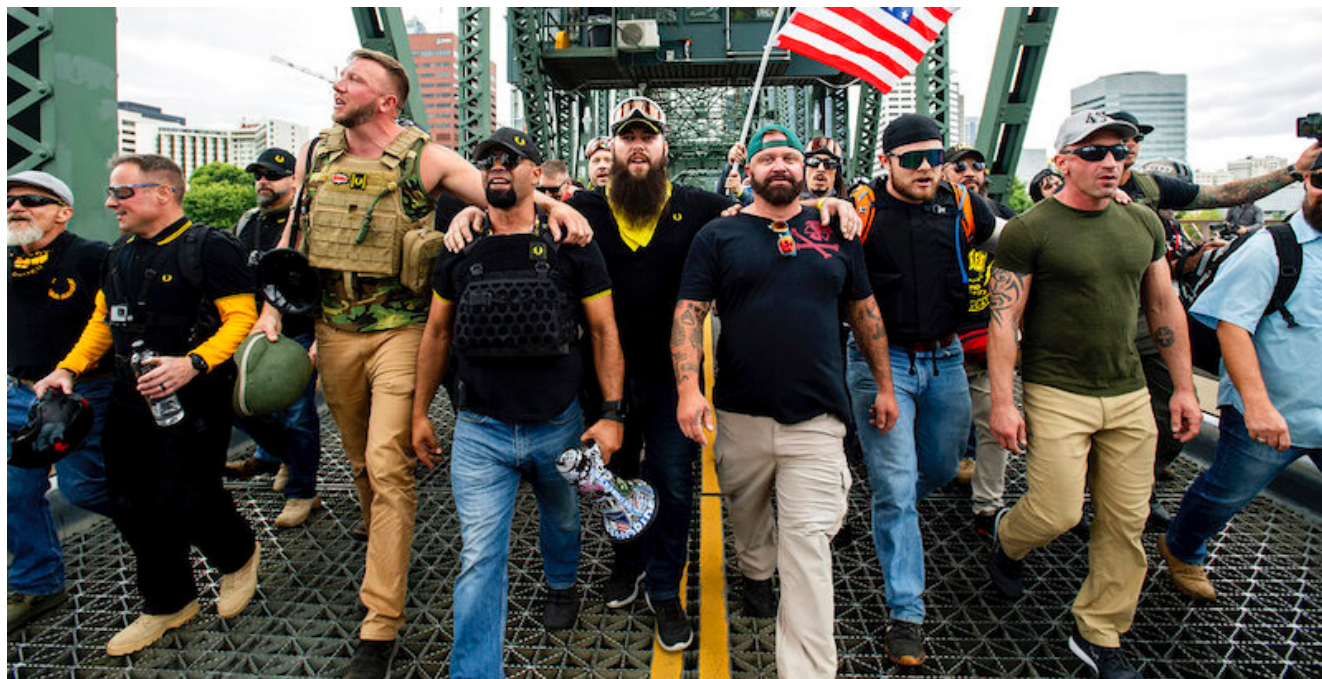


Fred Perry ha un problema di neonazisti



È un marchio di abbigliamento storicamente associato alle sottoculture e alla sinistra, ma da anni un gruppo di estrema destra usa una sua polo come uniforme

Lo Stato Dei Social Network In Italia Nel 2020



Questa è una raccolta aggiornata con le 109 statistiche più importanti sull'utilizzo dei social media.

- Come vengono usati i principali canali social nel mondo ed in Italia?
- Come sono stati usati i social durante la quarantena?
- Quali sono le statistiche più interessanti per Facebook, Instagram, Tiktok e per gli altri social network?

Troverai la risposta a queste e tante altre domande grazie alle statistiche aggiornate incluse in questo articolo.

Buona lettura!

Panoramica sull'uso dei social network in Italia e nel Mondo

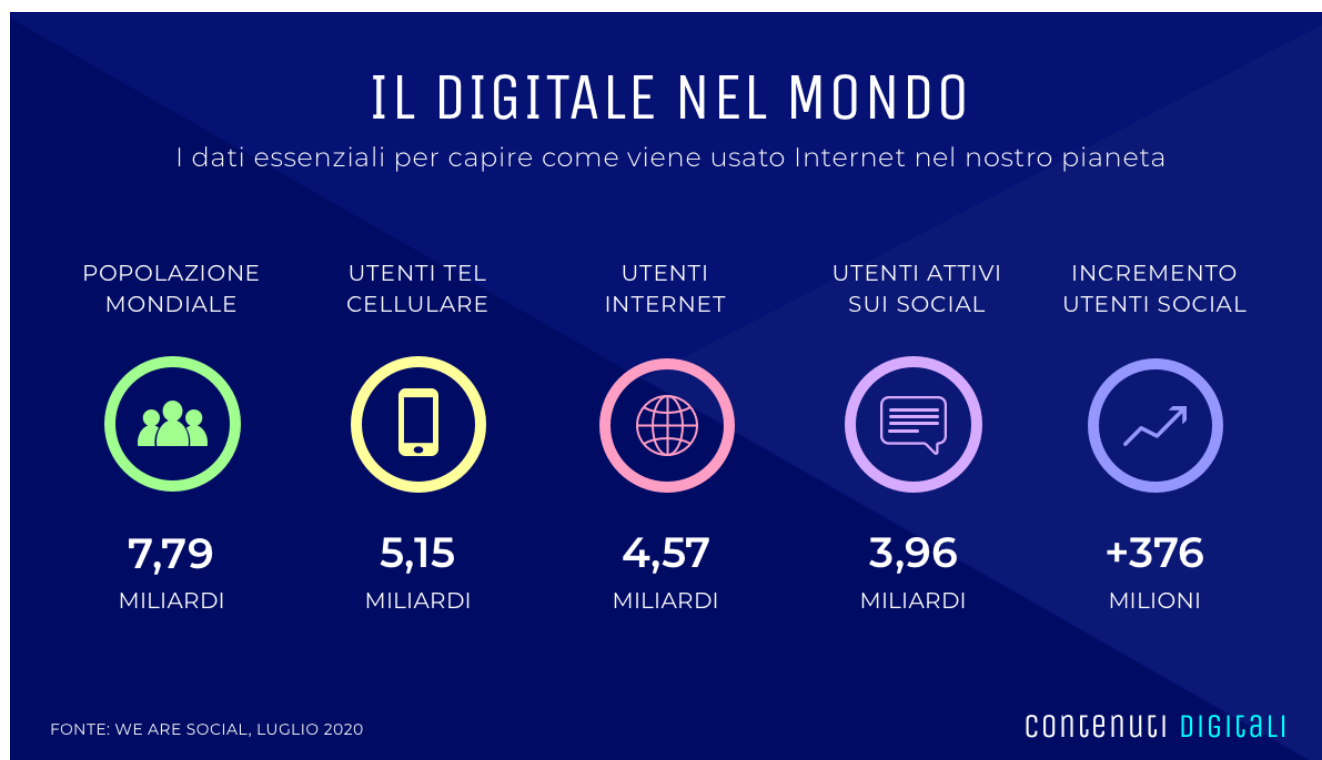
La prima statistica che vi propongo è una delle più affascinanti: **più della metà della popolazione mondiale è connessa ad internet**. Il 58,6% per essere esatti.

