

**UNIONCAMERE  
LOMBARDIA**  
Camere di commercio lombarde

# La sostenibilità ambientale e sociale nelle imprese Lombarde

## Focus sui principali settori

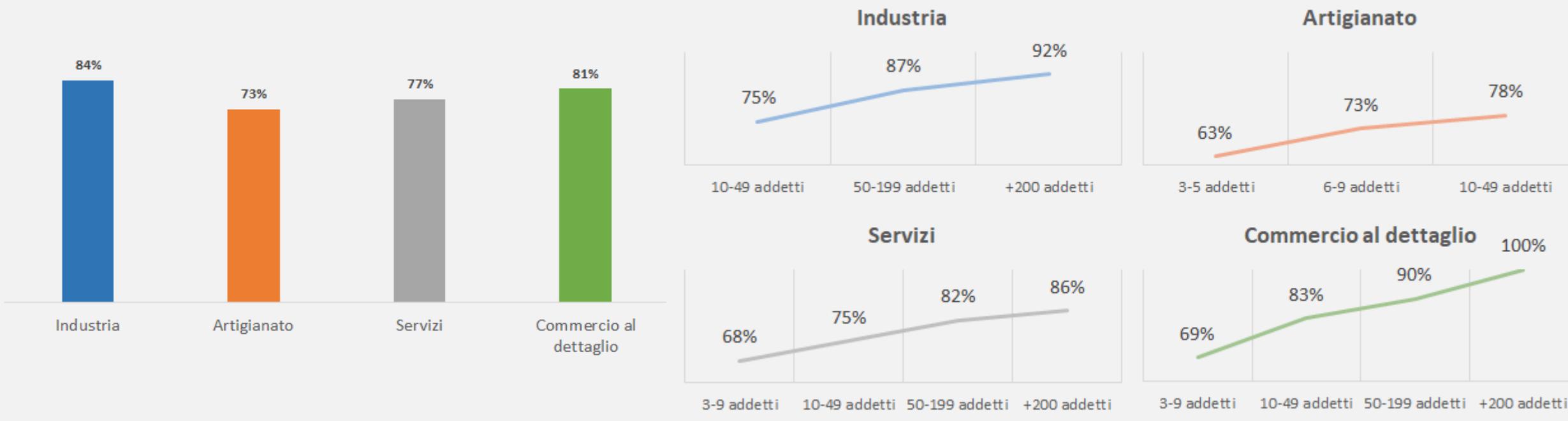
Marzo 2024



**Sviluppo sostenibile**



## Percentuali risposte «Molto importante» + «Abbastanza importante» per settore e classe dimensionale



Alla domanda «quanto considerate importante la sostenibilità per il vostro business» più di 7 imprese lombarde su 10 rispondono che è molto o abbastanza importante. La percentuale maggiore si registra per l'industria (84%), ma sono sensibili all'argomento anche le imprese artigiane manifatturiere (73%). Nel settore terziario le imprese del commercio al dettaglio dimostrano una maggior sensibilità (81%) rispetto a quelle dei servizi (77%).

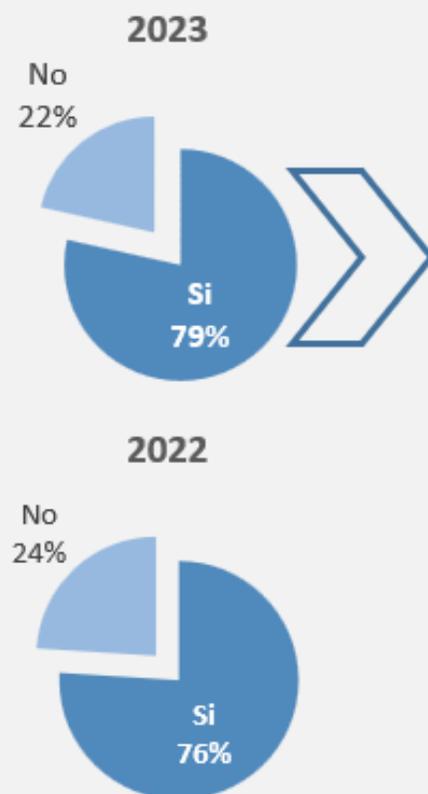
La dimensione d'impresa si conferma un fattore discriminante: in tutti i settori l'importanza attribuita alla sostenibilità cresce all'aumentare della dimensione superando il 90% per l'industria e raggiungendo il 100% nel commercio al dettaglio. Le classi dimensionali minori di artigianato, servizi e commercio registrano le quote inferiori sotto il 70%.



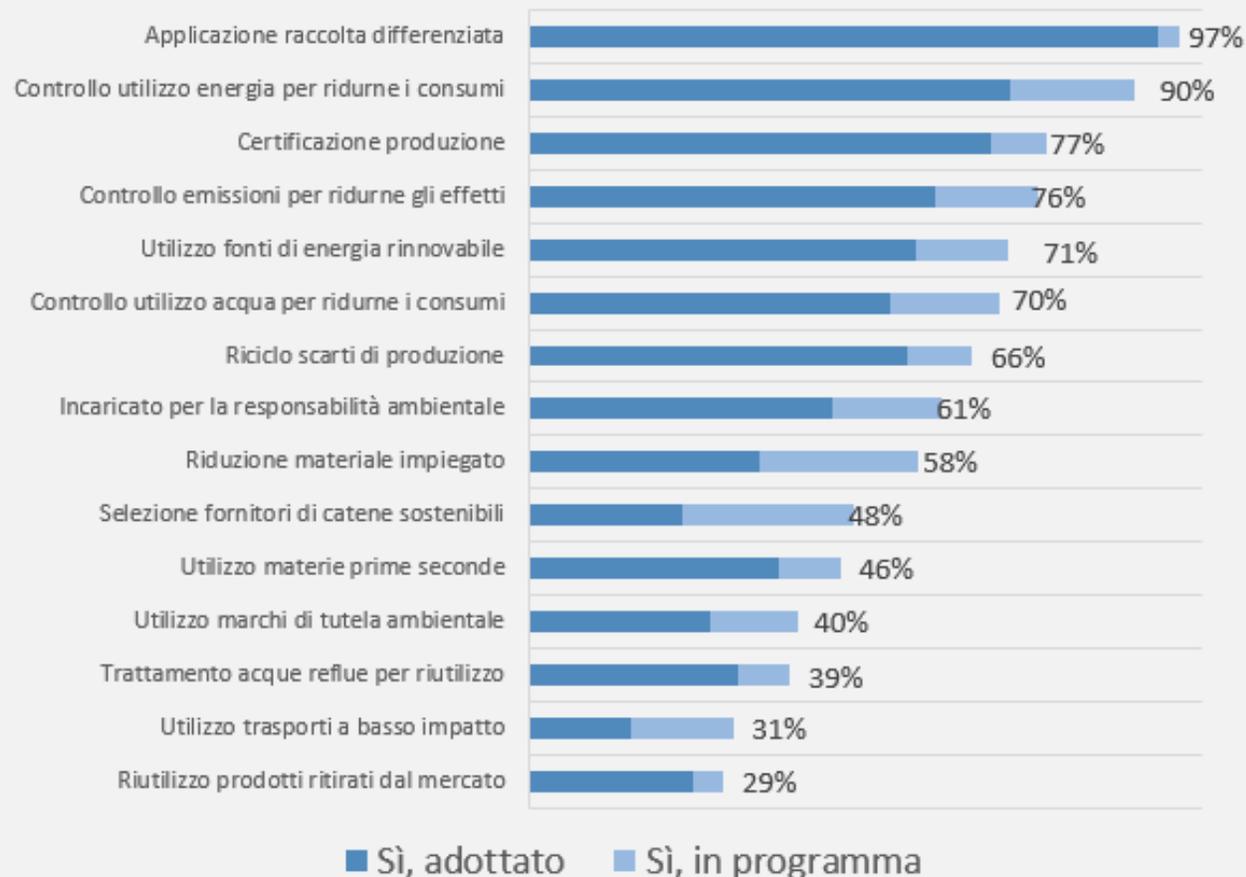
Nell'industria si avvicina all'80% la quota di imprese che dichiara di aver intrapreso misure per la riduzione dell'impatto ambientale, in aumento rispetto al 2022. Di queste il 97% indica di applicare la raccolta differenziata mentre, tra le altre azioni, spiccano il controllo dei consumi energetici (90%) sebbene in molti casi ancora da implementare, la certificazione della produzione (77%) e il controllo delle emissioni (76%).

