



L'INDAGINE SUGLI ORIENTAMENTI DEGLI IMPRENDITORI DELLA GREEN ECONOMY



Il Consiglio Nazionale della Green Economy
in collaborazione con



Ministero dello Sviluppo Economico

STATI GENERALI DELLA GREEN ECONOMY 2014

L'INDAGINE SUGLI ORIENTAMENTI DEGLI
IMPRENDITORI DELLA GREEN ECONOMY

L'indagine sugli orientamenti degli imprenditori della green economy, condotta tra aprile e maggio del 2014 dalla Fondazione per lo sviluppo sostenibile in collaborazione con le organizzazioni delle imprese del Consiglio nazionale della green economy, ha raggiunto un campione di 437 imprenditori, che gestiscono imprese per un totale di 64.573 dipendenti e con un fatturato complessivo di 15 miliardi e 956 milioni. Si tratta di un campione eterogeneo, che include imprese di diverse dimensioni (micro, piccole, medie e grandi), distribuite su tutte le aree del paese (nord ovest, nord est, centro, sud e isole), di tutti i settori più rappresentativi della green economy italiana (agroalimentare di qualità ecologica, riciclo di rifiuti, altri beni e servizi di elevata qualità ecologica, energie rinnovabili, efficienza energetica, servizi per l'ambiente) 53.

L'indagine è articolata attraverso 56 affermazioni, relative a 8 argomenti ritenuti strategici nell'ottica di una green economy. Per ciascuna affermazione è stato chiesto ai soggetti intervistati di indicare il proprio livello di adesione. Sulla base delle risposte registrate, è stato prodotto un Indice di consenso che riporta per ogni specifica dichiarazione il livello di accordo medio raggiunto su una scala normalizzata da 0 (in netto disaccordo) a 12 (molto d'accordo).

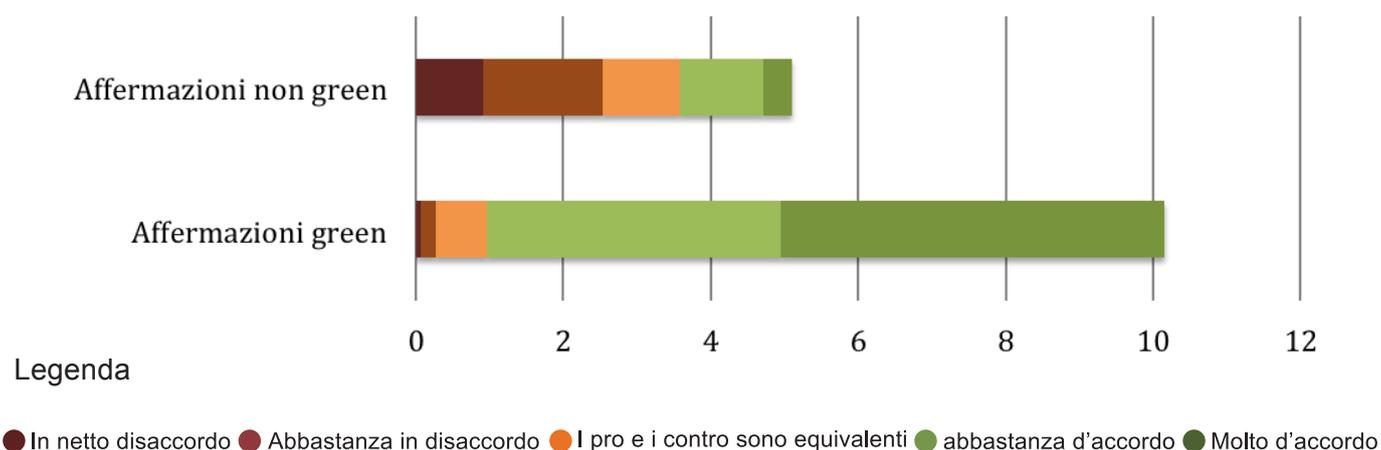
1.1 UNO SGUARDO D'INSIEME: GLI IMPRENDITORI DELLA GREEN ECONOMY COMINCIANO A FARE SQUADRA

Un primo risultato di ordine generale: il punteggio delle risposte alle affermazioni con un'impronta green si attesta su una media alta di accordo, pari a 10,2. Come controprova è stata inserita una decina di affermazioni a impronta non green o comunque orientate a un'idea di economia e di imprenditoria di stampo tradizionale, raccogliendo opinioni diffuse nel mondo industriale (tipo "in periodi di crisi l'impresa non può permettersi di essere troppo green"). L'indagine rileva che su queste affermazioni, a impronta non green, il livello di consenso degli imprenditori della green economy è invece molto basso: con un punteggio di 5,1 che conferma la netta prevalenza delle valutazioni in disaccordo.

Fig 1 Livello medio di consenso distinto per le affermazioni green e non green

53 I documenti integrali sui questionari e sulle risposte sono reperibili sul sito www.statigenerali.org.

1 Le imprese sono state chiamate a esprimersi attraverso 5 livelli di adesione: in netto disaccordo (0 punti), abbastanza in disaccordo (3 punti), i pro e i contro sono equivalenti (6 punti), abbastanza d'accordo (9 punti) e molto d'accordo (12 punti)



Forti di un campione significativo per settori indagati, per dimensione aziendale e per distribuzione geografica, possiamo documentare un fenomeno che aveva già dato segnali significativi (opinioni espresse da questi imprenditori in diversi incontri, interviste e occasioni di confronto, nonché la stessa elevata partecipazione agli Stati generali della green economy): la formazione di un gruppo abbastanza esteso di imprenditori che si differenzia dalla visione tradizionale del mondo imprenditoriale – fino a non molto tempo fa largamente prevalente se non unica – e si caratterizza per un nuovo orientamento, chiaramente green. L'indagine segnala che questi imprenditori stanno cominciando a fare squadra, a operare nella stessa direzione, sulla base di idee e convinzioni condivise. Imprenditori che gestiscono imprese che svolgono attività a valenza ambientale esistono e operano da molti anni. E' vero che queste attività sono cresciute e queste imprese sono aumentate, ma ciò che registriamo con l'indagine condotta non è solamente una crescita – pure importante – quantitativa, ma un salto culturale che ha cambiato il panorama dell'imprenditoria italiana, non più omogeneo, ma sempre più caratterizzato da una presenza significativa di imprenditori con un orientamento green. Tale cambiamento modifica il quadro generale dell'attenzione e della consapevolezza ecologica del paese: attenzione e consapevolezza ecologica che non coinvolgono più solo settori – per la maggior parte formati da giovani e donne – del ceto medio riflessivo, ma anche una parte importante del mondo delle imprese. Alla base di questo processo di crescita della consapevolezza ecologica si

possono individuare, anche con una lettura attenta delle risposte di questa indagine, diversi fattori: da una parte sono aumentate le opportunità di sviluppo delle imprese green; dall'altra, si sentono sempre maggiori sollecitazioni prodotte sia dalla crisi, verso nuovi prodotti e nuovi processi con maggiori possibilità di nuovi mercati, sia dalla crescente "scarsità ambientale", verso un maggior valore della qualità ambientale e un diverso e migliore benessere. È possibile che anche la narrazione della green economy cominci ad alimentare un sentire comune, una visione condivisa, in una parte importante del mondo delle imprese.

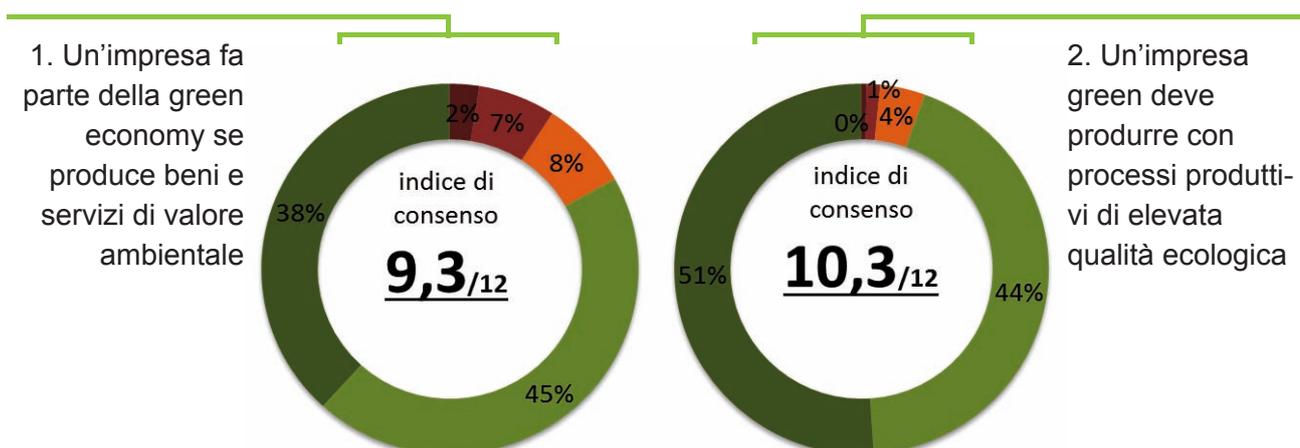
Nel paragrafo che segue approfondiremo questa valutazione, entrando nel merito delle risposte ricevute nell'ambito delle 8 tematiche indagate, selezionate sulla base delle proposte avanzate dai gruppi di lavoro preparatori e dai documenti programmatici degli Stati generali della green economy.

1.2 I RISULTATI DELLE OTTO TEMATICHE CHIAVE

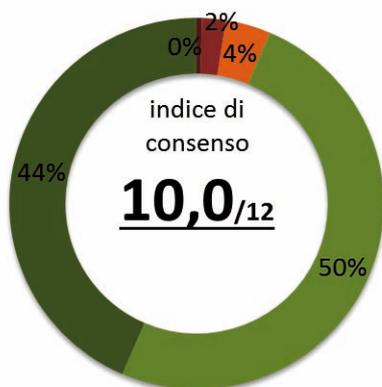
1.2.1 Rapporto fra imprese e green economy

Un primo tema considerato strategico per la promozione della green economy è quello relativo al rapporto esistente tra le imprese, con le loro scelte e le loro attività svolte a livello micro, e il processo più ampio di una transizione verso la green economy. Dall'indagine emerge innanzitutto un ampio accordo sia sul fatto che le imprese che producono beni e servizi di valore ambientale e con processi produttivi di elevata qualità ecologica facciano parte della green economy, sia anche – meno scontato – che un'impresa possa avviarsi sulla via di una green economy se realizza un serio programma di investimenti finalizzati a raggiungere un'elevata qualità ecologica del processo produttivo. Sempre positivo, anche se inferiore alla media, è il livello di consenso sul fatto che un'impresa green possa avere maggiori possibilità di successo di mercato: orientamento probabilmente influenzato dalla recessione sofferta anche da molte imprese green. Anche se, come già detto, risulta molto basso il consenso degli imprenditori della green economy sull'idea tradizionale che in periodi di crisi l'impresa non possa permettersi di essere troppo green. Allo stesso tempo risulta basso il consenso sull'idea che un'impresa green produca vantaggi positivi dal punto di vista ambientale, ma non necessariamente da quello economico. Ma forse ciò che segnala in modo più netto la consapevolezza culturale degli imprenditori della green economy è l'accordo altissimo (con un punteggio significativamente superiore alla media) sull'importanza attribuita ai valori e alla visione di chi guida un'impresa green. Il cammino di un'impresa verso una green economy segue percorsi complessi e impegnativi che passano spesso da cambiamenti di processi produttivi e di prodotti, di organizzazione, di scelte e di strategie aziendali: questi percorsi, per essere individuati e seguiti, richiedono e sollecitano determinazione e convinzioni robuste.

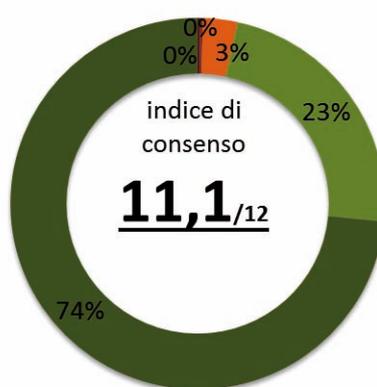
Fig 2 Il parere delle imprese: il rapporto tra imprese e green economy



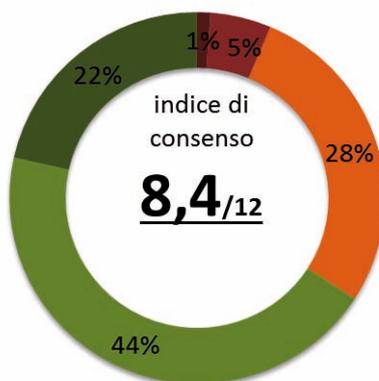
3. Un'impresa tradizionale può avviarsi verso una green economy se realizza un serio programma di interventi e di investimenti finalizzati a raggiungere un'elevata qualità ecologica del processo produttivo, dei beni e dei servizi prodotti



4. Per un'impresa green sono importanti anche i valori e la visione di chi la guida

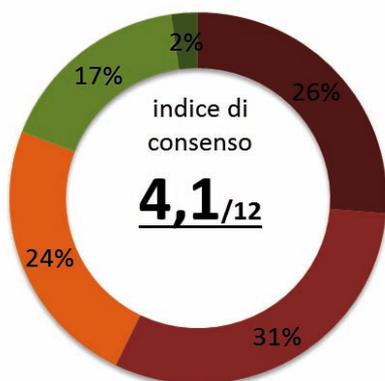


5. Un'impresa green può avere oggi maggiori possibilità di successo di mercato

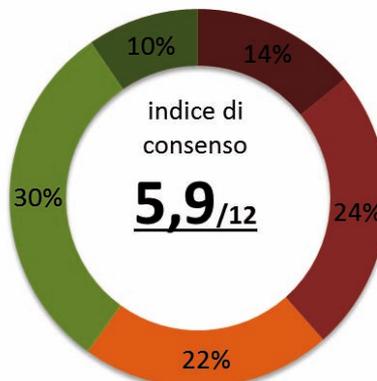


DOMANDE DI VERIFICA (NON GREEN)

