

CSRfocus

Responsabilità sociale delle aziende in Ticino

Analisi dei questionari di autovalutazione

Ottobre 2022



da oltre 100 anni
CAMERA DI COMMERCIO CANTONE TICINO
industria | artigianato | servizi

Indice

Le buone pratiche distinguono di L. Albertoni	3
Il ruolo essenziale delle PMI di J. Assi	5
PMI e sostenibilità: un tema europeo	6
L'approccio alla sostenibilità delle PMI svizzere	10
La situazione in Ticino	14
Metodologia	16
Questionario di autovalutazione	18
Il campione	19
Risultati generali	20
Le risposte con il maggior consenso	30
Conclusioni	31

Il presente documento è stato realizzato con il contributo del Dipartimento delle Finanze e dell'Economia del Cantone Ticino nell'ambito della politica di promozione della Responsabilità Sociale delle Imprese

Impressum

Redazione:

Jenny Assi
Caterina Carletti
Centro competenze Management e imprenditorialità Dipartimento economia aziendale, sanità e sociale SUPSI

Editore:

Camera di commercio
dell'industria dell'artigianato e dei servizi
del Cantone Ticino (Cc-Ti)
Lugano

Progetto grafico e impaginazione:

TOBE.DESIGN
Bellinzona

Fotografie: ©Adobe Stock

Stampa: Progetto Stampa SA, Chiasso

Tiratura: 500 copie

Carta: stampato su carta Amber Graphics weiss. I prodotti standard di Amber Graphic sono disponibili in versione FSC® - Il marchio della silvicoltura responsabile. www.fsc.org. Certificato FSC® C012880 e PEFC™ PEFC/01-31-126.

© **Tutti i diritti riservati.** Non sono consentite la redistribuzione e/o la pubblicazione totale o parziale dei contenuti e delle immagini, se non espressamente autorizzate dall'autore.

Le buone pratiche distinguono

Luca Albertoni

Direttore Camera di commercio dell'industria, dell'artigianato e dei servizi del Cantone Ticino

Da molti anni la Camera di commercio, dell'industria, dell'artigianato e dei servizi del Cantone Ticino si occupa del tema della responsabilità sociale delle aziende. Si tratta di un coefficiente ormai sempre più importante non solo nella discussione pubblica, ma anche e soprattutto nelle relazioni commerciali e nel mercato del lavoro. Sono infatti sempre più frequenti i casi in cui viene richiesta una dimostrazione dell'applicazione delle cosiddette "buone pratiche". È il caso degli appalti pubblici, quindi nel rapporto fra Stato e aziende, ma anche fra le stesse imprese, visto che sempre più spesso chi implementa convintamente i propri comportamenti in linea con una sostenibilità diventata imprescindibile, richiede che la stessa attitudine venga riprodotta nella propria filiera.

Anche coloro che valutano nuovi impieghi declinano un'accresciuta sensibilità verso questo tema, che spesso diventa proprio una delle più importanti discriminanti per scegliere un datore di lavoro piuttosto che un altro.

Il nostro supporto ha anche lo scopo di far emergere proprio le moltissime "buone pratiche" già presenti nelle nostre aziende, ma spesso troppo poco individuate e pubblicizzate. In molti casi sono le stesse imprese a non rendersi conto che stanno attuando misure decisamente catalogabili nella responsabilità sociale delle imprese.

Sulla base dei dati presentati in questo sunto, abbiamo creato strumenti volti a facilitare la vita delle aziende nell'operazione di evidenziare le varie iniziative che predispongono a favore del territorio, dei dipendenti e della società in generale.

In questo modo intendiamo anche non sollecitare un'ulteriore crescita della burocrazia o di interventi legislativi che appesantirebbero inutilmente il già importante carico amministrativo delle imprenditrici e degli imprenditori del nostro territorio.



Introduzione

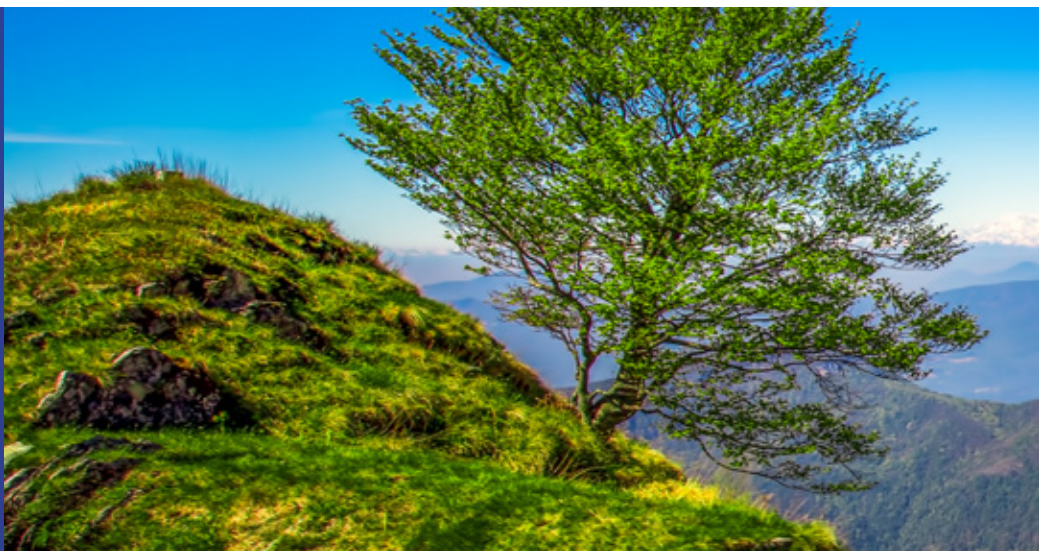
Il ruolo essenziale delle PMI

Jenny Assi

Docente e ricercatrice senior - Centro competenze Management e Imprenditorialità
Dipartimento economia aziendale, sanità e sociale SUPSI

Le PMI svolgono un ruolo essenziale a livello europeo non solo nell'offerta di posti di lavoro, nel presidio dei territori e nella produzione di ricchezza, ma anche nel rendersi interpreti di una nuova visione economica.

Il tema della sostenibilità è ormai diventato un tema largamente condiviso. La necessità di un cambiamento di paradigma che ci permetta di conciliare lo sviluppo economico con un impatto positivo a livello sociale e ambientale è ormai ineludibile. Le PMI costituiscono l'asse portante del nostro sistema: rappresentano il 99% delle imprese complessive e offrono 2/3 dei posti di lavoro. Comprendere quindi il loro posizionamento rispetto alla Responsabilità sociale delle imprese (CSR) diventa un passaggio fondamentale. In quest'ottica i risultati emersi dal questionario di autovalutazione - che presenteremo nelle prossime pagine - rappresentano una prima fotografia della sensibilità delle imprese su questo tema. I dati non hanno una valenza statistica in quanto non sono basati su un campione preselezionato, ma sono piuttosto il frutto della libera scelta di imprese, prevalentemente PMI, che hanno avuto la curiosità di misurarsi. Cercare di comprendere il proprio posizionamento sulle tematiche di CSR più importanti è un passo indispensabile per iniziare ad approcciarsi al tema e per definire una strategia di sostenibilità. Il primo importante risultato, quindi, è l'interesse nei confronti dello strumento di autovalutazione. Sono infatti oltre 200 le aziende che hanno risposto sino ad ora alle 18 domande del questionario. Altre potranno accedervi nei prossimi mesi, essendo il questionario sempre a disposizione. Il secondo elemento interessante è senz'altro rappresentato dalla tipologia di risposte. L'alta percentuale di progetti di CSR in fase di attuazione e di quelli adottabili in futuro segnalano infatti una disponibilità da parte delle imprese a partecipare attivamente a un processo di integrazione delle tematiche di sostenibilità. Un'occasione preziosa per il nostro territorio per supportare le PMI in questo percorso di crescita. Se le associazioni economiche e l'amministrazione pubblica continueranno a fornire strumenti e incentivi adeguati, sarà più facile accelerare la loro crescita e sostenere la competitività della nostra economia.

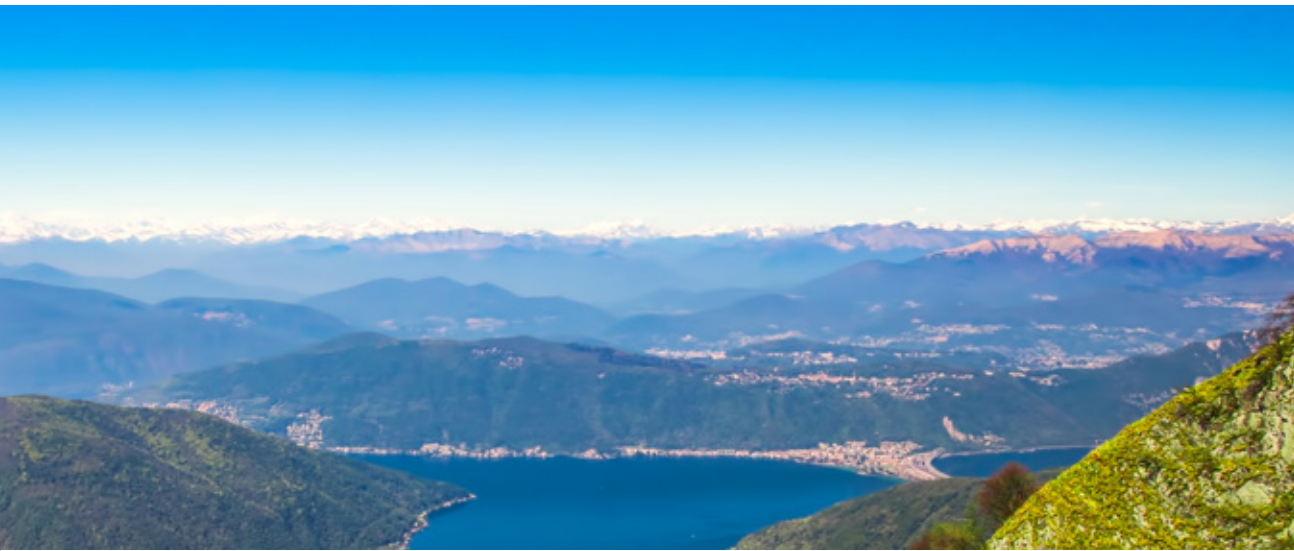


PMI e sostenibilità: un tema europeo



380 Milioni

I posti di lavoro che
la sostenibilità può
offrire entro il 2030



Nell'aprile 2021, su mandato di Assicurazioni Generali, il Sustainability Lab della Scuola di Management dell'Università Bocconi ha realizzato una ricerca a livello europeo sul tema "Promuovere la sostenibilità nelle PMI". La ricerca ha coinvolto otto università europee dei seguenti Paesi: Italia, Spagna, Germania, Francia, Austria, Svizzera, Ungheria e Repubblica Ceca. Il contributo allo studio per la Svizzera è stato curato dal Centro competenze management e imprenditorialità (CMI) del Dipartimento economia aziendale, sanità e sociale della Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana (SUPSI). I risultati della ricerca sono stati raccolti in un Libro Bianco che è stato presentato alla Commissione Europea nel settembre 2021 (per maggiori informazioni: <https://it.sme-enterprize.com/>). Lo studio ha permesso di delineare alcune evidenze importanti rispetto al ruolo delle PMI nella promozione dello sviluppo sostenibile, che vale la pena riassumere. Innanzitutto, **le PMI europee costituiscono il perno dell'economia europea**, rappresentano infatti oltre 25 milioni di imprese, pari al 99,8% del numero totale di imprese che operano nell'Unione europea e in Svizzera. Le PMI sono **attori chiave nelle catene del valore europee e globali, il che le rende attori essenziali negli sforzi verso la transizione sostenibile**. Ad esempio, oltre l'80% delle emissioni di gas serra e fino al 90% dell'impatto su aria, terra, acqua, biodiversità è legato alle attività svolte lungo la catena di approvvigionamento. Considerazioni analoghe valgono anche per la tutela dei lavoratori (diritti umani, salari equi, salute e sicurezza, formazione continua, ecc.).