Rispetto allo scorso anno guadagna posizioni l'utilizzo di fonti di energia rinnovabile, ora al 71% in quinta posizione. Altre misura adottate o in programma sono il controllo dell'utilizzo di acqua (70%), il riciclo degli scarti di produzione (66%) e l'inserimento in organico di un incaricato per la responsabilità ambientale (61%).

### Riduzione impatto ambientale



### Misura intraprese o programmate





Nell'artigianato è del 60% la quota di imprese che dichiara di aver intrapreso misure per la riduzione dell'impatto ambientale, anche in questo caso in aumento rispetto al 2022. L'applicazione della raccolta differenziata resta la misura principale (98%) mentre, tra le altre azioni, spiccano il controllo dei consumi energetici (81%) sebbene in molti casi ancora da implementare, il riciclo degli scarti di produzione (67%), il controllo delle emissioni (66%) e il controllo dell'utilizzo di acqua per ridurre i consumi (64%).

Anche fra gli artigiani, rispetto allo scorso anno, guadagna posizioni l'utilizzo di fonti di energia rinnovabile, ora al 51% in sesta posizione.

### Riduzione impatto ambientale

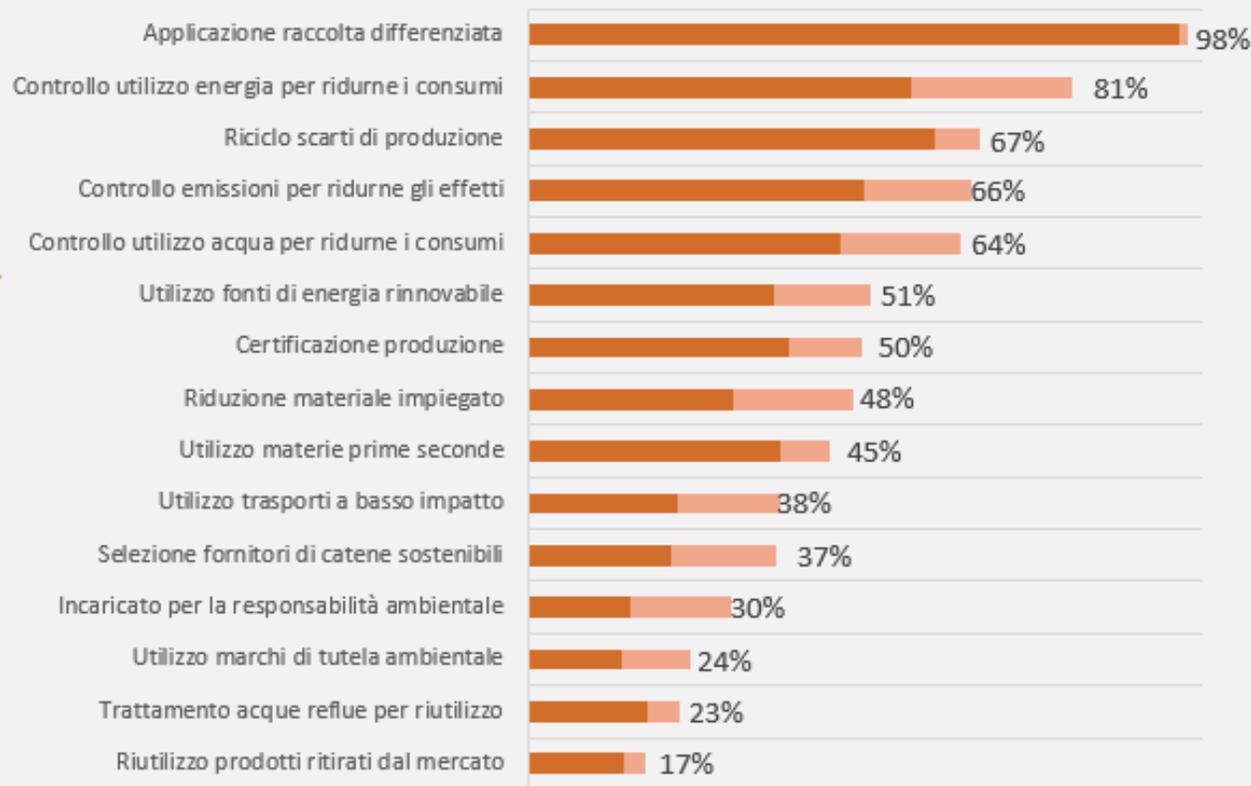
2023



2022



### Misure intraprese o programmate



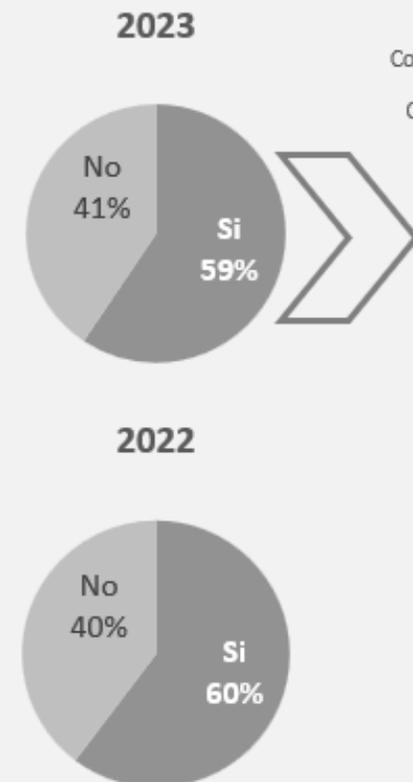
■ Sì, adottato   ■ Sì, in programma



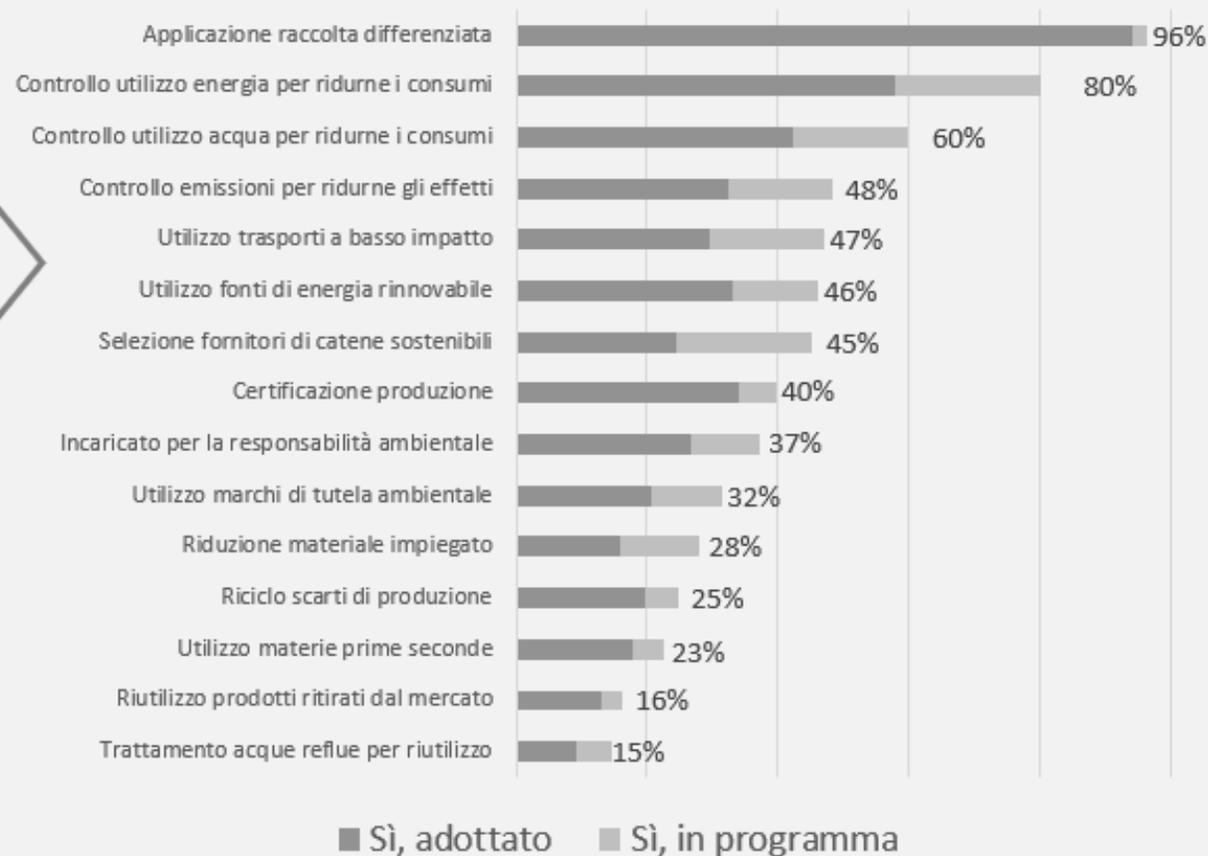