6. In periodi di crisi l'impresa non può permettersi di essere troppo green



7. Un'impresa green produce vantaggi positivi dal punto di vista ambientale ma non necessariamente da quello economico



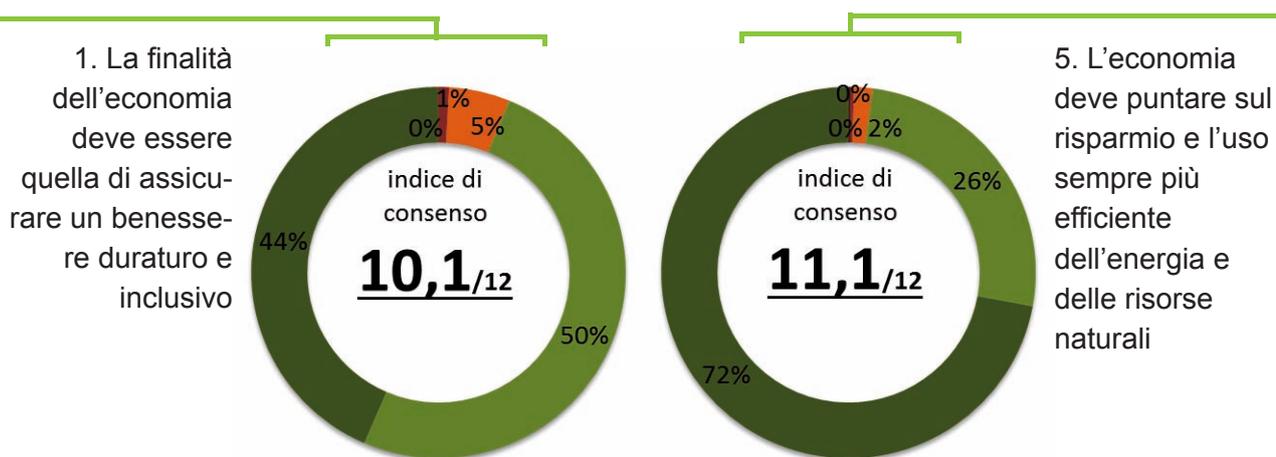
Legenda

● In netto disaccordo ● Abbastanza in disaccordo ● I pro e i contro sono equivalenti ● abbastanza d'accordo ● Molto d'accordo

1.2.2 La visione dell'economia

Il secondo tema affrontato nell'indagine è relativo alla visione dell'economia diffusa tra le imprese della green economy. Superiore alla media è il livello di consenso accordato dagli imprenditori della green economy all'idea che la finalità dell'economia debba essere quella di assicurare un benessere duraturo e inclusivo, capace di conservare il capitale naturale e assicurare i servizi ecosistemici per avere un futuro, capace di puntare sul risparmio e sull'uso sempre più efficiente dell'energia e delle risorse naturali. Dopo un lungo periodo di recessione, che ha colpito anche le imprese della green economy, va certamente rilevato, come segno di attenzione critica e di consapevolezza, il livello elevato di accordo degli imprenditori della green economy con l'idea che non tutto ciò che promuove una crescita economica abbia di per sé un valore positivo. Abbastanza alto è anche l'accordo sul fatto che la finanza debba essere più controllata e che il risparmio debba restare più ancorato agli investimenti locali, a conferma di un maggior legame ricercato dagli imprenditori della green economy con i rispettivi territori. Più controversa sembra essere, invece, la questione degli incentivi che supportano il costo dell'energia pagato dalle imprese in funzione della quantità di energia consumata, che registra un livello di consenso non trascurabile: una pratica ritenuta poco green da alcuni e necessaria da altri, cioè da coloro che operano in attività che consumano parecchia energia, ad esempio alcune attività di riciclo. Degne di nota sono le valutazioni degli imprenditori della green economy sull'affermazione "l'economia per progredire dovrebbe essere libera di seguire solo le leggi del mercato": circa il 61% si dichiara non d'accordo e solo il 21% d'accordo, mentre il resto del campione è sostanzialmente indifferente. L'imprenditore della green economy ritiene che il mercato sia uno strumento importante, ma non sia il solo capace di far progredire l'economia: questa è una premessa per sviluppare un pensiero più libero, più critico, in grado di capire anche i limiti e le inadeguatezze del mercato.

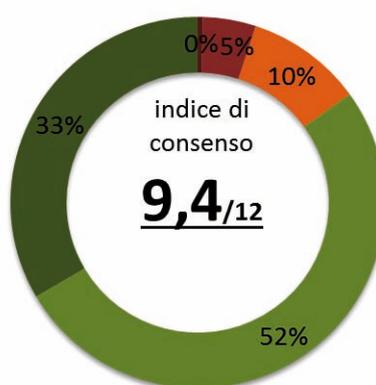
Fig 3 Il parere delle imprese: la visione dell'economia delle imprese green



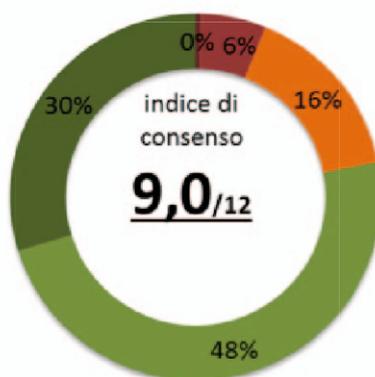
3. Tra le finalità dell'economia dovrebbero esserci quelle di conservare il capitale naturale e assicurare i servizi ecosistemici per avere un futuro



4. Non tutto ciò che promuove una crescita economica ha un valore positivo

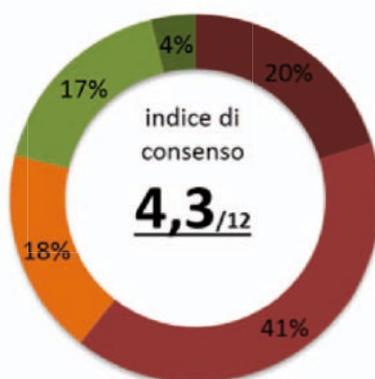


6. La finanza deve essere più controllata e l'impiego del risparmio deve restare più ancorato agli investimenti locali

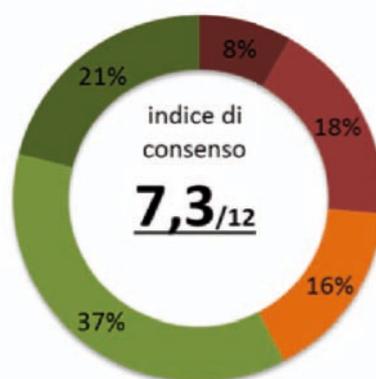


DOMANDE DI VERIFICA (NON GREEN)

2. L'economia per progredire dovrebbe essere libera di e seguire solo le leggi del mercato



7. E' giusto dare incentivi per supportare il costo dell'energia delle imprese in funzione della quantità di energia consumata



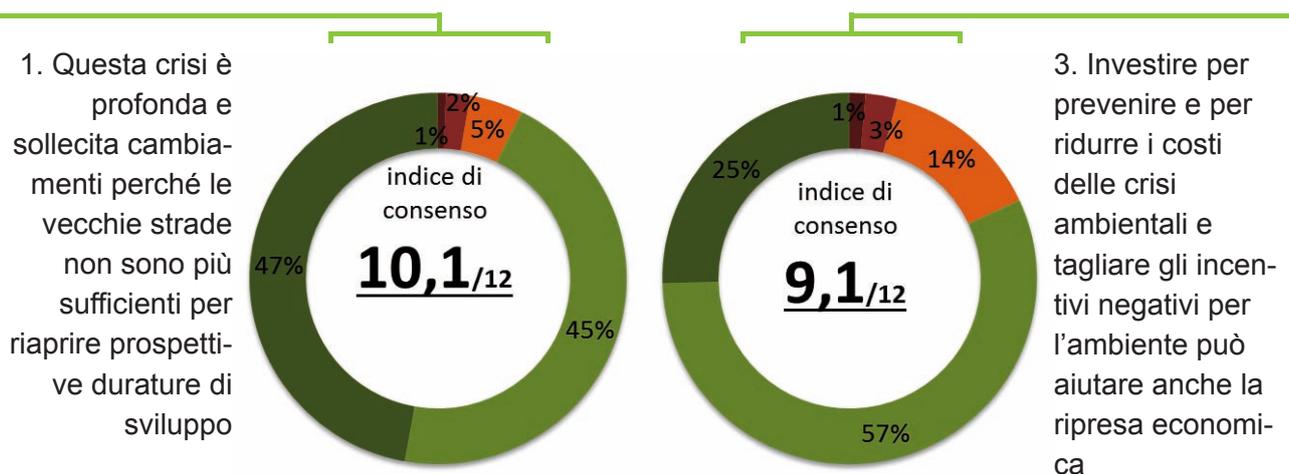
Legenda

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

1.2.3 La crisi economica

C'è un ampio accordo fra gli imprenditori della green economy con l'idea che questa crisi economica sia profonda e che solleciti cambiamenti (perché le vecchie strade non sono più sufficienti per riaprire prospettive durature di sviluppo) e con il fatto che innovare, differenziare, convertire produzioni e consumi in direzione green potrebbe contribuire in modo significativo ad alimentare una ripresa economica, con nuovi investimenti e nuova occupazione. Emerge con chiarezza anche la convinzione degli imprenditori della green economy che l'Italia possa uscire meglio dalla lunga recessione se trova la capacità di valorizzare la sua vocazione alla qualità e alla bellezza. È in questa convinzione che troviamo significativi punti di convergenza fra gli imprenditori della green economy e quelli che puntano sul successo, specie nelle esportazioni, del made in Italy. Anzi, pare del tutto probabile che questi – quelli del successo sui mercati esteri del made in Italy – non solo in parte significativa come già avviene, ma nella larghissima maggioranza finiranno con l'appartenere alla green economy perché punteranno ad assicurare ai loro prodotti anche una qualità green elevata. Un buon accordo raccoglie l'idea che investire per prevenire e ridurre i costi delle crisi ambientali e tagliare gli incentivi negativi per l'ambiente possano aiutare anche la ripresa economica. Un consenso positivo, anche se non elevato in valore assoluto, raccoglie l'idea che per uscire da questa crisi occorra cambiare anche le politiche europee che hanno favorito in maniera squilibrata l'espansione dell'economia tedesca e aggravato le difficoltà di quella italiana. Non incontra invece un grande favore fra gli imprenditori della green economy l'idea che per uscire dalla crisi si debba, in primo luogo, puntare sulla crescita dei consumi. Va invece segnalato l'altissimo consenso, probabilmente non solo degli imprenditori della green economy in questo periodo, con l'idea che la crisi sia aggravata dagli sprechi nella spesa pubblica, dalla corruzione e dall'inefficienza della politica (con l'80% che si dice molto d'accordo e il 17% abbastanza d'accordo, con un punteggio altissimo dell'indice di consenso pari a 11,3 dodicesimi).

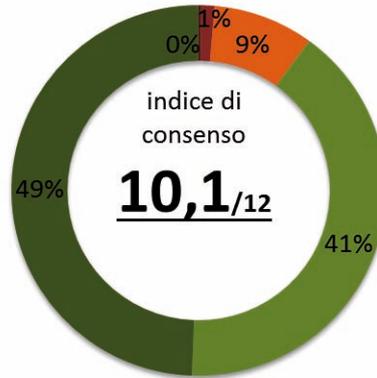
Fig 4 Il parere delle imprese: la crisi economica



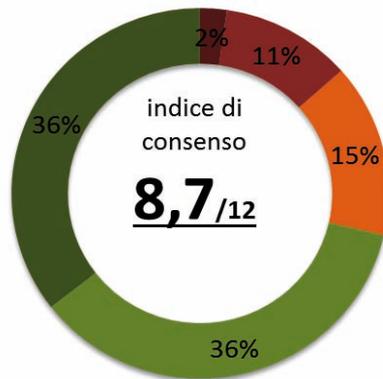
4. La crisi è aggravata dagli sprechi nella spesa pubblica, dalla corruzione e dall'inefficienza della politica



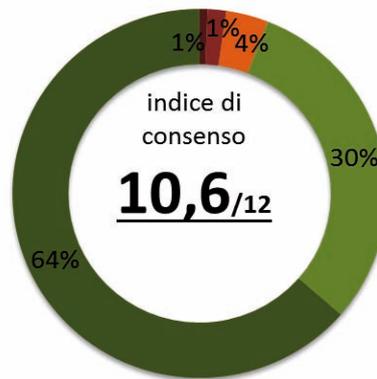
5. Innovare, differenziare, convertire produzioni e consumi in direzione green potrebbe contribuire in modo significativo ad alimentare una ripresa economica, con nuovi investimenti e nuova occupazione



6. Per uscire da questa crisi occorre cambiare anche le politiche europee che hanno favorito in maniera squilibrata l'espansione dell'economia tedesca e aggravato le difficoltà di quella italiana

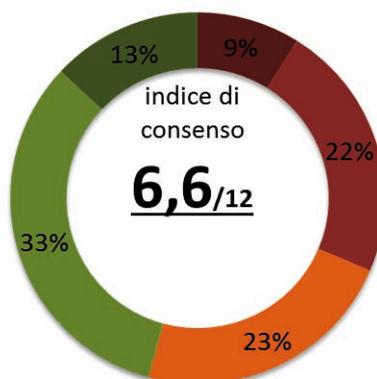


7. L'Italia può uscire meglio dalla lunga recessione se trova la capacità di valorizzare la sua vocazione alla qualità e alla bellezza



DOMANDE DI VERIFICA (NON GREEN)

2. Per uscire dalla crisi bisogna in primo luogo puntare sulla crescita dei consumi



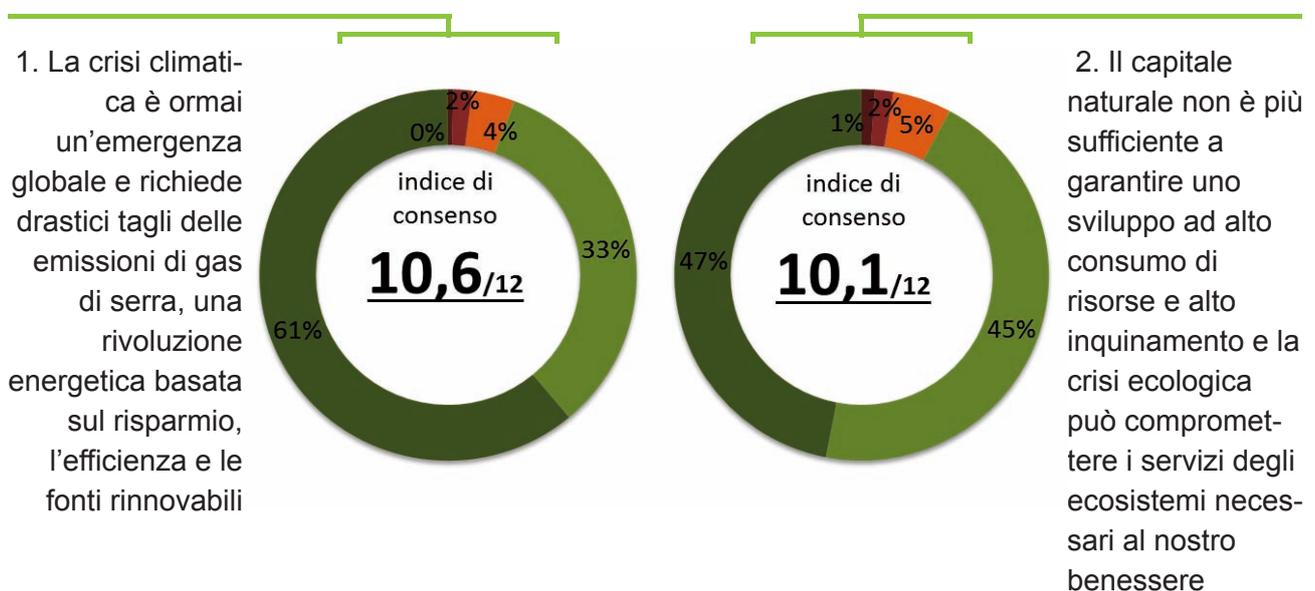
Legenda

● In netto disaccordo ● Abbastanza in disaccordo ● I pro e i contro sono equivalenti ● abbastanza d'accordo ● Molto d'accordo

1.2.4 Le politiche ambientali

Sulle politiche ambientali gli imprenditori della green economy si mostrano ben informati e chiaramente orientati. Esprimono, infatti, un ampio accordo, superiore alla media, su tutte le questioni poste: sulla gravità della crisi climatica e sulla necessità di una rivoluzione energetica basata sul risparmio, l'efficienza e le fonti rinnovabili; sull'importanza di puntare sul capitale naturale e affrontare la crisi ecologica; sull'efficienza delle risorse, la prevenzione e il riciclo dei rifiuti come fattori strategici; sul fatto che produzioni con rilevanti impatti ambientali e sanitari non siano più sostenibili; sul fatto che occorre gestire meglio, tutelare e fermare il consumo di nuovo territorio e che si debba rendere più sostenibile la mobilità nelle nostre città. La conoscenza e l'accordo sulle principali problematiche ambientali confermano un altro dato interessante: la convergenza degli imprenditori della green economy non nasce solo da interessi connessi, in qualche modo, alle attività delle proprie imprese, ma si registra anche su questioni che non hanno queste connessioni, ma derivano da una consapevolezza e da una maturazione ecologica. A conferma di tale maturazione c'è, infine, da segnalare un consenso piuttosto basso da parte degli imprenditori della green economy sul fatto che il progresso economico risolverà anche i problemi ambientali (il 35% è d'accordo, mentre il 37% è in disaccordo e il resto è indifferente, il punteggio è pari a solo a 5,80).

