



Imprese: il futuro è sostenibile

Il futuro sostenibile a portata di
micro, piccole e medie imprese!



QUESTIONARIO

Agosto

2024

Introduzione e metodologia

L'indagine, aperta a tutte le imprese iscritte alla Camera di commercio di Pordenone-Udine, mira ad analizzare le strategie che le imprese stanno attuando in tema di sostenibilità per aumentare la propria efficienza e competitività nell'ambito della doppia transizione digitale ed ecologica.

Le domande si focalizzano su cinque tematiche:

- conoscenza e percezione della sostenibilità;
- pratiche sostenibili delle aziende;
- consapevolezza e comportamento dei consumatori;
- coinvolgimento e formazione;
- sostenibilità e innovazione.

L'indagine si è svolta nel periodo 15-25 luglio 2024 con metodologia CAWI (Computer assisted web interview).

Le 133 imprese rispondenti afferiscono ai seguenti settori economici: 26,3% servizi, 24,1% industria, 18% commercio, 12,8% agricoltura, 2,3% turismo, alloggio, ristorazione e 16,5% altro.

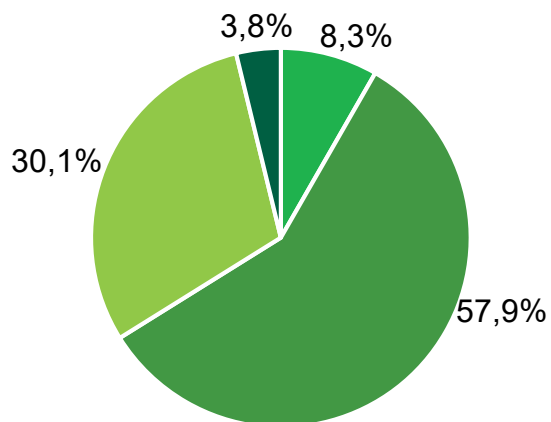
I rispondenti appartengono per il 50,4% alla fascia d'età 51-65 anni, per il 30,1% a quella 36-50, il 10,5% sono under35 e il 9% sono over 65.



Conoscenza e percezione della sostenibilità

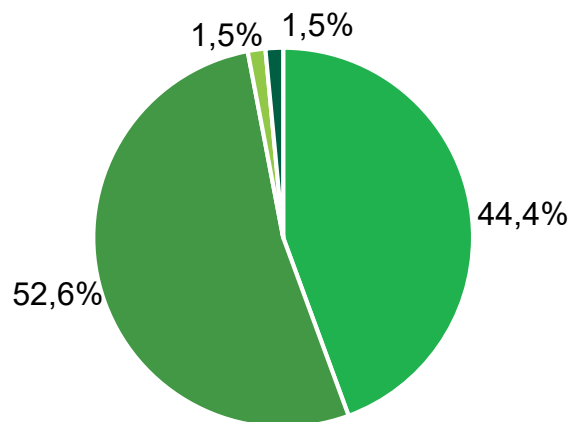
Conoscenza e percezione della sostenibilità

LIVELLO DI CONOSCENZA
DELLE PRATICHE SOSTENIBILI



- Molto informato
- Poco informato
- Abbastanza informato
- Per niente informato

LIVELLO DI IMPORTANZA
DELLE PRATICHE SOSTENIBILI



- Molto importante
- Poco importante
- Abbastanza importante
- Per niente importante

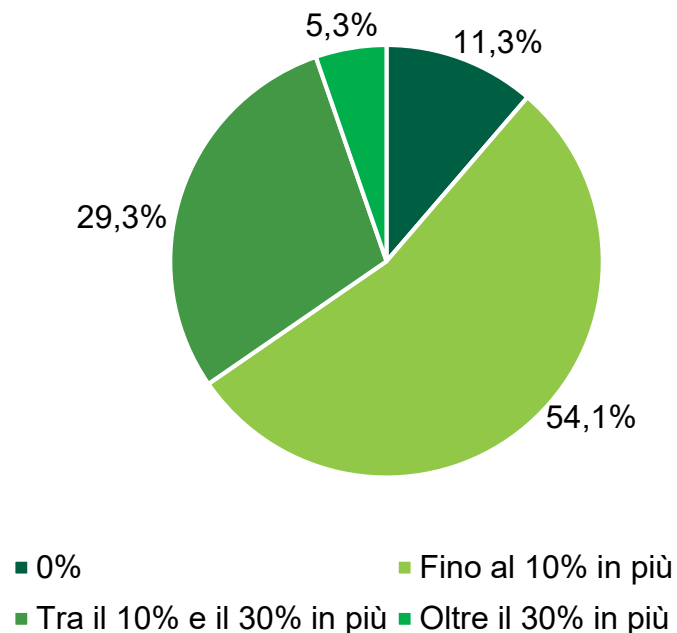
Il 57,9% dei rispondenti afferma di essere abbastanza informato sulle pratiche sostenibili, mentre il 30,1% lo è poco. Solamente l'8,3% risulta essere molto informato in merito.

Allo stesso tempo, la quasi totalità dei rispondenti (il 97%) afferma che sia importante che le aziende adottino pratiche sostenibili (per il 52,6% è abbastanza importante, per il 44,4% lo è molto).

Fonte: Elaborazione Centro Studi CCIAA di Pordenone Udine.

Conoscenza e percezione della sostenibilità

DISPONIBILITÀ A PAGARE DI PIÙ PER PRODOTTI SOSTENIBILI



La maggior parte dei rispondenti, l'88,7% del totale, sarebbe disposta a pagare un prezzo maggiore per acquistare un prodotto sostenibile rispetto a uno "tradizionale".