E l'86,6% di queste persone è attiva sui social media. Non solo ha un account, ma è attiva su almeno una piattaforma social!

Per quanto riguarda l'Italia, non avevo idea **nel nostro paese ci sono più numeri di telefono attivi (80 milioni) che persone (60,5 milioni).**

Inoltre, in Italia usiamo meno i social media per lavorare (31%) che nel resto del mondo (40%). Che sia davvero una cattiva cosa, o è un segnale positivo?

Ecco tutte le statistiche:



Statistiche sull'utilizzo dei social media nel mondo

I seguenti dati relativi a tutto il mondo sono aggiornati a Luglio 2020:

- Data la popolazione mondiale di 7,79 miliardi di persone, il 66% (5,15 miliardi) usa un telefono cellulare
- Il 59% della popolazione mondiale (4,57 miliardi) è un utente attivo di internet
- 3,96 miliardi (il 51% della popolazione mondiale) è attivo sui social network

- Nell'ultimo anno, tra Luglio 2019 e Luglio 2020, gli utenti dei social sono aumentati di 376 milioni.



Statistiche sull'utilizzo dei social media in Italia

I seguenti dati per l'Italia sono aggiornati a Gennaio 2020:

- 49,48 milioni di Italiani sono utenti attivi di internet (l'82% della popolazione, percentuale molto maggiore della media mondiale, 59%);
- A Gennaio 2020, ci sono 35 milioni di utenti attivi sui social media;
- Gli italiani attivi sui social sono aumentati di 4 milioni in 12 mesi;
- Data la popolazione italiana di 60,5 milioni a Gennaio 2020, ci sono 80,4 milioni di numeri di cellulare attivi (il 133% della popolazione).

ITALIA VS RESTO DEL MONDO

Dati importanti per capire come l'Italia utilizza i social rispetto al resto del mondo

	ITALIA	MONDO
Tempo speso su internet (al giorno)	6h 0 min	6h 42 min
Tempo speso sui social network (al giorno)	1h 57 min	2h 22 min
Utenti che accedono ai social da smartphone	98%	99%
Utenti che usano i social per lavoro	31%	40%

FONTI: WE ARE SOCIAL, LUGLIO E GENNAIO 2020

CONTENUTI DIGITALI

In questa slide possiamo notare come l'Italia sia sotto la media rispetto al resto del mondo.

Sembra che i social siano utilizzati principalmente come svago e meno come lavoro, in quanto la maggior differenza rispetto al resto del mondo è l'utilizzo delle piattaforme per scopi professionali.

- Un italiano spende in media 6 ore al giorno su Internet.
- E 1h e 57 minuti sui social network.
- Molto vicino alla media mondiale, il 98% degli italiani accedono ai social da smartphone.
- Unico dato molto sotto la media è l'uso dei social per lavoro: solo il 31% degli italiani. Ma questo non significa che siamo gli ultimi. Peggio di noi Regno Unito, Francia e Germania (sotto al 26%). Migliori di noi? Spagna e Portogallo (con percentuali sopra al 35%).

Se usi i social media per lavoro, ti consiglio questa raccolta di oltre [80 strumenti gratuiti di marketing](#).

I social più visitati da browser e app secondo

Similarweb

Similarweb ci permette di capire meglio come vengono utilizzati i social in Italia.

Le statistiche che seguono possono esserti utile per capire su quale social focalizzare le tue energie e [creare una content strategy](#) di successo.

Per quanto riguarda l'utilizzo da computer, **Facebook è il primo in classifica per accessi, ma non per durata della visita, dove vince YouTube**: questo è un segnale che gli italiani amano guardare video, passando in media quasi 22 minuti ogni volta che accedono alla piattaforma video di Google.

L'app social più scaricata?

No, non è TikTok (per ora). E' Whatsapp, che conferma come la messaggistica istantanea sia uno dei canali preferiti di comunicazione in Italia.

I SOCIAL PIÙ VISITATI IN ITALIA

I canali social più visitati mensilmente da un browser in Italia

Social Network	Durata media visita	Pagine/visita
#1 Facebook	10 min 48 sec	8,88
#2 Youtube	21 min 54 sec	8,9
#3 Instagram	8 min 14 sec	12,61
#4 Twitter	11 min 15 sec	12,07
#5 Whatsapp	2 min 46 sec	1,72
#6 Linkedin	7 min 46 sec	6,67
#7 Pinterest	5 min 4 sec	5,01

FONTE: SIMILARWEB, LUGLIO 2020. LA CLASSIFICA E' RELATIVA ALL'ITALIA, I DATI DI ACCESSO SONO RELATIVI A TUTTO IL MONDO.

CONTENUTI DIGITALI

Facebook mantiene il primato di social network più visitato **da desktop** in Italia a Luglio 2020, seguito da Youtube e Instagram.

- C'è però da notare che il tempo speso su **Facebook** da desktop è di 10 minuti e 48 secondi (con 8,88 pagine per visita), dati inferiori al tempo speso (11 min e 15 sec) e alle pagine per visita(12,07) su Twitter.
- **Youtube** è la piattaforma social con la durata media della visita più elevata (21 minuti e 54 secondi).
- **Instagram** è il social network con più pagine per visita (12,61)

LE APP SOCIAL PIÙ SCARICATE IN ITALIA

Le app di social network più scaricate dall'Apple Store e dall'Android Store

	Android	iPhone
#1	Whatsapp	Whatsapp
#2	Facebook	Instagram
#3	YouTube	YouTube
#4	Instagram	TikTok
#5	TikTok	Facebook
#6	Telegram	Messenger
#7	Facebook Lite	Telegram
#8	Snapchat	Pinterest
#9	Messenger	Snapchat

FONTI: SIMILARWEB, LUGLIO 2020

CONTENUTI DIGITALI

Tra le app social più scaricate a Luglio 2020, notiamo come Whatsapp sia prima in classifica sia per Android che per iPhone.

Snapchat, al contrario, è tra le ultime in classifica, e Pinterest compare in ottava posizione per iPhone, e non compare proprio per Android.