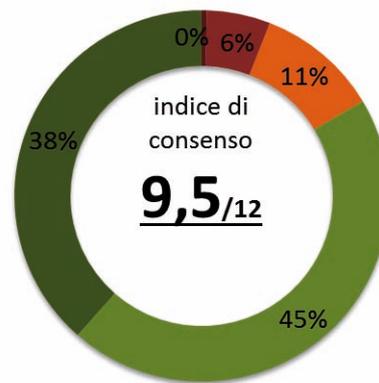
Fig 5 Il parere delle imprese: le politiche ambientali, il ruolo delle imprese e la green economy



3. Occorre risparmiare e usare in modo più efficiente le risorse e i materiali, ridurre la produzione di rifiuti, migliorare e aumentare la durata e la riutilizzabilità dei prodotti, massimizzando il riciclo, valorizzando il recupero e puntando a ridurre al minimo lo smaltimento



5. Produzioni con rilevanti impatti ambientali e sanitari non sono più sostenibili non solo per la normativa italiana ed europea ma perché i cittadini non le ritengono accettabili



6. Per ridurre i rischi di dissesto idrogeologico, di frane e alluvioni occorre gestire meglio, tutelare e fermare il consumo di nuovo territorio, utilizzando aree già urbanizzate, bonificando e recuperando siti contaminati



7. Rendere più sostenibile la mobilità nelle nostre città, riducendo l'uso dell'auto privata, avere città più vivibili, meno inquinate e con meno traffico, può diventare anche una chiave di rilancio economico



DOMANDE DI VERIFICA (NON GREEN)

4. Il progresso economico risolverà anche i problemi ambientali



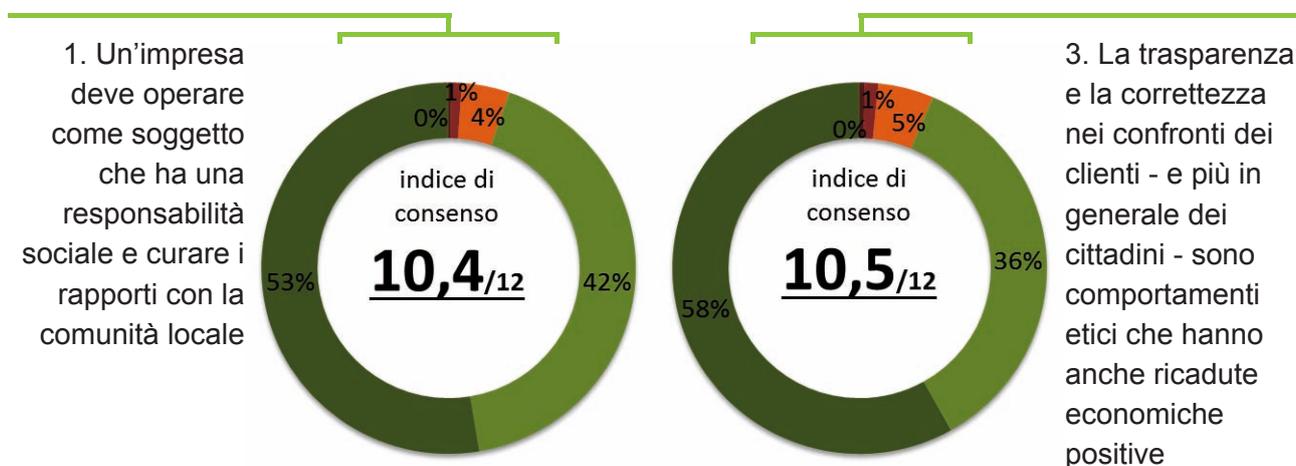
Legenda

● In netto disaccordo ● Abbastanza in disaccordo ● I pro e i contro sono equivalenti ● abbastanza d'accordo ● Molto d'accordo

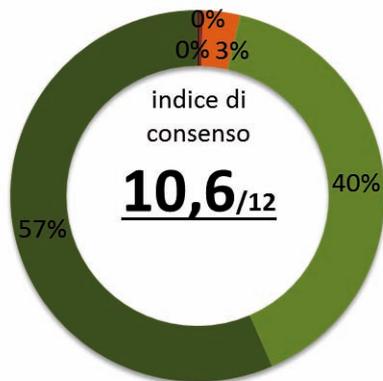
1.2.5 Le imprese della green economy e la società

Gli imprenditori della green economy attribuiscono grande importanza alle problematiche della responsabilità sociale d'impresa. In percentuali molto elevate, con un punteggio superiore a 10, si dichiarano infatti d'accordo: col fatto che l'impresa debba operare come soggetto che ha una responsabilità sociale e che debba curare i rapporti con la comunità locale; con la necessità di trasparenza e correttezza sia verso i clienti che verso i cittadini; con la necessità di coinvolgere il personale ai vari livelli; con la promozione del patrimonio di professionalità, di ricerca applicata e di innovazione utile per le proprie attività, ma di portata più ampia. Compreso fra 9 e 10, quindi ampio ma un poco inferiore a quello sulle precedenti idee, è il grado di consenso sulla necessità di puntare ad aumentare l'occupazione dei giovani e delle donne e sul fatto che l'impresa debba puntare a restare nel proprio territorio e che, anche quando sviluppa attività all'estero, non debba perdere le proprie radici locali. Molto netto è, invece, il disaccordo degli imprenditori della green economy (oltre il 78%, con un punteggio medio molto basso, pari a 3,08) con l'idea che l'impresa debba dedicare attenzione e impegno solo agli obiettivi aziendali e con il fatto che il resto porti solo a perdite di tempo in attività non necessarie.

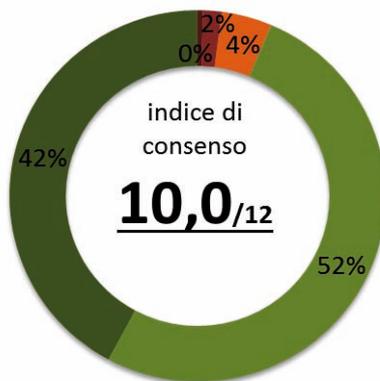
Fig 6 Il parere delle imprese: la dimensione sociale della green economy



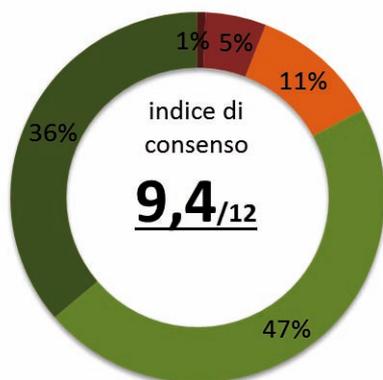
4. Il personale, ai vari livelli, va attivamente e consapevolmente coinvolto negli obiettivi aziendali ma anche nelle azioni di responsabilità sociale



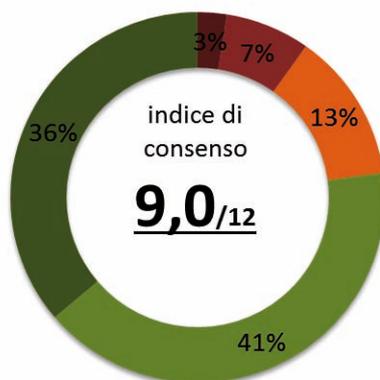
5. L'impresa promuove lo sviluppo del patrimonio di professionalità, di ricerca applicata e di innovazione, utile alle proprie attività, ma di portata più ampia



6. L'impresa deve puntare ad aumentare l'occupazione, in particolare dei giovani e delle donne

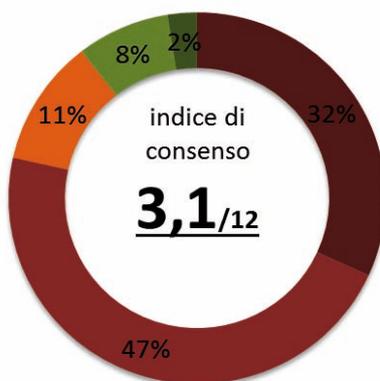


7. L'impresa deve puntare a restare nel proprio territorio, anche quando sviluppa nuove attività all'estero non deve perdere le proprie radici locali



DOMANDE DI VERIFICA (NON GREEN)

2. Un'impresa deve dedicare attenzione e impegno solo agli obiettivi aziendali, il resto porta a perdite di tempo in attività non necessarie



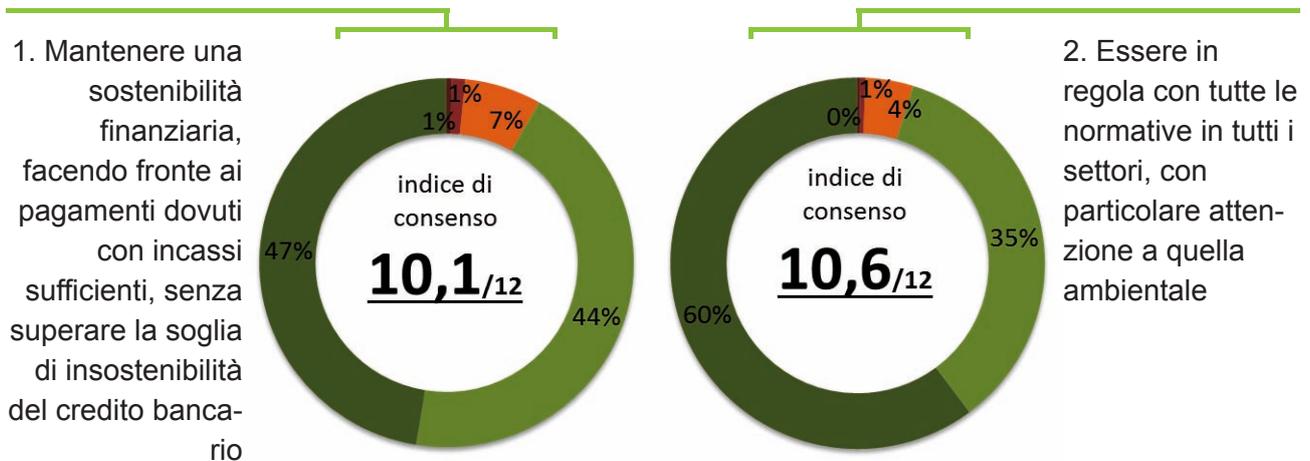
Legenda

● In netto disaccordo ● Abbastanza in disaccordo ● I pro e i contro sono equivalenti ● abbastanza d'accordo ● Molto d'accordo

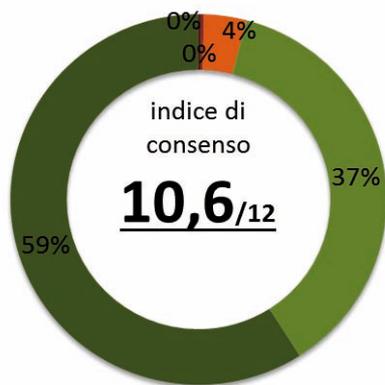
1.2.6 Gli obiettivi e gli orientamenti d'impresa

Si registra in questo ambito, su alcuni temi, la prevedibile convergenza degli imprenditori della green economy su idee diffuse in genere fra gli imprenditori più tradizionali: anche le imprese green devono, infatti, mantenere la sostenibilità finanziaria e essere in regola con tutte le normative vigenti. Gli imprenditori della green economy indicano però un ampio accordo su: necessità di innovare, differenziare e migliorare la qualità ecologica dei prodotti; necessità di minimizzare o eliminare gli impatti ambientali dei processi produttivi; sull'utilità di un ambiente attrattivo per i migliori talenti e per favorire un lavoro creativo e responsabile; sulla necessità di realizzare attività durature nel tempo che generino utili ma che siano anche utili e apprezzate dalla comunità. Molto netto – al punto da risultare un fattore distintivo – è invece il disaccordo (circa il 68%) e molto basso è l'accordo (circa il 16% con un punteggio di 3,67) degli imprenditori della green economy con l'idea che la vera finalità dell'impresa debba essere solo quella di aumentare la produzione e di produrre profitti.