Nello specifico, il 54,1% pagherebbe fino al 10% in più, il 29,3% tra il 10% e il 30% in più, il 5,3% anche oltre il 30% in più.

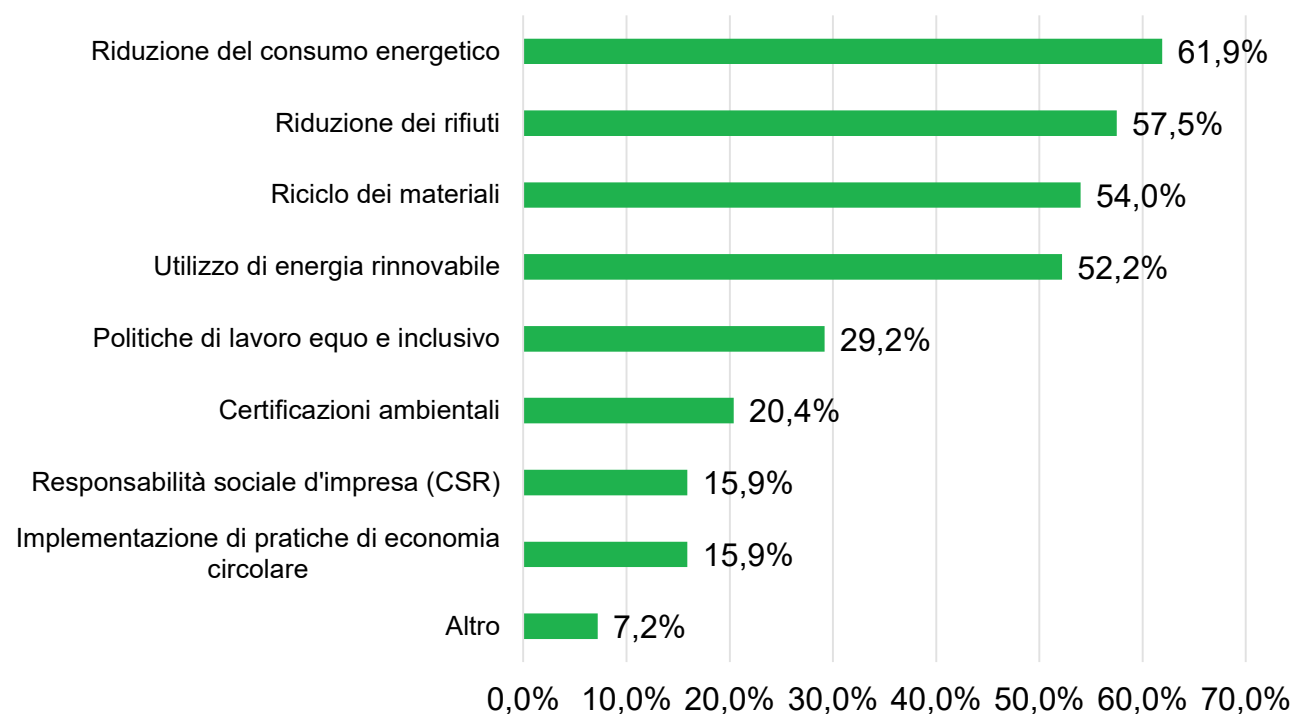
Fonte: Elaborazione Centro Studi CCIAA di Pordenone Udine.



Pratiche sostenibili delle aziende

Pratiche sostenibili delle aziende

PRATICHE SOSTENIBILI IMPLEMENTATE DALLE AZIENDE



L'83,5% dei rispondenti afferma di aver adottato per la propria azienda politiche o pratiche sostenibili.

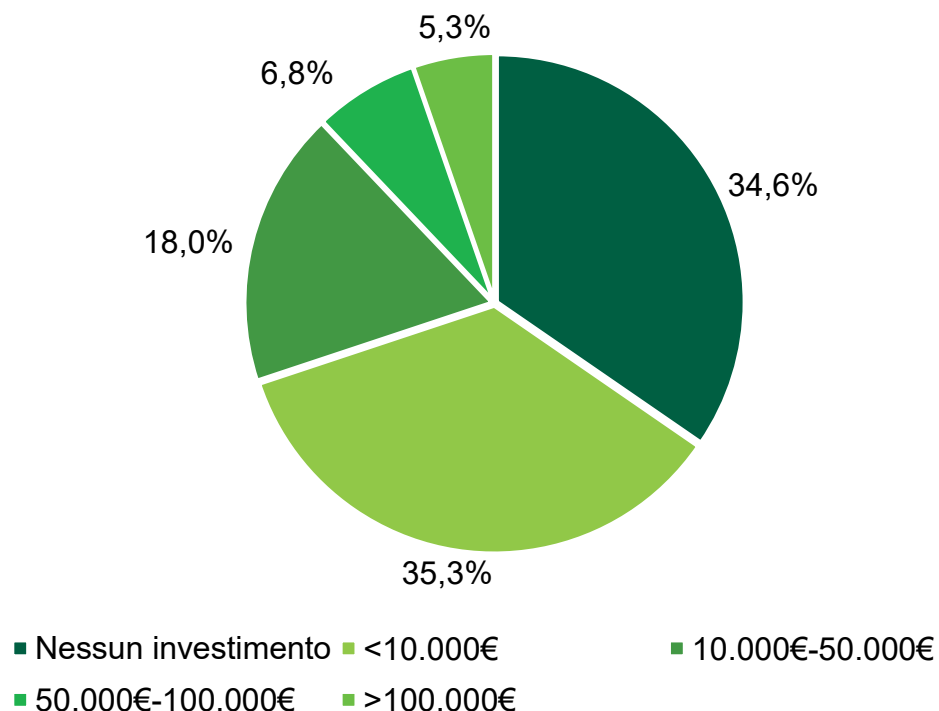
Tra le principali pratiche adottate spiccano: riduzione del consumo energetico (61,9%), riduzione dei rifiuti (57,5%), riciclo dei materiali (54%), utilizzo di energia rinnovabile (52,2%). Seguono le politiche di lavoro equo e inclusivo, le certificazioni ambientali, la responsabilità sociale d'impresa e l'implementazione di pratiche di economia circolare.