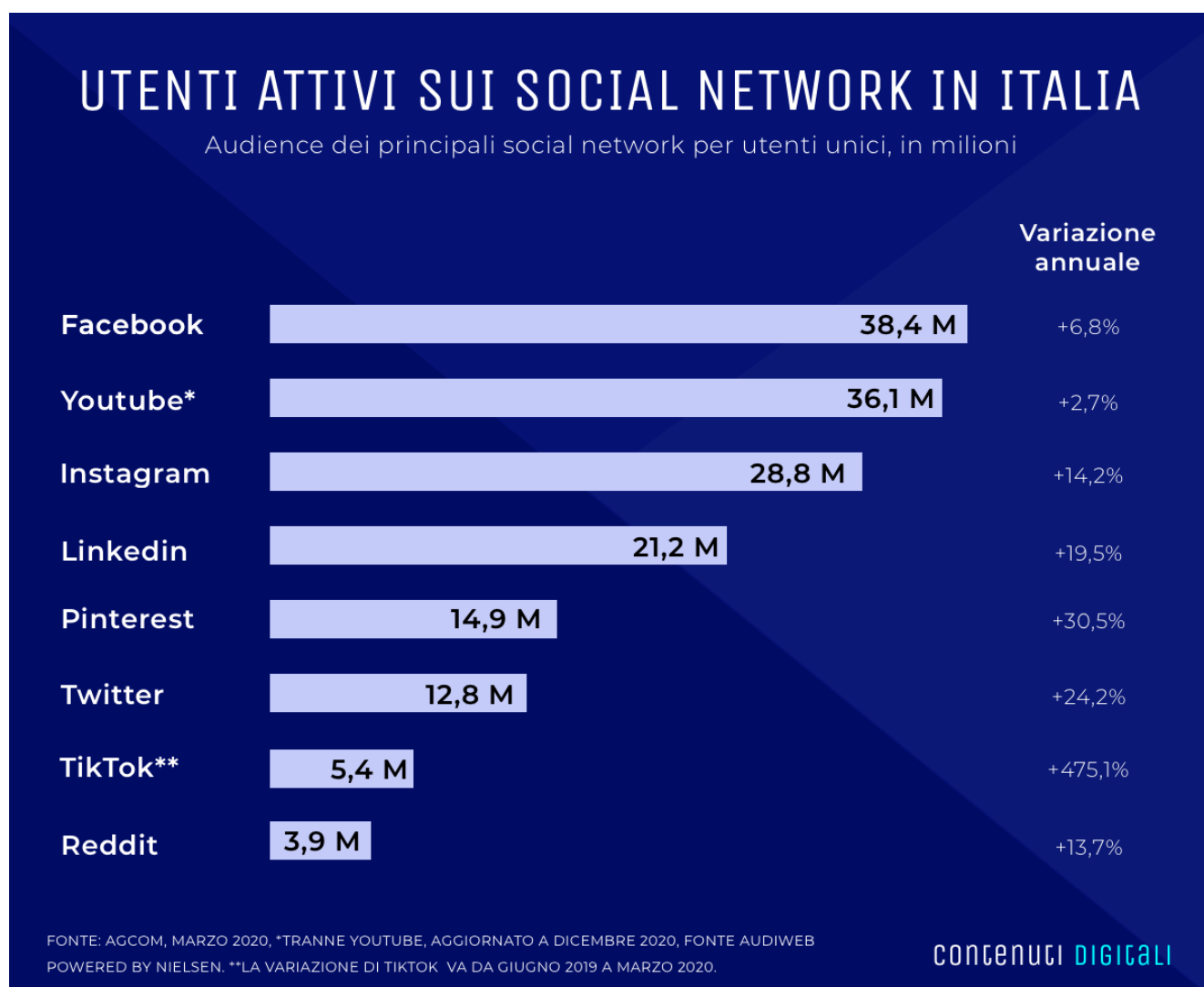
Gli utenti attivi sui social in Italia secondo Agcom

Grazie all'Osservatorio sulle Comunicazioni della Agcom possiamo conoscere **quanti utenti unici hanno i vari social**. Purtroppo, Agcom non fornisce per YouTube, quindi ho dovuto aggregare i dati di un'altra piattaforma (Audiweb).

E' un vero peccato, perchè alcune fonti a Gennaio davano YouTube come il primo social in Italia, mentre al momento non ci è dato sapere chi sia primo.

Secondo te chi è più visitato? YouTube o Facebook?

Se ti va, lascia un commento alla fine del post spiegando perché.



Agcom a Marzo ci mostra un grande incremento per gli utenti attivi dei vari social network in Italia:

- Facebook si conferma al primo post con 38,4 milioni di utenti attivi, un aumento del 6,8% rispetto a Marzo 2019.
- Degno di nota TikTok che, con una crescita del 475,1% in soli 9 mesi (da Giugno 2019 a Marzo 2020), si posiziona settimo al di sopra di Reddit.

- Youtube è al secondo posto con 36,1 milioni, ma Agcom non fornisce dati relativi a questa piattaforma. I dati sono di We Are Social e aggiornati a Dicembre 2019.

Utilizzo dei social media durante la quarantena

Quanto tempo abbiamo passato a casa durante la quarantena... troppo!

E questo si è tramutato in un maggior tempo a fare pane, pizza, e fare scroll sui social.

Il dato più eclatante a mio parere è, di nuovo, per i servizi di messaggistica istantanea: **+81% di tempo speso al giorno su Whatsapp** e **+57%** su Messenger.

TEMPO SPESO SUI SOCIAL DURANTE LA QUARANTENA

Tempo medio (minuti al giorno) speso sui social network a Marzo 2020

		Variazione annuale
Facebook	26,4	+49%
WhatsApp	20,1	+81%
YouTube	17,9	+30%
Messenger	13,3	+57%
TikTok	10,7	+31%
Instagram	7,1	+10%
Telegram	3	+10%
Twitter	1,1	-18%
Pinterest	1,1	-29%
Linkedin	0,7	+8%

FONTE: COMSCORE MMX MULTIPLATFORM, MARZO 2020

CONTENUTI DIGITALI

Ecco le statistiche principali:

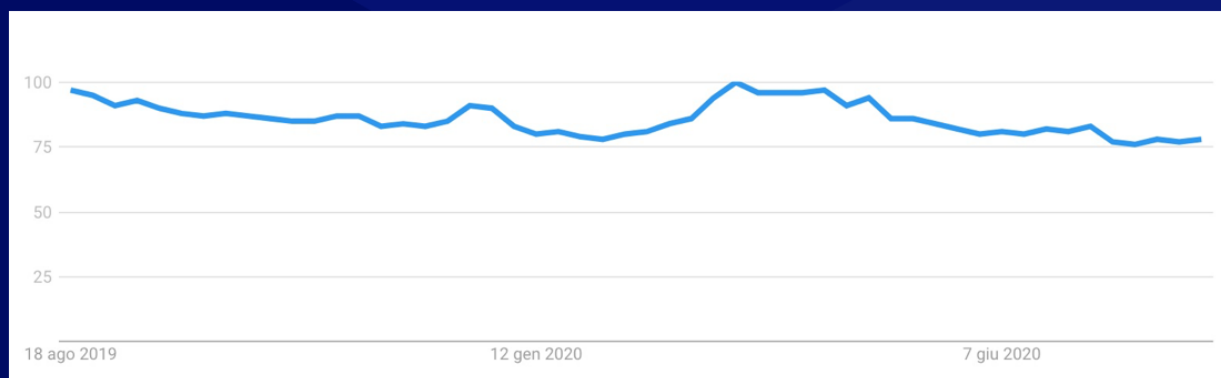
- A Marzo 2020, Facebook è il canale social con il maggior numero di minuti spesi giornalmente sulla piattaforma: una media di 26,4 minuti al giorno.
- WhatsApp è il social network con l'incremento maggiore: +81% rispetto a Marzo 2019.
- Pinterest e Twitter sono gli unici due social network che hanno visto una contrazione dei minuti spesi sulle loro piattaforme, rispettivamente -29% e -18%.

Passiamo ora a vedere i dati per le singole piattaforme.

Facebook – Il più visitato

FACEBOOK: INTERESSE NEL TEMPO

Interesse negli ultimi 12 mesi per il termine "facebook" su Google



FONTE: GOOGLE TRENDS, AGOSTO 2020

CONTENUTI DIGITALI

Google Trends ci mostra come **l'interesse per Facebook stia calando** negli ultimi 12 mesi, a parte un picco attorno a Marzo 2020 durante la quarantena.

