

Consapevolezza e valore sociale per uno sviluppo sostenibile

Settimana della Sostenibilità

Gianluca Toschi – Fondazione Nord Est



:::1 Una ricerca «innovativa»

Web crawling, web scraping e text mining

- Il text mining (Intelligent Text Analysis, Text Data Mining o Knowledge-Discovery in Text - KDT) viene definito come la scoperta, effettuata grazie al computer, di informazioni precedentemente sconosciute che vengono automaticamente estratte da diverse risorse scritte.
- È un campo di ricerca interdisciplinare che mescola competenze legate all'information retrieval, al data mining, al machine learning, alla statistica e alla linguistica computazionale.

Web crawling, web scraping e text mining

- Oggi il web si aggiunge come fonte di contenuto testuale mettendo a disposizione volumi sempre più importanti di informazioni che sono ormai diventate una preziosa fonte per le ricerche.

Imprese «scandagliate»

Grandi (>50mil)

Medie (10-50 mil)

Piccole (3-10 mil)

Imprese
manifatturiere con
sede in Emilia-
Romagna, Friuli-
Venezia Giulia,
Lombardia, Trentino-
Alto Adige e Veneto
con ricavi > 3 mil. Euro

| Regione | Piccole | Medie | Grandi | Totale |
|-----------------------|---------------|--------------|--------------|---------------|
| Emilia-Romagna | 2.721 | 1.322 | 429 | 4.472 |
| Friuli-Venezia Giulia | 546 | 283 | 92 | 921 |
| Lombardia | 6.140 | 3.301 | 1.073 | 10.514 |
| Trentino-Alto Adige | 347 | 200 | 67 | 614 |
| Veneto | 3.467 | 1.792 | 476 | 5.735 |
| Totale | 13.221 | 6.898 | 2.137 | 22.256 |

Imprese «scandagliate» - settore

| | | |
|----|--|------|
| 25 | Prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature) | 20,3 |
| 28 | Macchinari ed apparecchiature n.c.a. | 18,1 |
| 10 | Industrie alimentari | 8,4 |
| 22 | Articoli in gomma e materie plastiche | 7,3 |
| 20 | Prodotti chimici | 4,7 |
| 27 | Apparecchiature elettriche | 4,6 |
| 23 | Altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi | 3,4 |
| 13 | Industrie tessili | 3,3 |

70,1%

Che informazioni si ottengono?

- Chi parla di sostenibilità? (quante aziende, di che tipo...)
- Quanto ne parla? (con che intensità)
- Come ne parla? (che parole usa?)
- Greenwashing?



:::2 I risultati dell'indagine

Diffusione

56,9%

Imprese manifatturiere del Nord Italia che hanno deciso di parlare, nel proprio sito web, di sostenibilità

27 APRILE 2023

Pratiche sostenibili nelle imprese

La maggior parte delle imprese manifatturiere orientate alla sostenibilità

Con riferimento a quanto dichiarato le imprese in tema di pratiche di sostenibilità, si stima che il 59,5% delle imprese manifatturiere, nel corso del 2022, abbia intrapreso azioni di sostenibilità. Tra queste, il 50,3% segue pratiche di tutela ambientale, il 44,6% iniziative di sostenibilità sociale e il 38,6% ha svolto azioni di sostenibilità economica.

Sotto il profilo dimensionale, le grandi imprese sono quelle che intraprendono maggiormente azioni di sostenibilità (81,5%), tale quota scende al 36,1% per le imprese di minori dimensioni.

Da un punto di vista geografico sono le imprese manifatturiere del Nord-est e del Nord-ovest che svolgono più iniziative di sostenibilità, rispettivamente il 61,8% e il 60,2%, al Centro sono il 58,9%, mentre al Sud la percentuale è più contenuta, solo il 48,5% delle imprese.

Tra i settori economici, la più alta quota di imprese che intraprendono azioni di sostenibilità si rileva nella Fabbricazione di prodotti farmaceutici (81,5% delle imprese), seguono la Fabbricazione di coke e prodotti petroliferi raffinati (75,3% delle imprese) e industrie alimentari, bevande e tabacco (con il 69,2% delle imprese). Emerge come meno virtuoso il settore dell'industria del legno, carta e stampa con il 48,5% delle imprese. Guardando alle componenti della sostenibilità, nel settore della fabbricazione di coke, e prodotti petroliferi ci sono più imprese attive nelle pratiche di tutela ambientale (quasi il 73% delle imprese), ma anche per la sostenibilità sociale (66,7% delle imprese) e per quella economica (con il 64,8% delle imprese).