Nei servizi è del 59% la quota di imprese che dichiara di aver intrapreso misure per la riduzione dell'impatto ambientale, pressoché stabile rispetto al 2022. L'applicazione della raccolta differenziata resta la misura principale (96%) mentre, tra le altre azioni, spiccano il controllo dei consumi energetici (80%) e il controllo dell'utilizzo di acqua per ridurre i consumi (60%), sebbene entrambe sempre con molti casi ancora da implementare.

Distanziate, sotto il 50%, si trovano le altre misure con una maggior rilevanza per l'utilizzo di trasporti a basso impatto ambientale (47%) rispetto ai settori manifatturieri.

### Riduzione impatto ambientale



### Misure intraprese o programmate



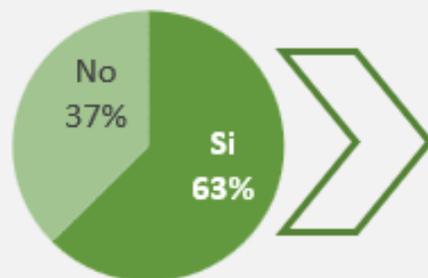


Nel commercio al dettaglio è del 63% la quota di imprese che dichiara di aver intrapreso misure per la riduzione dell'impatto ambientale, pressoché stabile rispetto al 2022. L'applicazione della raccolta differenziata resta la misura principale (95%) mentre, tra le altre azioni, spiccano il controllo dei consumi energetici (89%) e il controllo dell'utilizzo di acqua (63%), sebbene sempre con molti casi ancora da implementare e l'utilizzo di fonti rinnovabili (61%) che mantiene la quarta posizione, ma con una quota in sensibile crescita rispetto allo scorso anno (era il 49%).

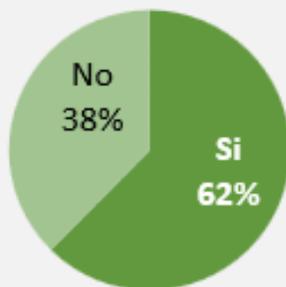
Segue la selezione di fornitori di catene sostenibili (50%) e il controllo delle emissioni (43%).

