



La sfida della Sostenibilità Competitiva

Report finale – Il Wave

12 febbraio 2021

I temi più urgenti.....	3
Gli "attori" della sostenibilità.....	5
Verso una sostenibilità competitiva	6
I rischi di una mancata sostenibilità	8
<i>Next Generation EU</i> , investimenti prioritari	9
Investimenti e attività strategiche nella fase post-pandemica.....	11

I temi più urgenti

Federmanager e l'**Osservatorio 4.Manager** hanno effettuato, dal 1° al 12 febbraio 2021, una seconda survey dedicata al tema della Sostenibilità.

Il presente documento analizza i risultati emergenti dalle **954 interviste online** effettuate a Imprenditori (2,4%), Dirigenti (77,2%), Quadri (8,4%) e Professionals (12,0%), confrontandoli, inoltre, con quelli della precedente survey (ottobre/novembre 2020), dedicata a un campione di **1.121** professionisti iscritti a Federmanager.

Uno dei primi risultati degni di interesse **riguarda i temi percepiti come maggiormente urgenti da parte degli intervistati**, al fine di favorire quel processo di sviluppo sostenibile che l'Europa, così come il resto del Mondo, è chiamata a realizzare nei prossimi anni.

Dalle risposte degli intervistati (cfr. Grafico 1, valori percentuali relativi alla modalità di risposta "Molto urgente"¹), si evidenzia come **le "urgenze" siano diversificate**:

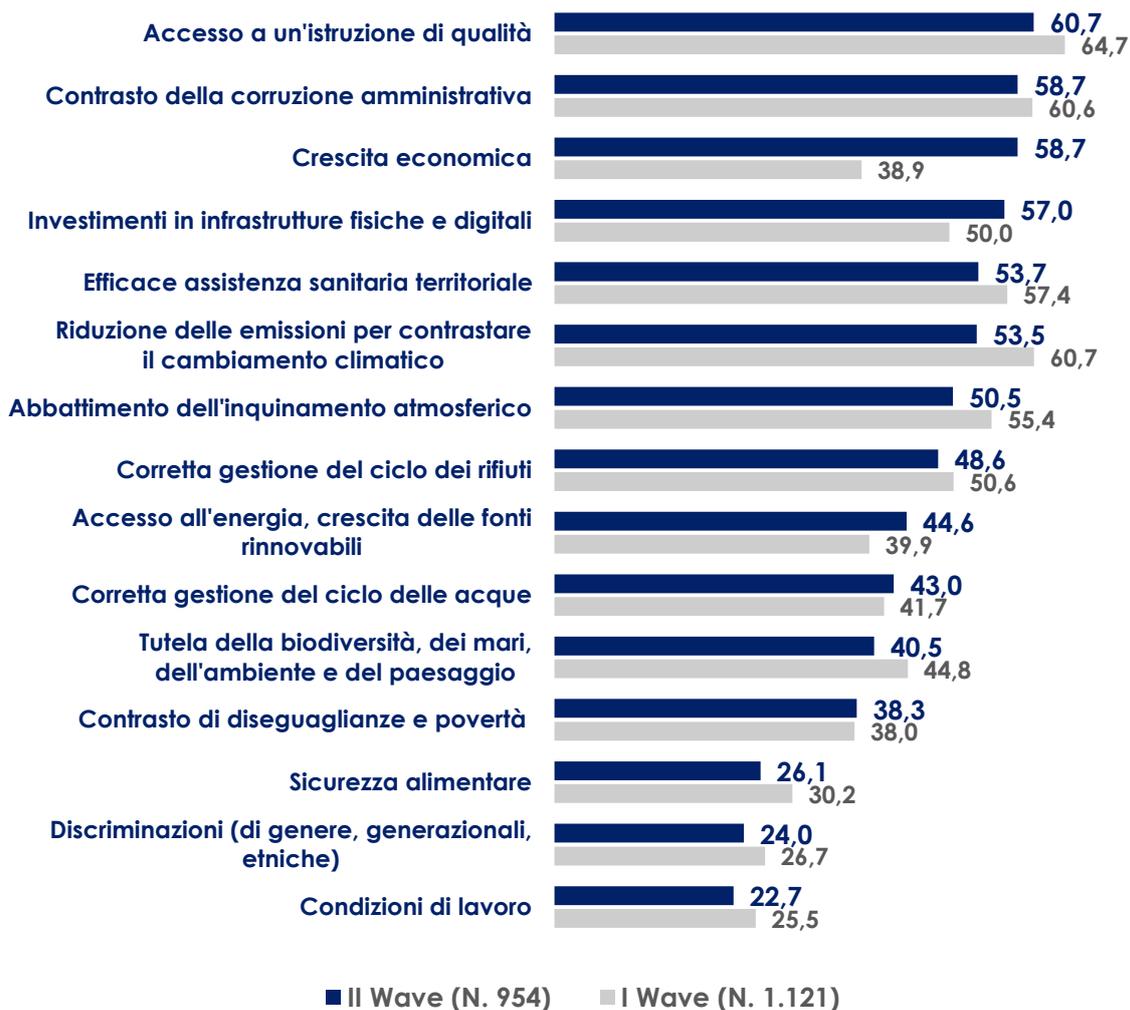
- Al primo posto è indicato l'**"accesso a un'istruzione di qualità"** (60,7%) confermando quanto emerso dalla precedente rilevazione, anche se con un valore percentuale inferiore (64,7% nella I Wave); segue il **"contrasto alla corruzione amministrativa"** e la **"crescita economica"** (58,7% entrambi). Tale percentuale, per il cluster delle "Aziende Reattive"², presenta valori leggermente più elevati, pari al 61,4% per "contrasto alla corruzione amministrativa" e 59,6% per "crescita economica". Inoltre, rispetto alla precedente rilevazione, la "crescita economica" registra un aumento di 19,8 punti percentuali.
- A seguire, sono indicati gli **"investimenti in infrastrutture fisiche e digitali"**, ritenuti "molto urgenti" dal 57,0% dei rispondenti (50,0% nella precedente rilevazione).