Le PMI possono inoltre **giocare un ruolo cruciale nel raggiungimento dei 17 obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG) dell'ONU**, a fianco dei governi e della società civile, grazie alla loro capacità di proporre al mercato prodotti e servizi innovativi. Il rag-

giungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile richiede infatti di innovare prodotti, servizi e modelli di business in un'ottica di sostenibilità. Diversi studi dimostrano che la sostenibilità è un'occasione per le imprese, in quanto potrebbe dispiegare opportunità economiche per un valore di 12 trilioni di dollari e creare 380 milioni di posti di lavoro entro il 2030, oltre il 50% dei quali situati nei paesi in via di sviluppo.

La strategia dell'Unione Europea per le PMI per un'Europa sostenibile e digitale mira a cogliere questa opportunità di mercato, accompagnando le PMI europee nell'integrazione della sostenibilità e della digitalizzazione nei loro modelli di business. Questo piano, così come la nuova strategia industriale per l'Europa, è strumentale all'attuazione del Green Deal europeo e del piano d'azione per l'economia circolare. Inoltre, l'UE sta mobilitando il settore finanziario attraverso il piano d'azione per il finanziamento della crescita sostenibile che aspira a promuovere la finanza sostenibile. Anche nella risposta dell'UE all'emergenza sanitaria ed economica posta dalla pandemia di Covid-19, la sostenibilità gioca un ruolo centrale, attraverso il pacchetto di rilancio dell'economia NextGenerationEU (NGEU).

L'UE ambisce ad avere nei prossimi anni un'Europa verde, inclusiva e digitale e per raggiungere questo obiettivo ha definito strategie, programmi e finanziamenti. Alla base di questa transizione c'è anche il tema della rendicontazione e della misurazione della sostenibilità. Il rapporto di sostenibilità, che dal 2017 è obbligatorio nell'UE per le grandi imprese di interesse pubblico (Non-Financial Reporting Directive, 2014/95/EU), diventerà presto obbligatorio per un target ampliato di imprese, saranno infatti incluse tutte le grandi società e tutte le società quotate nei mercati regolamentati, escluse le microimprese quotate (Corporate Sustainability Reporting Directive

-CSRD). L'inserimento della nuova normativa sarà graduale, con i primi obblighi che scatteranno il 1° gennaio 2024. Per le piccole e medie imprese quotate, gli enti creditizi di piccole dimensioni e alcune imprese di assicurazioni, l'obbligo dovrebbe partire nel 2026. Mentre le altre piccole e medie imprese potranno probabilmente attendere fino al 2028.

Sebbene i tempi di applicazione per le PMI sembrano lunghi, in realtà il mercato è già in forte fibrillazione. Le grandi imprese, soprattutto quelle quotate, che devono redigere un rapporto di sostenibilità devono poter raccogliere, già oggi, dati e informazioni lungo la loro catena di fornitura. Per tale motivo, le grandi imprese stanno già esercitando forte pressione sulle PMI affinché imparino anch'esse a redigere dei rapporti di sostenibilità. È dunque strategico avvicinare le PMI a comprendere quali possano essere gli indicatori più importanti da monitorare, attraverso l'offerta ad esempio di strumenti gratuiti di autovalutazione, in quanto permette loro di prepararsi per tempo a quella che è sempre più un'esigenza di mercato.

Dallo studio condotto dal CMI della SUPSI insieme al Sustainability Lab della Scuola di Management dell'Università Bocconi emerge che l'attuazione della transizione verso la sostenibilità è fondamentale per le PMI, in quanto mezzo per ottenere e mantenere l'accesso alle opportunità e alle risorse commerciali in termini di:

- **Supply chain certificate e mercati globali:** la possibilità di avere accesso a catene del valore certificate di grandi aziende e a mercati globali richiederà alle PMI di sviluppare un approccio più formalizzato e strutturato sulla sostenibilità, sia dal punto di vista ambientale che sociale.
- **Finanziamenti dedicati per la transizione sostenibile:** le risorse messe a disposizione a livello internazionale e nazionale per la transizione ecologica saranno disponibili solo per le PMI che attueranno sforzi specifici volti a migliorare il loro profilo di sostenibilità.

- **Finanza sostenibile e condizioni finanziarie più difficili:** le informazioni ambientali, sociali e di governance (criteri ESG) stanno diventando sempre più importanti anche per quanto riguarda la concessione di credito alle imprese. Tale andamento è supportato sia dalle valutazioni effettuate dalle banche rispetto all'esposizione del proprio portafoglio ai rischi ESG, sia dai più recenti sviluppi della regolamentazione finanziaria che vanno nella direzione di spingere le istituzioni finanziarie a introdurre variabili ESG nelle loro politiche di valutazione.
- **Appalti pubblici:** la partecipazione delle PMI agli appalti pubblici è aumentata negli ultimi anni. Nel 2011, alle PMI è stato assegnato il 58% di tutti gli appalti pubblici nell'UE e nello Spazio economico europeo, mentre più recentemente le PMI hanno raggiunto il 65% (32% in valore). Con l'introduzione dei criteri verdi o sociali negli appalti pubblici sostenibili, le PMI devono essere pronte a soddisfare i criteri ESG più rigorosi.
- **Migliori competenze e talenti:** il capitale umano è uno degli asset strategici delle PMI. Un forte posizionamento sul tema della sostenibilità e la reputazione aziendale favoriscono l'acquisizione di risorse umane più qualificate e motivate per quanto riguarda il reclutamento e la fidelizzazione dei talenti.
- **Parti interessate e partenariati:** la condivisione di principi etici, sociali e ambientali può anche migliorare la capacità delle PMI di stabilire relazioni migliori con le parti interessate, garantendosi un miglior accesso alle risorse e alle competenze.

Il percorso della sostenibilità in Ticino



L'approccio alla sostenibilità delle PMI svizzere



99%

La percentuale di
PMI in Svizzera



La Svizzera in cifre chiave

Con 8,7 milioni di abitanti e una posizione al centro dell'Europa, la Svizzera rappresenta un paese a matrice liberale, solidale e cooperativistica. A livello economico la Svizzera ospita 601'392 imprese che offrono 4'570'670 posti di lavoro. Il 99% delle imprese commerciali è una PMI ed impiega dunque meno di 250 collaboratori (Ufficio federale di statistica, 2021). Il 76% delle PMI si concentra nel settore terziario (servizi, vendita al dettaglio, commercio all'ingrosso, ristorazione e telecomunicazione), il 15% nel settore secondario (estrazione di minerali e manifattura, produzione e distribuzione di elettricità, gas, acqua e costruzione edilizia) e il 9% nel settore primario (agricoltura, silvicoltura e pesca). Le regioni che presentano la maggiore concentrazione di PMI sono nell'ordine: l'Espace Mittelland (Berna, Friburgo, Soletta, Neuchâtel, Giura) con 120'656 imprese, la Regione del Lemano (Vaud, Vallese e Ginevra) con 114'947 e Zurigo con 105'433 aziende. Per quanto riguarda le principali forme giuridiche delle imprese, il 55% è costituito da aziende individuali (media 1,95 collaboratori) seguite dalle società anonime (SA) e dalle società a garanzia limitata (Sagl), entrambe rappresentano rispettivamente il 20% del totale (media collaboratori: SA=13.5, Sagl=4.4).

Le PMI presentano dunque una struttura molto frammentata, caratterizzata dalla prevalenza del settore dei servizi e da dimensioni molto ridotte, oltre ad una concentrazione geografica in tre aree principali del paese che ruotano attorno alle città più importanti (Berna, Zurigo e Ginevra). Il Ticino ospita 34'375 PMI.

In Svizzera hanno la sede anche alcune delle più grandi imprese globali. La concentrazione di imprese multinazionali è fra le più alte al mondo. Tassazione

favorevole, forza lavoro molto qualificata e grande stabilità economica hanno aiutato la Svizzera ad attrarre alcune delle più grandi compagnie multinazionali al mondo. Le imprese parte di un gruppo multinazionale sono oltre 30'000 e impiegano circa 1,4 milioni di persone (dati Stagre 2020). Al fine di tutelare la reputazione e la competitività delle imprese, la Confederazione promuove strumenti di Responsabilità sociale delle imprese (Corporate social responsibility - CSR) in specifici settori: materie prime, agricoltura, finanza, sicurezza, abbigliamento e calzature. La sostenibilità è un driver essenziale per la competitività e l'innovazione anche in Svizzera. Ne è testimonianza lo sviluppo del settore Cleantech che rappresenta in Svizzera il 4.5% del PIL e offre più di 200'000 posti di lavoro a tempo pieno (Swiss Cleantech Report, 3.ed.).

Per quanto riguarda il settore finanziario, nel 2021 in Svizzera il volume totale degli investimenti sostenibili era di 1'982,7 miliardi di franchi, ciò che corrisponde a circa il 53 % dell'intero mercato svizzero dei fondi (SSF, Swiss Sustainable Investment Market Study 2022).

Un ruolo di primo piano viene esercitato anche dalle Università e dai Centri di ricerca che contribuiscono ad un posizionamento di primo piano della Svizzera nell'ambito della ricerca e dell'innovazione (primo paese al mondo per capacità di innovazione secondo il Global Innovation Index 2019). Inoltre, molteplici Associazioni e Organizzazioni non profit contribuiscono alla diffusione dei temi dello sviluppo sostenibile. Ne sono un esempio l'Associazione Swiss Sustainable Finance che dal 2014 promuove il tema della finanza sostenibile, riunendo 214 partner e membri del settore bancario e il Global Compact Network Switzerland and Liechtenstein che promuove i 17 obiettivi dell'Agenda 2030.

Nei confronti della sostenibilità, la Svizzera preserva il suo approccio liberale al mercato, favorendo l'autoregolamentazione, piuttosto che l'introduzione di nuove normative. Mentre l'Unione Europea sta introducendo mese dopo mese numerose normative in ambito di investimenti sostenibili, economia circolare e rendicontazione della CSR, la Svizzera gioca un ruolo più attendista, delegando al mercato la responsabilità di integrare la sostenibilità su base volontaria. Ne è un esempio la normativa entrata in vigore in Svizzera nel gennaio 2022 riguardo l'obbligo di rendicontazione sulle questioni non finanziarie. Le nuove disposizioni inserite nel Codice delle obbligazioni prevedono l'obbligo per le grandi aziende quotate in borsa e le grandi istituzioni finanziarie svizzere di rendere conto delle questioni ambientali e lavorative, dei diritti umani e della lotta contro la corruzione in modo simile alla Direttiva della UE 2014/95/UE. Ricordiamo che la direttiva UE ha sottoposto le grandi aziende all'obbligo di rendicontazione a partire dal 2017, e che a breve verrà sostituita dalla nuova Corporate sustainability reporting directive (CSRD).