Le motivazioni principali dell'adozione di pratiche sostenibili sono state: per il 57,1% la volontà di rimanere competitivi, per il 36,1% le esigenze del management e per il 31,6% la spinta normativa.

Nota: domande con possibilità di risposta multipla.

Pratiche sostenibili delle aziende

RISORSE ANNUE DEDICATE A INIZIATIVE DI SOSTENIBILITÀ



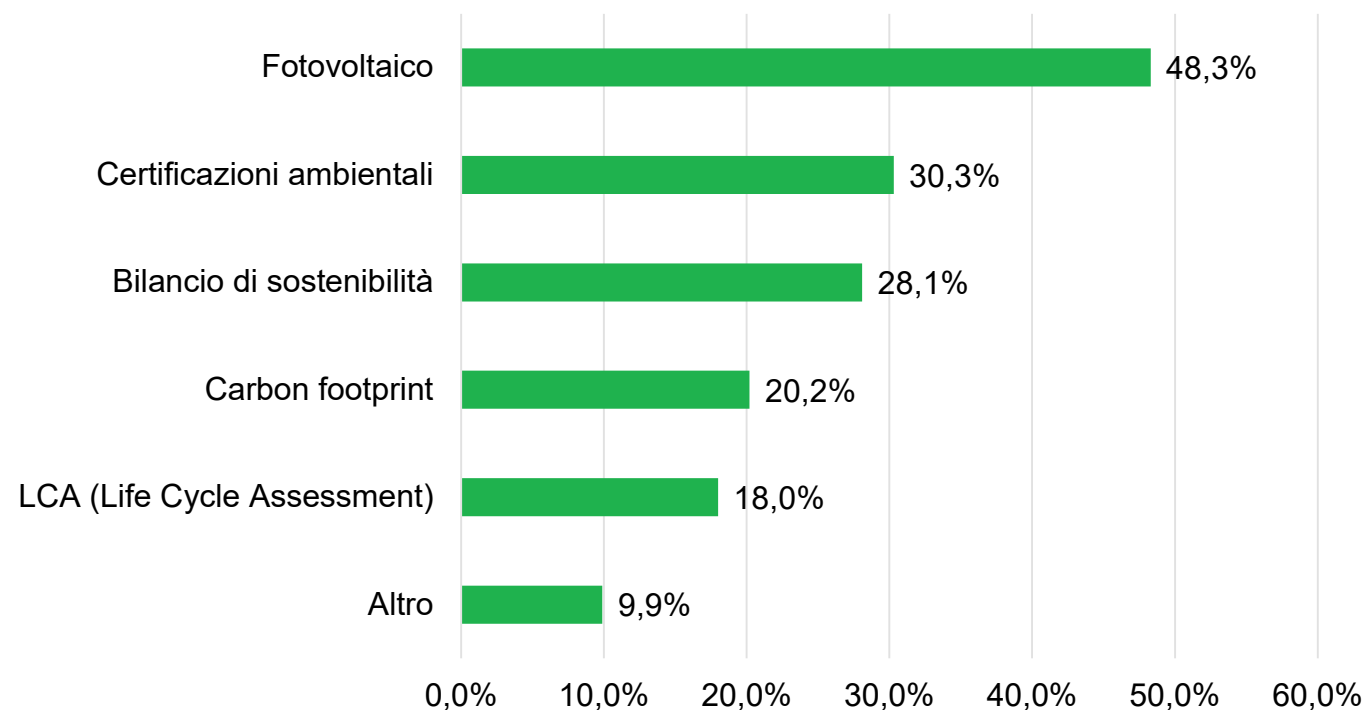
Il 35,3% dei rispondenti indica che in media sono stati investiti fino a 10.000€ annui in iniziative di sostenibilità, il 18% del totale ha investito tra 10.000€ e 50.000€, mentre oltre questa soglia ha investito solo il 12,1%.

Più di un terzo delle imprese rispondenti, il 34,6%, non ha effettuato investimenti.

Fonte: Elaborazione Centro Studi CCIAA di Pordenone Udine.

Pratiche sostenibili delle aziende

POSSIBILI INVESTIMENTI FUTURI IN PRATICHE SOSTENIBILI



Il 66,9% dei rispondenti dichiara di aver intenzione di investire in pratiche sostenibili da qui a un anno.