¹ Scala di valutazione 1-5, dove 1 indica "Per niente urgente" e 5 indica "Molto urgente".

² Si fa riferimento alla segmentazione delle imprese italiane introdotta dall'Osservatorio 4.Manager sulla base dei risultati della survey *"Impatto del Covid-19 sulle Imprese Italiane e sull'attività dei Manager"* (luglio 2020), dove si distingue tra "Imprese Difensive" che hanno agito attraverso azioni di contenimento dei costi in assenza di investimenti e strategie di sviluppo; "Imprese Reattive", che invece non hanno attuato un contenimento dei costi, ma hanno avviato strategie di investimento e di sviluppo; "Aziende ibride", che hanno dato vita ad entrambi i tipi di azioni.

- Infine, la **“riduzione delle emissioni per contrastare il cambiamento climatico”**, nella precedente rilevazione citata al secondo posto, con 60,7%, segna -7,3 punti percentuali, con un valore pari a 53,5%.

Grafico 1 - I TEMI PIÙ URGENTI
Valori % (Risposta "Molto urgente")



Fonte: Elaborazione dati Osservatorio 4.Manager

Gli “attori” della sostenibilità

Le **Istituzioni**, innanzitutto a livello nazionale ed europeo, **assumono il ruolo di principali attori del processo di sviluppo in senso sostenibile** (cfr. Grafico 2).

A differenza della precedente rilevazione, al primo posto sono indicati i **“Governi nazionali”** (64,1%) al posto delle **“Istituzioni europee”**, con il 60,8% contro il 64,6% registrato nella prima rilevazione.

Per quanto riguarda il mondo produttivo, si conferma quanto evidenziato nella prima rilevazione: risposte **“Imprese”** e **“Questa sfida la si vince tutti insieme o la si perde”** occupano il 3° e 4° posto degli attori citati (rispettivamente 53,0% e 52,7%). Si segnala che, rispetto alla prima rilevazione, tutti i valori percentuali registrati su ciascuna modalità di risposta risultano in leggera diminuzione, ad eccezione degli items **“Questa sfida la si vince tutti insieme o la si perde”** (+1,7%) e **“Governi locali/città”** (+0,3%).

