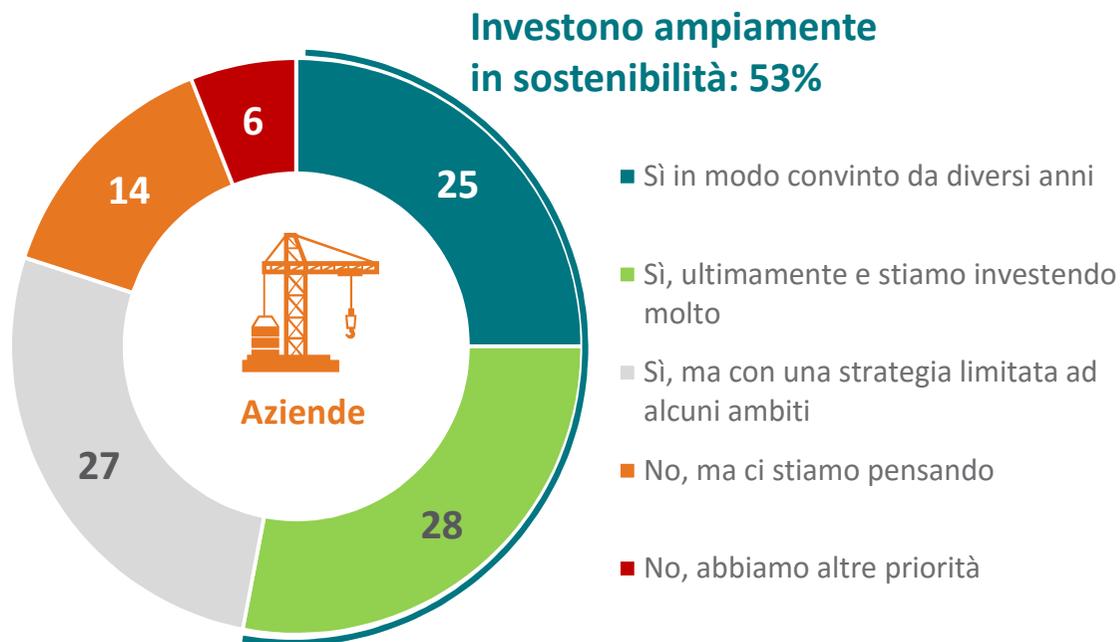
Sarebbero disposti a pagare mediamente circa l'8% in più
(Sul totale campione: 5%)



- Sarebbero disposti a pagare di più
- Non sarebbero disposti a pagare di più

Tra le aziende intervistate circa 8 su 10 stanno investendo in sostenibilità

La sua azienda sta investendo in iniziative di sostenibilità con una precisa strategia?



Ipsos Public Affairs

Valori %



Aziende

E quali aree della Sua azienda sono coinvolte nelle iniziative di sostenibilità?	
Area commerciale/vendite/marketing	50
Controllo qualità/risk management	44
Produzione/logistica/acquisti	43
Ricerca e sviluppo	34
Risorse umane	16
Sistemi informativi	13
Area amministrativa	12

In media si stima che in Italia circa 1 azienda su 3 sia sostenibile

E fatto 100 il numero di aziende che operano in Italia/nel proprio settore, secondo lei che percentuale di aziende si comporta in maniera sostenibile?