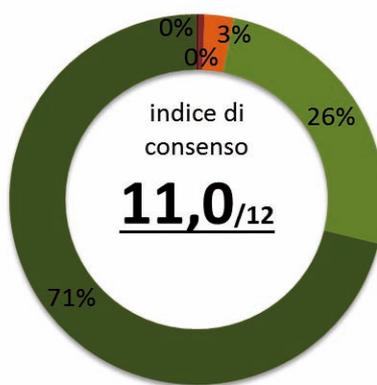
Fig 7 Il parere delle imprese: gli indirizzi delle imprese green



3. Innovare, differenziare e migliorare la qualità ecologica dei prodotti



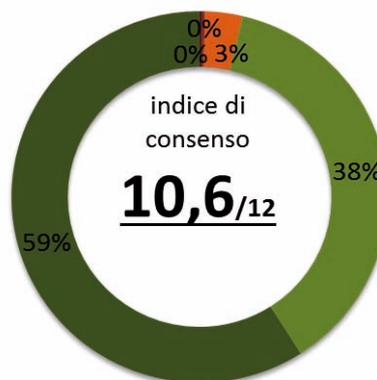
4. Minimizzare o eliminare gli impatti ambientali dei processi produttivi per prevenire danni alla salute e all'ambiente



5. Creare un ambiente attrattivo per i migliori talenti e per favorire un lavoro creativo e responsabile

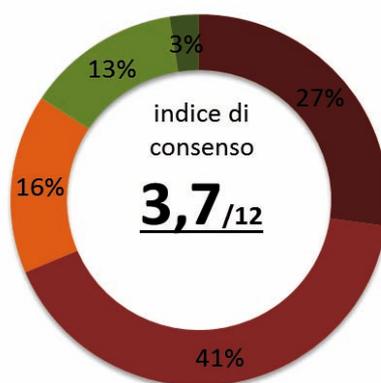


7. Realizzare un'attività che sia duratura nel tempo, che generi utili, ma che sia anche utile e apprezzata dalla comunità



DOMANDE DI VERIFICA (NON GREEN)

6. La vera finalità di un'impresa è solo quella di aumentare la produzione e produrre profitti



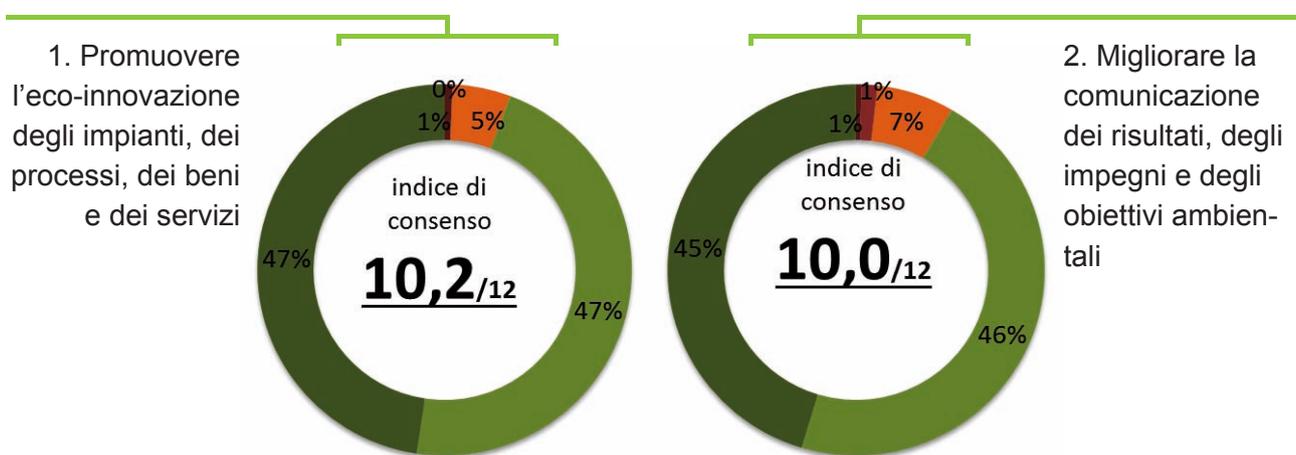
Legenda

● In netto disaccordo ● Abbastanza in disaccordo ● I pro e i contro sono equivalenti ● abbastanza d'accordo ● Molto d'accordo

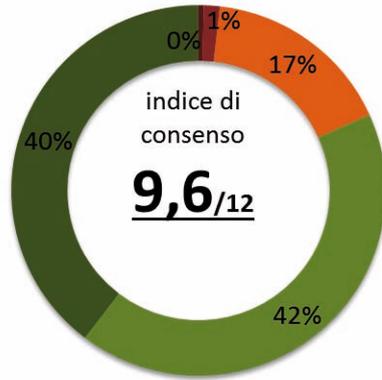
1.2.7 Le iniziative per il futuro delle imprese green

Il settimo tema strategico affrontato dall'indagine riguarda le iniziative che l'impresa dovrebbe prendere per assicurarsi un futuro. Gli imprenditori della green economy mostrano un ampio consenso sulla necessità di promuovere l'eco-innovazione degli impianti, dei processi, dei beni e dei servizi, ma anche sulla necessità di migliorare la comunicazione dei risultati, degli impegni e degli obiettivi ambientali, nonché sull'importanza di sostenere iniziative per lo sviluppo di una green economy che non è più un concetto astratto, per pochi, ma un orizzonte concreto che incontra consensi fra gli imprenditori. Elevato è anche il consenso (oltre l'80% e un punteggio superiore a 9) sul fatto che si possa aumentare l'export puntando su prodotti ad elevata qualità ecologica e che sia importante valorizzare le certificazioni ambientali di prodotto e di organizzazione nonché fissare target ambientali avanzati e raggiungerli per contribuire ad assicurare un migliore futuro alle imprese. Molto elevato è il dissenso degli imprenditori della green economy (oltre il 70%) e molto basso è il consenso (meno del 12% con punteggio medio molto basso, pari a 3,63) con l'idea che si possa assicurare un futuro alle imprese applicando la tradizionale ricetta basata su una bassa spesa per l'ambiente e sull'abbattimento dei costi di produzione, trascurando quindi gli investimenti nell'eco-innovazione e per la qualità dei prodotti.

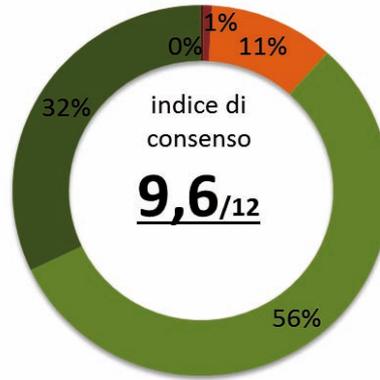
Fig 8 Il parere delle imprese: il futuro delle imprese green



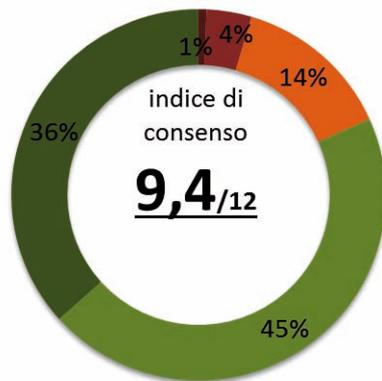
3. Aumentare l'export con prodotti di elevata qualità ecologica



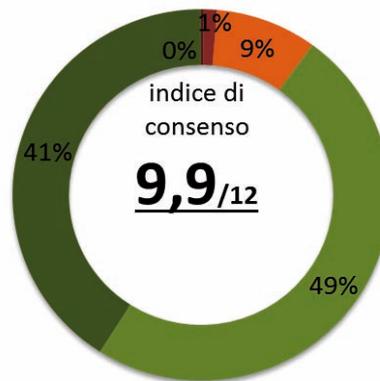
5. Fissare target ambientali avanzati e raggiungerli



6. Valorizzare le certificazioni ambientali di prodotto e di organizzazione

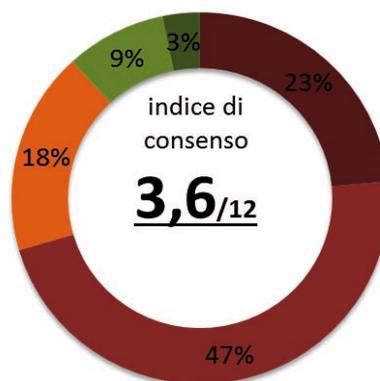


7. Sostenere iniziative per lo sviluppo di una green economy



DOMANDE DI VERIFICA (NON GREEN)

4. Non spendere troppo per l'ambiente e abbattere i costi di produzione



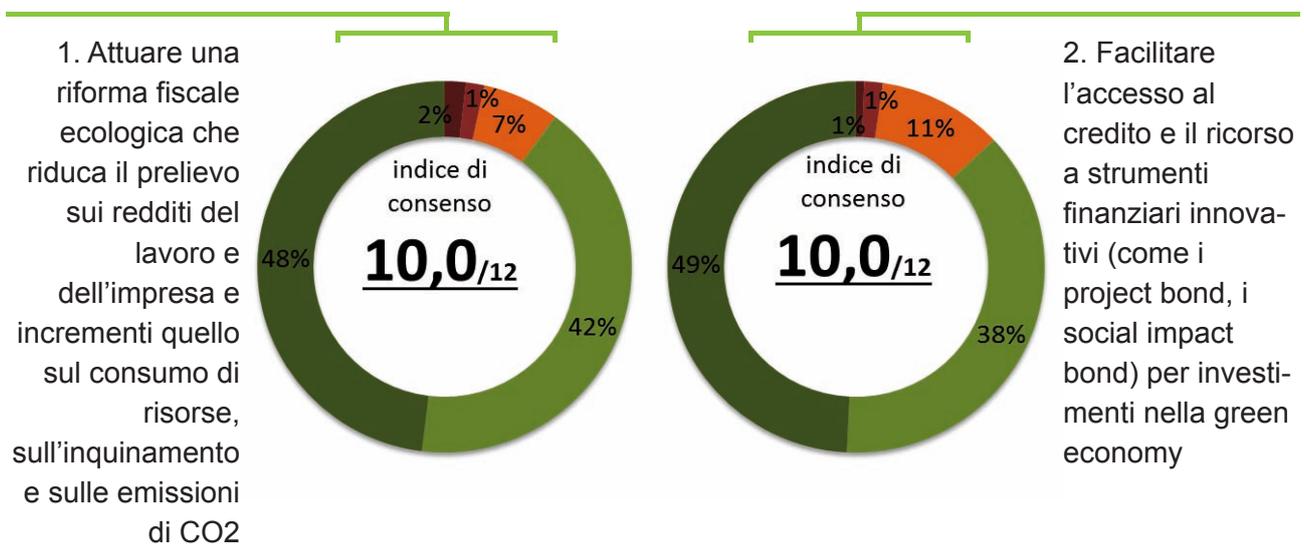
Legenda

● In netto disaccordo ● Abbastanza in disaccordo ● I pro e i contro sono equivalenti ● abbastanza d'accordo ● Molto d'accordo

1.2.8 Le priorità per le politiche pubbliche

L'ottava e ultima tematica affrontata dall'indagine riguarda ciò che, prioritariamente, dovrebbe chiedere un'impresa alle politiche pubbliche. Qui si rileva un consenso altissimo anche degli imprenditori della green economy (al 95%, con un punteggio intorno a 11) su: necessità di una decisa lotta alla corruzione e alla criminalità; necessità di definire norme più semplici, più incisive, più tempestive, più chiare e stabili; importanza di valorizzare i potenziali di una green economy italiana basata sulle vocazioni dei nostri territori della nostra manifattura, delle nostre risorse culturali e naturali, di qualità e di bellezza (che riprende e rafforza quanto già segnalato in relazione al made in Italy). Elevato è anche il consenso (intorno al 90% con un punteggio intorno a 10) sulla necessità di attuare una riforma fiscale ecologica che riduca il prelievo sui redditi del lavoro e dell'impresa e incrementi il prelievo sul consumo di risorse, sull'inquinamento e sulle emissioni di CO2: Altrettanto elevato è il consenso sull'importanza di facilitare l'accesso al credito e del ricorso a strumenti finanziari innovativi (project bond, social impact bond) per investimenti nella green economy nonché sull'importanza di supportare la diffusione nelle imprese dell'eco-innovazione di prodotto e di processo. E' invece poco elevato il consenso degli imprenditori della green economy (circa il 40% con un punteggio medio pari a 6,52, anche se non è molto alto il disaccordo, al 26%, con un 34% che ritiene i pro e i contro equivalenti) sull'idea che si debba minimizzare la presenza pubblica e che si debba invece puntare tutto solo sull'iniziativa privata.

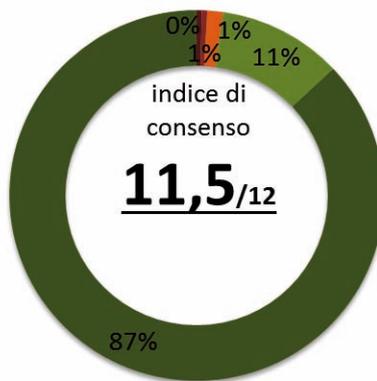
Fig 9 Il parere delle imprese: politiche pubbliche per le imprese della green economy



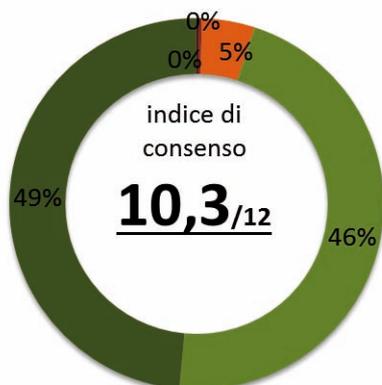
3. Definire norme più semplici e più incisive, più tempestive, più chiare e stabili



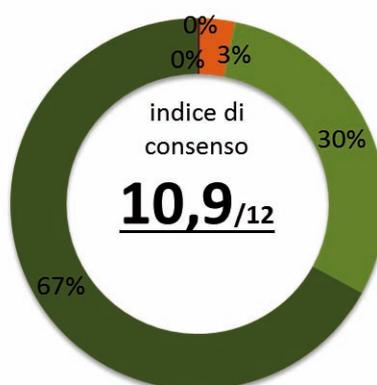
4. Attuare una decisa lotta alla corruzione e alla criminalità



6. Supportare la diffusione nelle imprese dell'eco-innovazione di prodotto e di processo finalizzate al raggiungimento di elevate qualità ambientali

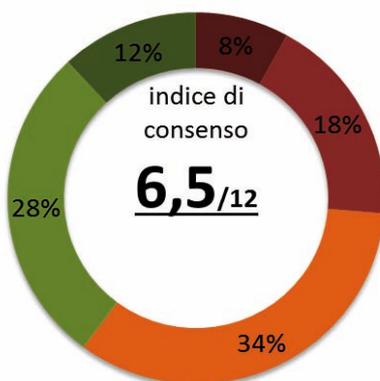


7. Valorizzare i potenziali di una green economy italiana basata sulle vocazioni dei nostri territori, della nostra manifattura, sulle nostre risorse culturali e naturali, di qualità e di bellezza



DOMANDE DI VERIFICA (NON GREEN)

5. Minimizzare la presenza pubblica e puntare tutto solo sull'iniziativa privata



Legenda

● In netto disaccordo ● Abbastanza in disaccordo ● I pro e i contro sono equivalenti ● abbastanza d'accordo ● Molto d'accordo

1.3 ANALISI PER CATEGORIE

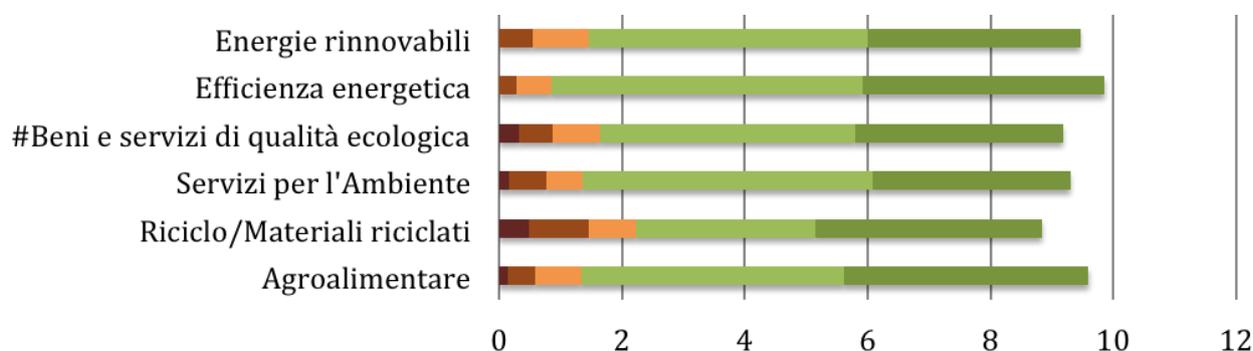
1.3.1 Ripartizione settoriale

L'indagine è stata diretta agli imprenditori che gestiscono imprese rappresentate dalle organizzazioni che fanno parte del Consiglio nazionale della Green economy, raggruppate in 6 settori: 110 imprese che forniscono servizi per l'ambiente (di raccolta differenziata dei rifiuti, di bonifica e di depurazione, di controlli ambientali, di consulenza e di certificazione ambientale); 65 imprese agroalimentari di qualità ecologica; 91 imprese che fanno riciclo di rifiuti o utilizzano materiali riciclati; 35 imprese che effettuano interventi per l'efficienza energetica; 52 imprese che producono energia con fonti rinnovabili; 84 imprese che producono altri beni e servizi di elevata qualità ecologica (prodotti cleantech e di ecodesign, prodotti e servizi per la mobilità sostenibile, per un turismo sostenibile e servizi di credito e finanza ecosostenibili).