FIGURA 1. PRATICHE SOSTENIBILI NELLE IMPRESE MANIFATTURIERE PER DIMENSIONE, RIPARTIZIONE GEOGRAFICA E SETTORE ECONOMICO. Anno 2022. Numero di azioni intraprese - valori percentuali

| Dimensione | Totale | Nord-Est | Nord-Ovest | Centro | Sud |
|-------------------------|--------|----------|------------|--------|-------|
| Azioni di sostenibilità | 59,5% | 61,8% | 60,2% | 58,9% | 48,5% |

| Settore Economico | Azioni di sostenibilità | Sociale | Economica |
|--|-------------------------|---------|-----------|
| Fabbricazione di prodotti farmaceutici | 81,5% | 75,3% | 69,2% |
| Fabbricazione di coke e prodotti petroliferi raffinati | 75,3% | 69,2% | 64,8% |
| Industrie alimentari, bevande e tabacco | 69,2% | 64,8% | 61,8% |
| Industria del legno, carta e stampa | 48,5% | 48,5% | 48,5% |

Istat, Pratiche sostenibili nelle imprese (2023)

Nel manifatturiere pratiche sostenibili in sei imprese su dieci (59,5) nel 2022

Sostenibilità ambientale vs. sociale

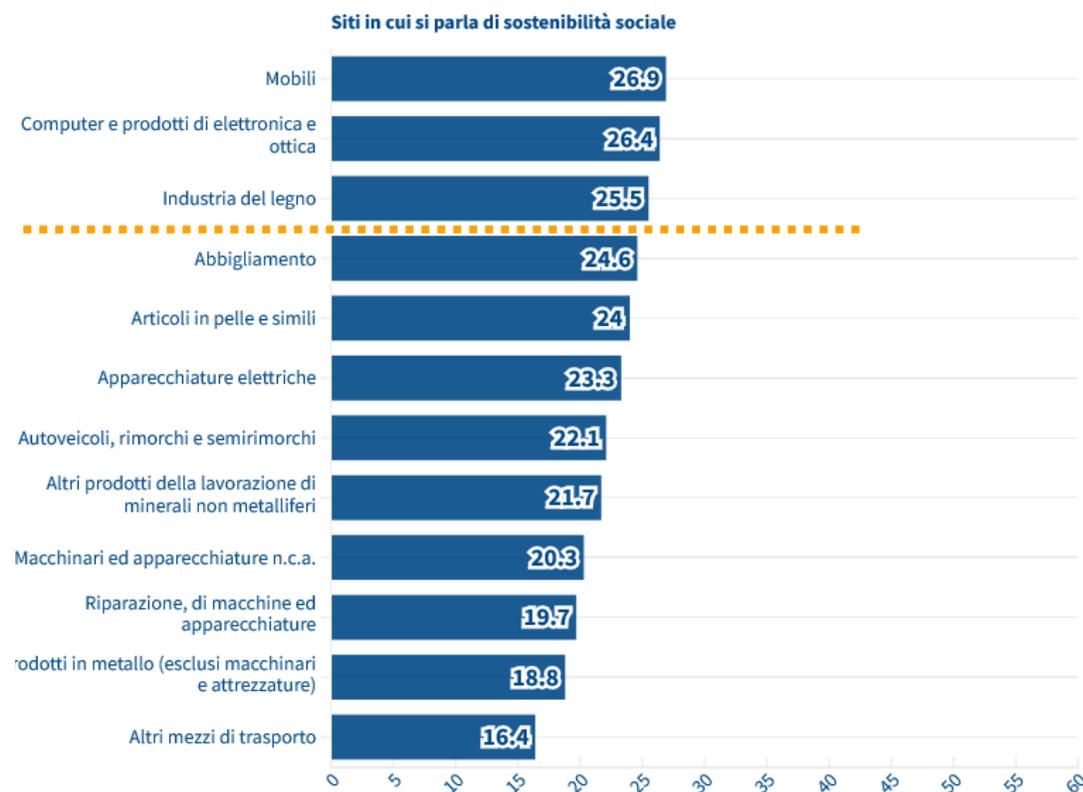
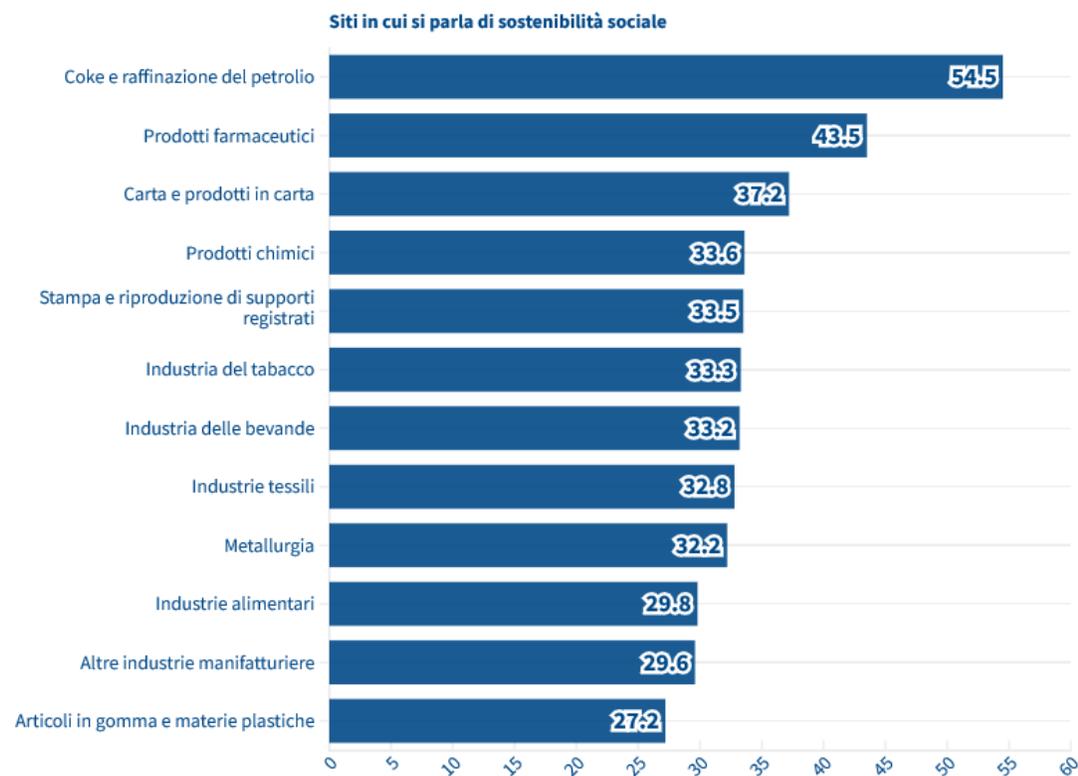


