

Imprese sostenibili: crescono di numero, cala il budget



- *Nel 2019 gli investimenti in csr hanno sfiorato la cifra di un miliardo e ottocento milioni di euro, in crescita del 25% rispetto al 2017*
- *L'investimento medio nel 2019 tocca i 241mila euro, ma le attese sul 2020 parlano di una riduzione del 16%*
- *“Bisogna reggere l’urto dell’emergenza covid-19 pensando a nuovi modelli di sviluppo, ancora più sostenibili”, commenta Roberto Orsi dell’Osservatorio Socialis*

Negli ultimi 20 anni l’attenzione delle imprese italiane per la responsabilità sociale e lo sviluppo sostenibile ha conosciuto una crescita costante. Ma i conti della crisi si fanno sentire sui bilanci e il covid-19 potrebbe bloccare il trend positivo, portando a una contrazione dei budget stanziati

Le imprese italiane sono sempre più attente alla responsabilità sociale e allo sviluppo sostenibile, ma la

pandemia potrebbe frenare il trend positivo degli ultimi 20 anni. Sebbene resti forte l'interesse, al punto che le aziende che investiranno in *corporate social responsibility* (csr) nel 2020 potrebbero aumentare fino al 95%, i conti della crisi si fanno sentire sui bilanci e i budget stanziati si preparano a subire una contrazione o, nella peggiore delle ipotesi, anche un annullamento.

Secondo il **IX rapporto sull'impegno sociale delle aziende in Italia** promosso dall'Osservatorio Socialis e realizzato dall'Istituto Ixè, nel 2019 gli investimenti in csr hanno sfiorato la cifra di un miliardo e ottocento milioni di euro, in crescita del 25% rispetto al 2017, e hanno riguardato il 92% delle imprese italiane con più di 80 dipendenti. L'investimento medio ha dunque toccato i 241mila euro, contro i 209mila del 2017, ma le attese sul 2020 parlano di una riduzione del 16%.

“I dati confermano il radicamento e il valore del fenomeno – commenta **Roberto Orsi**, direttore dell'Osservatorio Socialis – Ora si tratta di reggere l'urto dell'emergenza covid-19 pensando a nuovi modelli di sviluppo, ancora più sostenibili, più attenti alle persone, all'ambiente, al contenimento degli sprechi, dove la tecnologia e l'innovazione sposano la responsabilità sociale”. Secondo Orsi, sarà necessario un approccio metodico, con il “sostegno di una politica di premialità fiscale dedicata a chi dimostra di operare in ottica integrata: sociale, economica e ambientale”.

Secondo l'analisi, il 37% delle aziende aveva già stanziato a inizio anno un budget per la csr (si parla mediamente di 130mila euro), ma **a causa della crisi economica ha dovuto o deciso di ridurlo o annullarlo**. Il 40%, invece, lo ha lasciato invariato, dichiarando di voler dedicare alla responsabilità sociale d'impresa mediamente 293mila euro nel 2020. Ma c'è anche chi non aveva previsto un budget (il 18%) e ha spostato lo sguardo sul tema solo in seguito allo scoppio dell'emergenza epidemiologica, dichiarando di voler investire

mediamente 153mila euro.

Ma dove vanno a finire questi flussi? Secondo i ricercatori, il 66% delle [imprese](#) italiane si concentra in particolare sulle iniziative interne all'azienda stessa, come la formazione del personale (49%). Quasi la metà pone l'attenzione sul territorio vicino alla sede dell'impresa, mentre solo l'8% volge lo sguardo verso i paesi esteri, "confermando la volontà delle aziende di migliorare il rapporto con il territorio e le comunità di appartenenza", si legge in una nota. Un rapporto che, per quattro aziende su dieci, potrebbe migliorare proprio grazie alla csr: il 49% ritiene che tale tipologia di investimenti abbia un impatto positivo anche sulla propria immagine, visto la crescente attenzione dei consumatori sul tema.

Non manca poi l'interesse per l'[impatto ambientale](#). Il 42% delle aziende investe in tecnologie innovative per ridurre l'inquinamento e favorire un migliore smaltimento dei rifiuti, mentre il 38% punta sull'efficientamento del risparmio energetico.

In un'ottica futura, otto imprese su 10 immaginano di integrare la *corporate social responsibility* nel modello di business, specialmente quelle provenienti dal Nord Italia e attive nei **settori della farmaceutica, delle telecomunicazioni, del manifatturiero e della finanza**. Se il 70% ha già un responsabile dedicato nel proprio organico, l'80% sostiene che una specializzazione in csr possa rappresentare un plus in termini di competenze. A tal proposito, le comunicazioni interne della direzione (per il 52%) e gli incontri periodici con i dipendenti (per il 42%) sono le strade più utilizzate per diffondere un'adeguata cultura aziendale sull'argomento.