PMI e sostenibilità

In Svizzera non esiste ancora una rilevazione statistica sull'atteggiamento delle imprese rispetto al tema della sostenibilità a livello nazionale. Le uniche ricerche di cui si dispone sono effettuate dalle Associazioni economiche tramite indagini presso i propri associati e dai centri studi del settore bancario, finanziario e assicurativo, mentre le Università svolgono indagini sulle tendenze di mercato.

Le Camere di Commercio della Svizzera romanda e italiana, tramite l'indagine congiunturale effettuata nel 2019 su un campione di 1'753 imprese, hanno voluto raccogliere alcuni dati sull'approccio alla sostenibilità delle loro imprese associate. Dai risultati, emerge che il 67% delle imprese con più di 100 collaboratori dichiara il suo impegno sul tema, a fronte di un 33% di imprese con meno di 30 collaboratori. Allo stesso modo l'industria denota una maggior attenzione al tema con un 44% di risposte positive rispetto al 39% del settore dei servizi, il

dato può essere collegato al maggior impatto ambientale dell'attività industriale. Anche per i piani di mobilità si constata che il 56% delle imprese con più di 100 collaboratori ha adottato iniziative in questo ambito, mentre nel confronto tra settori, risulta più virtuoso quello dei servizi (30%) rispetto al settore industriale (25%).

Tra le motivazioni che spingono le imprese ad intraprendere iniziative di sostenibilità, troviamo:

- i valori e i principi dell'alta direzione (58% industria e 55% servizi)
- il riconoscimento della sostenibilità come uno dei valori fondamentali dell'impresa (51% industria e 45% servizi)
- il miglioramento dell'immagine dell'impresa (49% industria e 48% servizi)

La pressione da parte dei collaboratori e da parte del mercato è la motivazione meno citata, così come l'attesa di utili da un punto di vista finanziario. La leva motivazionale appare quindi ancora legata ad una dimensione etica e valoriale piuttosto che a una visione della sostenibilità come fattore di competitività.

Le ragioni per cui l'impresa non ha intrapreso iniziative di sostenibilità sono:

- la mancanza di tempo (53% industria e 51% servizi)
- la mancanza di risorse economiche (52% industria e 40% servizi)

La mancanza di risorse sia a livello di tempo che di competenze rimane il limite principale sia per le grandi imprese sia per le più piccole. La mancanza di tempo è considerata il problema principale dal 59% delle imprese con più di 100 collaboratori e dal 50% delle imprese con meno di 30 collaboratori. La mancanza di competenze invece è considerata un limite dal 29% delle imprese industriali e dal 26% delle imprese di servizi.

Per quanto riguarda le iniziative di CSR intraprese, la concentrazione maggiore si riscontra nel settore ambientale con l'installazione di pannelli solari, la

riduzione dei consumi elettrici ed energetici, la riduzione della carta e lo smaltimento dei rifiuti. Vengono inoltre citate le certificazioni, la formazione dei collaboratori, le donazioni a progetti di sviluppo sostenibile e i piani di mobilità.

La crisi da coronavirus ha lasciato tracce nel panorama delle aziende svizzere, come rilevato da una ricerca di Credit Suisse svolta su un campione di 1'001 imprese (PMI svizzere: Reazione flessibile alla crisi da coronavirus, 2020). Le misure volte a contenere la pandemia hanno provocato nel secondo trimestre 2020 la più forte contrazione del prodotto interno lordo dall'inizio del rilevamento nel 1980. Il Consiglio federale ha approvato nel maggio 2020 misure fiscali per un ammontare di oltre 65 miliardi di franchi. Quattro aziende su cinque, nell'autunno dello stesso anno, hanno effettuato un adeguamento del proprio modello di business. In tale contesto, il 76% delle imprese ha optato per un cambiamento di rotta permanente che perdurerà anche oltre la crisi.

Nonostante la situazione, lo studio rivela anche che la sostenibilità ecologica, in futuro, non perderà la sua importanza per la maggior parte delle aziende: il 49% delle PMI vuole proseguire i propri sforzi in tale ambito, mantenendo i livelli di impegno precisi e il 26% intende addirittura intensificare il proprio impegno. Il fattore costo probabilmente prevale nella scelta del 21% di imprese che non intende apportare o pensa di ridurre il contributo alla sostenibilità ecologica nei prossimi 1-3 anni. In questo gruppo è particolarmente rilevante la presenza di microimprese con meno di 10 collaboratori.

Tra le PMI che prevedono di migliorare la loro sostenibilità, gli sforzi si concentrano a livello di:

- consumo di materiale/risorse (es. riduzione consumo energetico, reinserimento materiale di scarto nel ciclo produttivo) (66%)
- settore degli acquisti (es. valutazione dei fornitori/produttori in base a criteri ecologici) (50%)
- design dei prodotti ecologici (es. produzione di beni con una più lunga durata e offerte di riparazione) (41%)



49%

La percentuale di PMI che vuole proseguire gli sforzi nella sostenibilità dopo la crisi pandemica

Mentre il 17% delle PMI desidera avviare cooperazioni per iniziative ambientali o effettuare donazioni.

Sebbene le PMI faticino a formalizzare il loro approccio alla sostenibilità, numerosi sono gli esempi di buone pratiche citate nell'ambito di convegni, webinar e articoli. A fronte della scarsa comunicazione da parte delle singole aziende, è opportuno segnalare inoltre l'importanza delle reti di collaborazione che permettono uno sviluppo del tema a livello di territorio. Infatti, è solo attraverso una **politica di territorio** che le PMI possono trovare un sostegno concreto al loro impegno.

È in questo quadro che si inserisce l'esperienza realizzata dal Gruppo CSR Ticino, gruppo operativo - costituito da: Dipartimento delle finanze e dell'economia del Cantone Ticino, Associazione bancaria ticinese, Associazione industrie Ticinesi, Camera di commercio, dell'industria, dell'artigianato e dei servizi del Cantone Ticino e Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana - che dal 2016 coordina e promuove il tema sul territorio attraverso progetti di ricerca, formazione, webinar, eventi, pubblicazioni mettendo a disposizione strumenti pratici.

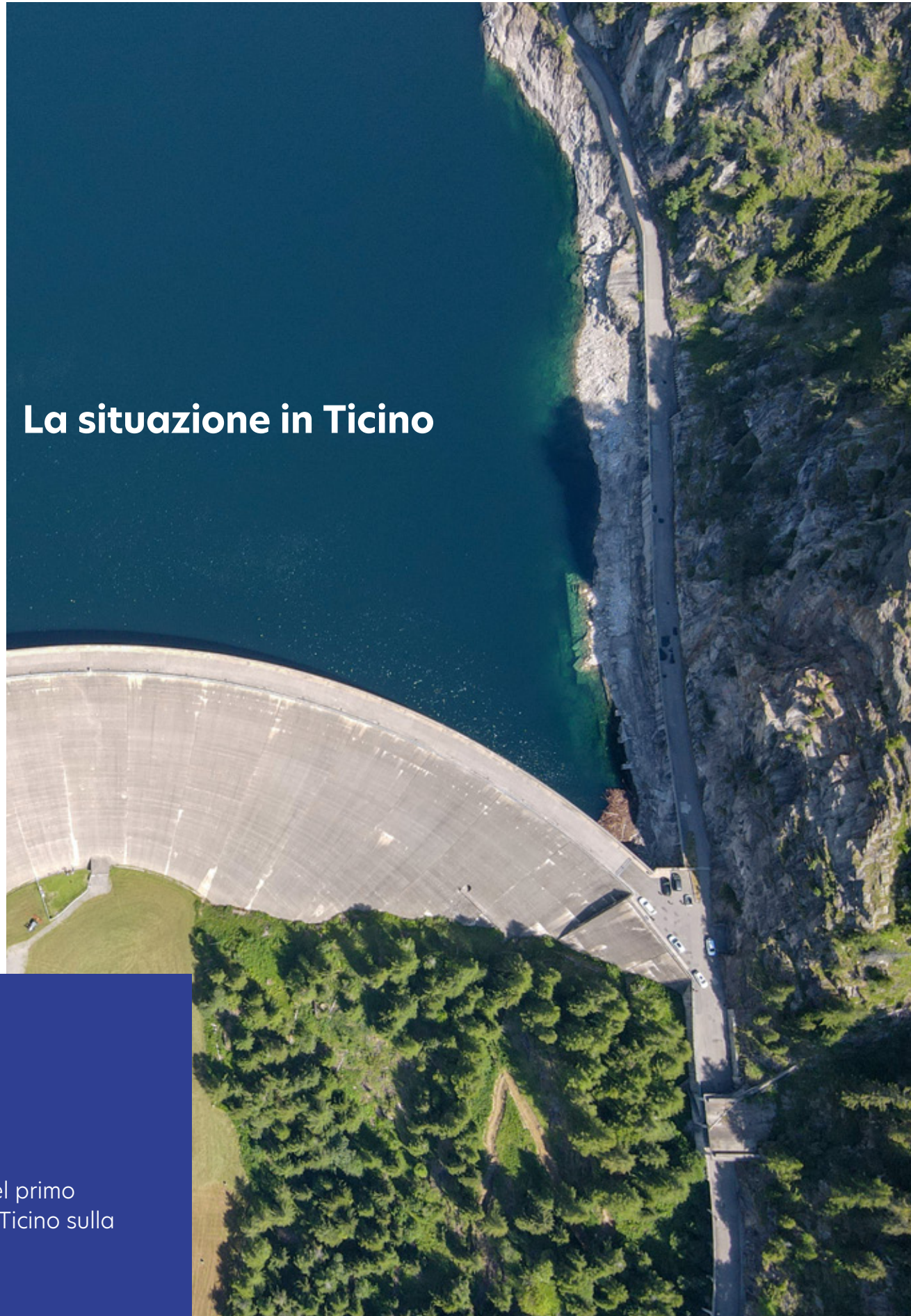
Un altro esempio a livello territoriale è fornito dal Programme EcoEntreprise, diventato un punto di riferimento in diversi Cantoni della Svizzera francese per facilitare e accelerare l'implementazione di un approccio di Responsabilità sociale a livello territoriale. Da alcuni anni, il programma promuove la Certificazione EcoEntreprise che viene utilizzata per premiare le imprese più virtuose nelle commesse pubbliche.