| | Ambientale | Sociale |
|---------|------------|---------|
| Grandi | 57,6 | 49,0 |
| Medie | 54,5 | 31,8 |
| Piccole | 44,0 | 16,6 |
| Tutte | 48,7 | 24,8 |



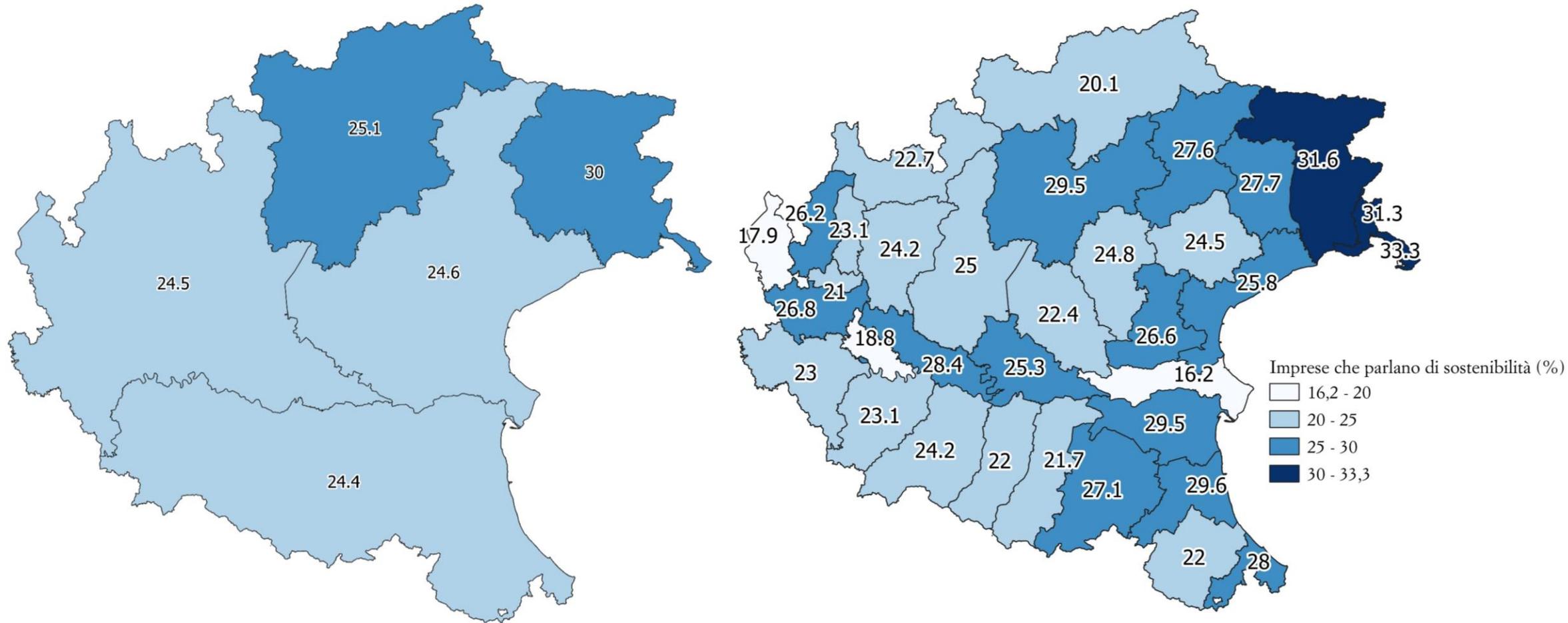
Chi parla di sostenibilità sociale?