FACEBOOK: UTENTI IN ITALIA

I dati essenziali sugli utenti italiani di Facebook nel 2020

UTENTI
ITALIANI



38,4
MILIONI

UTENTI
UOMINI



50%

UTENTI
DONNE



50%

TEMPO
ONLINE/MESE



16H 24M

INCREMENTO
UTENTI 12 MESI



+6,8%

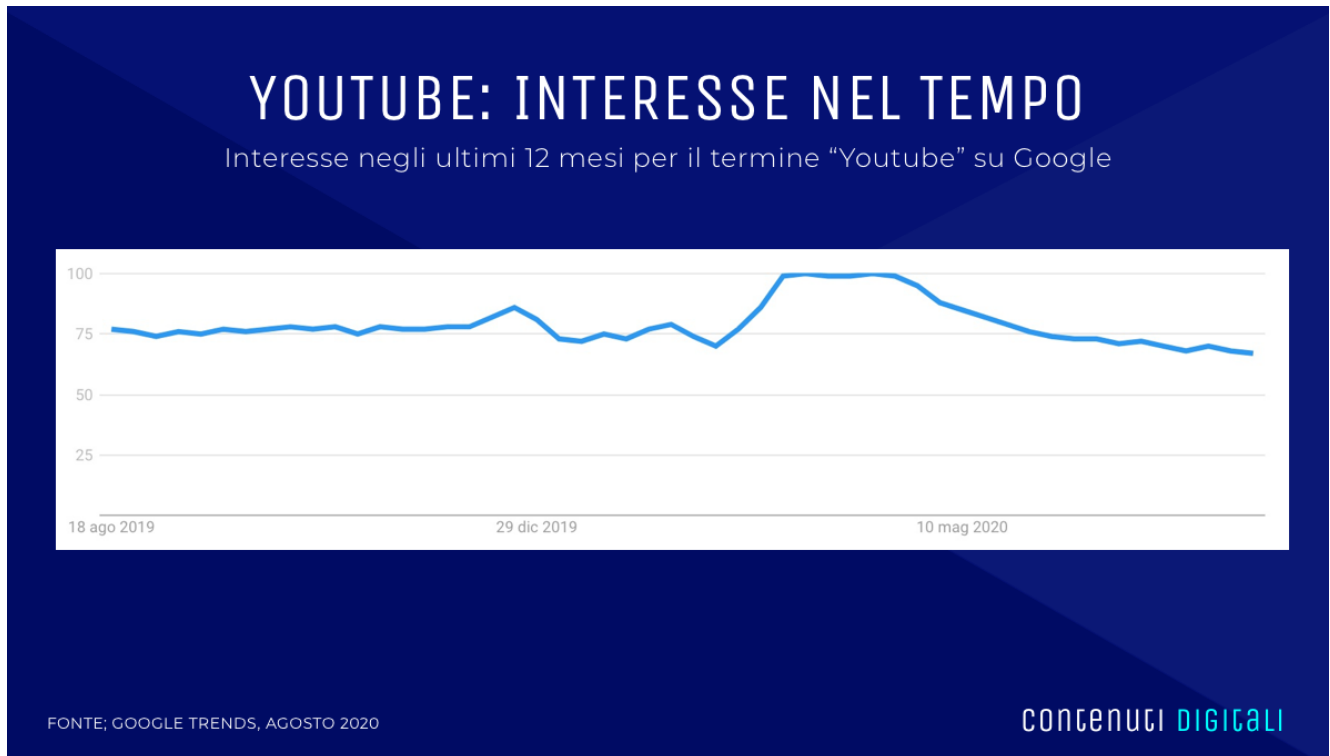
FONTI: WE ARE SOCIAL, GENNAIO 2020; AGCOM, MARZO 2020. NOTA: LA FONTE RIPORTA IL GENERE SOLO DIVISO IN "MASCHILE" O "FEMMINILE".

CONTENUTI DIGITALI

- Gli utenti italiani di Facebook sono 38,4 milioni, in aumento del 6,8% negli ultimi 12 mesi.

- Il tempo medio speso online in un mese su Facebook è di 16 ore e 24 minuti.
- Gli utenti si dividono al 50% tra uomini e donne.

YouTube – Grande incremento durante la quarantena



YouTube ha retto bene durante la quarantena.

Il suo picco è più marcato ed allungato nel tempo rispetto a quello di Facebook (vedi sopra), ma in via generale l'interesse per la piattaforma sembra essere leggermente calato rispetto a 12 mesi fa.

YOUTUBE: UTENTI IN ITALIA

I dati essenziali sugli utenti italiani di YouTube nel 2020

UTENTI
ITALIANI



36,1
MILIONI

UTENTI
UOMINI



55%

UTENTI
DONNE



45%

TEMPO
ONLINE/MESE



6H

INCREMENTO
UTENTI 12 MESI



+2,7%

FONTI: WE ARE SOCIAL, GENNAIO 2020. NOTA: LA FONTE RIPORTA IL GENERE SOLO DIVISO IN "MASCHILE" O "FEMMINILE".

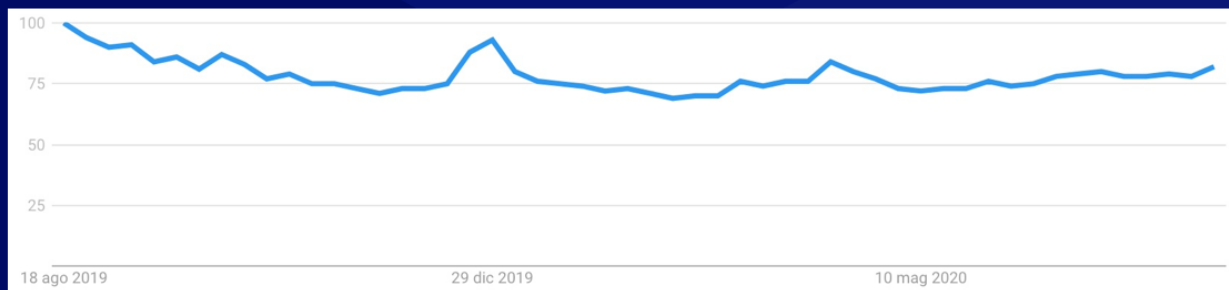
CONTENUTI DIGITALI

- Gli utenti italiani di Youtube sono 36,1 milioni, in aumento del 2,7% negli ultimi 12 mesi. Da notare che questi dati sono aggiornati a Gennaio 2020.
- Il tempo medio speso online mensilmente su YouTube è di 6 ore.
- Ci sono leggermente più uomini (55%) che donne (45%).

Instagram: +14% utenti in un anno

INSTAGRAM: INTERESSE NEL TEMPO

Interesse negli ultimi 12 mesi per il termine "Instagram" su Google



FONTE: GOOGLE TRENDS, AGOSTO 2020

CONTENUTI DIGITALI

Anche l'interesse per Instagram sembra essere leggermente calato negli ultimi 12 mesi.

Inoltre non si nota alcun picco importante durante la quarantena.