La situazione in Ticino



2006

L'anno del primo studio in Ticino sulla CSR



Il tema della CSR in Ticino è stato studiato per la prima volta nel 2006, nell'ambito di un progetto di ricerca condotto dalla SUPSI e finanziato dalla CTI (Commissione per la tecnologia e l'innovazione ora Innosuisse). All'epoca, al di là, della sensibilità e dell'attenzione da parte degli imprenditori più attenti alle evoluzioni del mercato, il tema appariva ancora come un elemento "nice to have" per il suo valore in ambito di marketing e comunicazione. Negli anni, la CSR si è sempre più configurata come un passaggio obbligato per tutelare la competitività delle imprese e del territorio. Lo schema sottostante riassume le tappe principali dell'evoluzione del tema nel nostro Cantone a partire dalla creazione del Gruppo CSR Ticino avvenuta nel 2016 con la promozione di una visione condivisa del tema. Il Gruppo si è costituito dopo la presentazione dei risultati della ricerca "ValoreTI" che, su mandato del Dipartimento delle Finanze e dell'Economia, ha permesso di studiare nuovamente il posizionamento delle grandi imprese con sede in Ticino rispetto alla CSR. Dalla ricerca realizzata dalla SUPSI era emersa la richiesta da parte delle imprese che il tema fosse gestito con chiarezza e soprattutto "con una voce sola" per evitare che una molteplicità di proposte e di interventi ne rendesse difficile l'applicazione pratica. Il Gruppo CSR Ticino ha quindi promosso una visione comune del tema attraverso numerose iniziative:

- Nel 2018, grazie al Progetto transfrontaliero SMART (Strategie sostenibili e modelli di aziende responsabili nel territorio) finanziato dal fondo Interreg 2020-2024 Italia-Svizzera è stata effettuata un'ulteriore indagine sulla diffusione dei rapporti di sostenibilità in Cantone Ticino e nelle province di Como e Lecco. I risultati dello studio sono stati presentati durante la Giornata dell'Economia dedicata alla sostenibilità, organizzata nel febbraio 2020 dal DFE in collaborazione col Gruppo CSR Ticino.
- Il Certificate of Advanced Studies in CSR della SUPSI (sussidiato dal DFE) si è posto l'obiettivo di formare manager della sostenibilità in grado di promuovere questo approccio presso le loro aziende. Giunto nel 2022 alla sua quarta edizione, il corso ha già formato 92 partecipanti a livello transfrontaliero.
- Alfine di avere un approfondimento specifico del posizionamento del sistema bancario ticinese, nel 2021 è stata realizzata un'indagine sulla CSR nel settore bancario promossa dall'Associazione Bancaria Ticinese.
- Dal canto suo, la Camera di commercio del Cantone Ticino ha iniziato a monitorare il tema nell'ambito delle analisi congiunturali del 2019 e del 2020. Alfine di avere un monitoraggio più continuativo, la Camera di Commercio ha in seguito optato per l'introduzione di un questionario di autovalutazione, disponibile online, con l'obiettivo di permettere alle PMI di effettuare una prima fotografia del loro posizionamento sul tema.
- Nel 2020 è entrata in vigore la modifica della Legge sulle commesse pubbliche (LCPubb) e del Regolamento di applicazione della legge sulle commesse pubbliche e del concordato intercantonale sugli appalti pubblici (RLCPubb/CIAP), che prevedono la possibilità di utilizzare il criterio di aggiudicazione inerente alla Responsabilità sociale delle imprese (CSR) con un valore di ponderazione del 4% in tutti i bandi di pubblici concorsi e procedure selettive, nel settore non contemplato dai trattati internazionali (art. 32 cpv. 1 LCPubb e art. 53 cpv. 2-4 RLCPubb/CIAP).
- A seguito dell'introduzione di questa normativa, il Dipartimento delle finanze e dell'economia, in collaborazione con la SUPSI, il Centro di competenza in materia di commesse pubbliche e la Camera di Commercio, ha messo a punto un modello di rapporto di sostenibilità semplificato che permetterà alle aziende di raccogliere e presentare i propri impatti in ambito economico, sociale e ambientale. Ciò consente una semplificazione delle procedure di allestimento e controllo in merito a detto criterio, sia per le imprese offerenti sia per gli enti pubblici committenti.
- Infine, l'Associazione industrie ticinesi ha promosso diverse iniziative a supporto dell'implementazione della sostenibilità nelle imprese del territorio (ad esempio: piattaforma AITI4Welfare e il progetto "Smart working, istruzioni per l'uso") e sta mettendo a punto un modello di reportistica per imprese di medie e grandi dimensioni. Anche nell'ambito della sua proposta di Piano Industriale la CSR occupa un ruolo di rilievo.

Metodologia



228

Il numero dei
questionari
analizzati

Il questionario di autovalutazione sulla Responsabilità sociale d'impresa (CSR) promosso dalla Camera di commercio, dell'industria, dell'artigianato e dei Servizi del Canton Ticino nasce all'interno del progetto SMART Interreg Italia - Svizzera 2020 -2024, che ha permesso di utilizzare il questionario come strumento di sensibilizzazione delle imprese sul tema (progettosmart). Il questionario è stato elaborato dalle docenti ricercatrici Jenny Assi e Caterina Carletti del Centro competenze Management e Imprenditorialità del Dipartimento economia aziendale, sanità e sociale della Scuola Universitaria Professionale della Svizzera Italiana.

Il questionario di autovalutazione permette alle imprese di comprendere il loro grado di conoscenza della sostenibilità. Il questionario consiste in 18 domande che riguardano l'impatto economico, sociale e ambientale delle imprese. Ad ogni domanda è possibile fornire quattro diverse risposte: sì, è in fase di attuazione, potrei farlo in futuro, no. L'inserimento delle quattro opzioni consente di avere informazioni in merito anche a quelle iniziative che l'impresa ha deciso di intraprendere ma che, essendo ancora in fase di attuazione, non possono essere considerate attive a tutti gli effetti. La risposta "potrei farlo in futuro" intende invece evidenziare la disponibilità dell'impresa ad adottare la buona pratica e quindi registra non tanto ostacoli di principio, quanto piuttosto limiti economici o di competenze. Le risposte al questionario consentono di ottenere un punteggio finale di valutazione del posizionamento dell'impresa. Il questionario è disponibile sul sito della Camera di Commercio del Canton Ticino e della Camera di Commercio Como Lecco. L'accesso è gratuito e la compilazione da parte delle imprese è stata effettuata su base volontaria. L'adesione all'iniziativa da parte di alcune associazioni di categoria ha permesso inoltre di fornire una statistica dei dati raccolti anche a livello settoriale.

Ad ogni risposta del questionario viene attribuito il seguente punteggio:

Sì	3
È in fase di attuazione	2
Potrei farlo in futuro	1
No	0

Le risposte devono essere assegnate secondo i seguenti parametri:

- Indicare SÌ se la buona pratica è già in atto e viene realizzata in modo continuativo nel tempo.
- Indicare "È in fase di attuazione" se l'impresa ha deciso di adottare la buona pratica e ha definito tempi e risorse per la sua attuazione.
- Indicare "Potrei farlo in futuro" se l'impresa ha intenzione di adottare la buona pratica in futuro e non ha particolari impedimenti tecnici o economici per la sua realizzazione.
- Indicare NO se l'azienda non adotta questa iniziativa o se l'iniziativa non è pertinente rispetto alla propria attività.

Il punteggio totale raggiunto viene valutato in base alla seguente scala di comparazione:

State muovendo i primi passi, avete tanto margine per migliorare e introdurre ulteriori buone pratiche.	0 - 15
Potreste migliorare individuando nuove misure da introdurre.	16 - 30
Siete sensibili al tema, ma potete fare ancora di più.	31 - 45
Continuate così e impegnatevi a mantenere l'ottimo risultato.	46 - 54

Su 228 questionari complessivi, il punteggio medio delle risposte si è attestato a 35 punti su 54, pari al 64% del punteggio massimo. La percentuale media di completamento è stata del 90% e il tempo medio per la compilazione è stato valutato in pochi minuti. Alla domanda finale, se il questionario è stato utile per l'autovalutazione, l'83,12% ha risposto positivamente.



Tabella 1. Questionario di autovalutazione

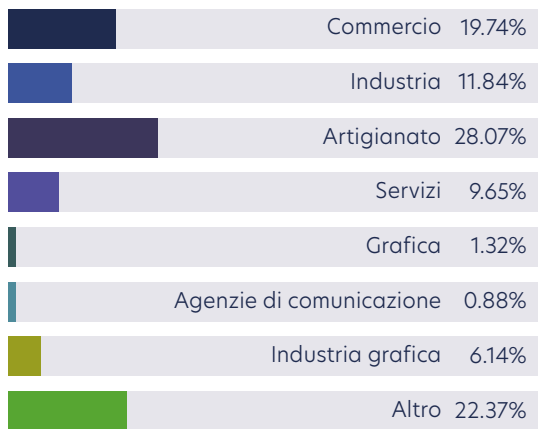
N	Domanda	Sì	È in fase di attuazione	Potrei farlo in futuro	No
1	La vostra azienda dispone di un codice di condotta/ codice etico/carta dei valori?				
2	La vostra azienda dispone di certificazioni?				
3	I vostri collaboratori vengono informati regolarmente in merito all'andamento dell'azienda?				
4	Utilizzate materie prime sostenibili?				
5	Considerate i fattori sociali e ambientali nella scelta dei vostri fornitori?				
6	Date priorità, quando possibile, a fornitori locali?				
7	In fase di progettazione e produzione, considerate la sostenibilità un valore aggiunto al prodotto?				
8	I vostri collaboratori hanno la possibilità di disporre di un orario flessibile o di smart working?				
9	I vostri collaboratori ricevono un contributo per l'utilizzo di mezzi pubblici o per la mobilità condivisa?				
10	I vostri collaboratori partecipano a corsi di formazione?				
11	Effettuate donazioni o sponsorizzazioni ad associazioni presenti sul territorio?				
12	Sostenete progetti di collaborazione con enti o associazioni presenti sul territorio?				
13	Negli ultimi 3 anni avete rinnovato edifici, infrastrutture o macchinari migliorandone la sostenibilità?				
14	Rilevate i consumi energetici (elettricità, acqua, ecc.) con l'obiettivo di ridurli?				
15	Avete processi specifici di riduzione e recupero degli scarti di lavorazione con l'obiettivo di ridurre i volumi di rifiuti e favorirne il recupero?				
16	Utilizzate mezzi di trasporto ecosostenibili (aziendali o dei dipendenti)?				
17	Avete piani di riduzione delle emissioni di CO2?				
18	Comunicate il vostro approccio alla sostenibilità?				



Il campione

Sono 228 le aziende che hanno compilato il questionario al 31 luglio 2022. In base ai settori di attività, il campione è così suddiviso:

Grafico 1. Suddivisione del campione in base al settore di attività

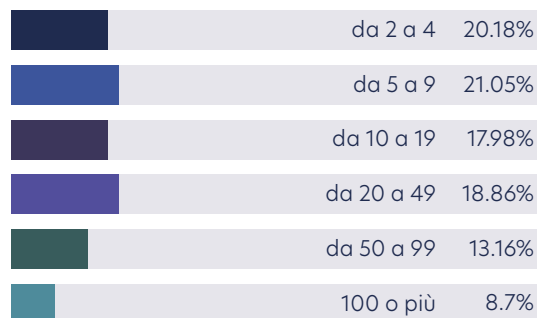


L'artigianato si colloca al primo posto con 64 questionari compilati pari al 28,07% del campione, seguito dal settore del commercio con 45 questionari (pari al 19,74% del campione), dall'industria con 27 risposte (pari all'11,84%) e dai servizi con 22 questionari (pari al 9,65%). Sorprende il dato del 22,37% di rispondenti che si colloca alla voce "Altro". Tale dato potrebbe riferirsi a società che integrano diverse tipologie di attività (es. produzione e servizi) e che hanno trovato difficoltà ad optare per una sola area specifica.

Per quanto riguarda l'**appartenenza alle associazioni economiche**, era disponibile una scelta tra 44 associazioni. Le associazioni che hanno raccolto il maggior numero di adesioni sono state: la Società Svizzera Impresari e Costruttori (55), l'Unione Professionale Svizzera dell'Automobile (49), la Società Matri Panettieri, Pasticcieri e Confettieri (18), l'Associazione industria grafica svizzera - Viscom (17), l'Associazione Installatori Eletttricisti Ticinesi (14).

Il campione è equamente distribuito per quanto riguarda il numero di dipendenti. La partecipazione più alta si rileva nelle imprese fino a 9 collaboratori che rappresentano complessivamente il 41, 23% del campione. Seguono le imprese tra 10 e 50 collaboratori con un 36,84%. Le imprese tra 50 e 99 collaboratori si attestano al 13,16% mentre quelle che superano i 100 collaboratori costituiscono l'8,77% del campione.