L'indagine, oltre a riguardare i settori che potremmo chiamare core-green (fra i più caratteristici e tipici di una green economy), è finalizzata anche a segnalare eventuali differenze di opinione fra gli imprenditori dei diversi settori. Consideriamo significative le differenze fra settori se, su una determinata questione, la valutazione media dell'accordo o del disaccordo differisce almeno di un punto e di una percentuale di accordo o di disaccordo di circa il 20% o oltre. Come vedremo, le convergenze di valutazione e di visione fra i diversi settori considerati sono largamente prevalenti rispetto alle differenze significative: su 56 affermazioni, poste alla valutazione dei 6 raggruppamenti, si registrano differenze significative solo su 9, mentre su ben 47 questioni le valutazioni sono sostanzialmente concordi: una convergenza dunque sull'84% delle questioni poste, che conferma un livello elevato di visione condivisa fra questi imprenditori benché appartenenti a diversi settori. Di seguito vengono illustrate le differenze significative, utili alla comprensione di alcuni punti di vista non completamente convergenti fra gli imprenditori della green economy.

Sul fatto di inserire nella green economy le imprese che producono beni e servizi di valore ambientale, si riscontra una differenza di poco più di un punto fra gli imprenditori che fanno riciclo e utilizzano materiali riciclati (con una valutazione media pari a 8,84 e una percentuale di accordo – fra abbastanza e molto d'accordo – di poco più del 73%) e quelli che fanno interventi per l'efficienza energetica (con un punteggio di 9,86 e una percentuale di accordo oltre il 91%).

Fig 10 Un'impresa fa parte della green economy se produce beni e servizi di valore ambientale: indice di consenso per settori

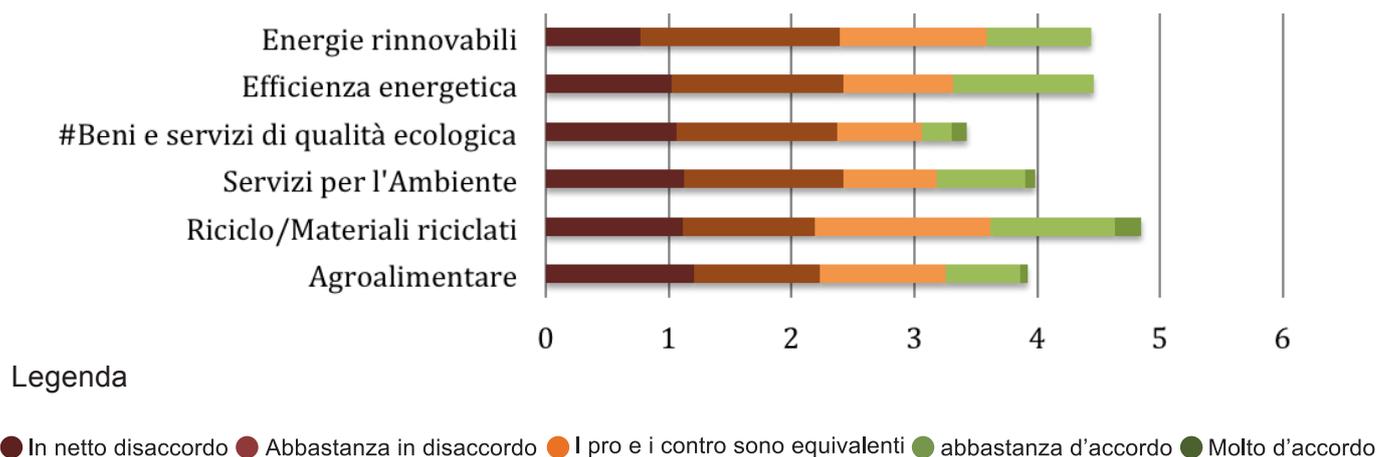


Legenda

● In netto disaccordo ● Abbastanza in disaccordo ● I pro e i contro sono equivalenti ● abbastanza d'accordo ● Molto d'accordo

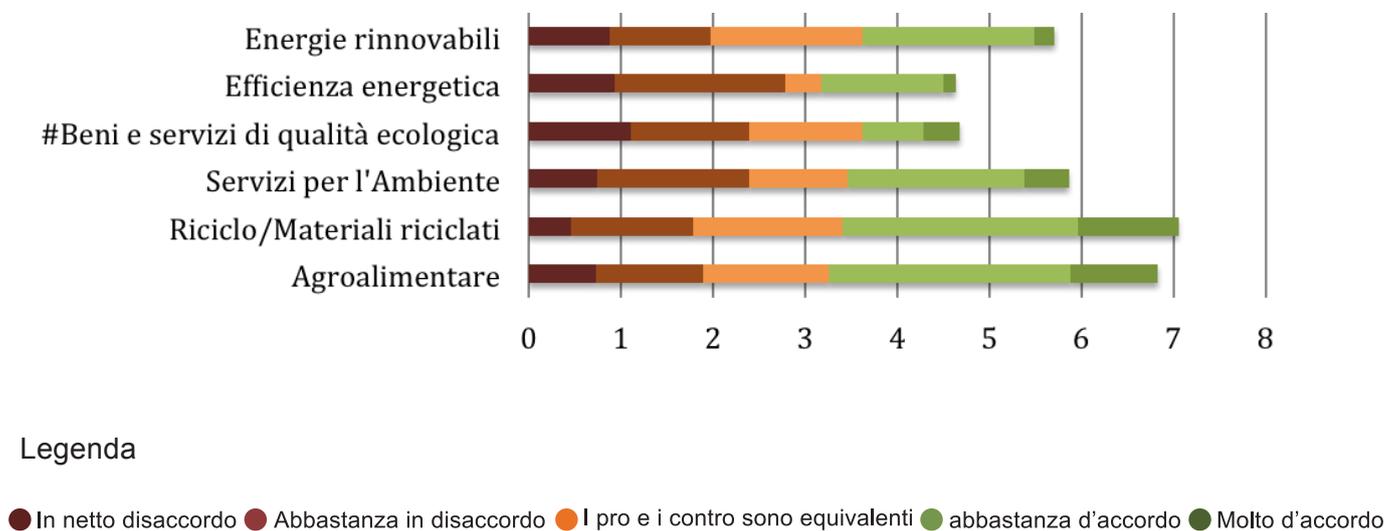
Significative le differenze sull'affermazione che in periodi di crisi l'impresa non possa permettersi di essere troppo green: fra le imprese che fanno riciclo e che utilizzano materiali riciclati il punteggio medio è di 4,85, e la percentuale in disaccordo - fra in netto disaccordo e abbastanza in disaccordo - è pari a circa il 45%; fra quelle che producono beni e servizi ad elevata qualità ecologica il punteggio medio è del 3,43 e il totale di disaccordo pari a oltre il 69%.

Fig 11 In un periodo di crisi l'impresa non può permettersi di essere troppo green: indice di consenso per settori



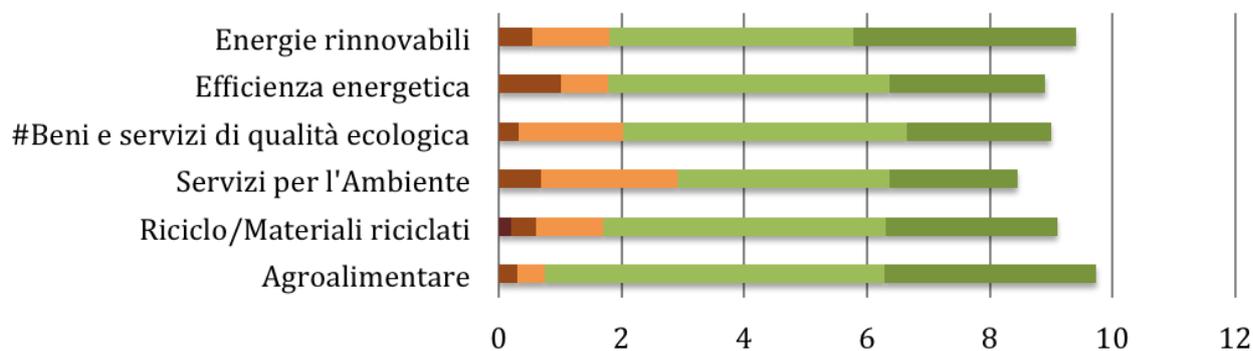
L'affermazione "un'impresa green produce vantaggi positivi dal punto di vista ambientale ma non necessariamente economico" incontra fra gli imprenditori di due settori - agroalimentare e riciclo - un livello di accordo significativo (con un punteggio medio intorno a 7 e un accordo percentuale circa al 52% per entrambe i settori), mentre fra gli imprenditori di altri due settori - beni e servizi ad elevata qualità ecologica ed efficienza energetica - il consenso è più basso (intorno a 4,6 come punteggio, con una percentuale di accordo di circa il 23% per il settore dei beni e servizi di elevata qualità ecologica e di circa il 31% per quelli dell'efficienza energetica).

Fig 12 Un'impresa green produce vantaggi positivi dal punto di vista ambientale ma non necessariamente economico: indice di consenso per settori



Nella visione dell'economia si rileva una differenza significativa sui livelli di accordo sull'affermazione "la finanza deve essere più controllata e l'impiego di risparmio deve essere più ancorato agli investimenti locali": fra gli imprenditori agroalimentari il punteggio di condivisione è molto alto, pari a 9,74, con un livello di accordo al 92%; fra quelli delle imprese dei servizi per l'ambiente il punteggio di condivisione è più basso a 8,45 e il livello di accordo di poco superiore al 65%.

Fig 13 La finanza deve essere più controllata e l'impiego di risparmio deve essere più ancorato agli investimenti locali: indice di consenso per settori

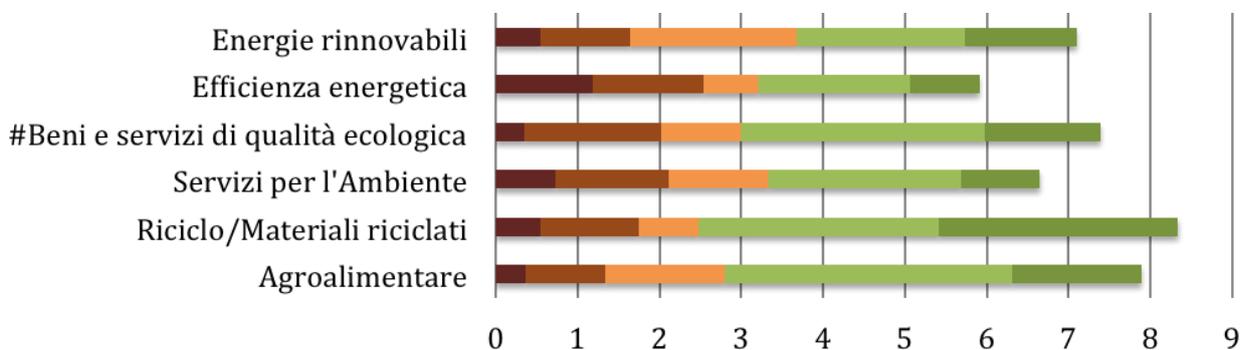


Legenda

● In netto disaccordo ● Abbastanza in disaccordo ● I pro e i contro sono equivalenti ● abbastanza d'accordo ● Molto d'accordo

Si trovano inoltre differenze significative sui livelli di accordo con l'affermazione "è giusto dare incentivi per supportare il costo dell'energia delle imprese in funzione della quantità di energia consumata" fra gli imprenditori che fanno riciclo, attività che in taluni settori richiede forti consumi di energia (con un punteggio piuttosto elevato, pari a 8,34 e una percentuale di accordo che supera il 70%), e quelli che si occupano di efficienza energetica (con un punteggio più basso di 5,91 e una percentuale di accordo intorno solo al 45%).