### Riduzione impatto ambientale

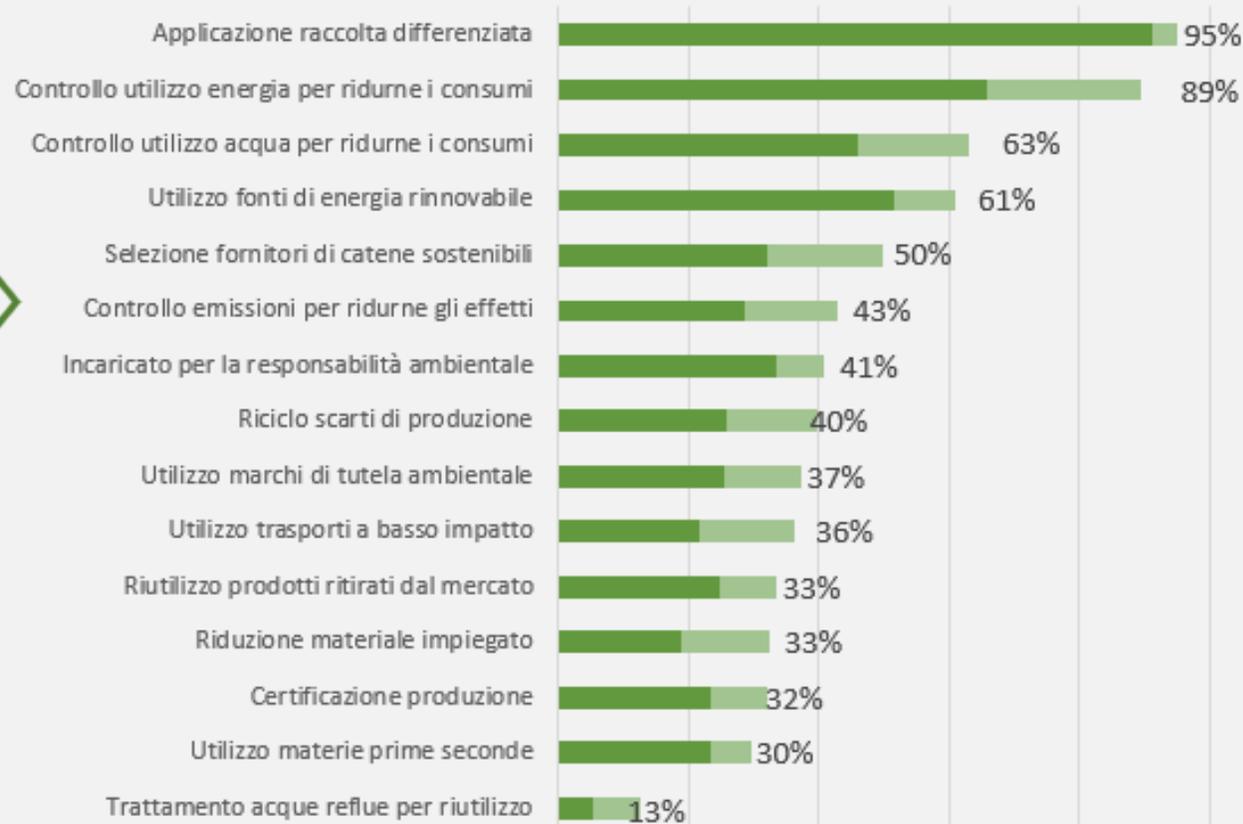
2023



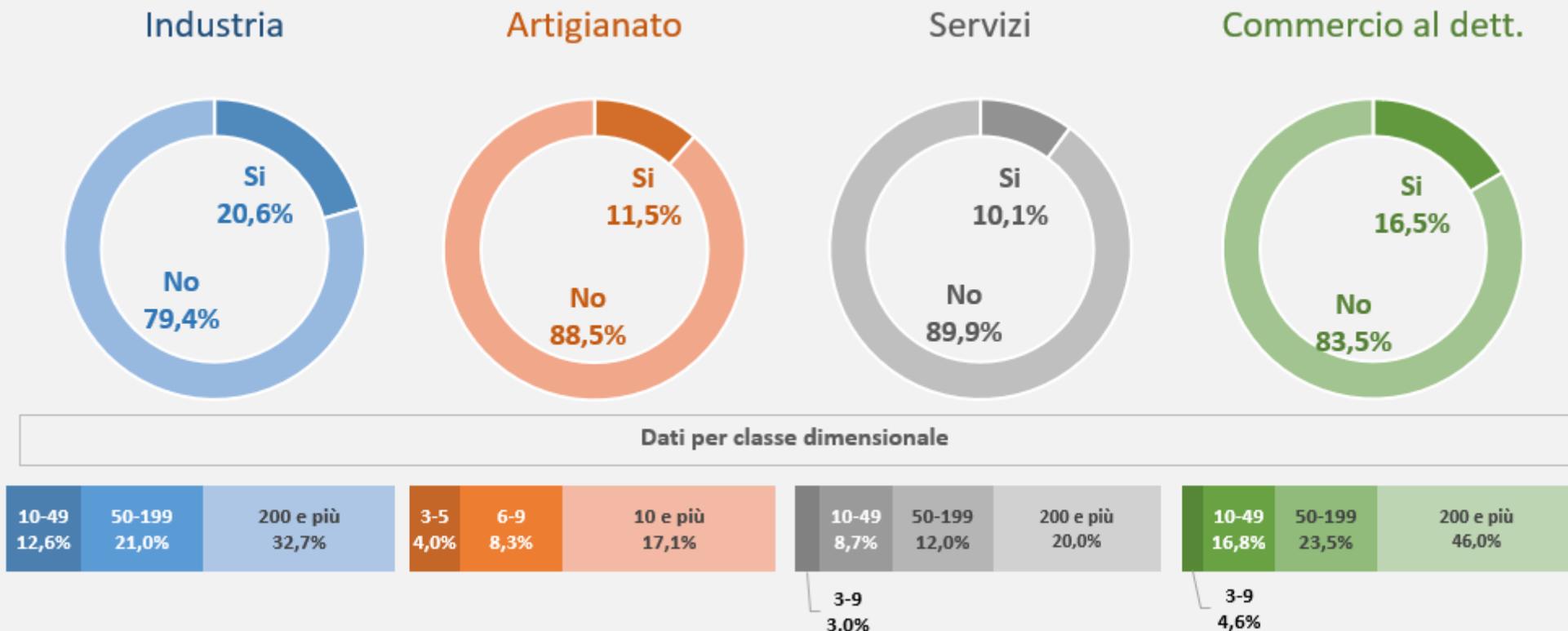
2022



### Misure intraprese o programmate



■ Sì, adottato   ■ Sì, in programma



Una quota limitata di imprese lombarde ha utilizzato sostegni/incentivi/fondi per realizzare investimenti in sostenibilità, che restano la minoranza. La quota maggiore fa riferimento alle imprese industriali (20,6%), seguite da quelle del commercio al dettaglio (16,5%). Solo poco oltre il 10% delle imprese artigiane e dei servizi li ha utilizzati.

Le imprese di maggiori dimensioni (oltre i 200 addetti) restano quelle che hanno fatto maggiormente ricorso a sostegni/incentivi/fondi per realizzare investimenti in sostenibilità, con punte del 46% nel commercio e del 32,7% nell'industria. Minime le quote di micro imprese del terziario: solo il 3% delle imprese con meno di 10 addetti nei servizi e il 4,6% nel commercio.

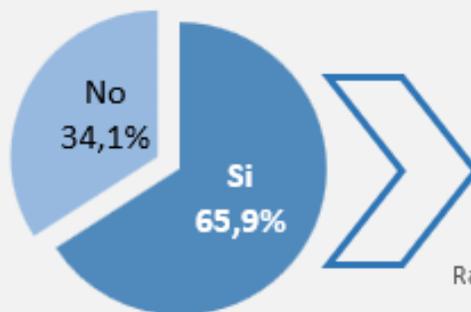


Quasi il 66% delle imprese dell'industria intervistate segue, o ha in programma di seguire, comportamenti per migliorare l'impatto sociale della loro attività, quota in sensibile crescita rispetto allo scorso anno.

Tra le misure intraprese o programmate spicca la formazione continua (93%) e la valutazione del benessere lavorativo (81%), ma con un alta percentuale di imprese che dichiara di averlo in programma ma non ancora realizzato. Seguono a parimerito i progetti di alternanza scuola-lavoro e la promozione dei fornitori del territorio in cui risiedono (73%).