INSTAGRAM: UTENTI IN ITALIA

I dati essenziali sugli utenti italiani di Instagram nel 2020

UTENTI
ITALIANI



28,8
MILIONI

UTENTI
UOMINI



49,5%

UTENTI
DONNE



50,5%

TEMPO
ONLINE/MESE



7H

INCREMENTO
UTENTI 12 MESI



+14,2%

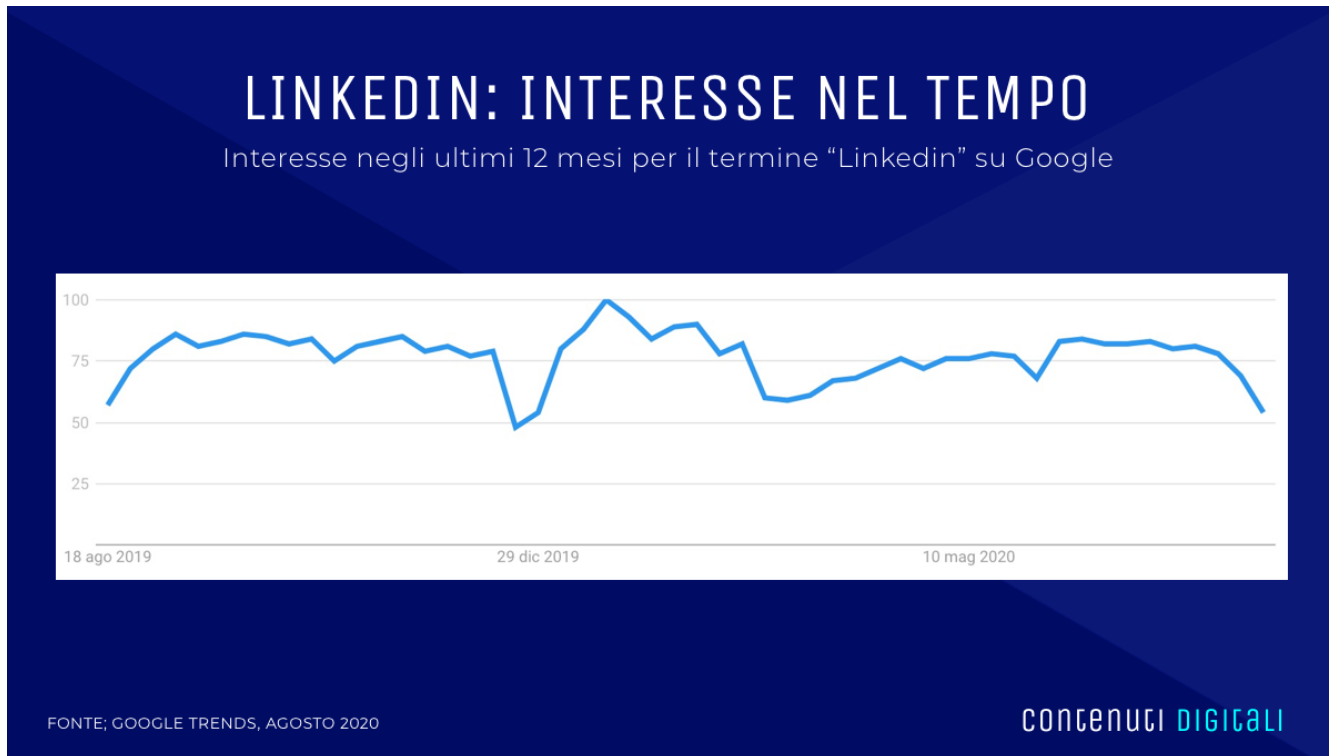
FONTI: WE ARE SOCIAL, GENNAIO 2020; AGCOM, MARZO 2020. NOTA: LA FONTE RIPORTA IL GENERE SOLO DIVISO IN "MASCHILE" O "FEMMINILE".

CONTENUTI DIGITALI

- Gli utenti italiani di Instagram sono 28,8 milioni a Marzo 2020, in aumento del 14,2% rispetto a Marzo 2019.

- Il tempo medio speso online mensilmente su Instagram è di 7 ore, un'ora in più rispetto a YouTube.
- Ci sono leggermente più uomini (55%) che donne (45%).

LinkedIn – Interesse stabile nel tempo



Anche se dal grafico qui sopra sembra che LinkedIn sia in calo, c'è da notare che questa è una piattaforma professionale dove si cerca e si parla di lavoro, quindi è normale vedere un decremento delle ricerche in Agosto.

LINKEDIN: UTENTI IN ITALIA

I dati essenziali sugli utenti italiani di LinkedIn nel 2020

UTENTI
ITALIANI



21,2
MILIONI

UTENTI
UOMINI



52,7%

UTENTI
DONNE



47,3%

TEMPO
ONLINE/MESE



37 MIN

INCREMENTO
UTENTI 12 MESI



+19,5%

FONTI: WE ARE SOCIAL, GENNAIO 2020; AGCOM, MARZO 2020. NOTA: LA FONTE RIPORTA IL GENERE SOLO DIVISO IN "MASCILE" O "FEMMINILE".

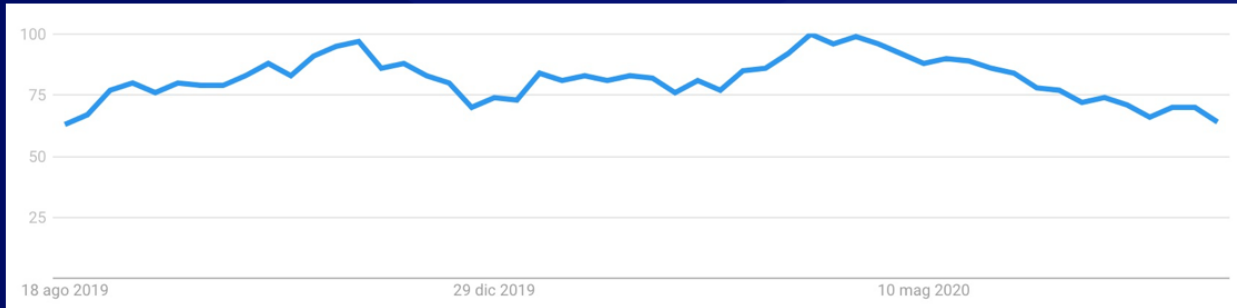
CONTENUTI DIGITALI

- Gli utenti italiani di LinkedIn sono 21,2 milioni a Marzo 2020, in aumento del 19,5% rispetto a Marzo 2019.
- Il tempo medio speso online mensilmente su LinkedIn è di soli 37 minuti, il più basso registrato.
- Ci sono leggermente più uomini (52,7%) che donne (47,3%).

Pinterest – Amato dalle donne

PINTEREST: INTERESSE NEL TEMPO

Interesse negli ultimi 12 mesi per il termine "Pinterest" su Google



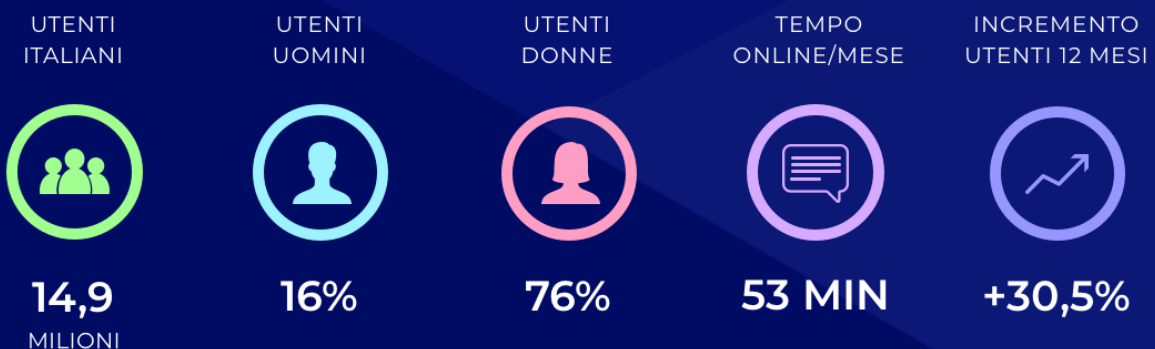
FONTE: GOOGLE TRENDS, AGOSTO 2020

CONTENUTI DIGITALI

Negli ultimi 12 mesi, **Pinterest ha avuto due picchi di ricerche**: la prima attorno a Novembre, la seconda durante la quarantena.