Grafico 2. Suddivisione del campione in base al numero di collaboratori.



Risultati generali

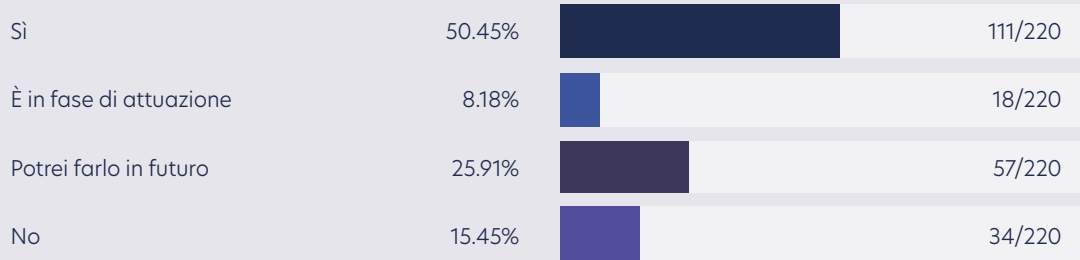


95.83%

Le aziende che
danno priorità ai
fornitori locali



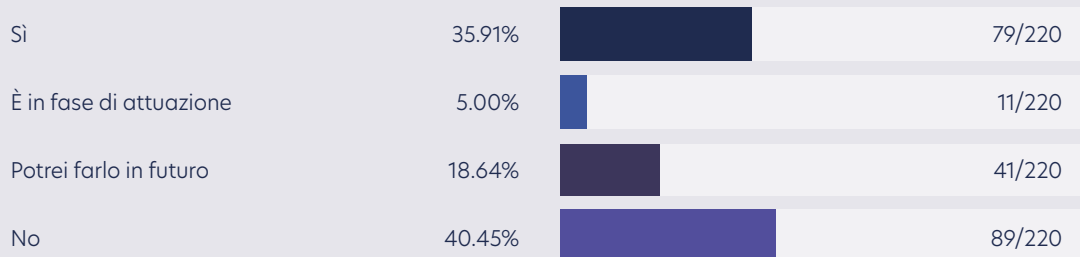
01. La vostra azienda dispone di un codice di condotta/codice etico/carta dei valori?



La prima domanda riguardava l'adozione di un codice di condotta o di un codice etico o di una carta dei valori. Il risultato è da considerarsi molto positivo con un 50,45% di imprese che dichiarano di disporre di questo strumento a cui si può aggiungere un 8,18% di imprese che dichiara di essere in fase di attuazione. Nelle imprese con un certo numero di dipendenti l'adozione del codice di condotta è abbastanza diffusa. Anche per le PMI la redazione e formalizzazione di un codice di condotta, rappresenta tuttavia uno strumento valido per mettere per iscritto le regole di comportamento e i valori aziendali, elementi che

troppo spesso vengono dati per scontati. Quando i valori e le norme di comportamento non sono formalizzati, le aziende corrono il rischio di lasciare libera interpretazione ai collaboratori. Il codice di condotta rappresenta dunque un'occasione per rafforzare la sovrapposizione tra i valori aziendali e quelli individuali dei collaboratori. Un utilizzo diffuso del codice di condotta, come espressione della cultura aziendale e come elemento di trasparenza nelle relazioni coi collaboratori, rappresenta dunque una buona notizia. Interessante anche la disponibilità del 25,91% dei rispondenti a adottarlo in futuro.

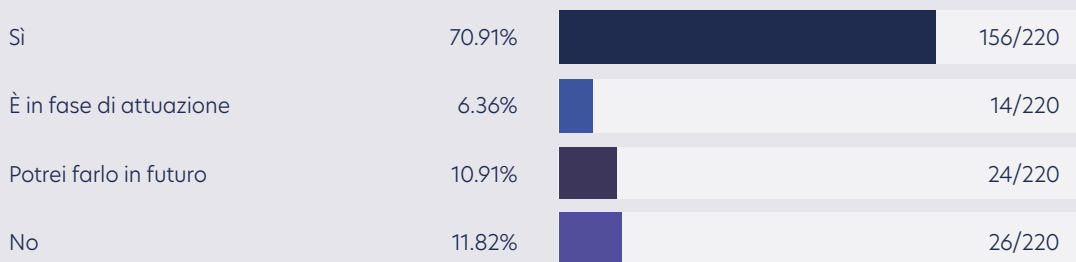
02. La vostra azienda dispone di certificazioni?



L'utilizzo delle certificazioni è probabilmente influenzato dalle dimensioni delle imprese rispondenti. Infatti, in questo caso a prevalere sono le risposte negative con un 40,45% a fronte di un 35,91% di imprese che già possiedono delle certificazioni e un 5% che è in fase di attuazione. È interessante anche il dato rispetto alla disponibilità a farlo in futuro che riguarda il 18,64% delle imprese rispondenti. Anche

in questo caso sarebbe interessante approfondire le motivazioni e comprendere se la barriera sia costituita dai costi o dalla disponibilità di tempo delle risorse umane. È necessario inoltre considerare il diverso valore di mercato riconosciuto alle certificazioni che diventano fondamentali per imprese che operano all'interno di determinati mercati ma meno rilevanti per altre tipologie di settori.

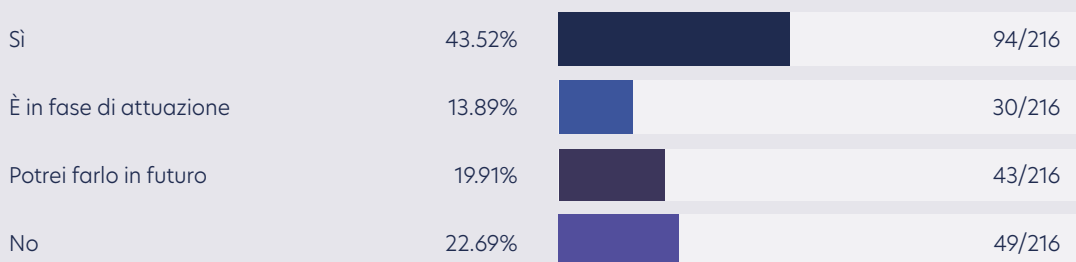
03. I vostri collaboratori vengono informati regolarmente in merito all'andamento dell'azienda?



La terza domanda riguardava l'organizzazione di incontri con i collaboratori per la condivisione di informazioni in merito alle strategie aziendali, agli obiettivi e ai risultati. Le comunicazioni da prendere in considerazione possono avvenire anche mediante l'utilizzo di altri strumenti di comunicazione che consentono un confronto e un dialogo con i collaboratori (es. newsletter, sito intranet, social media). La prevalenza di risposte positive col 70,91% di consensi testimonia una buona qualità dei rapporti con i collaboratori, i quali sono a conoscenza dell'andamento dell'impresa e dei suoi risultati. Ciò denota la consapevolezza che i collaboratori rappresentano

un elemento fondamentale per il successo dell'impresa e che la loro partecipazione attiva è essenziale. Da sottolineare che, sommando coloro che sono in fase di attuazione e chi sarebbe disposto a farlo in futuro, si raggiunge una percentuale dell'88,18%. Le PMI dimostrano legami stretti con i loro collaboratori e più in generale con il territorio grazie ad una dimensione relazionale quotidiana e diretta con i loro interlocutori. La diffusione delle buone pratiche potrebbe favorire il passaggio da modalità informali a relazioni maggiormente formalizzate, come già avviene in alcune imprese.





04. Utilizzate materie prime sostenibili?



Per quanto riguarda l'utilizzo di materie prime con una certificazione a livello sociale o ambientale o l'utilizzo di materiale totalmente o parzialmente riciclato, è necessario tenere conto che per diversi settori la domanda può risultare non pertinente (es. settore dei servizi). È comprensibile quindi che solo il 43,52% abbia risposto positivamente. È interessante comunque notare la disponibilità del 19,91% dei rispondenti ad effettuare questa scelta in futuro, indice di una sensibilità rispetto ai materiali utilizzati ma anche di una cultura della sostenibilità non ancora integrata nell'attività. È inoltre opportuno sottolineare che, in alcuni settori, la disponibilità di un

numero limitato di fornitori spesso non permette di scegliere fonti di approvvigionamento con caratteristiche particolari in termini di sostenibilità. Lo stesso problema si pone quando i quantitativi di determinati materiali sono modesti e non consentono quindi all'impresa di richiedere, oltre a un buon rapporto qualità prezzo, anche caratteristiche ambientali e sociali. È importante comunque sottolineare che una maggiore sensibilità delle imprese su questi temi può influenzare l'atteggiamento dei fornitori orientandoli a scelte più sostenibili e che, dal punto di vista legislativo, le norme svizzere ed europee si stanno sempre più orientando in questa direzione.





05. Considerate i fattori sociali e ambientali nella scelta dei vostri fornitori?

Sì	44.44%		96/216
È in fase di attuazione	11.57%		25/216
Potrei farlo in futuro	22.22%		48/216
No	21.76%		47/216

Ai fini della diffusione della cultura della sostenibilità, le relazioni con i fornitori rappresentano un punto fondamentale. La sostenibilità della catena di fornitura rappresenta un obiettivo sempre più importante nella valutazione dell'impatto delle imprese. Considerare questi fattori nella scelta dei fornitori, significa uscire dalla logica del rapporto qualità prezzo, inserendo criteri di valutazione che stimolino anche i fornitori ad orientare la loro attività a favore della sostenibilità. Anche per questa risposta un 22,22% di imprese che è disposta a farlo in futuro fa ben sperare in una nuova prospettiva. Le considerazioni già effettuate sulle materie prime, valgono in generale anche per le relazioni con i fornitori.

Un aspetto che merita di essere sottolineato, in questo ambito, è la differente relazione che caratterizza l'universo dei fornitori in termini di stakeholder engagement. C'è una notevole differenza, infatti, tra i fornitori che partecipano in minima parte all'attività dell'impresa e i fornitori che per importanza, continuità di relazione nel tempo e quantitativi richiesti hanno con l'impresa una relazione consolidata, assumendo il ruolo di partner fondamentali. In questo caso la condivisione di valori e di visione del mercato può rafforzare ulteriormente le relazioni commerciali e potrebbe dar vita a interessanti progetti di CSR condivisi.