### Miglioramento impatto sociale

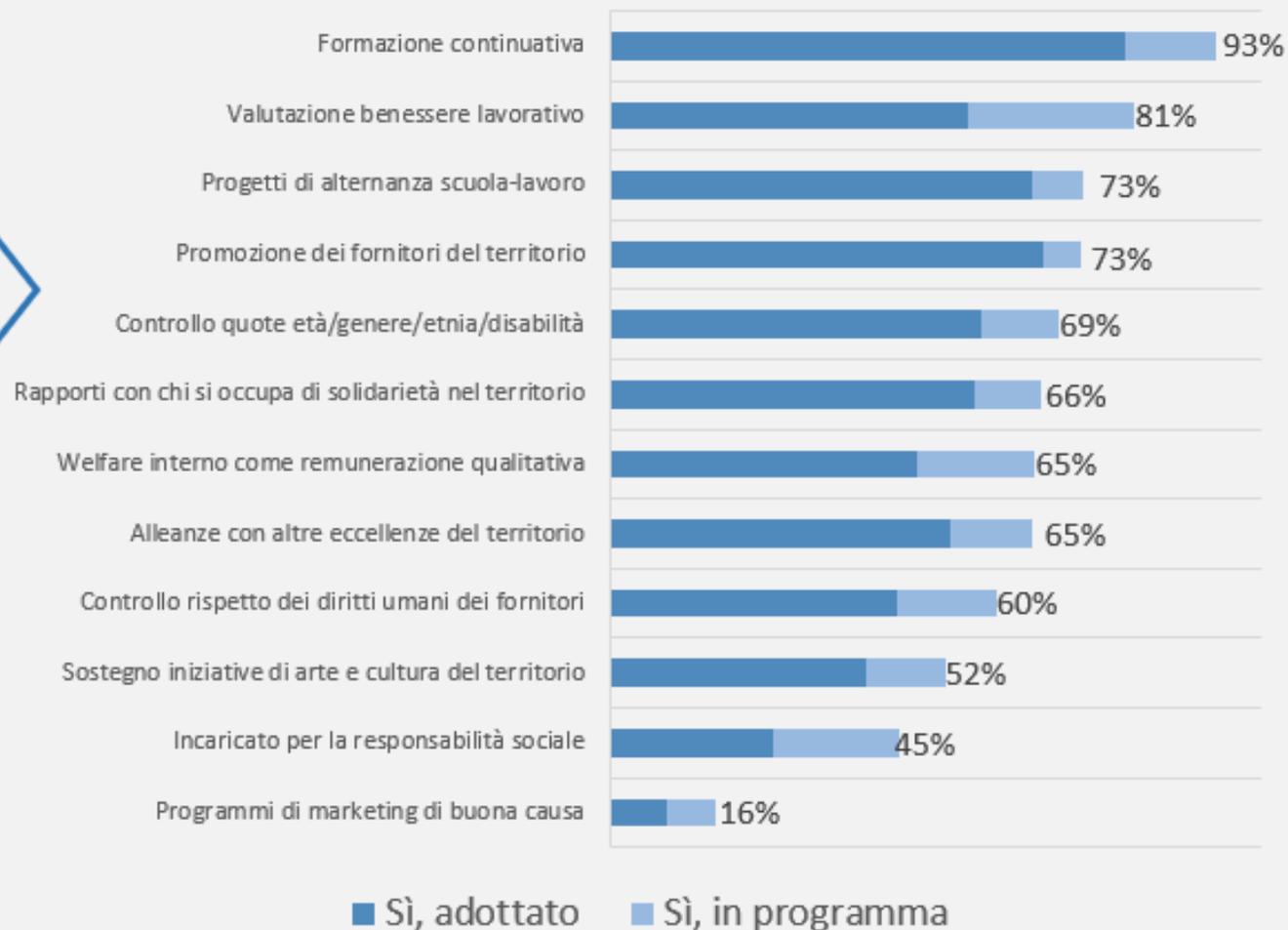
2023



2022



### Misure intraprese o programmate





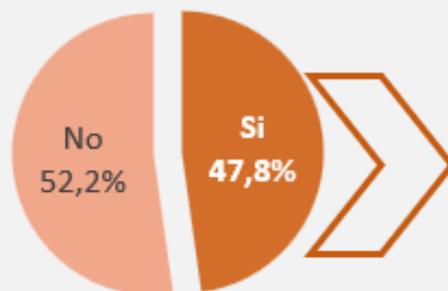
Le imprese artigiane manifatturiere sono meno sensibili delle industriali riguardo alla sostenibilità sociale. La quota di artigiani che dichiara di seguire o avere in programma comportamenti per migliorare l'impatto sociale aumenta rispetto allo scorso anno ma resta ancora la minoranza (47,8%).

Di queste l'89% ha intrapreso o programmato misure di valutazione del benessere lavorativo, l'82% la formazione continua e l'80% ha promosso i fornitori del loro territorio.

Segua, a distanza, il controllo delle quote di età, genere o disabilità (63%).

### Miglioramento impatto sociale

2023



2022



### Misure intraprese o programmate





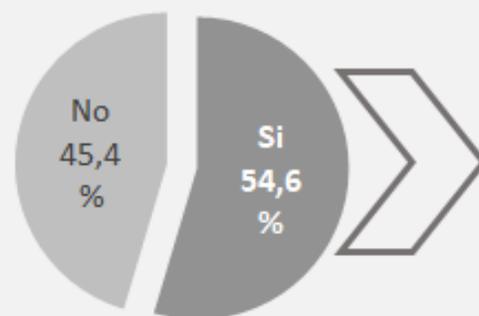
Nel comparto terziario il settore dei servizi è quello più sensibile al tema della sostenibilità sociale, con il 54,6% delle imprese che dichiara di seguire o avere in programma comportamenti per migliorare l'impatto sociale della propria attività.

Di queste il 90% ha intrapreso o ha in programma la formazione continua e l'87% la valutazione del benessere lavorativo, ma entrambi con una significativa quota di imprese che hanno solo programmato queste misure.

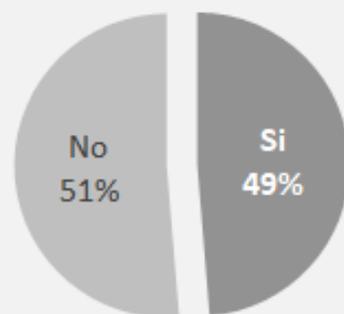
Seguono, con una maggior quota di realizzazione, il controllo delle quote di età, genere o disabilità (73%), la promozione dei fornitori del territorio e le alleanze con altre eccellenze del territorio a parimerito (63%).