Settori

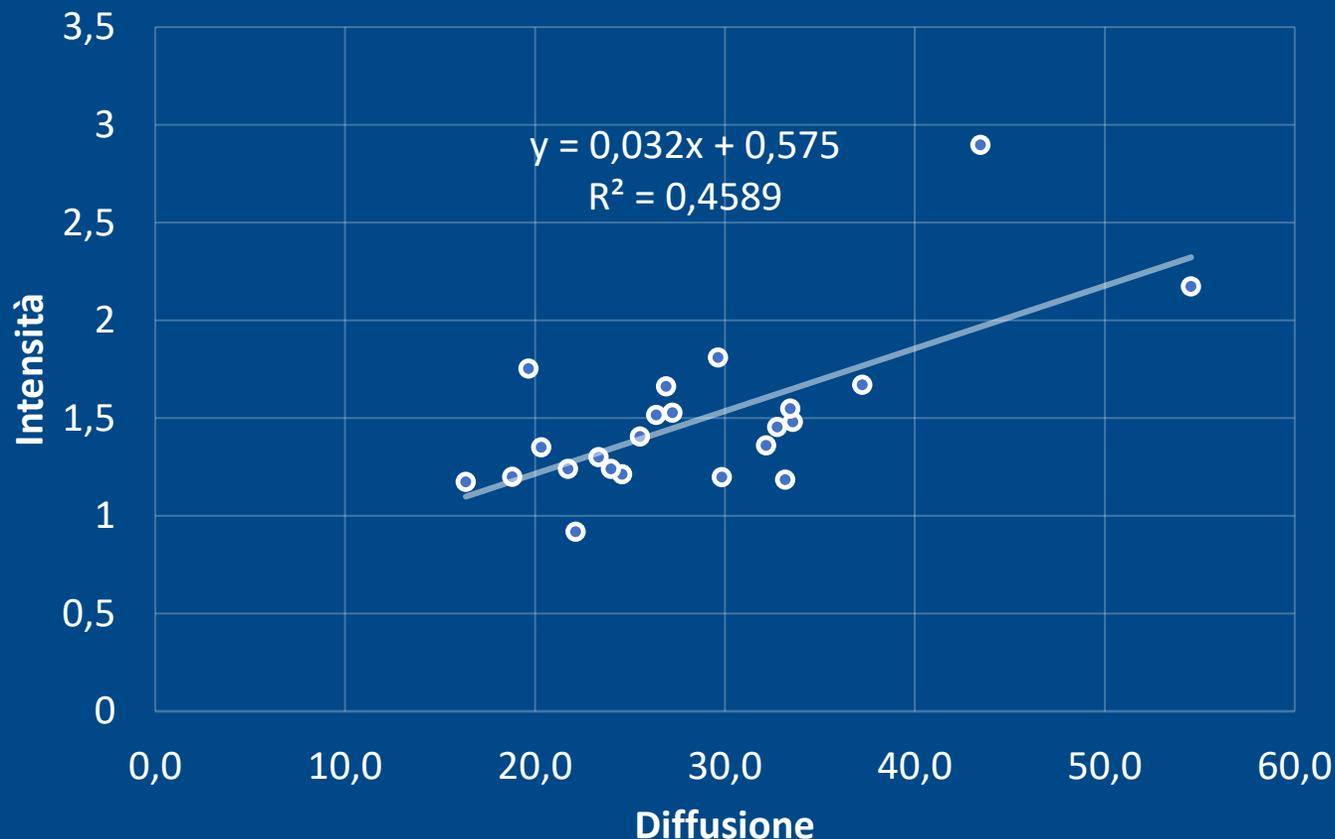


Chi parla di sostenibilità sociale?

Territori



Quanto se ne parla? Settori