Grafico 2 - GLI ATTORI DELLA SOSTENIBILITÀ

Valori % (Risposte multiple)



Fonte: Elaborazione dati Osservatorio 4.Manager

Verso una sostenibilità competitiva

Per quanto riguarda le prospettive future per le imprese, si conferma, dalle risposte dei professionisti intervistati, che uno sviluppo in senso sostenibile è percepito non soltanto come un **processo necessario e indifferibile**, considerando le stringenti richieste del mercato in questa direzione, ma anche come un **enorme vantaggio per le imprese**, in grado di **aumentare i profitti e la competitività delle stesse**.

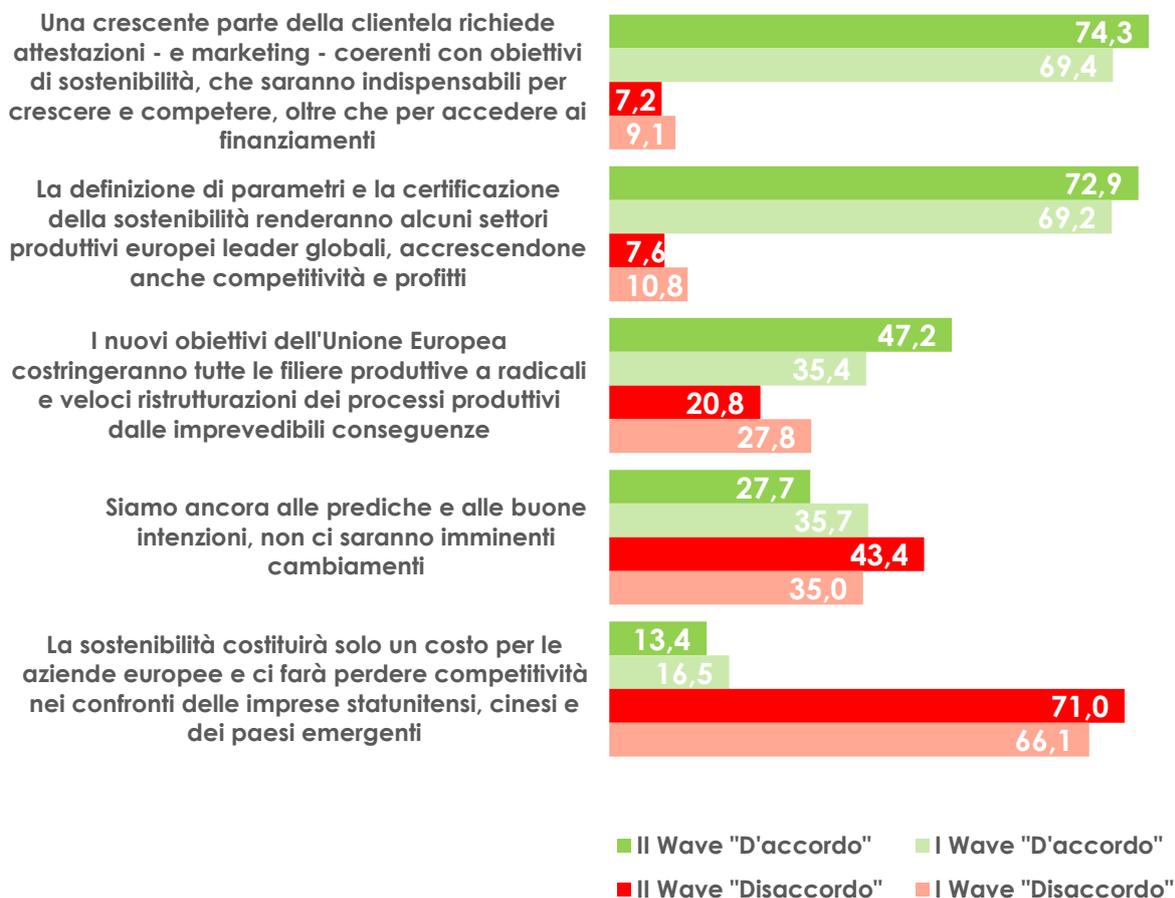
Infatti, i primi due items sottoposti agli intervistati, inerenti proprio le prospettive di sviluppo (cfr. Grafico 3), hanno riscosso, in maniera analoga alla precedente rilevazione, un significativo grado di accordo³: il 74,3% degli intervistati (69,4% della precedente rilevazione) è d'accordo nel ritenere che **“una crescente parte della clientela richiede attestazioni - e marketing - coerenti con obiettivi di sostenibilità, che saranno indispensabili per crescere e competere, oltre che per accedere ai finanziamenti”**. A ciò si aggiunge che il 72,9% (69,2% nella prima rilevazione) è d'accordo nel ritenere che **“la definizione di parametri e la certificazione della sostenibilità renderanno alcuni settori produttivi europei leader globali, accrescendone anche competitività e profitti”**.