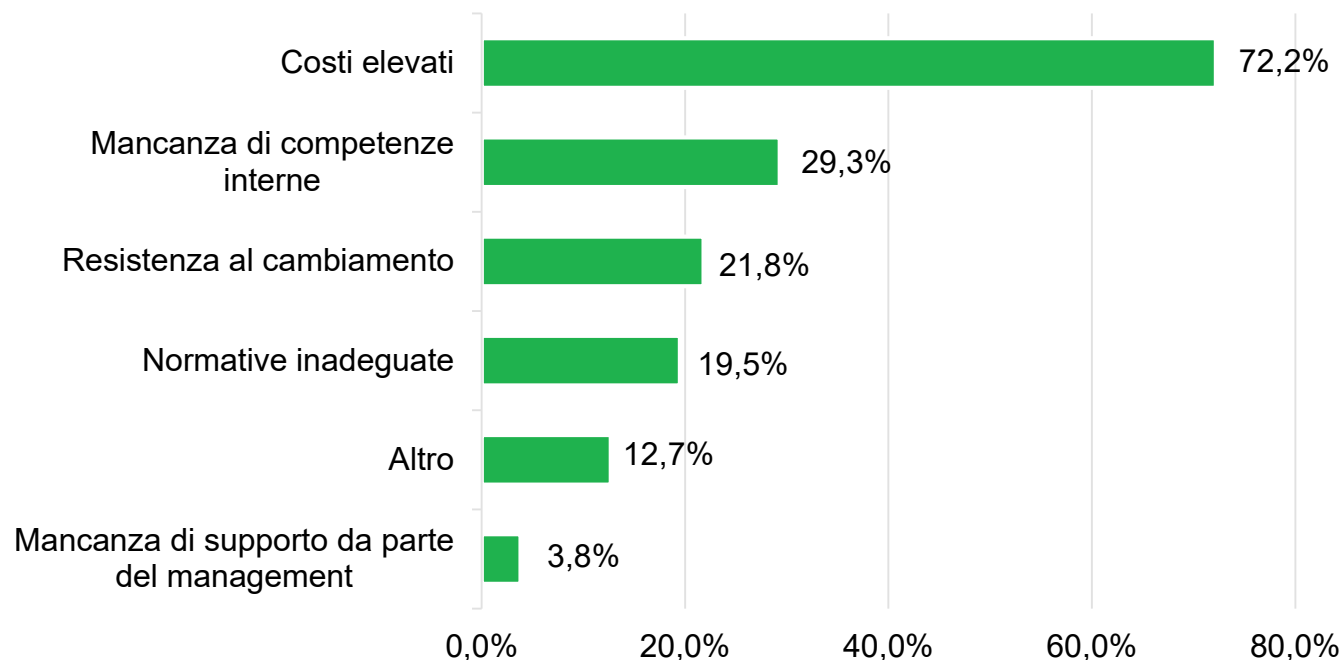
In particolare il 48,3% sarebbe intenzionato a investire nel fotovoltaico, il 30,3% in certificazioni ambientali, il 28,1% in bilancio di sostenibilità, il 20,2% nella carbon footprint, il 18% in LCA (Life Cycle Assessment) e il 9,9% in altro (ad esempio nell'acquisto di macchinari che riducano l'impatto ambientale).

Nota: domande con possibilità di risposta multipla.

Fonte: Elaborazione Centro Studi CCIAA di Pordenone Udine.

Pratiche sostenibili delle aziende

SFIDE INCONTRATE NELL'IMPLEMENTAZIONE DI PRATICHE SOSTENIBILI



Tra le principali sfide incontrate dalle aziende nell'implementazione di pratiche sostenibili si rilevano: costi elevati per il 72,2% del totale, mancanza di competenze interne per il 29,3%, resistenza al cambiamento per il 21,8% e normative inadeguate per il 19,5%.

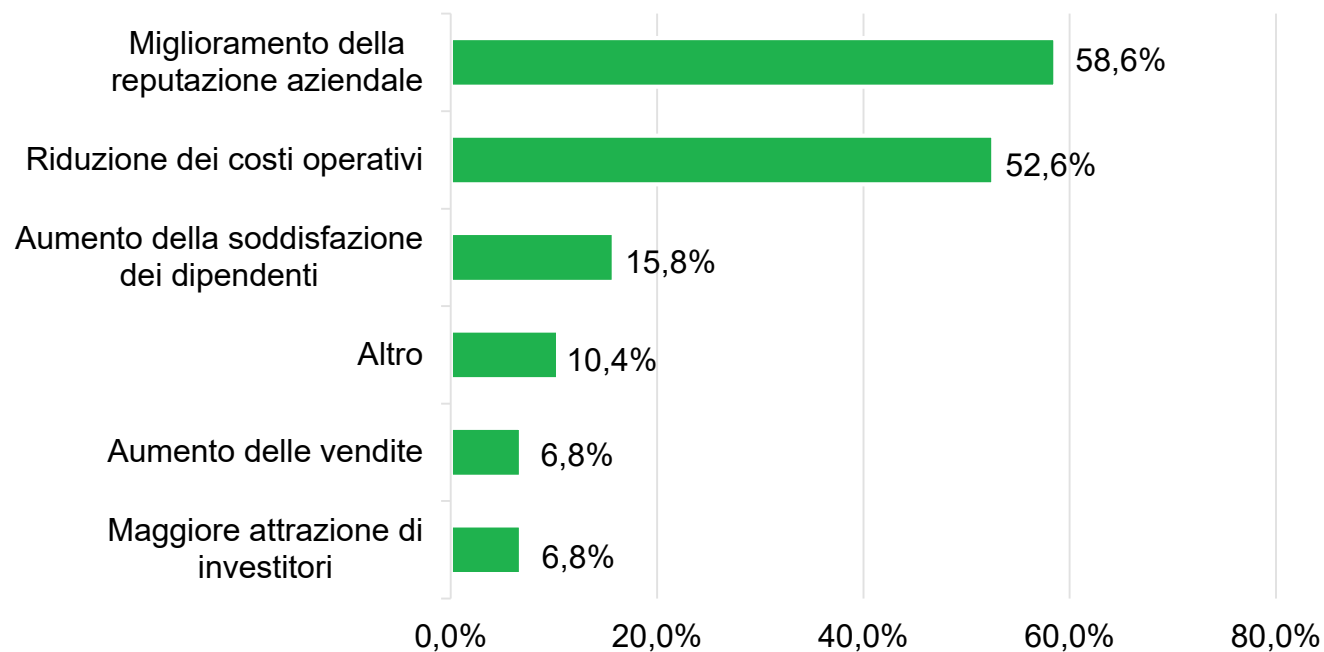
Solamente il 3,8% delle imprese segnala mancanza di supporto da parte del management.