Fig 14 E' giusto dare incentivi per supportare il costo dell'energia delle imprese in funzione della quantità di energia consumata: indice di consenso per settori

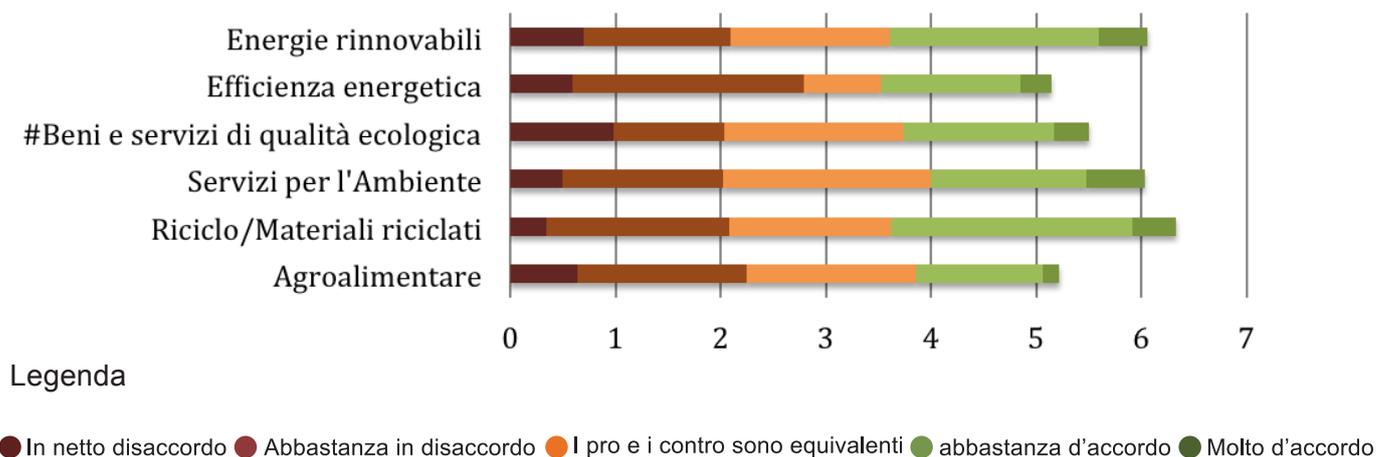


Legenda

● In netto disaccordo ● Abbastanza in disaccordo ● I pro e i contro sono equivalenti ● abbastanza d'accordo ● Molto d'accordo

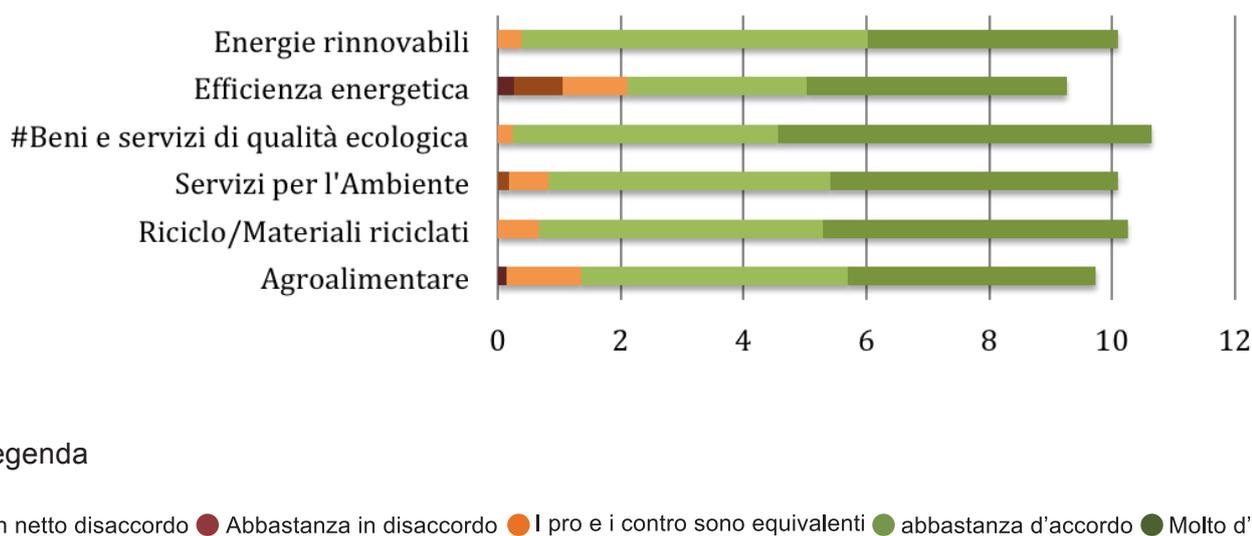
Sulle valutazioni della crisi economica non si registrano differenze significative di opinione fra gli imprenditori dei diversi settori, mentre sulle problematiche ambientali differisce significativamente solo la fiducia nel fatto che il progresso economico risolverà anche i problemi ambientali: gli imprenditori dell'efficienza energetica dimostrano una minore fiducia (punteggio medio 5,14 e un accordo al 31,42%) di quelli del riciclo (con un punteggio al 6,33 e un accordo al 43%, livelli comunque non molto alti).

Fig 15 Il progresso economico risolverà anche i problemi ambientali: indice di consenso per settori



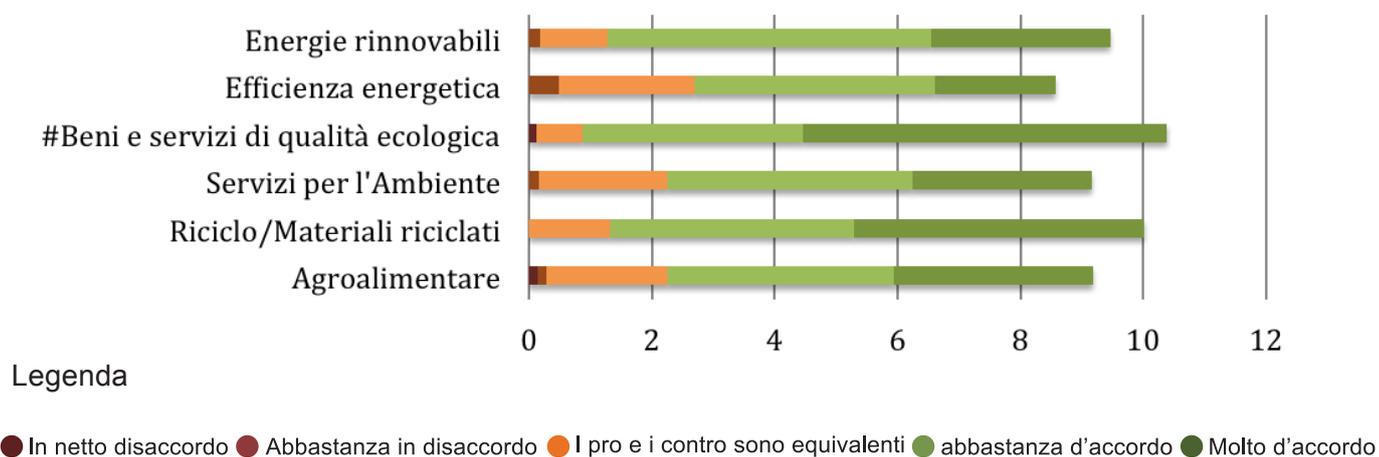
Sui rapporti fra le imprese e la società non si registrano differenze significative fra gli imprenditori dei diversi settori. Non così sugli obiettivi e i comportamenti delle imprese: in relazione al tema della sostenibilità finanziaria senza superare la soglia di insostenibilità del credito bancario, si registra un maggiore consenso fra gli imprenditori che producono beni e servizi di elevata qualità ecologica (con un punteggio di 10,64 e un accordo oltre il 97%) rispetto a quelli dell'efficienza energetica (con un punteggio del 9,26 e un accordo del 76%), probabilmente più disposti a ricorrere al credito bancario.

Fig 16 Mantenere una sostenibilità finanziaria, facendo fronte ai pagamenti dovuti con incassi sufficienti, senza superare la soglia di insostenibilità del credito bancario: indice di consenso per settori



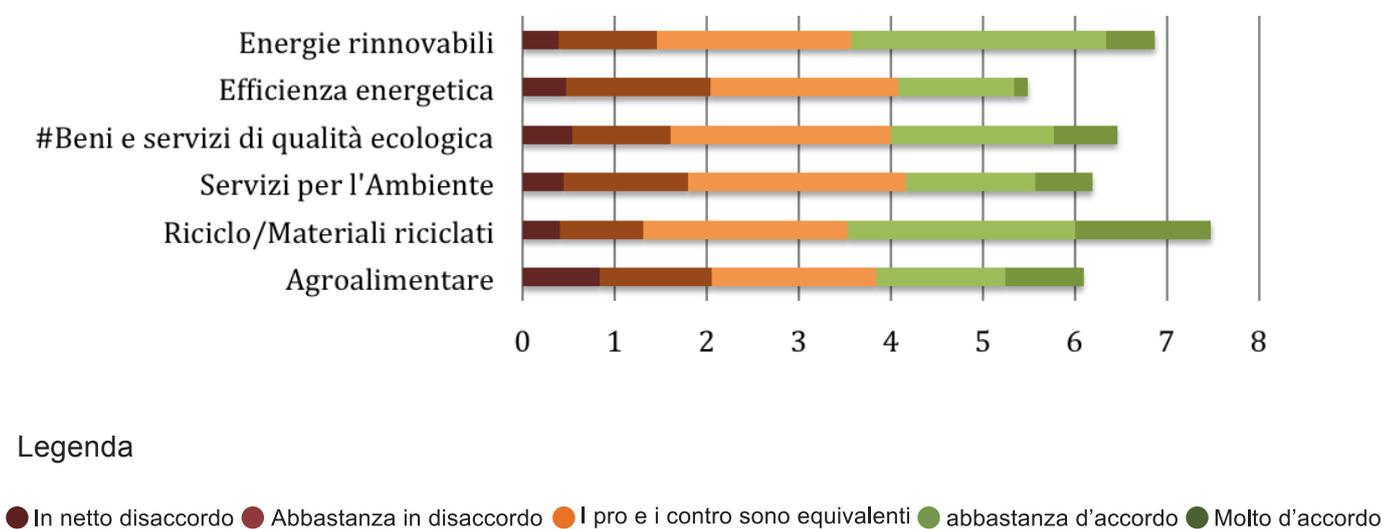
Su quali iniziative dovrebbe puntare un'impresa per assicurarsi un futuro, gli imprenditori produttori di beni e servizi di elevata qualità ecologica hanno una maggiore fiducia nelle possibilità di aumentare l'export (con un punteggio di 10,39 e una percentuale di accordo pari a circa il 92%), mentre quelli dell'efficienza energetica, più legati al mercato interno, hanno una relativa minore fiducia nell'export (con un punteggio di 8,57 e una percentuale di accordo di circa il 68%).

Fig 17 Aumentare l'export con prodotti di elevata qualità ecologica: indice di consenso per settori



Infine, su cosa dovrebbe chiedere prioritariamente un'impresa alle politiche pubbliche si registra una sola questione con un punto di vista significativamente differente: minimizzare la presenza pubblica e puntare tutto solo sull'iniziativa privata. Su questo tema, infatti, gli imprenditori del riciclo - che, almeno in parte, risentono della forte presenza di aziende pubbliche locali nella raccolta e gestione dei rifiuti - esprimono una maggiore condivisione sulla necessità di minimizzare la presenza pubblica (con un punteggio di 7,4 e una percentuale di accordo quasi al 53%), rispetto alle aziende per l'efficienza energetica, che includono un numero significativo di ESCO pubbliche o partecipate (punteggio di 5,49 e percentuale di accordo appena sopra al 25%).

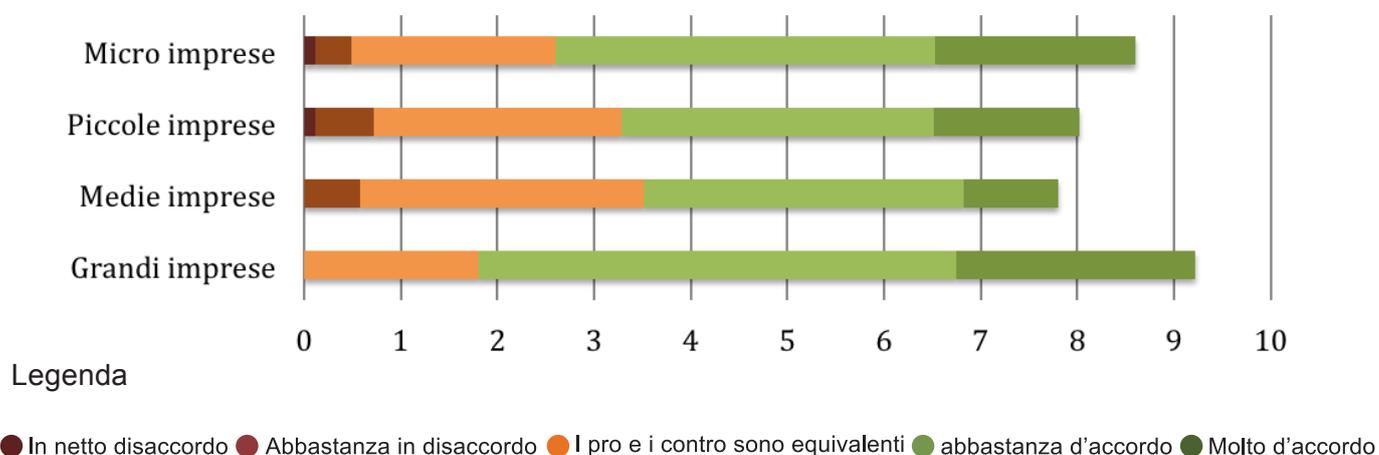
Fig 18 Minimizzare la presenza pubblica e puntare tutto solo sull'iniziativa privata: indice di consenso per settori



1.3.2 Ripartizione per dimensione d'impresa

Le risposte all'indagine sono state suddivise anche per dimensione dell'impresa gestita dagli imprenditori intervistati: 41 gestiscono grandi imprese (con più di 250 dipendenti), 40 gestiscono medie imprese (da 50 a 250 dipendenti), 144 gestiscono piccole imprese (da 10 a 50 dipendenti) e 212 gestiscono microimprese (con meno di 10 dipendenti). L'indagine è quindi rappresentativa di imprese delle diverse dimensioni (classificate col criterio europeo del numero di dipendenti). Le differenze di visione e di valutazione degli imprenditori riguardano solo 7 questioni sulle 56 poste, a fronte di una percentuale di questioni sulle quali si registra un sostanziale accordo sorprendentemente alta, circa l'86%. Si conferma quindi che fra gli imprenditori della green economy, indipendentemente dalla dimensione aziendale, sono largamente prevalenti convinzioni comuni. Differenza significative emergono (sempre con almeno 1 punto di differenza nel punteggio e intorno al 20% di differenza nel livello di accordo o di disaccordo) in materia di imprese e green economy. All'affermazione "un'impresa green può avere oggi maggiori possibilità di successo di mercato", c'è un consenso alto fra gli imprenditori che gestiscono imprese green di grandi dimensioni (punteggio di 9,22 e un accordo – fra abbastanza d'accordo e molto d'accordo - superiore all'80%), mentre è più basso tra tutti gli altri: tra quelli che gestiscono medie imprese (punteggio di 7,80 e percentuale di accordo solo del 55%), piccole imprese (punteggio di 8 e un accordo del 59%) e microimprese (punteggio di 8,60 e un accordo del 69%).