Aziende



Media- % di aziende IN ITALIA che operano in sostenibilità



Media- % di aziende NEL PROPRIO SETTORE che operano in sostenibilità



SETTORE INDUSTRIA: 38



SETTORE COMMERCIO/ SERVIZI: 36



Ipsos Public Affairs

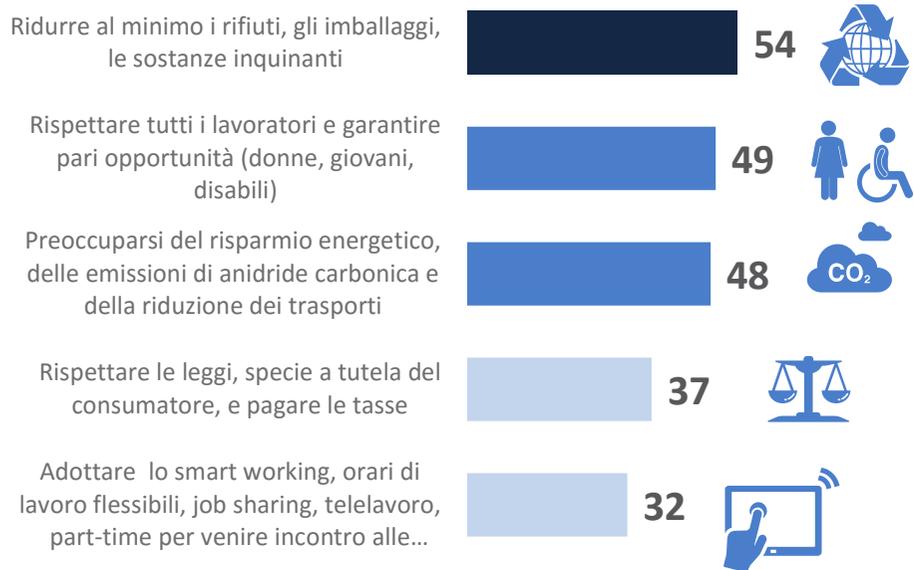
Iniziative di un'azienda per essere percepita come sostenibile

Ipsos Public Affairs

Prime 5 citazioni

Quali delle seguenti iniziative deve mettere in pratica un'azienda per essere percepita come sostenibile dai consumatori?

Popolazione



Aziende

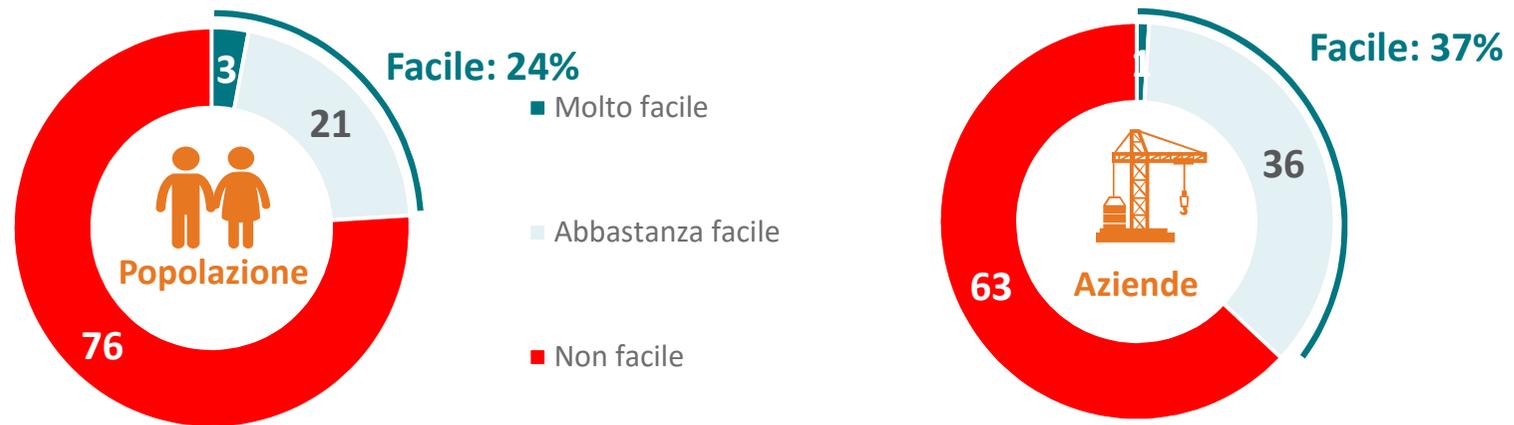


Per un consumatore non è facile capire se un'azienda sia sostenibile, e le imprese lo sanno

Ipsos Public Affairs

Lei ritiene sia semplice comprendere per un consumatore se un'azienda sia sostenibile o meno, quando acquista un prodotto o un servizio?