### Miglioramento impatto sociale

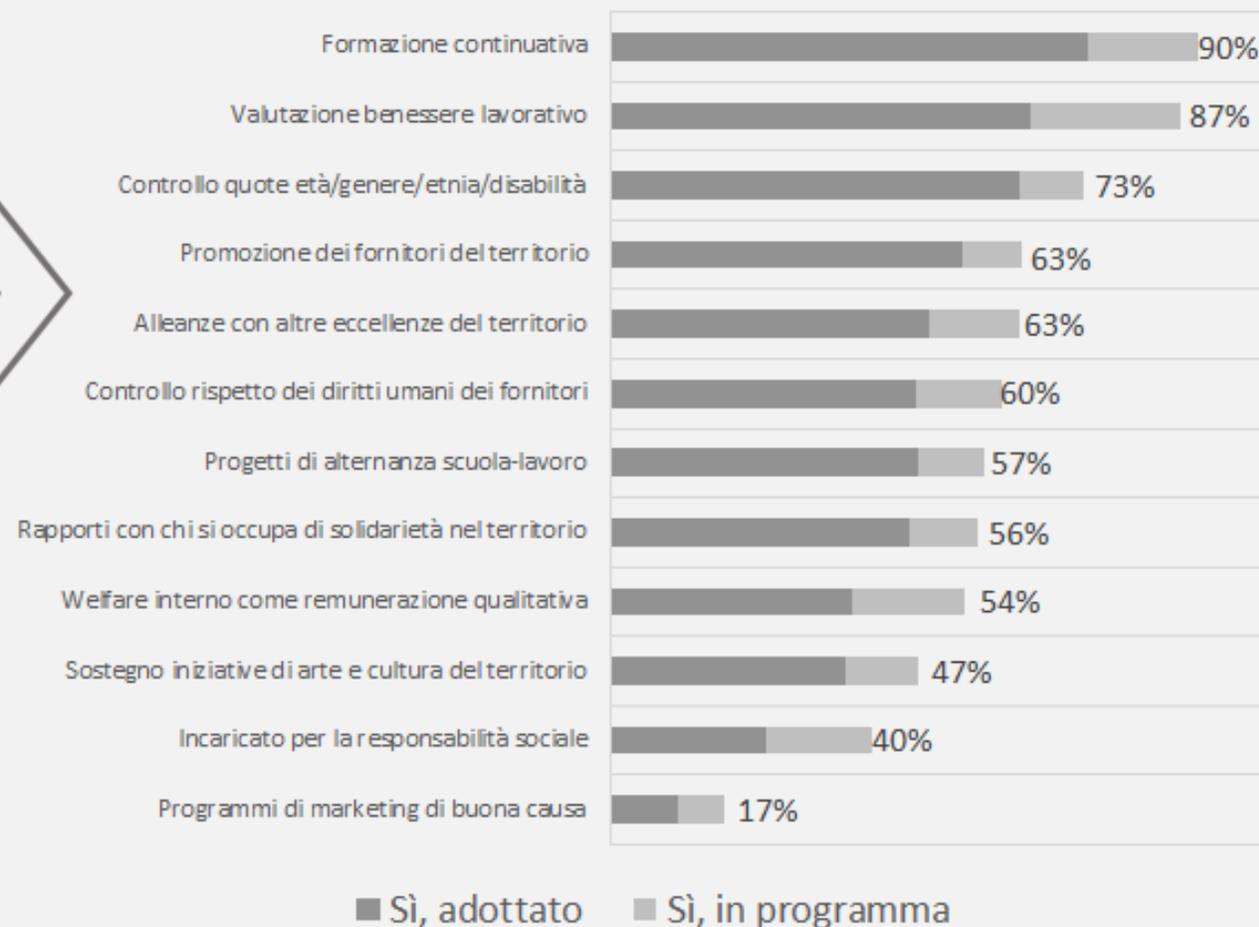
2023



2022



### Misure intraprese o programmate



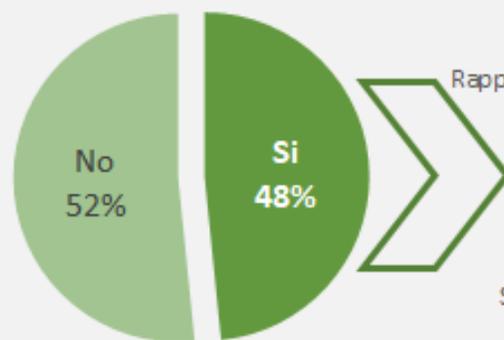


Nel settore del commercio resta ferma al 48% la quota di imprese che dichiara di aver intrapreso o avere in programma azioni di miglioramento dell'impatto sociale della propria impresa.

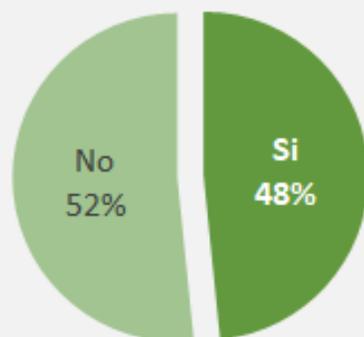
Di queste l'86% ha intrapreso o ha in programma misure di formazione continua e il 77% la valutazione del benessere lavorativo, entrambe le misure presentano però una significativa percentuale relativa alla sola programmazione.

Seguono i rapporti con chi si occupa di solidarietà nel territorio (76%) e il controllo delle quote di età, genere o disabilità (72%).

