

L'indagine di CNA Reggio Emilia

Il sondaggio è stato effettuato su un **panel di 100 imprese** appartenenti ai settori **manifatturiero (52%), servizi (35%) e edilizia (12%)**. Dal punto di vista dimensionale il target maggioritario è quello delle **piccole medie imprese da 10 a 50 dipendenti** (il 30% sono imprese da 1 a 9 dipendenti, il 16% sono imprese senza dipendenti e solo il 6% è composto da grandi aziende con oltre 50 dipendenti).

Le aree tematiche indagate sono: **ambiente, sociale, prodotti/servizi e comunicazione/marketing**. Ognuna di queste aree è stata suddivisa in sottocategorie per offrire un quadro completo e dettagliato della situazione delle PMI in termini di sostenibilità.

I RISULTATI. SINTESI. Secondo i risultati dell'indagine, solo il **26%** delle aziende ha attivato un sistema di monitoraggio e gestione del proprio impatto sull'ambiente.

Il **43%** delle aziende ha definito obiettivi e target di miglioramento del proprio impatto ambientale. Tuttavia, il 57% delle aziende non ha ancora definito obiettivi e target di miglioramento.

Il processo di certificazione ambientale, nonostante non sia ancora stato avviato dal 91% delle imprese, è oggetto di interesse per il 55% di esse che hanno partecipato al sondaggio.

Elevato l'interesse delle aziende a introdurre azioni per la riduzione dei consumi energetici, in particolare impianti fotovoltaici e sistemi d'illuminazione a LED.

In tema di sostenibilità sociale, il **42%** delle aziende ha adottato policy specifiche per garantire il benessere dei propri dipendenti, come strumenti di welfare. E' ancora poco diffusa tra le aziende la presenza di policy specifiche per garantire pari opportunità. Solo, il **27%** delle aziende hanno attivato percorsi di questo tipo.

Il **33%** delle aziende afferma di essere in possesso di certificazioni di prodotto o processo; molte manifestano interesse per intraprendere il percorso. Il **42%** delle aziende ha incluso nel proprio portafoglio d'offerta prodotti con caratteristiche sostenibili, segno di una crescente attenzione alla sensibilità green dei consumatori, in particolare i 'Giovani' più sensibili verso questi temi. Solo il **7%** delle aziende hanno dichiarato di aver svolto analisi, studi e ricerche aventi ad oggetto la percezione sostenibile dei propri clienti rispetto all'azienda, al marchio o ai prodotti offerti: questo denota che vi è ancora una scarsa consapevolezza sull'importanza di tali attività.