Si sottolinea che la conferma della convergenza delle opinioni degli intervistati verso l'importanza della sostenibilità è data anche dal 5° item del Grafico 3, in cui il **71,0%** degli stessi è in **disaccordo** nel ritenere che **“la sostenibilità costituirà soltanto un costo per le aziende europee”** e uno svantaggio per le stesse nel confronto competitivo sul mercato globale (la percentuale sale al 73,7% nel cluster delle “Aziende Reattive”). Tale percentuale si presenta più alta rispetto alla prima rilevazione (66,1%), consentendo di poter ulteriormente sottolineare quanto **la competitività delle imprese italiane nel presente** (e nel prossimo futuro) **e la sostenibilità dei processi produttivi attuati dalle stesse siano inscindibili**.

³ Scala di valutazione 1-5, dove 1 indica “Per niente d'accordo” e 5 “Molto d'accordo”. Il valore intermedio 3 non è stato considerato.

Grafico 3 - PROSPETTIVE PER LE IMPRESE

Valori %



Fonte: Elaborazione dati Osservatorio 4.Manager

I rischi di una mancata sostenibilità

Considerando i rischi, nel medio e nel lungo periodo, per le imprese europee che non adotteranno processi di sostenibilità, emergono delle sottili differenze rispetto alla precedente rilevazione (cfr. Grafico 4). In particolare, una mancata evoluzione verso uno sviluppo di tipo sostenibile comporterebbe per le imprese:

- **“Minori spazi di mercato”** (67,1%), con +6,5 punti percentuali rispetto alla prima rilevazione, indicato al secondo posto tra i principali rischi.
- **“Forti limitazioni operative a causa di normative sempre più rigorose”** in termini di sostenibilità ambientale, sociale, ecc. (66,5%). Si sottolinea che, nella I Wave, tali limitazioni operative erano considerate il rischio maggiore per le imprese (-3,3 punti percentuali).
- Seguono **“minore accesso ai finanziamenti”** (+7,9 punti percentuali rispetto alla I Wave) e **“restringimento dei canali di accesso al credito e dei mercati finanziari”** (+1,3% punti percentuali rispetto alla I Wave), entrambi 40,1% delle risposte del campione.

Grafico 4 - RISCHI DELLA MANCATA SOSTENIBILITÀ
Valori % (Risposte multiple)



Fonte: Elaborazione dati Osservatorio 4.Manager

Next Generation EU, investimenti prioritari

Nelle attese degli intervistati (cfr. Grafico 5), le aree principali d'intervento del fondo stanziato dalla Commissione Europea devono riguardare:

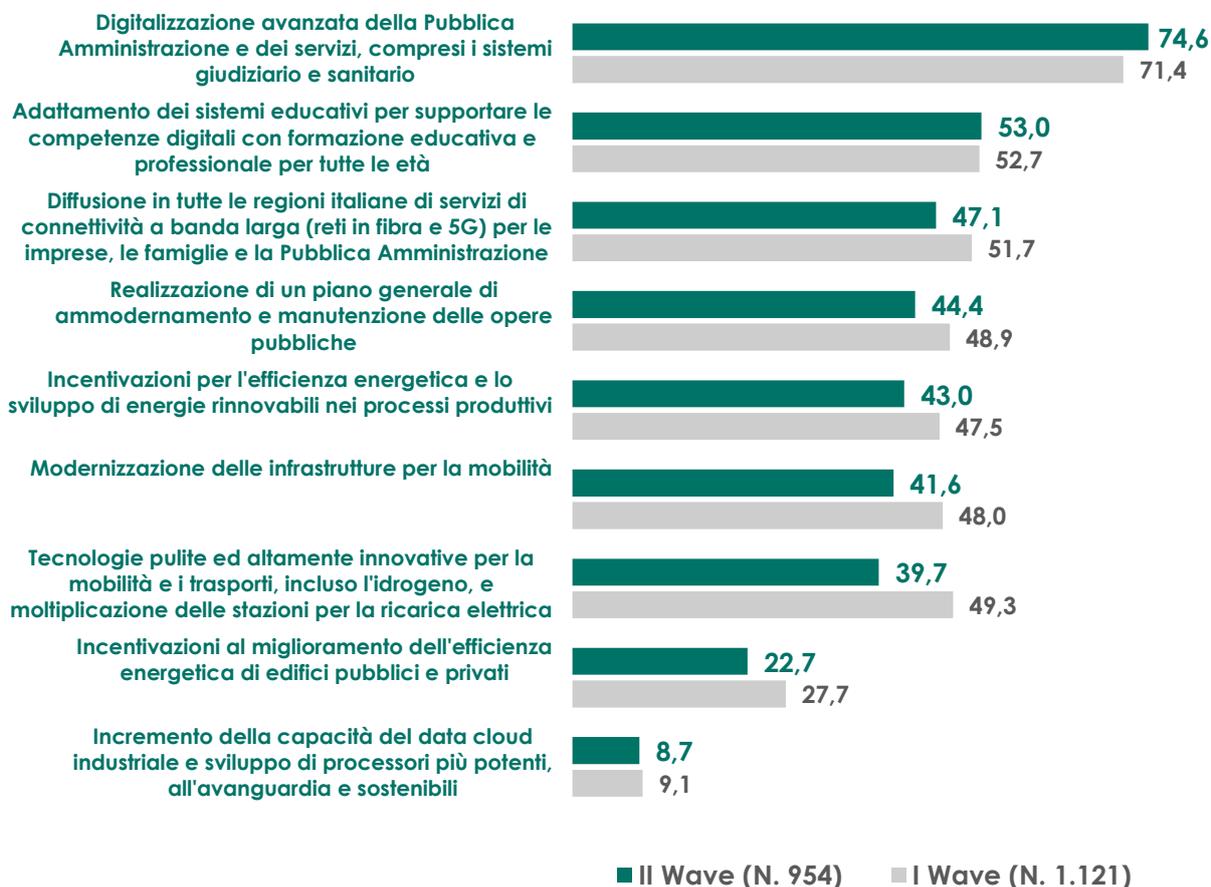
- Innanzitutto la **crescita dei sistemi digitali**, con l'efficientamento in questa direzione di tutti i servizi pubblici, ovvero la **“digitalizzazione avanzata della Pubblica Amministrazione e dei servizi, compresi i sistemi giudiziario e sanitario”** (74,6%), confermando quanto rilevato nella precedente survey (71,4%). Nel caso delle “Piccole imprese”⁴ la percentuale sale al 77,0%. Si segnala, inoltre, che rispetto alle altre modalità di risposta, soltanto questa presenta un valore percentuale in aumento rispetto alla prima rilevazione (+3,2%); tutte le altre registrano valori percentuali in leggera diminuzione.
- Al secondo posto si osserva l’**“adattamento dei sistemi educativi per supportare le competenze digitali con formazione educativa e professionale per tutte le età”**, 53,0% delle risposte del campione, anche in questo secondo caso, il linea di continuità con la precedente rilevazione (52,7%).
- Al terzo posto si registra la **“diffusione in tutte le regioni italiane di servizi di connettività a banda larga (reti in fibra e 5G) per le imprese, le famiglie e la Pubblica Amministrazione”**, considerata un'area su cui concentrare gli investimenti italiani del Next Generation UE dal 47,1% delle risposte del campione (-4,7% rispetto alla I Wave). Nel caso delle “Piccole imprese”, la percentuale sale al 52,9%.