Nota: domande con possibilità di risposta multipla.

Fonte: Elaborazione Centro Studi CCIAA di Pordenone Udine.

Pratiche sostenibili delle aziende

BENEFICI INCONTRATI NELL'ADOZIONE DI PRATICHE SOSTENIBILI



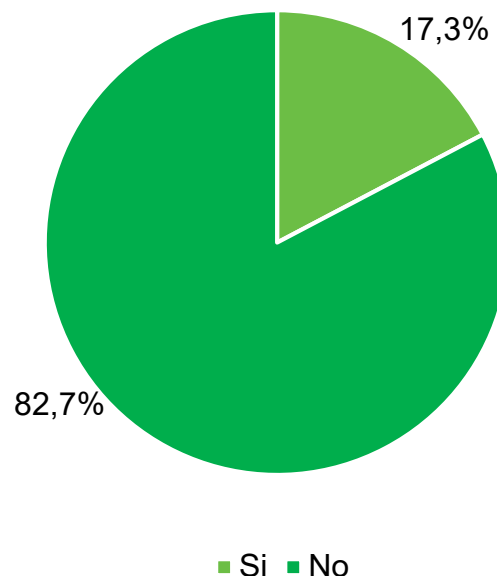
A seguito dell'adozione di pratiche sostenibili il 58,6% delle aziende ha riscontrato un miglioramento della reputazione aziendale, il 52,6% una riduzione dei costi operativi, il 15,8% un aumento di soddisfazione dei dipendenti, il 6,8% un aumento delle vendite, così come una maggior attrazione di investitori.

Nota: domande con possibilità di risposta multipla.

Fonte: Elaborazione Centro Studi CCIAA di Pordenone Udine.

Pratiche sostenibili delle aziende

RICONOSCIMENTI O CERTIFICAZIONI PER PRATICHE SOSTENIBILI



Solamente il 17,3% delle imprese rispondenti ha ricevuto riconoscimenti o certificazioni per le pratiche sostenibili.

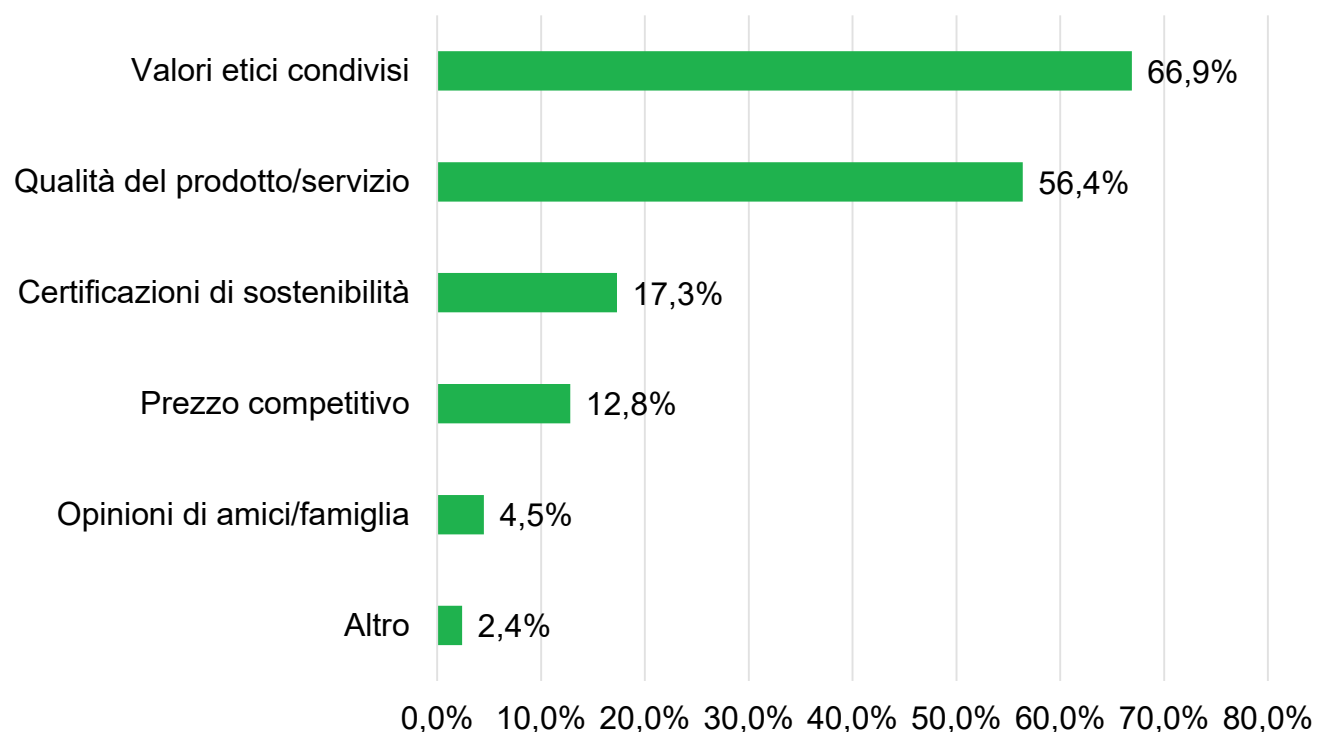
Allo stesso tempo, solo il 4,5% delle imprese ha pubblicato un bilancio di sostenibilità che ha l'obiettivo di informare gli stakeholder dei risultati economici, sociali e ambientali generati dalle imprese nello svolgimento delle proprie attività.