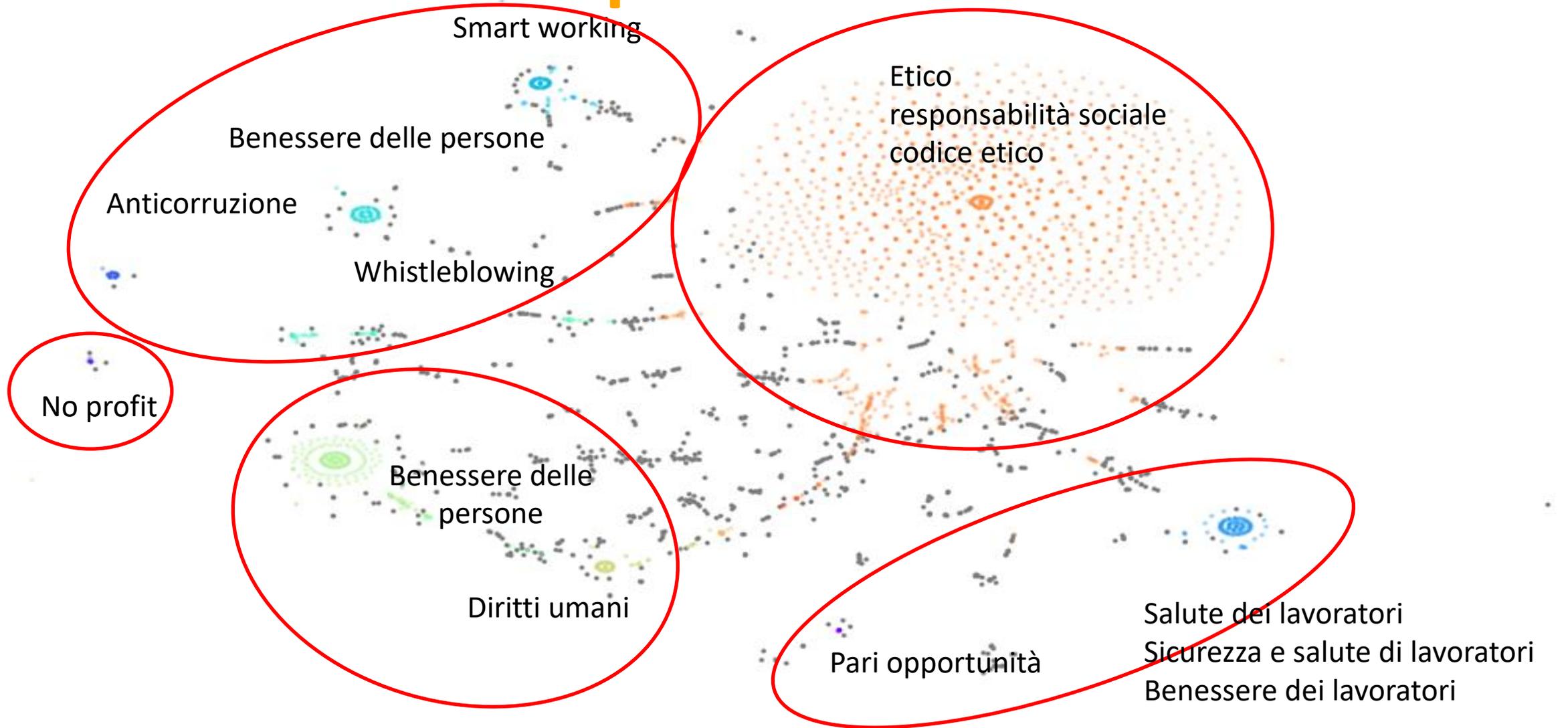


I settori in cui si parla più di sostenibilità sono quelli con i siti in cui si parla con maggior **intensità** di sostenibilità