06. Date priorità, quando possibile, a fornitori locali?

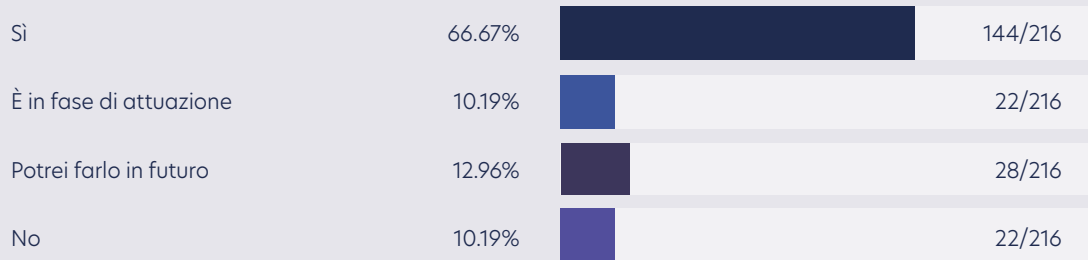
Sì	95.83%		207/216
È in fase di attuazione	2.31%		5/216
Potrei farlo in futuro	0.93%		2/216
No	0.93%		2/216

Per quanto riguarda la scelta di fornitori locali, è stata ottenuta una risposta positiva pressoché unanime (95,83%). Ciò dimostra l'importanza delle relazioni con il territorio e una marcata sensibilità nei confronti della comunità in cui l'impresa opera. Considerata la prevalenza di imprese di piccole e medie dimensioni del campione, è ipotizzabile che si tratti soprattutto di imprese familiari con una tradizione e un forte radicamento territoriale. La catena di fornitura quindi si è consolidata nel tempo con rapporti di partnership solidi e continuativi. Questo approccio potrebbe agevolare lo sviluppo sostenibile del territorio, proprio facendo leva sulla

rete di relazioni che lo caratterizzano. La formazione sul tema, promossa dalle associazioni economiche, potrebbe consentire a tutti i settori di accrescere le loro competenze e potrebbe quindi rappresentare un'interessante opportunità. Condividere visione e buone pratiche sul tema significherebbe contribuire ad una maggior presa di conoscenza di tutti gli attori, rispetto ad uno sviluppo economico attento anche alle dimensioni sociali e ambientali. Se, come molti dati stanno dimostrando, la sostenibilità rappresenta un fattore di competitività, una rete di fornitori locali attenti al tema aiuterebbe il Ticino a tutelare i suoi spazi di mercato.

07.

In fase di progettazione e produzione, considerate la sostenibilità un valore aggiunto al prodotto?

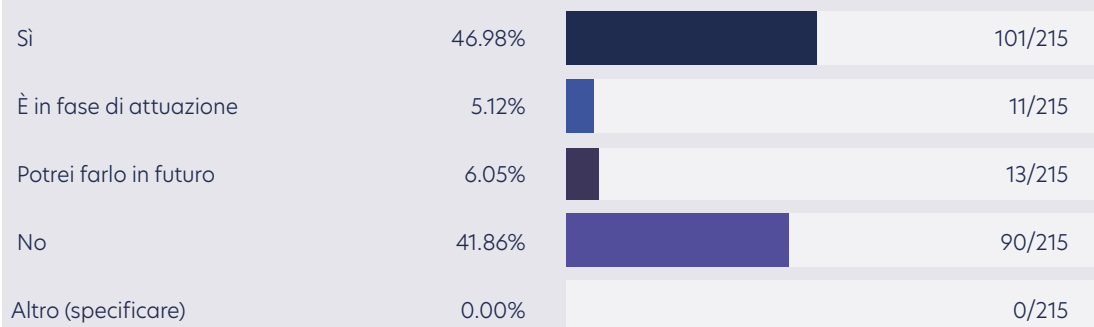


La domanda intendeva valutare se nell'ambito della progettazione e della produzione dei prodotti o dei servizi, l'impresa prendesse in considerazione la tipologia di materiali scelti, i processi o l'utilizzo di energie con l'obiettivo di ridurli o migliorarli. Bisognava inoltre considerare se i collaboratori si dedicassero, anche parzialmente, ad attività di ricerca, sviluppo e innovazione sostenibile. Anche in questo caso prevalgono le risposte positive (66,67%) con un atteggiamento ancora più favorevole se si sommano le risposte "in fase di attuazione" (10,19%) e "potrei farlo in futuro" (12,96%). Sarebbe interes-

te verificare in quest'area se si stiano sviluppando progetti di economia circolare e se, laddove possibile, le imprese utilizzino strumenti specifici di misurazione dell'impatto dei prodotti e dei servizi (come, ad esempio, il Life Cycle Assessment). In questo ambito la formazione gioca un ruolo determinante non solo per quanto riguarda le nuove generazioni, che entrano nel mondo del lavoro con una preparazione più vicina a questi temi, ma anche per quanto riguarda i collaboratori, a cui le imprese possono offrire occasioni di aggiornamento professionale che tengano conto di queste tematiche.

08.

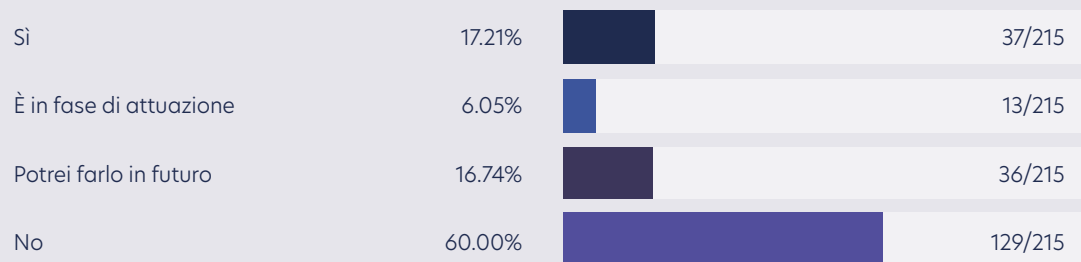
I vostri collaboratori hanno la possibilità di disporre di un orario flessibile o di fare telelavoro?



L'elevata percentuale di risposte negative (41,86%) non sorprende in quanto molte delle imprese appartengono a settori come il commercio o i servizi che svolgono le loro attività con limiti oggettivi per quanto riguarda la flessibilità degli orari o la possibilità di fare telelavoro. Possono essere interessanti le risposte "in fase di attuazione" (5,12%) e "potrei farlo in futuro" (6,05%) in quanto denotano l'attualità del tema e sottolineano il possibile effetto dell'esperienza della recente pandemia che ha costretto molte imprese a sperimentare nuove modalità di lavoro. È un dato che sarà interessante valutare nel tempo per comprendere quanto le imprese saranno riuscite a proporre nuove formule di conciliazione vita lavoro, ormai diventate essenziali per attrarre

le nuove generazioni. In questo ambito, inoltre, non va sottovalutato l'impatto degli aspetti normativi e contrattuali che spesso necessitano di un adeguato aggiornamento, in modo da consentire alle imprese maggior elasticità nell'impiego delle proprie risorse. Gli interventi di conciliazione vita lavoro assumono poi un ruolo fondamentale anche nella risoluzione di problemi che incidono sulla qualità di vita del territorio. Basti pensare alla concentrazione di traffico in alcune fasce orarie o alla difficoltà di conciliare gli orari scolastici dei figli con gli orari di lavoro o all'impegno crescente nella cura dei familiari anziani. Tutti gli strumenti che possono consentire una maggior flessibilità dovranno essere presi in considerazione e promossi come buone pratiche.

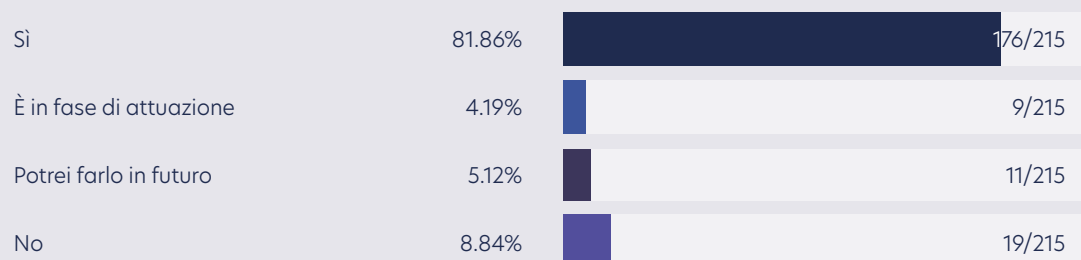
09. I vostri collaboratori ricevono un contributo per l'utilizzo di mezzi pubblici o per la mobilità condivisa?



La domanda si riferiva al riconoscimento di eventuali contributi ai collaboratori per l'utilizzo di mezzi pubblici (es. abbonamenti Arcobaleno) oppure alla disponibilità di mezzi di trasporto aziendali sostenibili (es. auto elettriche, biciclette per brevi spostamenti, navette, ecc.). Un altro aspetto che poteva essere preso in considerazione era la promozione di forme di mobilità condivisa (carpooling). La prevalenza di risposte negative (60%) può essere ricondotta sia al numero limitato di collaboratori che non stimola l'impresa ad adottare interventi sul piano della mobilità sia alla dislocazione geografica delle imprese rispetto alla residenza dei collaboratori. Anche in questo caso da sottolineare la percentuale

elevata (16,74%) di chi si dice disposto a adottare in futuro soluzioni di questo tipo. La promozione di piani di mobilità negli ultimi anni ha suscitato molta attenzione, attirando l'interesse di diverse imprese. Per poter maggiormente coinvolgere soprattutto le PMI, sarebbe però importante riuscire a proporre soluzioni a livello di distretto più che di singola impresa. In questa direzione alcuni Comuni si stanno attivando per proporre soluzioni in collaborazione con più imprese che operano nella stessa zona. Una formula di questo tipo permetterebbe anche alle imprese con un numero limitato di collaboratori di partecipare al progetto.

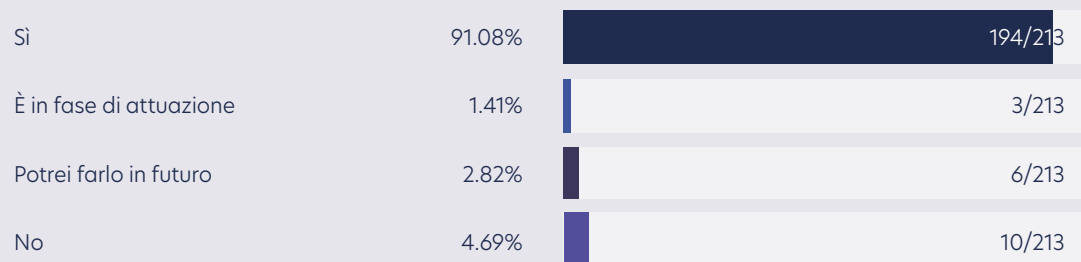
10. I vostri collaboratori partecipano a corsi di formazione?



La partecipazione dei collaboratori a corsi di formazione registra uno dei consensi più elevati (81,86%), superando il 90% di consensi se si aggiungono le imprese che si dichiarano in fase di attuazione e quelle disposte a programmare interventi in futuro. Anche se sarebbe importante verificare se si tratta di formazione obbligatoria per legge o di formazione promossa su base volontaria dall'impresa, il dato permane molto positivo soprattutto se si tiene conto delle caratteristiche del campione. Il numero limitato di collaboratori, infatti, può rappresentare un limite

nel dedicare tempo alla formazione che viene sottratto all'attività professionale. In termini di sviluppo sostenibile e di crescita della competitività, la formazione delle risorse umane rimane un tema centrale e sarà fondamentale sostenere lo sforzo delle imprese in questo ambito. Sarà importante valutare quali saranno le aree di maggior interesse sulle quali concentrare l'impegno. Un coordinamento a livello di offerta formativa tra i vari enti che si occupano di formazione sarà essenziale per ottenere i migliori risultati in tempi brevi.

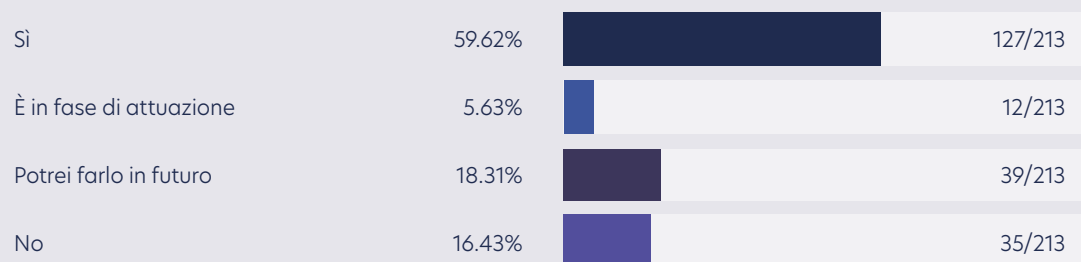
11.