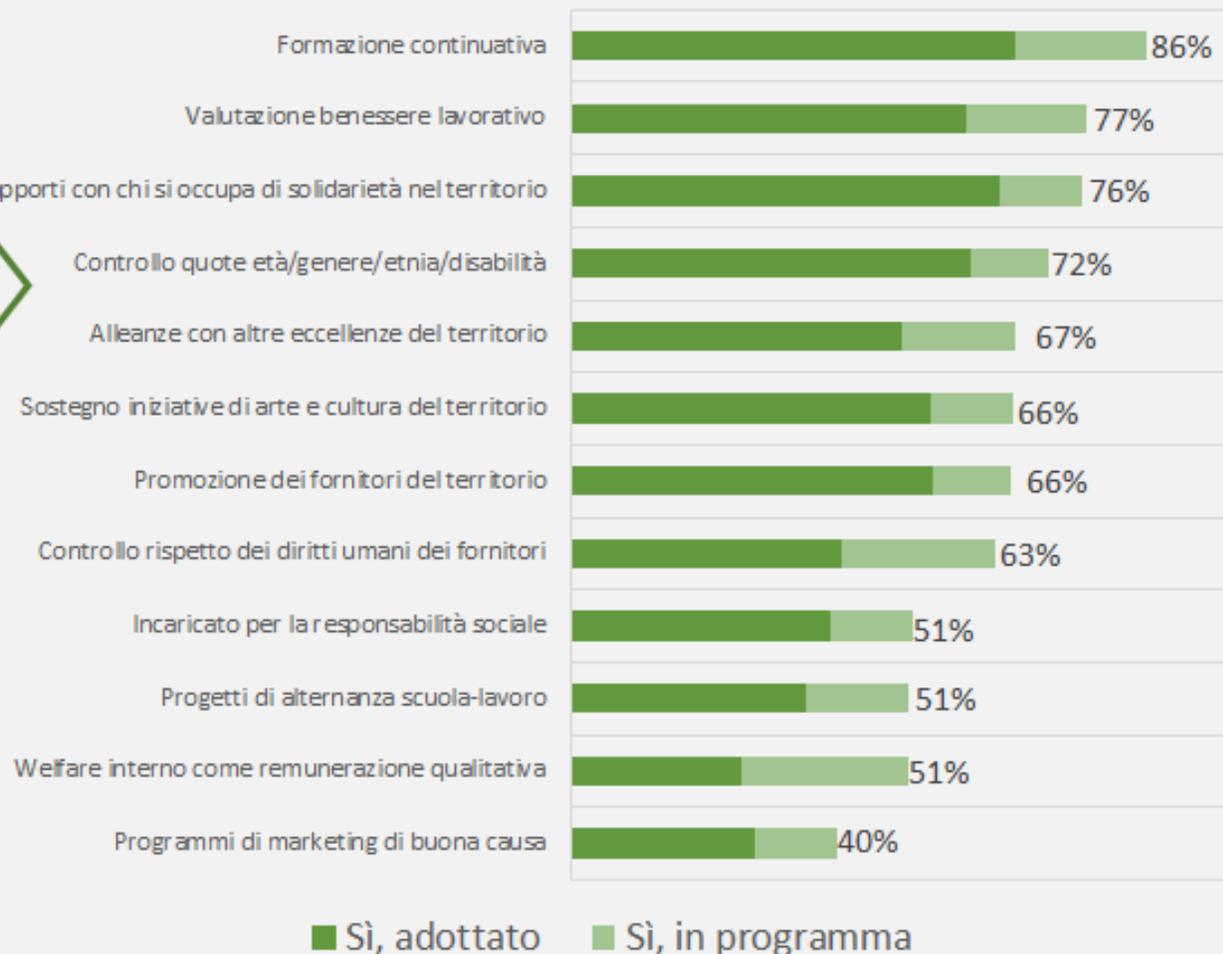
### Miglioramento impatto sociale 2023



2022



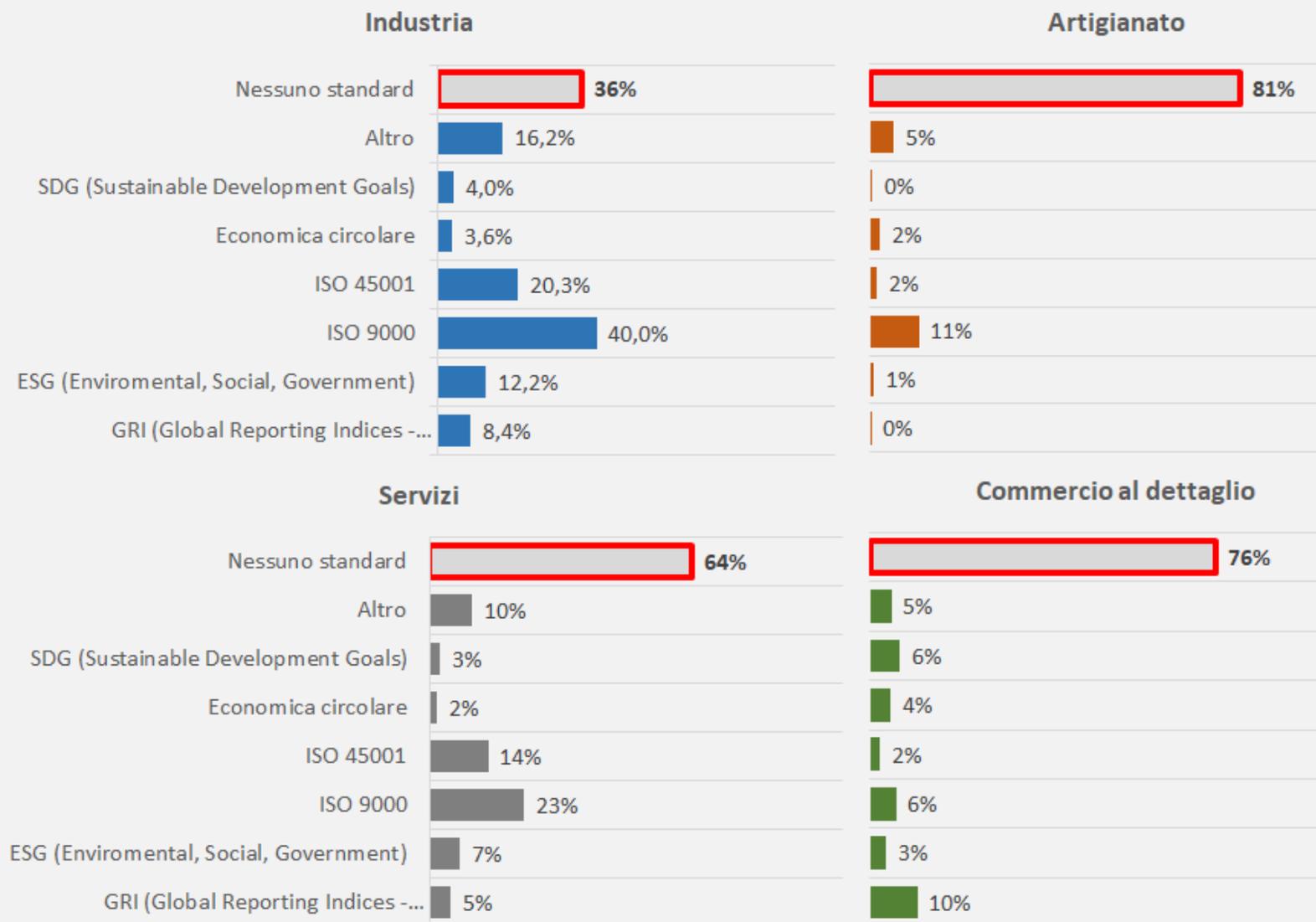
### Misure intraprese o programmate





L'utilizzo di standard di valutazione della sostenibilità è diffuso tra le imprese industriali, con il 64% delle intervistate che dichiara di utilizzarli. Negli altri settori l'utilizzo è relegato a una minoranza di imprese, in particolare sono poco utilizzati dalle imprese artigiane (19%) e da quelle del commercio (24%), e poco più utilizzati dalle imprese dei servizi (36%).

Tra gli standard di valutazione spicca l'ISO9000 in quasi tutti i settori, con il massimo per l'industria (40%), tranne che nel commercio al dettaglio dove prevale l'utilizzo del Global Reporting Indices o Bilancio Sociale (GRI) utilizzato dal 10% delle imprese. Al secondo posto per l'industria (20,3%) e i servizi (14%) risulta l'utilizzo di ISO45001, mentre nel commercio oltre all'ISO9000 (6%) è utilizzato anche lo standard Sustainable Development Goals (SDG) con il 6%.