PINTEREST: UTENTI IN ITALIA

I dati essenziali sugli utenti italiani di Pinterest nel 2020



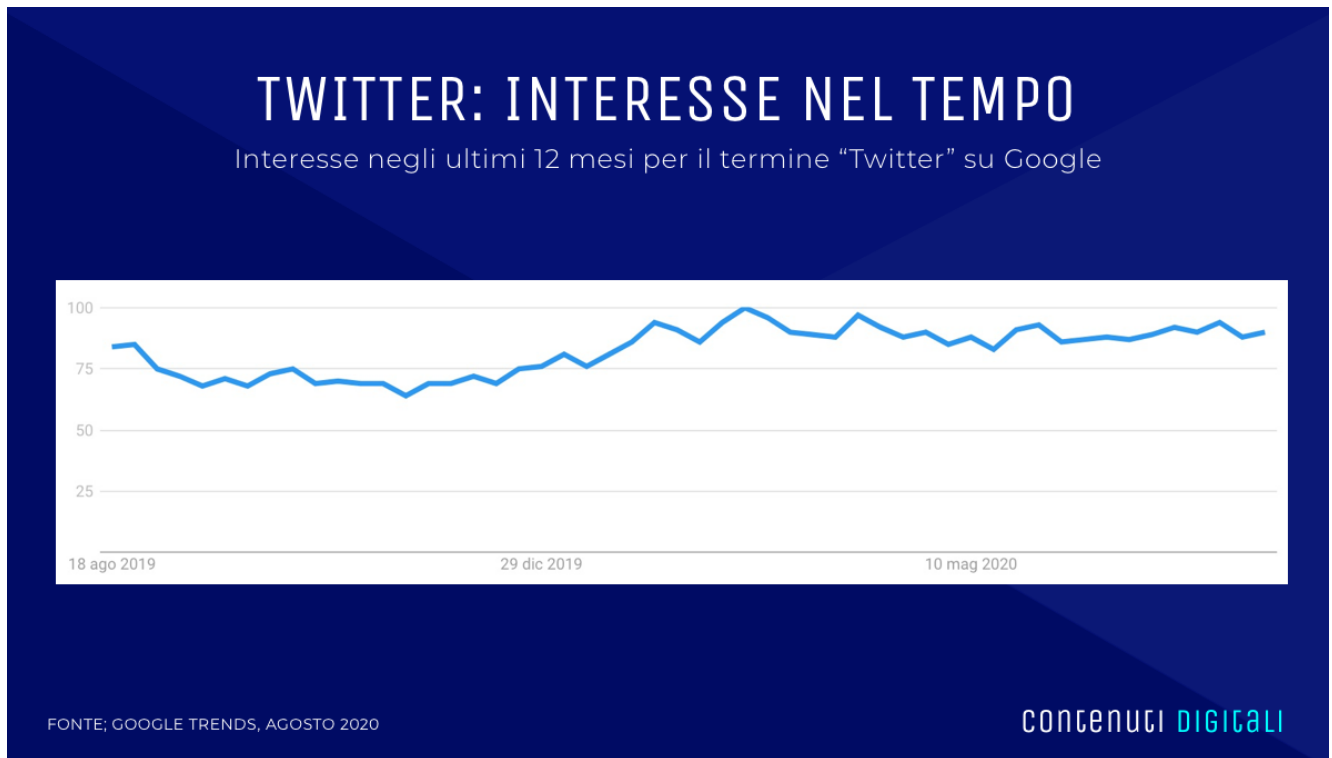
FONTI: WE ARE SOCIAL, GENNAIO 2020; AGCOM, MARZO 2020. NOTA: LA FONTE RIPORTA IL GENERE SOLO DIVISO IN "MASCHILE" O "FEMMINILE".

CONTENUTI DIGITALI

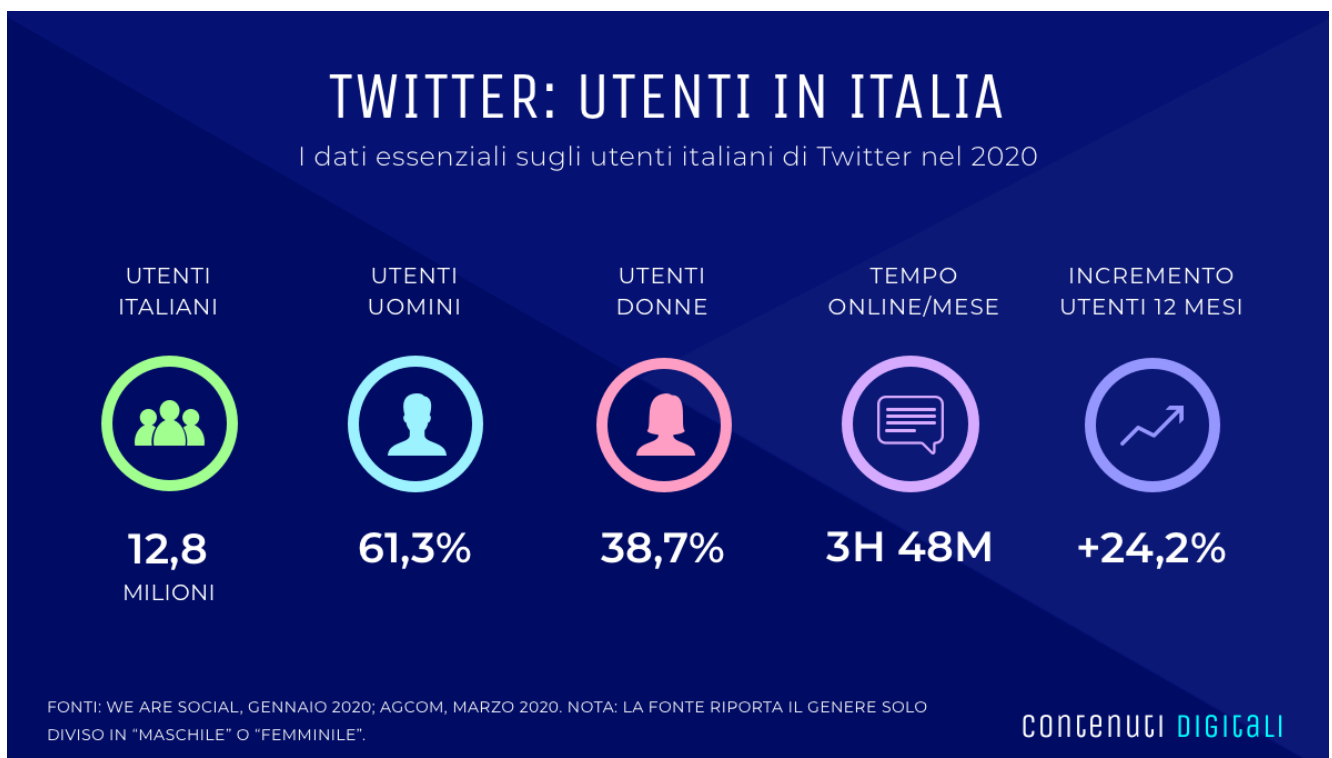
- Gli utenti italiani di Pinterest sono 14,9 milioni a Marzo 2020, in aumento del 30,5% rispetto a Marzo 2019.
- Il tempo medio speso online mensilmente su Pinterest è di 53 minuti.