Consapevolezza e comportamento dei consumatori

Consapevolezza e comportamento dei consumatori

PRINCIPALI MOTIVAZIONI PER LA SCELTA DI UN'AZIENDA SOSTENIBILE



Il 70,7% dei rispondenti dichiara di aver a volte modificato le proprie scelte di acquisto a favore di aziende più sostenibili.

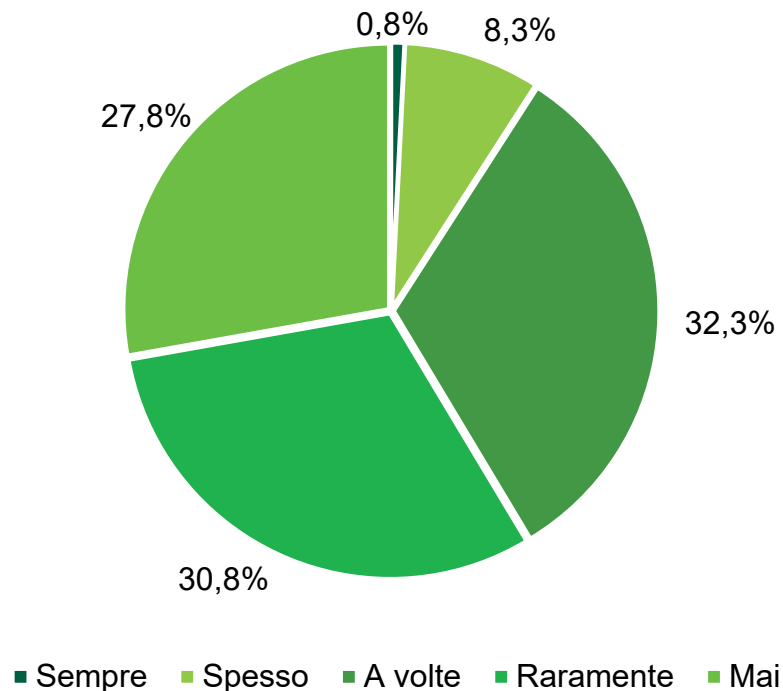
I valori etici condivisi risultano essere la principale motivazione per la scelta di un'azienda sostenibile (66,9%), seguono la qualità del prodotto/servizio (56,4%), certificazioni di sostenibilità (17,3%), prezzo competitivo (12,8%), opinioni di amici/famiglia (4,5%).

Inoltre, nell'ambito della sostenibilità, il 73,7% ritiene che l'utilizzo di materiali riciclati sia uno degli aspetti più importanti nella scelta di un prodotto o servizio, seguono le condizioni di lavoro equo (61,7%), l'impatto sociale positivo (48,9%), il benessere degli animali (42,9%) e l'impronta di carbonio (30,8%).

Nota: domande con possibilità di risposta multipla.