Nota: domanda a scelta multipla. Un'impresa può utilizzare più standard di valutazione



## Analisi dell'argomento «sostenibilità» nei siti web delle imprese

Oltre all'indagine diretta presso le imprese, mediante la somministrazione di un questionario, sono stati analizzati più di 4.000 siti web delle imprese facenti parte del campione di oltre 6.000 imprese dell'analisi congiunturale di Unioncamere Lombardia utilizzando tecniche di text mining. L'analisi ha permesso di sapere in quanti siti web si parla di sostenibilità, con che intensità se ne parla e come se ne parla. In **2.355 siti web** dei 4.342 individuati (**54,8%** dei siti web), le imprese decidono di comunicare la sostenibilità con maggior frequenza per la **sostenibilità ambientale (45,6%** dei siti web) e meno per la **sostenibilità sociale (26,7%** dei siti web). A livello settoriale le **imprese manifatturiere (47%)** e quelle dei **servizi (45,5%)** sono le più attente a comunicare la sostenibilità ambientale mentre, per quanto riguarda la **sostenibilità sociale** la classifica si inverte con al primo posto le imprese dei servizi (**30,7%**), seguite dalle manifatturiere (**28,4%**). I motivi che potrebbero spiegare questo scarto sono che la sostenibilità sociale, a differenza di quella ambientale, non viene ancora percepita dalle imprese come vantaggio competitivo e quindi non è un elemento importante da comunicare sui propri siti web. Un'ulteriore ipotesi riguarda la mancanza di consapevolezza che alcune delle azioni intraprese dall'impresa rientrano nel campo della sostenibilità sociale, e per questo motivo non vengono presentate.

La comunicazione che riguarda **certificazioni e marchi** riconducibili alla sostenibilità risulta maggiormente diffusa nel **manifatturiero (29%)**.

In generale le imprese del **comparto artigiano** sembrano più restie a utilizzare il web per comunicare il proprio livello di sostenibilità. Un ritardo, rispetto al dato generale che non risulta particolarmente marcato per quanto riguarda la **sostenibilità ambientale (41%** di imprese nell'**artigianato** rispetto a **45,6% tra tutte le imprese**). La comunicazione che riguarda la **sostenibilità sociale** fa registrare una differenza più ampia: **18,2% nell'artigianato, 26,7% il dato generale**. Sul dato influisce, probabilmente, la questione dimensionale.











I dati presentati in questo rapporto derivano dall'indagine realizzata trimestralmente da Unioncamere Lombardia su quattro campioni: imprese industriali, imprese artigiane, imprese commerciali e imprese dei servizi e da un'analisi dei loro siti web mediante tecniche di text mining.

### Indagine diretta con questionario

Per la selezione delle aziende da intervistare è stata utilizzata la tecnica del campionamento stratificato proporzionale secondo: l'attività economica in base alla codifica ATECO 2007, la dimensione d'impresa e la provincia di appartenenza. Alcuni degli strati sono stati sovra campionati per garantire una maggiore significatività dei dati disaggregati per classe dimensionale, provincia o settore. Per garantire il raggiungimento della numerosità campionaria fissata è stata estratta casualmente anche una lista di soggetti sostituti. Questo metodo garantisce ogni trimestre la raccolta di 1.500 interviste valide, cioè al netto delle mancate risposte, per l'indagine sulle imprese industriali, 1.100 per l'indagine sulle imprese artigiane, 1.200 per l'indagine sulle imprese commerciali e 1.200 per l'indagine sulle imprese dei servizi. Le interviste vengono svolte utilizzando una tecnica mista CATI e CAWI che permette di rilevare, in tempi alquanto contenuti, più di 20 variabili quantitative e una decina di variabili qualitative. Ogni trimestre viene anche sottoposto un questionario relativo a un Focus di approfondimento su diverse tematiche (per esempio: investimenti, credito, digitalizzazione, temi rilevanti del momento, ecc...).

### Analisi siti web

L'analisi ha riguardato 4.342 imprese con sito web attivo facenti parte delle oltre 6.000 del campione dell'analisi congiunturale di Unioncamere Lombardia. Il metodo utilizzato fa riferimento alla tecnica del text mining (conosciuto anche come Intelligent Text Analysis, Text Data Mining o Knowledge-Discovery in Text - KDT) che viene definito come la scoperta, effettuata grazie al computer, di informazioni precedentemente sconosciute che vengono automaticamente estratte da diverse risorse scritte. Per l'estrazione e l'analisi dei dati provenienti dal web, è stato utilizzato un approccio "bag-of-words" o "basket of words" (BOW) che risponde all'idea che un gruppo di parole (appunto, la BOW) identifichi delle tematiche. La presenza di queste parole indica, quindi, il fatto che in quel sito si parli di un determinato argomento. In dettaglio sono state estratte dai siti Web le informazioni relative a un insieme specifico di parole (le BOW). Queste informazioni sono state analizzate utilizzando strumenti che permettono di "pesare" quanto e con che intensità si parla di un determinato argomento. Questa metodologia ha permesso di creare un indice della presenza di alcuni termini in ogni sito web.



Quest'opera è stata rilasciata con licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale. Per leggere una copia della licenza visita il sito web: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/> o spedisce una lettera a Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

Tu sei libero di:

 **Condividere** — riprodurre, distribuire, comunicare al pubblico, esporre in pubblico, rappresentare, eseguire e recitare questo materiale con qualsiasi mezzo e formato

Il licenziante non può revocare questi diritti fintanto che tu rispetti i termini della licenza.  
Alle seguenti condizioni:

 **Attribuzione** — Devi riconoscere una menzione di paternità adeguata, fornire un link alla licenza e indicare se sono state effettuate delle modifiche. Puoi fare ciò in qualsiasi maniera ragionevole possibile, ma non con modalità tali da suggerire che il licenziante avalli te o il tuo utilizzo del materiale.

 **Non Commerciale** — Non puoi utilizzare il materiale per scopi commerciali.

 **Non opere derivate** — Se remixi, trasformi il materiale o ti basi su di esso, non puoi distribuire il materiale così modificato.

**Divieto di restrizioni aggiuntive** — Non puoi applicare termini legali o misure tecnologiche che impongano ad altri soggetti dei vincoli giuridici su quanto la licenza consente loro di fare.

**Note:** non sei tenuto a rispettare i termini della licenza per quelle componenti del materiale che siano in pubblico dominio o nei casi in cui il tuo utilizzo sia consentito da una eccezione o limitazione prevista dalla legge.

Non sono fornite garanzie. La licenza può non conferirti tutte le autorizzazioni necessarie per l'utilizzo che ti prefiggi. Ad esempio, diritti di terzi come i diritti all'immagine, alla riservatezza e i diritti morali potrebbero restringere gli usi che ti prefiggi sul materiale.

Per la stesura del presente rapporto oltre ai dati rilevati per la congiuntura regionale da Unioncamere Lombardia sono stati utilizzati dati di varie fonti citate nello stesso. Il rapporto è stato chiuso con i dati disponibili a febbraio 2024.

Il rapporto è stato redatto dalla dott.ssa Maria Emilia Garbelli dell'Università di Milano Bicocca in collaborazione con la Funzione Studi e Informazione Economica di Unioncamere Lombardia.



**UNIONCAMERE  
LOMBARDIA**

Camere di commercio lombarde

[www.unioncamerelombardia.it](http://www.unioncamerelombardia.it)



**Sviluppo sostenibile**