Si confermano pienamente, quindi, le evidenze di ricerca della precedente rilevazione: **la crescita digitale - a supporto dei pubblici servizi e della formazione scolastica e professionale - risulta prioritaria.**

⁴ Aziende con un numero di occupati inferiore a 50.

Grafico 5 - NGEU - INVESTIMENTI PRIORITARI

Valori % (Risposte multiple)



Fonte: Elaborazione dati Osservatorio 4.Manager

Investimenti e attività strategiche nella fase post-pandemica

Infine, è stato realizzato un *focus ad hoc* sugli investimenti e sulle attività strategiche che le imprese stanno pianificando o hanno intenzione di realizzare nel periodo post-pandemico.

In particolare, per quanto riguarda eventuali investimenti volti a cogliere le opportunità future (cfr. Grafico 6), questi dovranno riguardare:

- **“Nuovi prodotti/servizi”** (58,6%), seguita da **“attività di ricerca e sviluppo”** (30,3%).
- Al terzo posto si registra l’**“innovazione dei processi produttivi”**, investimento che risulta in fase di pianificazione o realizzazione per il 25,7% delle risposte del campione. Considerando, inoltre, sempre il piano dell’innovazione, l’**“innovazione dei processi di marketing e/o vendita”** registra un valore percentuale pari al 22,3% delle risposte, collocandosi al quarto posto.

Se da un lato, quindi, è stato evidenziato come la crescita digitale sia da considerare prioritaria per gli investimenti italiani del *Next Generation UE* (cfr. Grafico 5), dall’altro emerge come le aziende si stiano muovendo, o abbiano in programma di farlo, su due fronti: **attività di ricerca e sviluppo, considerando nuovi prodotti/servizi, cui si affianca l’innovazione, su diversi piani aziendali. Se ne potrebbe, quindi, dedurre che la crescita digitale sia quasi funzionale e strumentale proprio a queste attività che le aziende stanno pianificando o realizzando.**

Nonostante tali evidenze “positive”, **significativa e non trascurabile è la risposta “nessun investimento”**, che registra l’**11,8%**.

Grafico 6 - INVESTIMENTI PRIORITARI

N. 954 - Valori % (Risposte multiple)



Fonte: Elaborazione dati Osservatorio 4.Manager

Considerando le attività ritenute strategiche dalle imprese per la fase post-pandemica e che stanno pianificando o realizzando (cfr. Grafico 7), si evidenzia in particolare quanto segue:

- Al primo posto è indicata la **“trasformazione digitale”** (35,4%), seguita dalla **“diversificazione del mix di prodotti/servizi venduti”** (28,4%). Ciò mostra come le imprese stiamo puntando (o abbiamo intenzione di puntare) su quanto emerso già nelle risposte precedenti: digitale, considerando gli investimenti italiani del *Next Generation UE* (cfr. Grafico 5) e ricerca e sviluppo di nuovi prodotti/servizi (cfr. Grafico 6), cui sembra logico corollario la diversificazione appena indicata.

- Segue la “**modificazione/innovazione del modello di business**” (26,9%), evidenziando e confermando quanto questo processo sia ineludibile per le imprese che si stanno, infatti, muovendo in questa direzione.
- Infine, la “**sostenibilità/economia circolare**” registra il 19,7% delle risposte del campione, in linea di continuità con quanto espresso in precedenza riguardo il tema della sostenibilità aziendale (cfr. Grafico 3): è strategica, rappresenta un vantaggio e non è più rinviabile.

Grafico 7 - ATTIVITÀ STRATEGICHE
N. 954 - Valori % (Risposte multiple)



Fonte: Elaborazione dati Osservatorio 4.Manager



 OSSERVATORIO
MANAGER