Consapevolezza e comportamento dei consumatori

FREQUENZA CON CUI I CLIENTI
SI INFORMANO SULLA SOSTENIBILITÀ

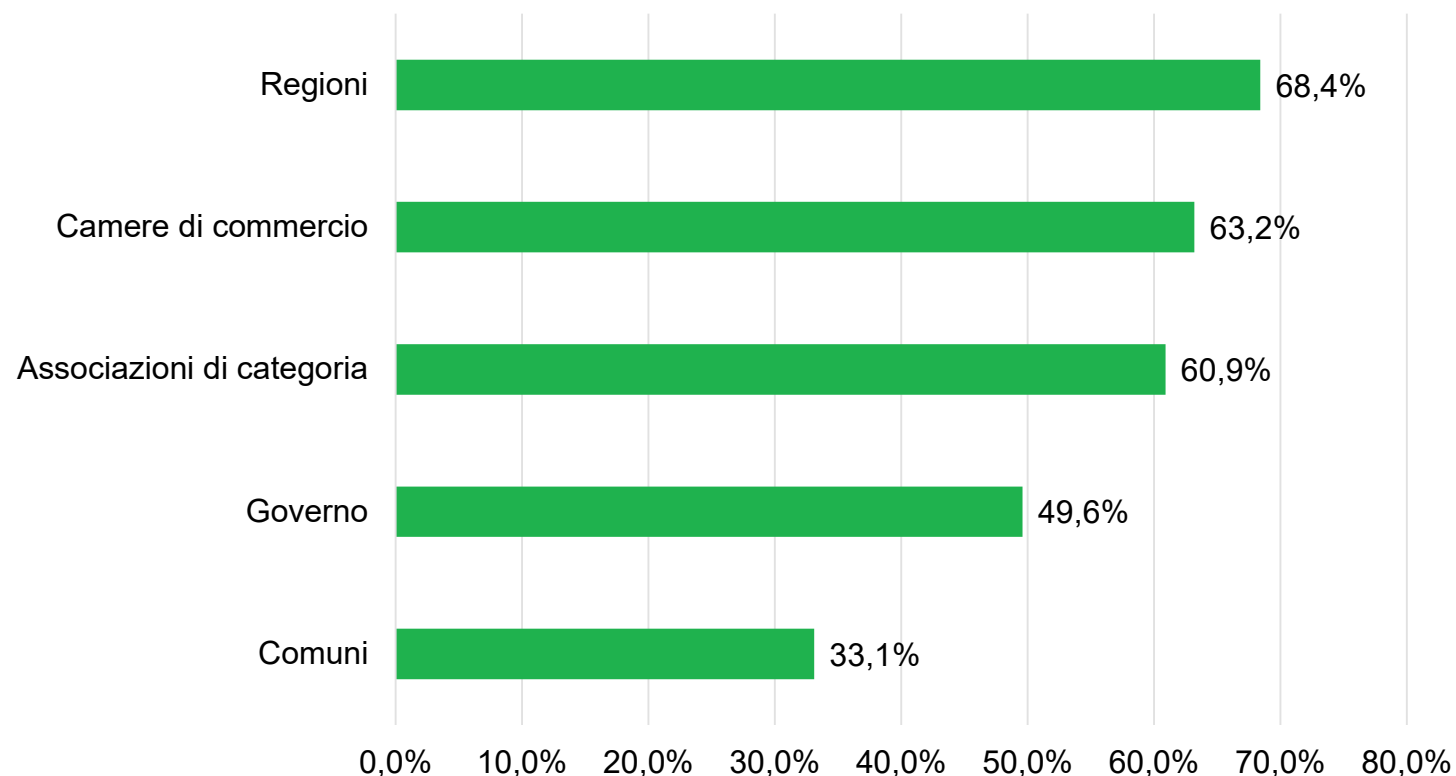


Il 27,8% dei clienti non si informa per conoscere la sostenibilità dei prodotti/servizi delle aziende, il 30,8% lo fa raramente, il 32,3% a volte, l'8,3% spesso e solamente lo 0,8% sempre.

Fonte: Elaborazione Centro Studi CCIAA di Pordenone Udine.

Consapevolezza e comportamento dei consumatori

PRINCIPALI ENTI DA COINVOLGERE



Il 68,4% delle imprese ritiene che le Regioni dovrebbero aiutarle a conoscere e investire nella sostenibilità, seguono le Camere di Commercio (63,2%), le Associazioni di categoria (60,9%), il Governo (49,6%) e i Comuni (33,1%).

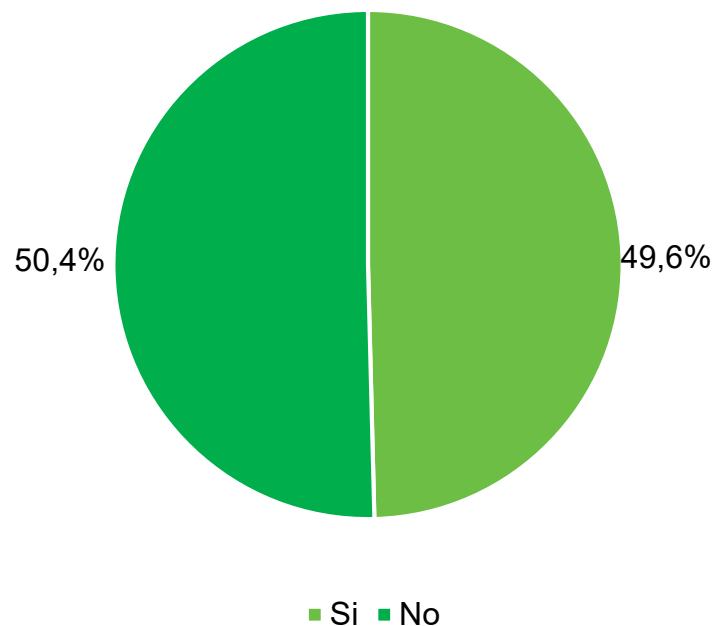
Nota: domande con possibilità di risposta multipla.



Coinvolgimento e formazione

Coinvolgimento e formazione

PARTECIPAZIONE A INIZIATIVE ED EVENTI PER LA SOSTENIBILITÀ



La metà dei rispondenti dichiara di aver partecipato a iniziative ed eventi legati alla sostenibilità (il 49,6% del totale).

Il 33,8% delle imprese rispondenti è a conoscenza dei corsi gratuiti che la Camera di Commercio eroga sui temi della sostenibilità. Tra i temi più richiesti da trattare nei corsi di formazione si riscontrano: bilancio di sostenibilità (54,9%), Comunità Energetiche Rinnovabili (39,1%), normative (39,1%), economia circolare (33,1%), carbon footprint (28,6%), seguono LCA, eco design e rendicontazione non finanziaria.

Quasi la metà delle imprese rispondenti inoltre sarebbe interessata ad aderire alla Comunità Energetica Rinnovabile della Camera di Commercio di Pordenone Udine (il 49,6%).