Valori %

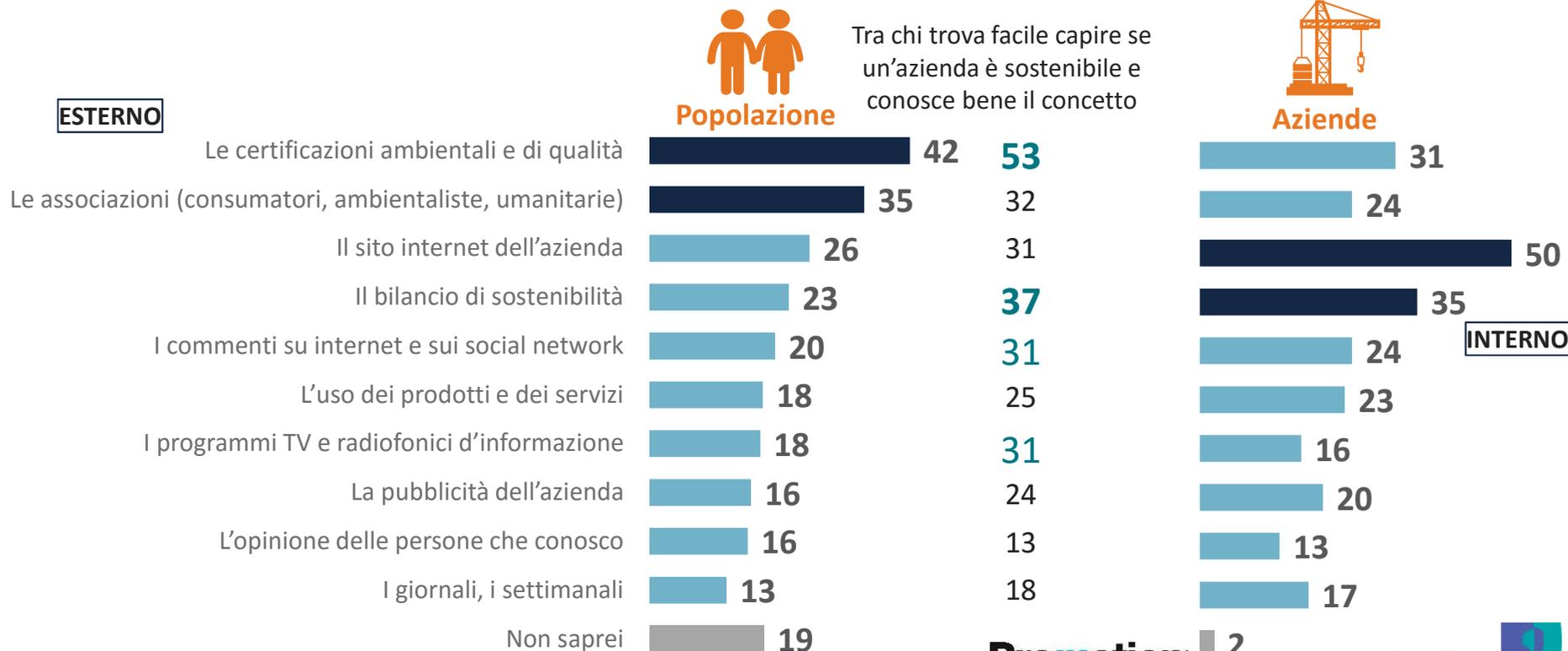


Le certificazioni sono il principale mezzo per valutare la sostenibilità di un'azienda

Ipsos Public Affairs

Quali di questi elementi ritiene siano più efficaci e facili da utilizzare per comprendere se un'azienda sia sostenibile o meno?