Fig 19 Un'impresa green può avere oggi maggiori possibilità di successo di mercato: indice di consenso per dimensione d'impresa

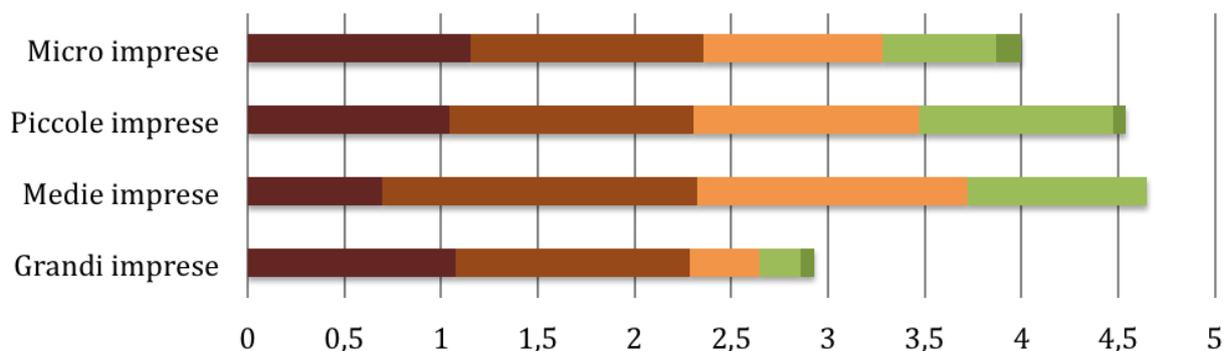


Si tenga presente che, anche se con graduazioni diverse, tutti gli imprenditori di imprese di tutte le dimensioni esprimono un consenso maggioritario sulle possibilità di maggiore successo di mercato delle imprese green. Comprensibilmente il consenso maggiore è da parte delle grandi imprese, con maggiori capacità di presenza e di valorizzare e far conoscere i loro prodotti. Non c'è invece grande differenza fra imprenditori delle piccole e delle medie imprese: il punteggio un po' più alto di quelli delle microimprese indica probabilmente una loro maggiore capacità di occupare nicchie green, cioè di produzioni piccole ma di elevata qualità ecologica.

Sull'affermazione "in periodi di crisi l'impresa non può permettersi di essere troppo green" c'è una convergenza del livello di disaccordo fra imprenditori delle medie e delle piccole imprese (con un punteggio simile: 4,65 per le prime e 4,54 per le seconde e la medesima percentuale di disaccordo al 50%). Significativa la differenza del livello di disaccordo, più elevato, degli imprenditori che gesti-

scono grandi imprese (con un punteggio più basso, di 2,93 e una percentuale di disaccordo decisamente più alta, pari al 78%), sempre perché probabilmente le grandi imprese green hanno una maggiore capacità di esportazione, risentendo meno della debolezza del mercato interno.

Fig 20 In periodi di crisi l'impresa non può permettersi di essere troppo green: indice di consenso per dimensione d'impresa

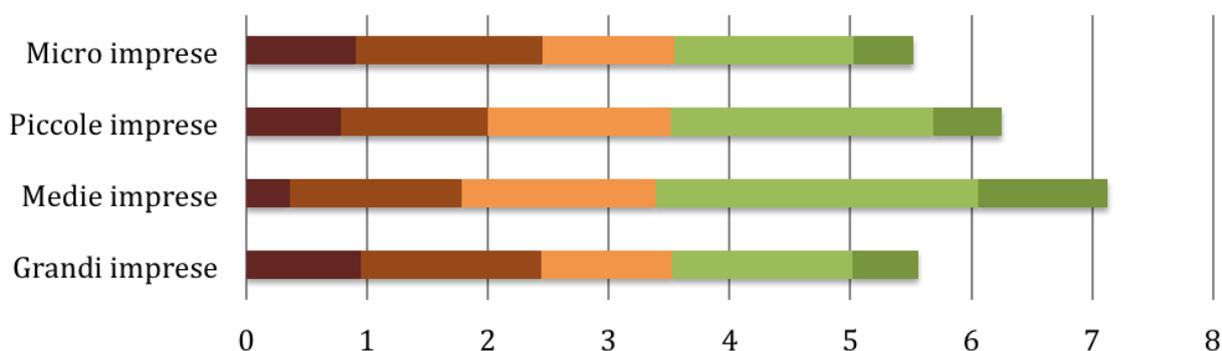


Legenda

● In netto disaccordo ● Abbastanza in disaccordo ● I pro e i contro sono equivalenti ● abbastanza d'accordo ● Molto d'accordo

L'affermazione "Un'impresa green produce vantaggi dal punto di vista ambientale, ma non necessariamente da quello economico" registra invece una convergenza di valutazioni fra gli imprenditori delle grandi e delle microimprese (con un punteggio di 5,56 per i primi e di 5,52 per i secondi e una stessa percentuale di disaccordo di circa il 44%), diversamente dagli imprenditori delle medie imprese che esprimono maggiore accordo (con un punteggio di 7,13 e una percentuale di disaccordo solo del 25%). La convergenza, in questo caso, fra imprenditori di grandi e di microimprese su un livello abbastanza basso di accordo potrebbe indicare un risultato comune, ma percorsi diversi: la grande impresa green ritiene di potersi – non sempre, ma spesso – avvantaggiare anche economicamente (di avere la forza per farlo) delle sue caratteristiche green; la microimpresa green è difficile che non punti sul vantaggio economico delle sue caratteristiche green.

Fig 21 Un'impresa green produce vantaggi dal punto di vista ambientale, ma non necessariamente da quello economico: indice di consenso per dimensione d'impresa

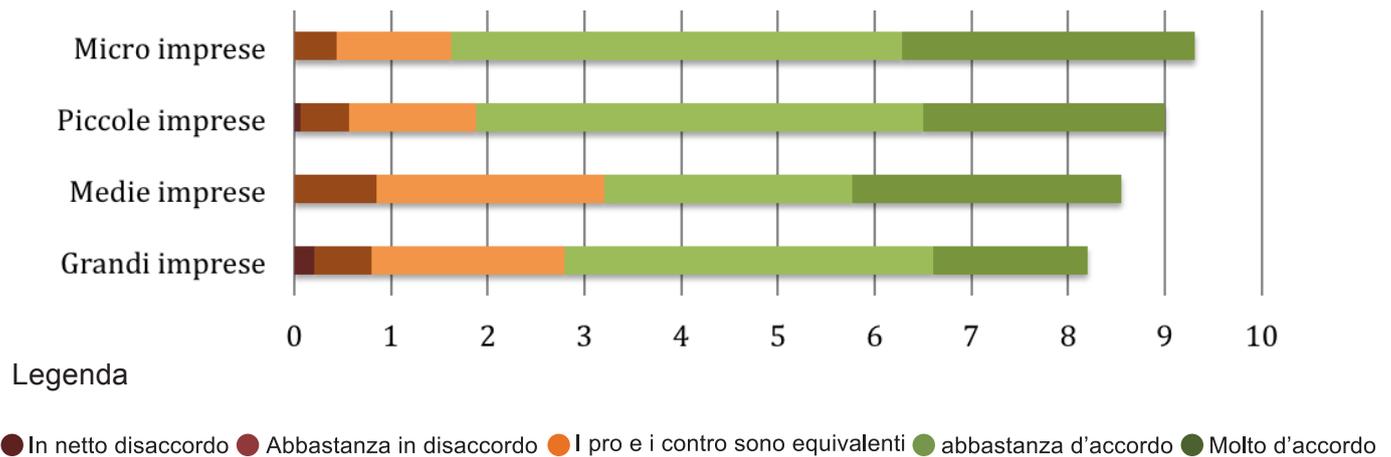


Legenda

● In netto disaccordo ● Abbastanza in disaccordo ● I pro e i contro sono equivalenti ● abbastanza d'accordo ● Molto d'accordo

All'affermazione “La finanza deve essere più controllata e l'impiego del risparmio deve restare più ancorato agli investimenti locali” si ripete la convergenza, ma l'accordo è più elevato fra gli imprenditori delle microimprese, più legate alla dimensione locale (con un punteggio di 9,31 e una percentuale di accordo superiore all'82%), meno elevato fra quelli delle grandi imprese, più legate di solito anche ai mercati internazionali (con un punteggio di 8,20 e una percentuale di accordo di circa il 65%).

Fig 22 La finanza deve essere più controllata e l'impiego del risparmio deve restare più ancorato agli investimenti locali: indice di consenso per dimensione di impresa

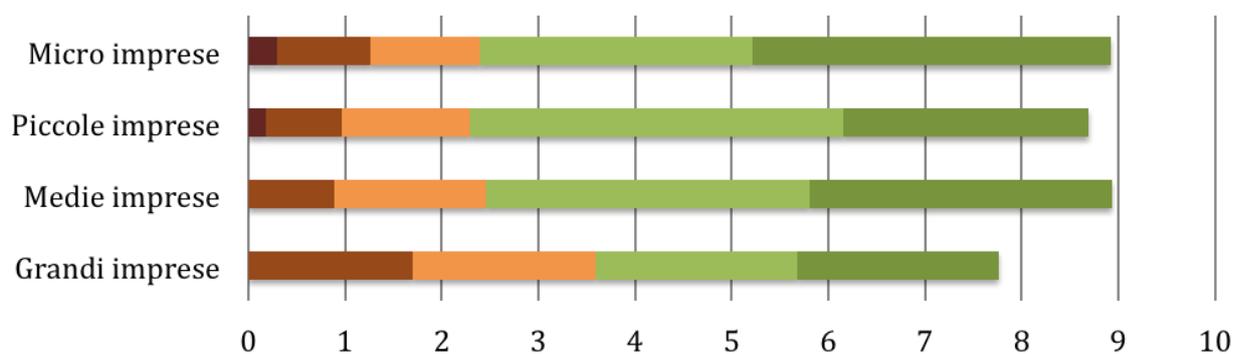


Sulla questione se sia “giusto dare incentivi per supportare il costo dell'energia delle imprese in funzione della quantità di energia consumata” si registra un vasto accordo degli imprenditori delle microimprese, che evidentemente soffrono maggiormente per l'alto costo dell'energia (oltre l'83% e un punteggio del 9,31). Significativamente minore il consenso degli imprenditori delle grandi e medie imprese (con un punteggio di 6,88 e una percentuale di accordo del 49% per i primi, di 6,38 e 50% per i secondi).

Significativo è anche il maggiore accordo fra gli imprenditori delle micro, delle piccole e delle medie imprese (di poco inferiore al punteggio di 9 e con una percentuale di accordo intorno al 73%) rispetto a quello delle grandi imprese (con un punteggio di 7,76 e una percentuale di accordo di circa il 53%) con l'affermazione “Per uscire da questa crisi occorre cambiare anche le politiche europee che hanno favorito in maniera squilibrata l'espansione dell'economia tedesca e aggravato le difficoltà di quella italiana”.

Fig 23 Per uscire da questa crisi occorre cambiare anche le politiche europee che hanno favorito in maniera squilibrata l'espansione dell'economia tedesca e aggravato le difficoltà di quella italiana: indice di consenso per dimensione d'impresa



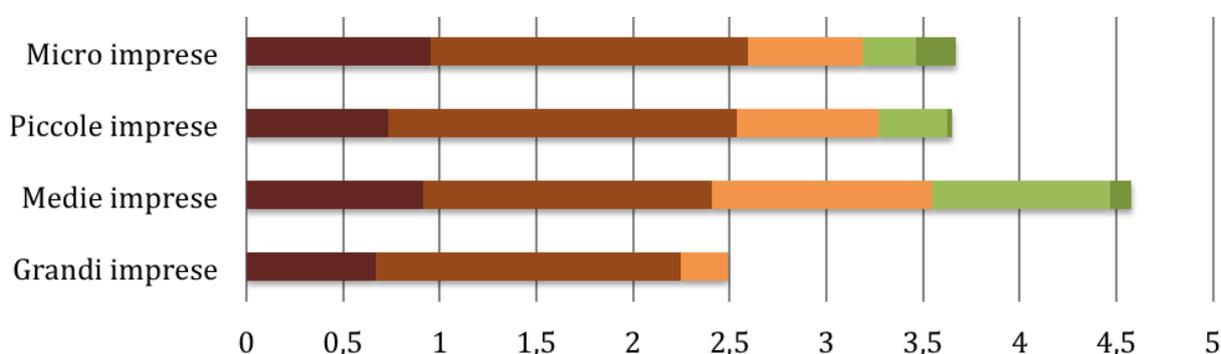


Legenda

● In netto disaccordo ● Abbastanza in disaccordo ● I pro e i contro sono equivalenti ● abbastanza d'accordo ● Molto d'accordo

Sull'idea che per assicurarsi un futuro un'impresa non "debba spendere troppo per l'ambiente e debba abbattere i costi di produzione" si registra un generale basso consenso fra gli imprenditori della green economy. Va però segnalata la differenza fra il bassissimo accordo con questa affermazione fra gli imprenditori delle grandi imprese (con un punteggio di 2,49 e una percentuale pari a 0% di accordo) e tutti gli altri, in particolare quelli delle medie imprese (con un punteggio del 4,58% e una percentuale di accordo di circa il 22%).

Fig 24 Non spendere troppo per l'ambiente e abbattere i costi di produzione: indice di consenso per dimensione d'impresa

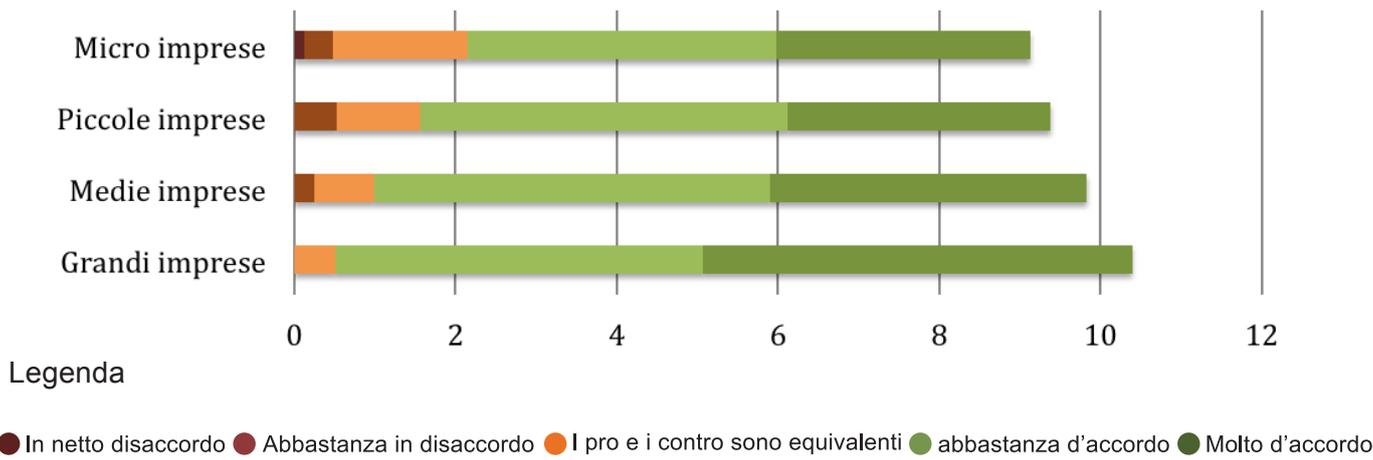


Legenda

● In netto disaccordo ● Abbastanza in disaccordo ● I pro e i contro sono equivalenti ● abbastanza d'accordo ● Molto d'accordo

E l'idea, sempre al fine di assicurare un futuro all'impresa, che sia utile "valorizzare le certificazioni ambientali di prodotto e di organizzazione", incontra un vasto consenso fra tutti gli imprenditori della green economy, ma con una significativa differenza fra l'altissimo consenso di quelli delle grandi imprese (punteggio di 10,39 e percentuale di accordo del 95%) e quello meno elevato delle microimprese (punteggio di 9,13 e percentuale di accordo del 76%), che hanno evidentemente maggiore difficoltà ad accedere alle certificazioni ambientali.