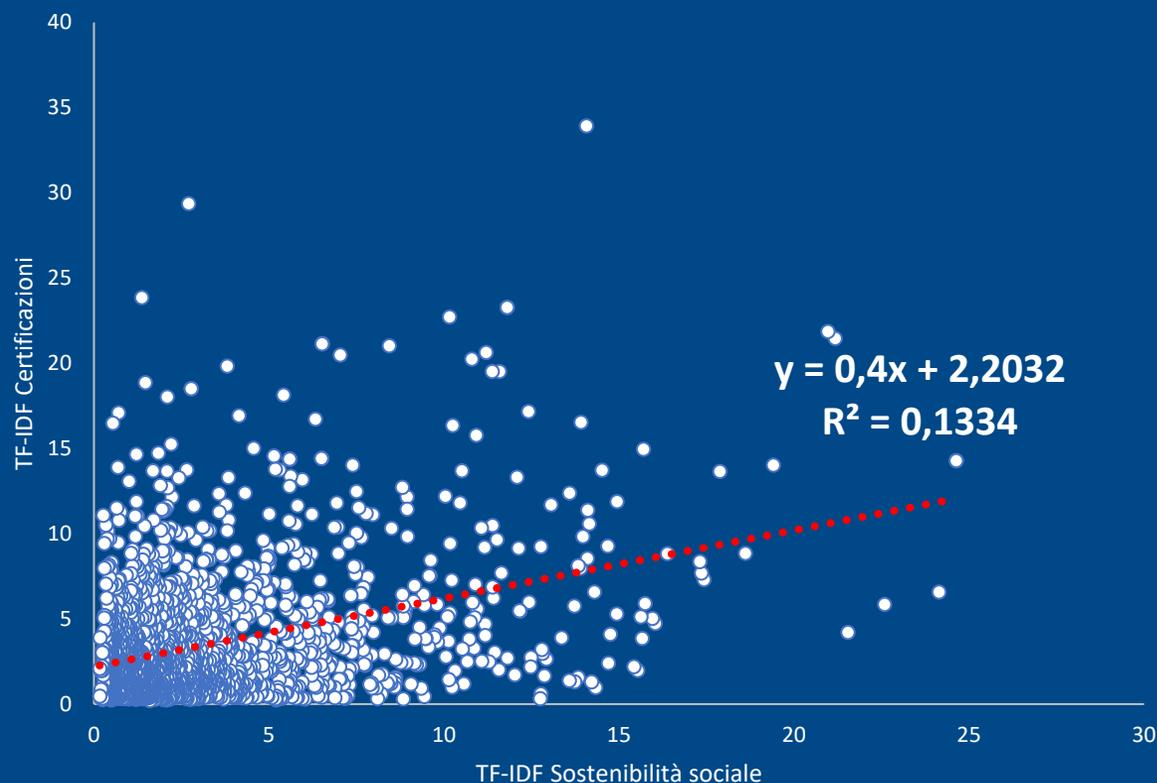
In che modo ne parla?



In che modo ne parla?



Greenwashing?



No! All'aumentare dell'intensità con cui si parla di sostenibilità sociale aumenta l'intensità di «certificazione»

Conclusioni

- La responsabilità sociale è iniziata a entrare in modo più **esplicito** nel modo in cui le imprese **raccontano** sé stesse
- La comunicazione che riguarda la sostenibilità ambientale risulta maggiormente diffusa
- È probabile che ci sia uno **scarto** tra il **dire e il fare**, questa volta a favore di quest'ultimo.

Conclusioni

- Le imprese italiane non sono molto abituate a raccontarsi
- La sostenibilità sociale non è percepita come vantaggio competitivo?
- Mancanza di consapevolezza sulle azioni che sono sostenibilità ambientale?
- Eppure... Employer branding