- Ci sono molte più donne (76%) che uomini (16%).

Twitter – Interesse in crescita nel 2020

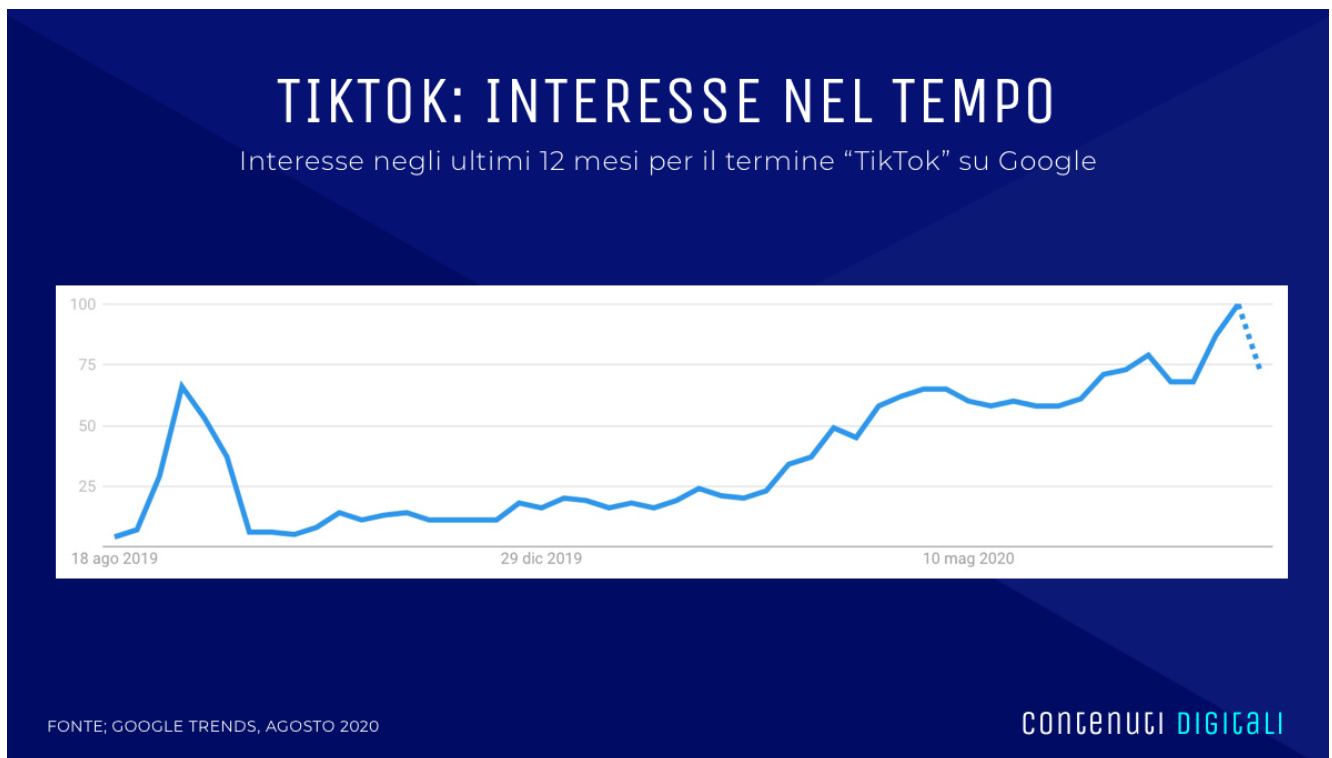


Twitter è uno dei pochi social che ha aumentato l'interesse degli utenti negli ultimi 12 mesi, almeno stando ai dati di Google Trends.



- Gli utenti italiani di Twitter sono 12,8 milioni a Marzo 2020, in aumento del 24,2% rispetto a Marzo 2019.
- Il tempo medio speso online mensilmente su LinkedIn è di ben 3 ore e 48 minuti.
- Ci sono più uomini (61,3%) che donne (38,7%).

TikTok: +457% di nuovi utenti in 9 mesi



TikTok è la piattaforma social più interessante dell'anno, e questo si riflette sulle **ricerche online per "tiktok" che sono in continuo aumento.**

TIKTOK: UTENTI IN ITALIA

I dati essenziali sugli utenti italiani di TikTok nel 2020

UTENTI
ITALIANI



5,4
MILIONI

UTENTI
UOMINI



54%

UTENTI
DONNE



46%

TEMPO
ONLINE/MESE



2H 45M

INCREMENTO
UTENTI 9 MESI



+457%*

FONTI: WE ARE SOCIAL, GENNAIO 2020; AGCOM, MARZO 2020. NOTA: LA FONTE RIPORTA IL GENERE SOLO DIVISO IN "MASCHILE" O "FEMMINILE". *INCREMENTO DA GIUGNO 2019 A MARZO 2020

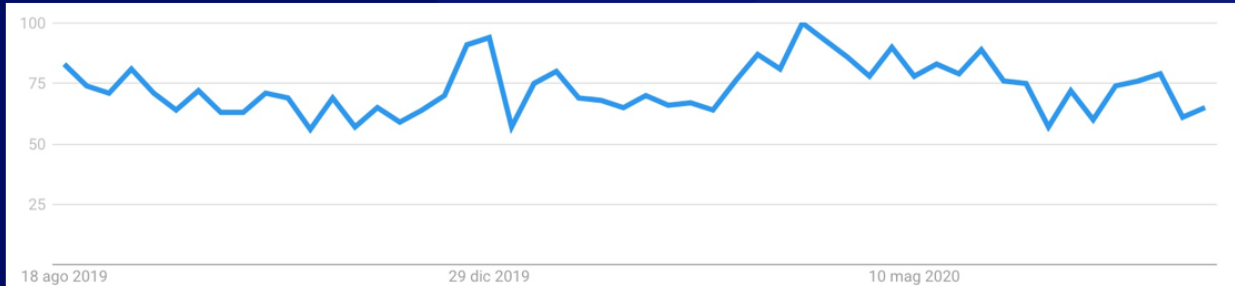
CONTENUTI DIGITALI

- Gli utenti italiani di TikTok sono 5,4 milioni a Marzo 2020, ma l'aumento rispetto a soli 9 mesi prima è enorme: **+457%**.
- Il tempo medio speso online mensilmente su TikTok è di 2 ore e 45 minuti.
- Ci sono leggermente più uomini (54%) che donne (46%).