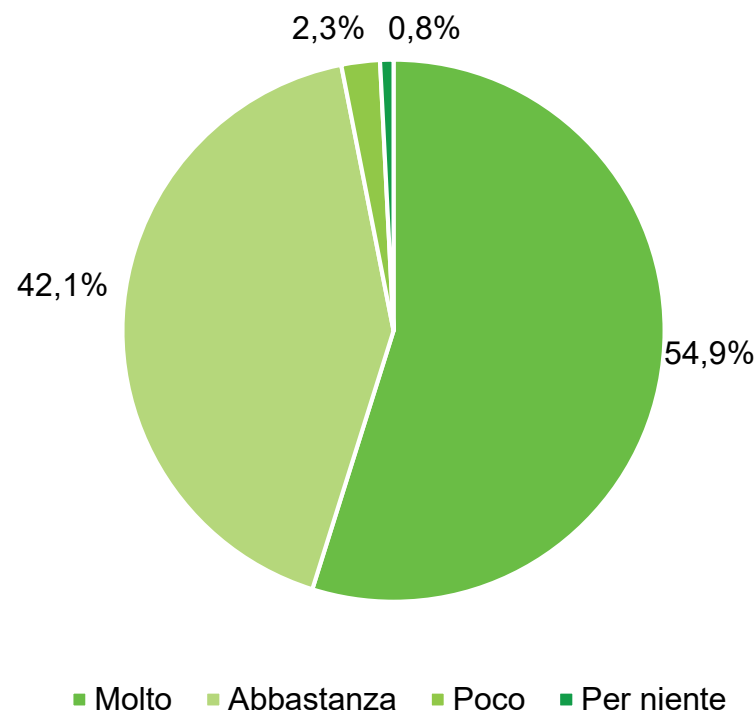
Fonte: Elaborazione Centro Studi CCIAA di Pordenone Udine.



Sostenibilità e innovazione

Sostenibilità e innovazione

CONTRIBUTO DELL'INNOVAZIONE TECNOLOGICA ALLA SOSTENIBILITÀ

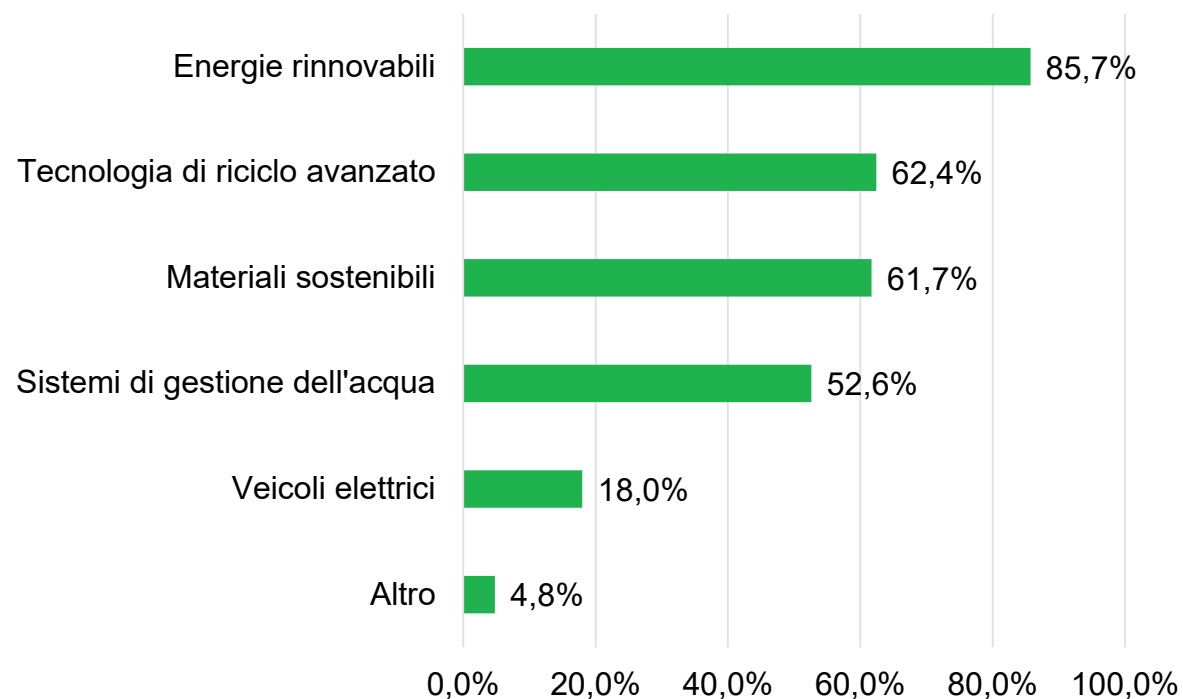


La quasi totalità delle imprese (il 97%) ritiene che l'innovazione tecnologica possa contribuire alla sostenibilità ambientale, per il 54,9% in maniera molto significativa e per il 42,1% abbastanza significativa.

Fonte: Elaborazione Centro Studi CCIAA di Pordenone Udine.

Sostenibilità e innovazione

PRINCIPALI TECNOLOGIE SOSTENIBILI DA ADOTTARE



Tra le principali tecnologie sostenibili da adottare da parte delle aziende emergono le energie rinnovabili (85,7%), le tecnologie di riciclo avanzato (62,4%), i materiali sostenibili (61,7%), i sistemi di gestione dell'acqua (52,6%) e i veicoli elettrici (18%).

Nota: domande con possibilità di risposta multipla.

Fonte: Elaborazione Centro Studi CCIAA di Pordenone Udine.

Rapporto redatto da

Elaborazione statistica

- **Elisa Qualizza** con la collaborazione di **Francesca Bertuzzi**

Grafica e impaginazione

- **Giovanni Mambrini**

Si autorizza la riproduzione, la diffusione e l'utilizzazione della presente pubblicazione a condizione di citarne la fonte.

Approfondimenti e domande sui contenuti del report possono essere richiesti a **statistica@pnud.camcom.it** o telefonando al numero **0432 273 539**

Documento pubblicato nel sito: www.pnud.camcom.it