Effettuate donazioni o sponsorizzazioni ad associazioni presenti sul territorio?

Questo dato conferma il ruolo delle imprese all'interno delle loro comunità e la capacità di creare valore condiviso non solo da un punto di vista economico ma anche a livello sociale e ambientale. Il 91,08% delle imprese dichiara infatti di offrire con regolarità sostegno alle associazioni sportive, culturali o sociali del territorio. A volte tale contributo non si configura solo in termini economici ma anche attraverso la donazione di prodotti o alla disponibilità gratuita di infrastrutture o attività di volontariato da parte dei propri collaboratori. Questa sensibilità verso la comunità denota un atteggiamento culturale di cittadinanza attiva molto importante che meriterebbe di essere ulteriormente valorizzato.

Anche in questo ambito le scelte delle imprese sembrano più frutto di un sistema di relazioni personali dei titolari o dei collaboratori dell'impresa, piuttosto che di valutazioni sull'impatto del contributo offerto. In realtà le relazioni tra le imprese e le comunità in cui operano sono diventate negli ultimi anni oggetto di studio per la rilevanza del loro contributo e hanno dato vita anche a nuove iniziative come le varie forme di volontariato d'impresa o le raccolte fondi con la partecipazione dei collaboratori dell'impresa. Gli esempi di buone pratiche sono molteplici e sarebbe interessante promuoverne la conoscenza e la diffusione.

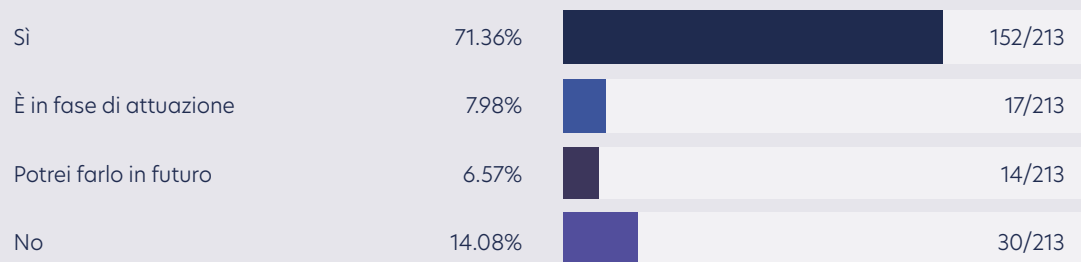
12.

Sostenete progetti di collaborazione con enti o associazioni presenti sul territorio?

Come sottolineato precedentemente, le relazioni tra impresa e comunità possono configurarsi anche nella realizzazione di progetti condivisi. Ad esempio, la collaborazione tra imprese e scuole è fondamentale per permettere ai giovani di avvicinarsi al mondo del lavoro e avere le idee più chiare in merito al loro futuro professionale. Le visite aziendali, le testimonianze dei collaboratori durante le attività scolastiche, la collaborazione con le università per i progetti di tesi sono tutte importanti occasioni di conoscenza e di scambio di esperienze. Le imprese inoltre possono collaborare con le associazioni del

territorio per campagne sociali come la donazione di sangue o la raccolta di abiti usati. Si stanno inoltre diffondendo anche le giornate di volontariato in cui i collaboratori dell'impresa affiancano le associazioni in attività sociali o ambientali specifiche (es. attività di animazione nelle case per anziani, pulizia dei boschi, ecc.). La minore percentuale di adesione (59,62%) rispetto alle donazioni è probabilmente dovuta all'ulteriore carico di lavoro a livello organizzativo per la realizzazione di questi progetti. Positivo, infine, il dato di chi si dichiara disposto a farlo in futuro (18,31%).

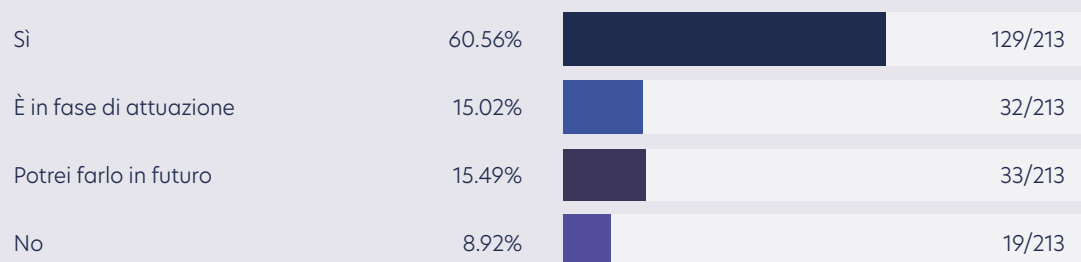
13. Negli ultimi 3 anni avete rinnovato edifici, infrastrutture o macchinari migliorandone la sostenibilità?



La domanda riguardava interventi come la sostituzione delle luci alogene con quelle a LED, le modifiche agli impianti di riscaldamento, il ricambio parco auto, l'inserimento di pannelli solari, l'ammodernamento degli arredi, il ricambio di apparecchiature con altre a basso consumo energetico, ecc. Il 71,36% di risposte positive attesta l'attenzione delle imprese agli aspetti concreti di miglioramento degli ambienti di lavoro e degli strumenti di produzione. La crescente attenzione verso la riduzione dei consumi energetici gioca senz'altro un ruolo rilevante e i contributi pubblici a sostegno di queste scelte favoriscono senza dubbio il processo. Il dato è da

considerarsi positivo anche in rapporto alle caratteristiche del campione, in quanto attesta che gli investimenti in questa area non sono appannaggio solo delle imprese di grandi dimensioni ma anche di aziende di piccole dimensioni ma di larghe vedute. Al dato positivo vanno poi aggiunte le imprese che si dichiarano in fase di attuazione (7,98%) e quelle disponibili a intervenire in futuro (6,57%). Anche in questo ambito, la promozione di un accesso al credito agevolato per interventi di questo tipo permetterebbe alle imprese di apportare ulteriori miglioramenti in tempi più brevi e a livello di territorio di ottenere un miglioramento significativo.

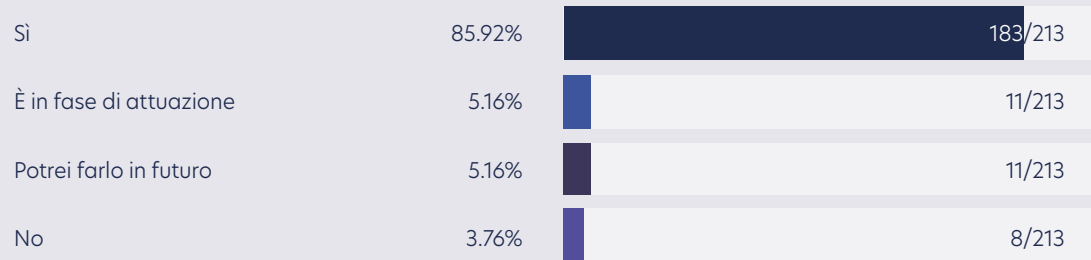
14. Rilevate i consumi energetici con l'obiettivo di ridurli?



La misurazione dell'impatto ambientale a partire dai consumi energetici rappresenta un elemento fondamentale per poter mettere in campo eventuali strategie di riduzione dei consumi. Il 60,56% di imprese che già registrano questi dati, rappresenta un buon punto di partenza ma, in questa area, sarà necessario fornire maggiori informazioni e formazione alle imprese per poter raggiungere risultati soddisfacenti. La capacità di monitorare le fonti di approvvigionamento potrebbe permettere di operare delle scelte, ad esempio, a favore di energia da fonti rinnovabili o autoprodotta. Anche in questo caso il

tipo di attività (industria vs. servizi) e le dimensioni dell'impresa possono incidere in modo significativo sull'impatto dei consumi ma, per ogni azienda, l'analisi dei dati rappresenta un punto di partenza fondamentale. Va inoltre sottolineato che i consumi energetici si riferiscono sia ai consumi elettrici che ai consumi termici. Per le PMI, anche in questo caso, agevolazioni e supporti favoriranno una transizione energetica in termini più rapidi, contenendo i disagi generati da aumenti di prezzo imprevisti o addirittura dalla carenza di energia.

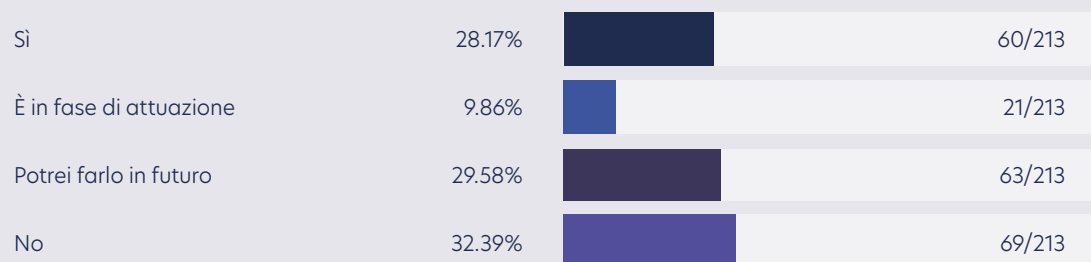
15. Avete processi specifici di raccolta e smaltimento rifiuti con l'obiettivo di diminuirne i volumi?



Le imprese che già attuano o stanno per attuare una raccolta differenziata dei rifiuti superano il 90%. Un'adesione rilevante che indica non solo una sensibilità nei confronti del tema ma anche l'importanza degli aspetti normativi nel regolamentare la tutela dell'ambiente. Da sottolineare il fatto che la domanda non riguardava solo l'attuazione della raccolta e dello smaltimento dei rifiuti ma anche la volontà di diminuirne la produzione. Da questo punto di vista sarà fondamentale la promozione di buone pratiche che, al di là della digitalizzazione dei processi con riduzione del consumo di carta e l'eliminazione della plastica monouso, possano contribuire a migliorare l'impatto ambientale delle imprese e ad intraprendere progetti di economia circolare. In prospettiva, oltre ad una

crescita di sensibilità da parte dei consumatori, è prevedibile che le normative si orienteranno sempre di più verso la riduzione o l'eliminazione di materiali con un elevato impatto ambientale e promuoveranno un miglior utilizzo delle risorse con un basso impatto ambientale. Va sottolineato anche il ruolo delle nuove tecnologie e dei processi di produzione che denotano un'attenzione sempre maggiore verso questo tema. Si stanno sempre più diffondendo sul mercato, ad esempio, progetti di eco design che consentono il recupero di parti del prodotto a fine vita, il riciclo dei materiali, la creazione di nuove materie prime seconde (es. tessuti da fibre vegetali) e di processi di produzione che utilizzano meno acqua o meno energia o utilizzano nuove modalità di confezionamento.

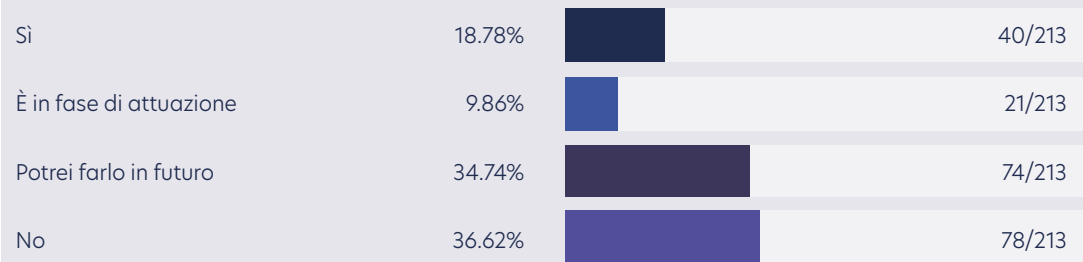
16. Utilizzate mezzi di trasporto ecosostenibili (aziendali o dei dipendenti)?