Fig 25 Valorizzare le certificazioni ambientali di prodotto e di organizzazione: indice di consenso per dimensione d'impresa

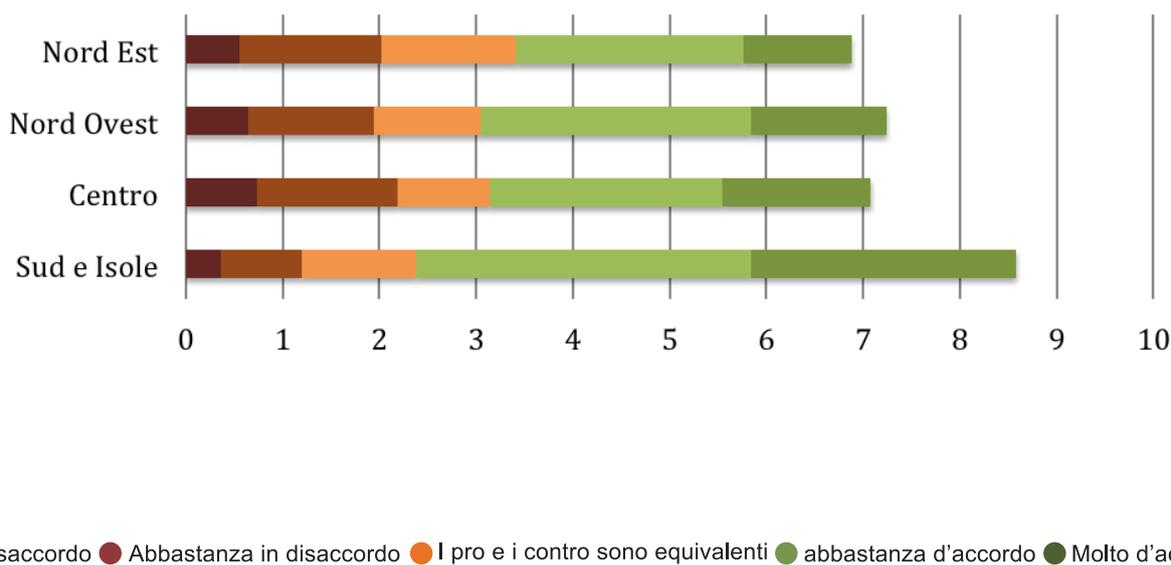


1.3.3 Ripartizione territoriale

Le risposte all'indagine sono state suddivise, infine, per area geografica: 145 hanno riguardato imprenditori del Nord Ovest, 123 del Nord Est, 97 del Centro e 72 del Sud e Isole. E' stato fatto per verificare la rappresentatività dell'indagine per l'intero territorio nazionale e anche per verificare se vi fossero significative difformità di orientamento fra gli imprenditori della green economy delle diverse aree geografiche del paese. L'omogeneità degli orientamenti degli imprenditori della green economy è sorprendentemente alta: sul 96,5% delle questioni poste si registra una sostanziale convergenza degli imprenditori con diversa collocazione geografica. Le differenze di opinioni fra gli imprenditori della green economy del Nord, del Centro e del Sud sono minime e quelle significative si riducono a due.

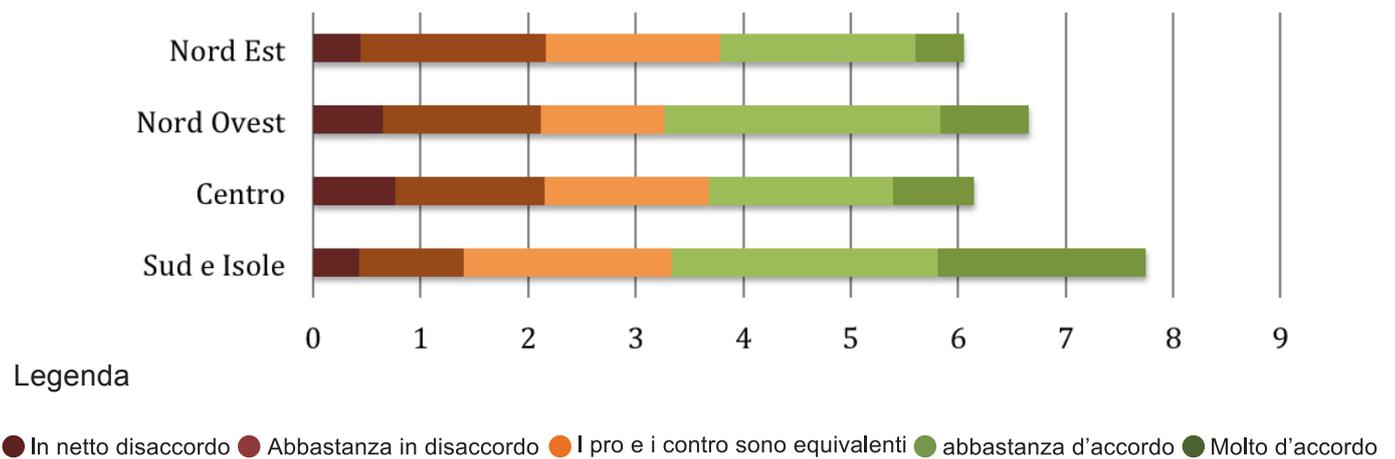
La prima riguarda il supporto ai costi dell'energia in funzione della quantità di energia consumata, che vede un minore accordo degli imprenditori del Nord Est (6,88 come punteggio e una percentuale di accordo al 50%) rispetto a quelli del Sud e Isole, dove il consenso è più elevato (72% e un punteggio di 8,58).

Fig 26 E' giusto dare incentivi per supportare il costo dell'energia delle imprese in funzione della quantità di energia consumata: indice di consenso per area geografica



La seconda differenza è sull'affermazione "Per uscire dalla crisi bisogna, in primo luogo, puntare sulla crescita dei consumi", che registra un minore consenso fra gli imprenditori del Nord Est (con un punteggio di 6 e una percentuale di accordo al 37%) e un maggiore consenso al Sud e isole (con un punteggio di 7,75 e una percentuale di accordo di circa il 57%).

Fig 27 Per uscire dalla crisi bisogna, in primo luogo, puntare sulla crescita dei consumi: indice di consenso per area geografica



Sono due differenze significative sulle quali, sia sui costi dell'energia che sul calo dei consumi, era prevedibile una maggiore sensibilità al Sud e nelle Isole, dove anche le imprese green hanno sofferto maggiormente della recessione. Ma il dato vero di questa verifica geografica è che nelle diverse aree del paese, Sud e Isole compresi, vi sono imprenditori con una visione ampiamente condivisa.



IL TESTO DEL QUESTIONARIO SOTTOPOSTO AGLI
IMPRENDITORI DELLA GREEN ECONOMY

1. IMPRESE E GREEN ECONOMY

a. Un'impresa fa parte della green economy se produce beni e servizi di valore ambientale

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

b. Un'impresa green deve produrre con processi produttivi di elevata qualità ecologica

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

c. Un'impresa tradizionale può avviarsi verso una green economy se realizza un serio programma di interventi e di investimenti finalizzati a raggiungere un'elevata qualità ecologica del processo produttivo, dei beni e dei servizi prodotti

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

d. Per un'impresa green sono importanti anche i valori e la visione di chi la guida

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

e. Un'impresa green può avere oggi maggiori possibilità di successo di mercato

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

f. In un periodo di crisi l'impresa non può permettersi di essere troppo green

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

g. Un'impresa green produce vantaggi positivi dal punto di vista ambientale ma non necessariamente da quello economico

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

2. LA VISIONE DELL'ECONOMIA

a. La finalità dell'economia deve essere quella di assicurare un benessere duraturo e inclusivo

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

b. L'economia per progredire dovrebbe essere libera di e seguire solo le leggi del mercato

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

c. Tra le finalità dell'economia dovrebbero esserci quelle di conservare il capitale naturale e assicurare i servizi ecosistemici per avere un futuro

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

d. Non tutto ciò che promuove una crescita economica ha un valore positivo

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

e. L'economia deve puntare sul risparmio e l'uso sempre più efficiente dell'energia e delle risorse naturali

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

f. La finanza deve essere più controllata e l'impiego del risparmio deve restare più ancorato agli investimenti locali

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

g. E' giusto dare incentivi per supportare il costo dell'energia delle imprese in funzione della quantità di energia consumata

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

3. LA CRISI ECONOMICA

a. Questa crisi è profonda e sollecita cambiamenti perché le vecchie strade non sono più sufficienti per riaprire prospettive durature di sviluppo

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

b. Per uscire dalla crisi bisogna in primo luogo puntare sulla crescita dei consumi

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

c. Investire per prevenire e per ridurre i costi delle crisi ambientali e tagliare gli incentivi negativi per l'ambiente può aiutare anche la ripresa economica

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

d. La crisi è aggravata dagli sprechi nella spesa pubblica, dalla corruzione e dall'inefficienza della politica

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

e. Innovare, differenziare, convertire produzioni e consumi in direzione green potrebbe contribuire in modo significativo ad alimentare una ripresa economica, con nuovi investimenti e nuova occupazione

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

f. Per uscire da questa crisi occorre cambiare anche le politiche europee che hanno favorito in maniera squilibrata l'espansione dell'economia tedesca e aggravato le difficoltà di quella italiana

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

g. L'Italia può uscire meglio dalla lunga recessione se trova la capacità di valorizzare la sua vocazione alla qualità e alla bellezza

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

4. LE PROBLEMATICHE AMBIENTALI

a. La crisi climatica è ormai un'emergenza globale e richiede drastici tagli delle emissioni di gas di serra, una rivoluzione energetica basata sul risparmio, l'efficienza e le fonti rinnovabili

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

b. Il capitale naturale non è più sufficiente a garantire uno sviluppo ad alto consumo di risorse e alto inquinamento e la crisi ecologica può compromettere i servizi degli ecosistemi necessari al nostro benessere

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

c. Occorre risparmiare e usare in modo più efficiente le risorse e i materiali, ridurre la produzione di rifiuti, migliorare e aumentare la durata e la riutilizzabilità dei prodotti, massimizzando il riciclo, valorizzando il recupero e puntando a ridurre al minimo lo smaltimento

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

d. Il progresso economico risolverà anche i problemi ambientali

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

e. Produzioni con rilevanti impatti ambientali e sanitari non sono più sostenibili non solo per la normativa italiana ed europea, ma perché i cittadini non le ritengono accettabili

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

f. Per ridurre i rischi di dissesto idrogeologico, di frane e alluvioni occorre gestire meglio, tutelare e fermare il consumo di nuovo territorio, utilizzando aree già urbanizzate, bonificando e recuperando siti contaminati

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

g. Rendere più sostenibile la mobilità nelle nostre città, riducendo l'uso dell'auto privata, avere città più vivibili, meno inquinate e con meno traffico, può diventare anche una chiave di rilancio economico

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

5. IMPRESE E SOCIETA'

a. Un'impresa deve operare come soggetto che ha una responsabilità sociale e curare i rapporti con la comunità locale

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

b. Un'impresa deve dedicare attenzione e impegno solo agli obiettivi aziendali, il resto porta a perdite di tempo in attività non necessarie

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

c. La trasparenza e la correttezza nei confronti dei clienti e più in generale i cittadini sono comportamenti etici, che hanno anche ricadute economiche positive

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

d. Il personale, ai vari livelli, va attivamente e consapevolmente coinvolto negli obiettivi e aziendali ma anche nelle azioni di responsabilità sociale

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

e. L'impresa promuove lo sviluppo del patrimonio di professionalità, di ricerca applicata e di innovazione, utile alle proprie attività, ma di portata più ampia

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

f. L'impresa deve puntare ad aumentare l'occupazione, in particolare dei giovani e delle donne

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

g. L'impresa deve puntare a restare nel proprio territorio, anche quando sviluppa nuove attività all'estero non deve perdere le proprie radici locali

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

6. OBIETTIVI E COMPORTAMENTI CHE DOVREBBE AVERE L'IMPRESA

a. Mantenere una sostenibilità finanziaria, facendo fronte ai pagamenti dovuti con incassi sufficienti, senza superare la soglia di insostenibilità del credito bancario

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

b. Essere in regola con tutte le normative in tutti i settori, con particolare attenzione a quella ambientale

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

c. Innovare, differenziare e migliorare la qualità ecologica dei prodotti

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

d. Minimizzare o eliminare gli impatti ambientali dei processi produttivi per prevenire danni alla salute e all'ambiente

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

e. Creare un ambiente attrattivo per i migliori talenti e per favorire un lavoro creativo e responsabile

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

f. La vera finalità di un'impresa è solo quella di aumentare la produzione e produrre profitti

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

g. Realizzare un'attività che sia duratura nel tempo, che generi utili, ma che sia anche utile e apprezzata dalla comunità

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

7. SU QUALI DI QUESTE INIZIATIVE L'IMPRESA DOVREBBE PUNTARE PER ASSICURARSI UN FUTURO

a. Promuovere l'eco-innovazione degli impianti, dei processi, dei beni e dei servizi

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

b. Migliorare la comunicazione dei risultati, degli impegni e degli obiettivi ambientali

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

c. Aumentare l'export con prodotti di elevata qualità ecologica

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

d. Non spendere troppo per l'ambiente e abbattere i costi di produzione

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

e. Fissare target ambientali avanzati e raggiungerli

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

f. Valorizzare le certificazioni ambientali di prodotto e di organizzazione

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

g. Sostenere iniziative per lo sviluppo di una green economy

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

8. COSA DOVREBBE CHIEDERE PRIORITARIAMENTE UN 'IMPRESA ALLE POLITICHE PUBBLICHE

a. Attuare una riforma fiscale ecologica che riduca il prelievo sui redditi del lavoro e dell'impresa e incrementi quello sul consumo di risorse, sull'inquinamento e sulle emissioni di CO2

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

b. Facilitare l'accesso al credito e il ricorso a strumenti finanziari innovativi (come i project bond, i social impact bond) per investimenti nella green economy

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

c. Definire norme più semplici e più incisive, più tempestive, più chiare e stabili

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

d. Attuare una decisa lotta alla corruzione e alla criminalità

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

e. Minimizzare la presenza pubblica e puntare tutto solo sull'iniziativa privata

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

f. Supportare la diffusione nelle imprese dell'eco-innovazione di prodotto e di processo finalizzate al raggiungimento di elevate qualità ambientali

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

g. Valorizzare i potenziali di una green economy italiana, basata sulle vocazioni dei nostri territori, della nostra manifattura, sulle nostre risorse, culturali e naturali, di qualità e di bellezza

- In netto disaccordo
- Abbastanza in disaccordo
- I pro e i contro sono equivalenti
- Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

Segreteria Organizzativa
email: statigenerali@susdef.it
tel. 06 8555255 



Un Green New Deal per l'Italia



@statigreen

Per conoscere le 67 organizzazioni
che compongono il
Consiglio Nazionale della Green Economy
vi invitiamo a visitare il sito web

www.statigenerali.org