Valori %

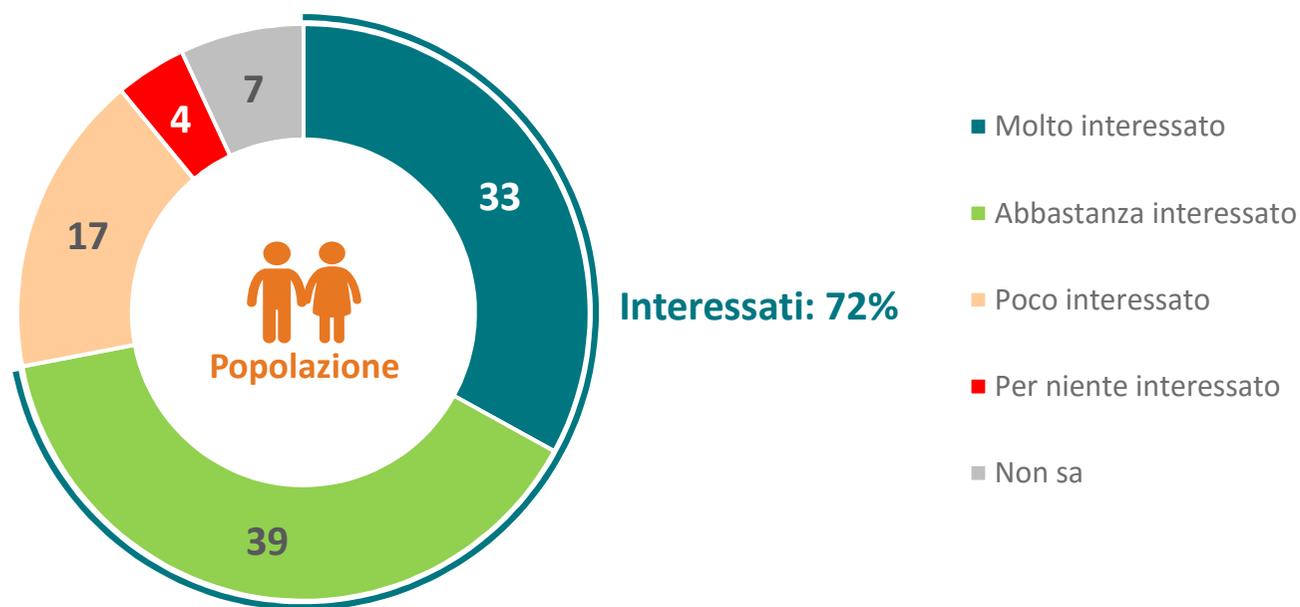


I consumatori sarebbero interessati a fidelizzazioni che incentivano la propria sostenibilità

Ipsos Public Affairs

Valori %

Lei quanto sarebbe interessato ad un programma di fidelizzazione che premia il comportamento sostenibile dei consumatori?



Inoltre 2 su 3 sosterrrebbero direttamente progetti in ambito sociale

Ipsos Public Affairs



Valori %

Sarebbe disposto a partecipare a progetti in ambito sociale proposti da un'azienda?



Sì: 64%

*Tra chi pone attenzione alla sostenibilità nelle scelte d'acquisto
Sì: 72%*



...in particolare se rivolti al proprio territorio

E preferisce che le iniziative siano rivolte...
(Base: persone disposte a partecipare a progetti in ambito sociale)



Ipsos Public Affairs

Valori %



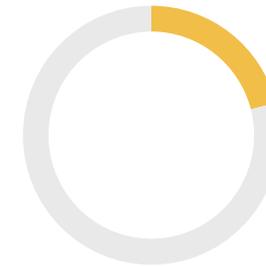
58%

Al suo territorio



21%

Alle situazioni di emergenza



21%

Ad i Paesi che necessitano di aiuto per svilupparsi

- **Il consumatore appare sempre più attento alla sostenibilità, ma molta strada deve essere fatta: uno su 6 appare effettivamente coinvolto;**
- **Il tema è presente nell'agenda delle aziende, anche se non sembra prevalere un effettivo e ampio coinvolgimento;**
- **Il consumatore sembra essere disposto a riconoscere un 'premio' alle aziende virtuose, ed anche ad impegnarsi in prima persona;**
- **E' complesso individuare le aziende effettivamente sostenibili, c'è un evidente disallineamento comunicativo tra domanda e offerta.**