La domanda riguardava la disponibilità di auto aziendali a basso consumo energetico o elettriche o la promozione di convenzioni o incentivi per l'acquisto di auto sostenibili da parte dei dipendenti. In questa area le risposte negative prevalgono col 32,39%. La motivazione probabilmente è da ricercare nelle caratteristiche del campione e dal numero ridotto di dipendenti di molte delle imprese rispondenti. Probabilmente, una strategia chiara a livello cantonale potrebbe accelerare la sostituzione di veicoli ad alimentazione tradizionale con mezzi di trasporto a minor impatto ambientale. La realiz-

zazione di piste ciclabili per agevolare la percorribilità sulle brevi distanze, una maggiore presenza di colonnine per la ricarica di auto elettriche e la possibilità di offrire, grazie ad accordi con i rivenditori d'automezzi, condizioni di favore per l'acquisto, potrebbero modificare le scelte delle imprese e favorire la promozione di modalità di trasporto più sostenibili. Ciò vale anche per le aziende di piccole dimensioni che spesso non dispongono di mezzi di trasporto aziendali ma per le quali l'impatto dei collaboratori, che si spostano con mezzi privati, può essere comunque rilevante.

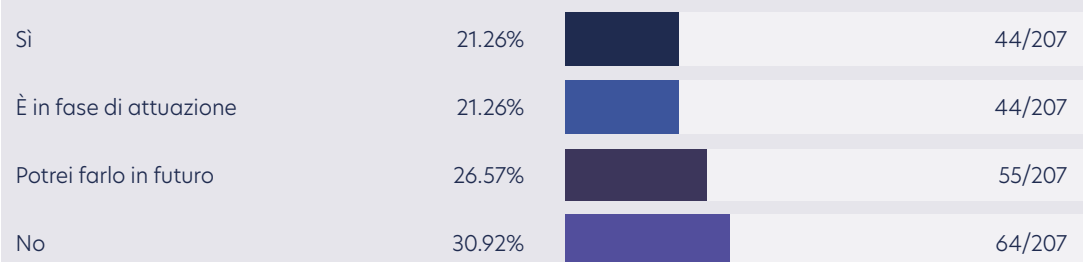
17. Avete piani di riduzione delle emissioni di CO2?



La domanda intendeva rilevare se le imprese disponessero di un piano di riduzione delle emissioni di CO2 di impianti di produzione o di riscaldamento, dei mezzi di trasporto delle merci e dei mezzi di trasporto dei collaboratori. Oltre al rilevamento generale del dato, è importante verificare se l'impresa si sia data degli obiettivi di riduzione dell'impatto da raggiungere entro una certa data. La risposta più significativa riguarda, oltre alla maggioranza di risposte negative (36,62%), la percentuale altrettanto elevata (34,74%) di risposte "potrei farlo in futuro".

Il dato è, con molta probabilità, imputabile alla difficoltà di disporre di strumenti semplici di rilevazione del dato. Più che un rifiuto ad impegnarsi nella raccolta di questo dato e nella pianificazione di una politica di riduzioni di emissioni, le imprese dovrebbero disporre di una modalità di calcolo accessibile e univoca mentre ad oggi gli strumenti scientifici a disposizione spesso non sono alla portata delle PMI. L'urgenza del tema, legata al raggiungimento degli obiettivi dell'Accordo di Parigi sul clima, richiede la ricerca di soluzioni nel più breve tempo possibile.

18. Comunicate il vostro approccio alla sostenibilità?



Il tema della comunicazione è sicuramente uno dei più delicati. Molte imprese pur essendo sensibili al tema e adottando delle buone pratiche, non comunicano in modo adeguato il loro impegno. Prevalentemente questo atteggiamento è dovuto alla mancanza di tempo da dedicare a questa attività e all'assenza di competenze interne. Ciò nonostante, è sempre più chiaro anche alle imprese di piccole e medie dimensioni che la comunicazione su questi temi rappresenta un elemento di competitività e un importante strumento di dialogo con i portatori di interesse. In questo senso vanno probabilmente lette le risposte "in fase di attuazione" (21,26%) e

"potrei farlo in futuro" (26,57%), che attestano l'interesse per il tema. Oltre allo spazio dedicato alla sostenibilità nei rispettivi siti web e negli stampati, la messa a disposizione del rapporto di sostenibilità semplificato da parte della Camera di Commercio potrà offrire una risposta concreta e accessibile ai bisogni di comunicazione delle PMI. Un approccio sostenibile richiede trasparenza e chiarezza nel rendere conto dei propri risultati. È quindi necessario un cambiamento culturale che favorisca il dialogo e lo scambio, se le imprese intendono valorizzare l'impatto positivo a livello economico, sociale e ambientale generato dalla loro attività.

Le risposte con maggior consenso

Le domande che hanno raccolto il maggior numero di risposte positive sono state:

Domanda	%
Date priorità, quando possibile, a fornitori locali?	95,83
Effettuate donazioni o sponsorizzazioni ad associazioni presenti sul territorio?	91,08
Avete processi specifici di raccolta e smaltimento rifiuti con l'obiettivo di diminuirne i volumi?	85,92
I vostri collaboratori partecipano a corsi di formazione?	81,86
Negli ultimi 3 anni avete rinnovato edifici, infrastrutture o macchinari, migliorandone la sostenibilità?	71,36
I vostri collaboratori vengono informati regolarmente in merito all'andamento dell'azienda?	70,91

Le risposte "in fase di attuazione" che hanno raccolto maggior consenso sono state:

Domanda	%
Comunicare il vostro approccio alla sostenibilità?	21,26
Rilevate i consumi energetici con l'obiettivo di ridurli?	15,02
Utilizzate materie prime sostenibili?	13,89
Considerate i fattori sociali e ambientali nella scelta dei vostri fornitori?	11,57
In fase di progettazione e produzione, considerate la sostenibilità un valore aggiunto al prodotto?	10,19

Le risposte "potrei farlo in futuro" che hanno raccolto maggior consenso sono state:

Domanda	%
Avete piani di riduzione delle emissioni di CO2?	34,74
Utilizzate mezzi di trasporto ecosostenibili (aziendali o dei dipendenti)?	29,58
Comunicare il vostro approccio alla sostenibilità?	26,57
La vostra azienda dispone di un codice di condotta/codice etico/carta dei valori?	25,91
Considerate i fattori sociali e ambientali nella scelta dei vostri fornitori?	22,22

Le domande che hanno raccolto il maggior numero di risposte negative sono state:

Domanda	%
I vostri collaboratori ricevono un contributo per l'utilizzo di mezzi pubblici o per la mobilità condivisa?	60,00
I vostri collaboratori hanno la possibilità di disporre di un orario flessibile o di fare telelavoro?	41,86
La vostra azienda dispone di certificazioni?	40,45
Avete piani di riduzione delle emissioni di CO2?	36,62
Utilizzate mezzi di trasporto ecosostenibili (aziendali o dei dipendenti)?	32,39
Comunicare il vostro approccio alla sostenibilità?	30,92

Conclusioni

Nonostante i questionari siano stati compilati su base volontaria e il campione non sia stato in alcun modo selezionato o predeterminato, i dati raccolti sembrano confermare gli aspetti principali che caratterizzano l'atteggiamento delle PMI rispetto alla sostenibilità. Il primo dato che merita di essere sottolineato è l'interesse. I recenti avvenimenti, dalla pandemia alla crisi climatica e alla guerra, hanno ulteriormente promosso il dibattito in merito alla necessità di ripensare i nostri obiettivi di crescita e di sviluppo economico. Se la sostenibilità, fino a pochi anni fa era considerata un tema riservato alle grandi imprese e, per certi aspetti, una moda legata soprattutto all'ambiente, oggi è sempre più chiaro che la valutazione dell'impatto non solo economico ma anche sociale e ambientale è diventato un fattore di competitività. Da questo punto di vista, la sensibilità delle imprese anche di piccola e media dimensione è senza dubbio cresciuta e la partecipazione alla raccolta di informazioni ne è un'evidente dimostrazione.

Quando si tratta di concretizzare l'impegno sul tema, gli sforzi delle imprese sembrano concentrarsi prevalentemente nelle relazioni con la propria comunità di riferimento. Supporto ai fornitori locali, donazioni alle associazioni del territorio, formazione dei collaboratori e raccolta dei rifiuti sono le buone pratiche maggiormente adottate. Il rapporto con il territorio è frutto del radicamento delle PMI e della tradizione spesso familiare che le caratterizza. Un atteggiamento culturale determinato anche dal valore attribuito alla reputazione che, secondo l'indagine congiunturale della Camera di Commercio, è sostenuta dai valori del

management e dalla cura dell'immagine aziendale. Se questo atteggiamento rappresenta un importante punto di partenza, cosa impedisce una maggiore affermazione del tema? I due ostacoli principali sono senza dubbio rappresentati dalla mancanza di risorse e di formazione. L'impatto negativo degli eventi esterni ha condizionato quelle scelte che avrebbero richiesto maggiori investimenti, mettendo in primo piano la salvaguardia dei risultati economici. In particolare, gli interventi a livello ambientale comportano la necessità di investimenti a livello strutturale (rinnovamento edifici, impiantistica, processi produttivi, sostituzione veicoli, contributi alla mobilità sostenibile, ecc.) e scelte di lungo periodo.

Non va sottovalutato anche l'aspetto della formazione. Il tema si sta facendo sempre più complesso e molte scelte richiedono una competenza di cui spesso le PMI non dispongono. In questo senso le misure messe in atto dal Governo - in particolare del Dipartimento delle finanze e dell'economia - nonché gli strumenti messi a disposizione dalle associazioni economiche, come il questionario di auto-valutazione e il rapporto di sostenibilità semplificato di Camera di Commercio, costituiscono delle risposte concrete ai bisogni delle PMI. In una prospettiva futura, tali supporti dovranno essere ulteriormente incrementati per permettere alle PMI di offrire un supporto fondamentale allo sviluppo sostenibile del nostro Cantone e per trasformare i "potrei farlo in futuro" in buone pratiche realizzate.



Il rapporto con il territorio è frutto del radicamento delle PMI e della tradizione spesso familiare che le caratterizza.

Questo documento è stato stampato in
Canton Ticino con una tiratura di 500 copie e
utilizzando solo carta certificata FSC®.

FSC® è un certificato di gestione delle risorse
forestali per la catena di custodia dei prodotti
e dimostra che le parti in legno dei prodotti
certificati possono essere ricondotte a foreste
gestite in maniera sostenibile, fonti controllate
o materiali riciclati.

L'etichetta FSC Misto indica che il legno o la
carta all'interno del prodotto provengono da
materiale certificato FSC, materiale riciclato
e/o legno controllato (non meno del 70% di
materiali certificati e/o materiali riciclati).



CSRfocus

**Camera di commercio
dell'industria dell'artigianato e dei servizi
del Cantone Ticino (Cc-Ti)**

Corso Elvezia 16
6900 Lugano
Svizzera

T +41 91 911 51 11
F +41 91 911 51 12

ww.cc-ti.ch

