

ILDUBBIO

martedì 2 ottobre 2018

- [POLITICA](#)
- [CRONACA](#)
- [ESTERI](#)
- [CULTURA](#)
- [GIUSTIZIA](#)
- [RUBRICHE](#)
- [SPETTACOLI](#)
- [ILDUBBIO TV](#)

Home > Cronaca

CRONACA

Adnkronos

2 Oct 2018 12:19 CEST

Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10

Milano, 2 ott. – (AdnKronos) – L'85% degli italiani considera i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori. Lo rivela un'indagine Ipsos realizzata per 'Il Salone della Csr e dell'innovazione sociale', l'evento dedicato alla corporate social responsibility al via oggi, [...]

Milano, 2 ott. – (AdnKronos) – L'85% degli italiani considera i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori. Lo rivela un'indagine Ipsos realizzata per 'Il Salone della Csr e dell'innovazione sociale', l'evento dedicato alla corporate social responsibility al via oggi, 2 ottobre, all'Università Bocconi di Milano. In generale, sono il 72% gli italiani interessati alla sostenibilità, un numero in netta crescita rispetto al passato.

Il 20% sono veri e propri sostenitori, persone che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e il 50% sono aperti, mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. C'è poi un 13% di scettici, persone discretamente informate ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili anche perché temono che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali; e infine un 17% di indifferenti, decisamente poco interessati all'argomento.

“Prevale largamente nel campione un atteggiamento di grande adesione ai temi della sostenibilità – commenta Nando Pagnoncelli, Presidente di Ipsos – anche se esiste una parte di scettici, preoccupati che la sostenibilità possa diventare un espediente di marketing, qualcosa di poco aderente alla realtà delle imprese. Come si fa a recuperarli? Senz'altro attraverso terze parti come gli enti certificatori esterni, considerati efficaci dal 42% del campione, o le associazioni di consumatori, ambientaliste o umanitarie, considerate efficaci dal 35% delle persone”.

Ma, secondo Pagnoncelli, “è fondamentale una grandissima trasparenza da parte delle imprese: i diversi strumenti di comunicazione come i siti internet o i bilanci di responsabilità sociale, per citare solo i più semplici, devono concorrere a rendere credibile l'impegno strategico verso la sostenibilità, che è importante oggi e soprattutto per il futuro delle aziende italiane”.

Ma se le imprese hanno un ruolo importante nella realizzazione di uno sviluppo sostenibile, altrettanto cruciale è il comportamento dei cittadini. La ricerca realizzata per Il Salone della Csr e dell'innovazione sociale ha indagato cosa spinge le persone

Share



Sfoggia il giornale di oggi



Come abbonarsi

I più letti

I più condivisi

- CRONACA**
Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10
- CRONACA**
Mafia: Bernardini (Partito Radicale), M5S non accettano contraddittorio
- CRONACA**
Lavoro: Casellati, su formazione professionale evitare dispersione fondi

SPIDER-CH13NEWS/PERNAT-64956454



Servizi di Media Monitoring

ad acquistare prodotti sostenibili ed evidenzia che il vero punto di svolta sta nella qualità. Il 77% degli italiani infatti basa le sue scelte di acquisto sulla qualità, che significa origine delle materie, sostenibilità del packaging, attenzione alla filiera e alla produzione.

Il desiderio di “consumare bene” è associato ad una crescente attenzione alla qualità e rappresenta il driver più pervasivo e duraturo nelle scelte verso prodotti sostenibili. Prodotti per i quali le persone sono disposte a spendere anche il 10% in più. Il termine Csr, Corporate social responsibility, è meno conosciuto dalle persone rispetto a sostenibilità. Solo l'11% sa bene di cosa si tratta, mentre il 40% la conosce a grandi linee e il 29% ne ha sentito parlare.

Tuttavia 2 cittadini su 3 ritengono che la Csr dovrebbe guidare tutte le scelte aziendali nel futuro. Un impegno che è anche sinonimo di successo per le imprese: per il 68% della popolazione mondiale le aziende che avranno successo saranno quelle che daranno un contributo positivo alla società e il 64% degli italiani considerano la CSR come un driver di successo aziendale.

Una correlazione, quella fra sostenibilità e risultati economici complessivi, che è già evidente anche nel nostro Paese: fra le medie imprese industriali italiane che hanno investito nel green nel 2016, il 58% ha aumentato il fatturato, il 41% ha incrementato l'occupazione e il 49% ha visto aumentare l'export (dati [Unioncamere](#) e Symbola, Greenitaly 2017). La comunicazione è quindi fondamentale ma resta un fattore ancora critico dal momento che il 76% della popolazione ritiene difficile capire quali imprese siano veramente sostenibili.

“Sono sempre di più le imprese che inseriscono la sostenibilità nei loro piani strategici. In questi casi la Csr diventa motore di cambiamento anche nella relazione con i portatori d'interesse. Le organizzazioni che lo hanno capito adottano strategie di comunicazione dove trasparenza, innovazione, coerenza sono valori sempre più importanti. Purtroppo però ancora molte organizzazioni responsabili nei fatti non valorizzano in modo adeguato il loro impegno sociale e ambientale” spiega Rossella Sobrero del Gruppo Promotore del Salone della Csr e dell'innovazione sociale.

Il Salone, spiega la Sobrero, “serve anche a far conoscere i progetti e le esperienze di chi ha scelto la strada del cambiamento per rispondere a un mercato in rapida evoluzione. Grazie a 188 organizzazioni “protagoniste”, 87 eventi e 392 relatori il Salone offrirà anche quest'anno un programma ricco e articolato. L'obiettivo è individuare quali sono le principali “rotte” che le imprese hanno scelto nel loro percorso di innovazione. Il Salone è aperto a tutti – conclude Sobrero – e la partecipazione è libera e gratuita”.

Il Salone della CSR e dell'innovazione sociale si apre il 2 ottobre alla presenza di Gianmario Verona, Rettore dell'Università Bocconi, con un evento dedicato a “Le rotte della sostenibilità”. Sempre il 2 ottobre al Salone interverrà Saturnino, musicista d'eccezione e collaboratore storico di Lorenzo Jovanotti, per presentare il progetto Bullyctionary: il primo dizionario online scritto con i ragazzi che raccoglie e monitora le parole più utilizzate dai bulli in rete, al quale si affiancano incontri in tutta Italia rivolti agli adulti, grazie alle Agenzie di Generali Italia. Insieme ai presentatori sopra le righe, Federico e Davide dei Boiler di Zelig, Saturnino racconterà con musica e parole, durante l'evento al Salone della Csr e dell'innovazione sociale, come l'intelligenza delle parole può vincere sulla violenza del bullismo.

- D CRONACA
Def: capigruppo Lega, caos mercati nasce da reddito cittadinanza
- D CRONACA
Verona: uccide padre a coltellate durante lite, arrestato dalla Polizia in ospedale
- D CRONACA
Ocse: ad agosto inflazione stabile al 2,9%
- D CRONACA
Roma, “segregata in casa perché lesbica”
- D CRONACA
Mafia: Cavallotti, io al convegno Ars? Ma non ho alcun procedimento penale... (2)
- D CRONACA
Mafia: Cavallotti, io al convegno Ars? Ma non ho alcun procedimento penale...
- D CRONACA
Meteo: in Lombardia cielo sereno fino a sabato, poi attesa perturbazione