Snapchat – Il meno visitato della lista

SNAPCHAT: INTERESSE NEL TEMPO

Interesse negli ultimi 12 mesi per il termine "Snapchat" su Google



FONTE: GOOGLE TRENDS, AGOSTO 2020

CONTENUTI DIGITALI

Per quanto riguarda l'interesse nel tempo, Snapchat sembra essere stabile.

SNAPCHAT: UTENTI IN ITALIA

I dati essenziali sugli utenti italiani di Snapchat nel 2020

UTENTI
ITALIANI



2,7
MILIONI

UTENTI
UOMINI



27%

UTENTI
DONNE



72%

TEMPO
ONLINE/MESE



52 MIN

INCREMENTO
UTENTI 12 MESI



+14%

FONTI: WE ARE SOCIAL, GENNAIO 2020. NOTA: LA FONTE RIPORTA IL GENERE SOLO DIVISO IN "MASCHILE" O "FEMMINILE".

CONTENUTI DIGITALI

- Gli utenti italiani di Snapchat sono 2,7 milioni a Dicembre 2019, in aumento del 14% rispetto a Dicembre 2018.
- Il tempo medio speso online mensilmente su Snapchat è di 52 minuti

- Ci sono molte più donne (72%) che uomini (27%)

Il deck in pdf con tutte le statistiche

[Lo Stato Dei Social Media in Italia – Ricerca di Contenuti Digitali – Agosto 2020](#) from **[Matteo Gasparello](#)**

Utilizzo: Puoi includere tranquillamente il deck pdf e le singole immagini di questa ricerca sul tuo sito. Ti chiedo solo un link di rimando a questa pagina di ricerca.

Fonti usate per la stesura di questo report

- **[We Are Social – Digital 2020 Italia](#)** (Data di accesso: 20 Aug 2020)
- **[We Are Social – Digital July 2020 World](#)** (Data di accesso: 20 Aug 2020)
- **[Vincos: Social Media in Italia](#)** (Data di accesso: 15 Aug 2020)
- **[Similarweb](#)** (Data di accesso: 12 Agosto 2020)
- **[Google Trends Italia](#)** (Data di accesso: 18 Agosto 2020)
- **[Agcom: Osservatorio sulle comunicazioni](#)** (Data di accesso: 20 Aug 2020)

In conclusione

Sei arrivato al termine della nostra lista di statistiche sull'uso dei social media in Italia e nel mondo.

Tenendo presente che i dati relativi ai social media cambiano molto velocemente, abbiamo deciso di tenere questa lista sempre aggiornata. In questo modo non dovrai mai domandarti se queste statistiche sono ancora rilevanti al giorno d'oggi.

Le aziende che investono in CSR hanno risposto in modo più efficace alle sfide COVID-19: Camera di Dubai



Le imprese di Dubai che investono nella responsabilità sociale delle imprese, CSR, sono state in grado di rispondere in modo più efficace alle nuove sfide create dalla pandemia di COVID-19, secondo un nuovo sondaggio della Camera di commercio di Dubai e Centro del settore per le imprese responsabili.

Il sondaggio, condotto a maggio e giugno 2020, ha rivelato che la comunità imprenditoriale di Dubai ha risposto rapidamente durante le prime fasi dell'epidemia COVID-19 salvaguardando la salute, la sicurezza e il benessere dei dipendenti e mettendo in atto processi per garantire la continuità aziendale.

Nel complesso, il passaggio delle aziende al lavoro remoto è

stato fluido grazie ad una serie di fattori quali preparazione digitale, infrastruttura IT avanzata e dipendenti esperti di tecnologia digitale.

Le organizzazioni intervistate hanno sottolineato l'importanza dell'alta dirigenza nel assicurare la sicurezza dei dipendenti e la sicurezza del lavoro mentre lavorano da casa, garantendo allo stesso tempo una sana interazione con i pari e il benessere fisico ed emotivo.

In risposta alle restrizioni su incontri ed eventi faccia a faccia, le aziende si sono rapidamente adattate spostando le attività di volontariato dei dipendenti su piattaforme digitali, portando le organizzazioni ad esplorare nuovi modi per restituire alle loro comunità e massimizzare l'impatto sociale, secondo il sondaggio.

Le organizzazioni intervistate hanno sottolineato l'importanza delle linee guida istituzionali introdotte dalle autorità nel consigliare la comunità imprenditoriale sulle misure che dovrebbero essere implementate per garantire la sicurezza dei dipendenti.

Lo studio che analizza le risposte delle imprese alla pandemia è il seguito di un rapporto approfondito recentemente pubblicato dalla Camera di Dubai intitolato Responsabilità sociale delle imprese a Dubai: pratiche attuali, sfide e opportunità future, che ha rivelato che un numero maggiore di aziende è ora coerente e sistematico nel loro approccio alla RSI e impegnarsi in iniziative di RSI allineate alle strategie aziendali.

Più della metà delle organizzazioni intervistate aveva una politica di CSR formale e il 65,7% delle organizzazioni aveva un dipartimento o un ufficiale dedicato per gestire la CSR. Tra le organizzazioni che hanno partecipato al sondaggio CSR del 2019, il 62 per cento degli intervistati ha riferito di un approccio altamente maturo al coinvolgimento dei dipendenti e

questa cifra è salita al 70 per cento in relazione a salute e sicurezza.

Oltre il 70 per cento delle organizzazioni ha riferito che il consiglio di amministrazione è coinvolto in problemi di CSR, mentre il 68 per cento degli intervistati ha riferito livelli avanzati di maturità nelle pratiche di CSR con il volontariato dei dipendenti. Le grandi organizzazioni erano le più mature quando si trattava di investimenti nella comunità. Complessivamente, il 76% delle aziende rispondenti si è impegnato con le loro comunità.

I risultati del rapporto completo mostrano che “migliorare la comunità” è stato il principale fattore motivante alla base delle iniziative di RSI per l’80% delle aziende, mentre “migliorare le entrate” è stato il fattore meno motivazionale. Inoltre, il 58 per cento delle organizzazioni rispondenti ha registrato un aumento marginale o significativo della spesa in materia di RSI negli ultimi tre anni e il 42 per cento ha osservato che la spesa in RSI è rimasta la stessa o è diminuita nello stesso periodo.

Tradotto da: Hussein Abuel Ela.

<https://wam.ae/en/details/1395302858145>

**Esg, ecco gli indicatori
utili per verificare se
un'azienda è veramente**

sostenibile



Fra i fattori chiave i bonus dei manager agganciati a parametri di lungo periodo e l'integrazione del piano di sostenibilità in quello industriale. I dati del tradizionale report Kpmg-Nedcommunity sulle dichiarazioni non finanziarie

Bonus dei manager e integrazione della sostenibilità nei piani industriali. Ecco quello che guardano i gestori di fondi (che investono soldi) e gli analisti finanziari (che suggeriscono come investirli) quando si trovano tra le mani la dichiarazione non finanziaria di una azienda quotata. Al netto delle discussioni su standard, metrica e tutti gli altri temi di dibattito sul tavolo delle authority di mezzo mondo, chi non vuole incorrere nel **greenwashing** verifica prima se il management crede o meno nel mondo Esg.

Sono dunque importanti e interessanti i dati che emergono dal [tradizionale rapporto di Kpmg e Nedcommunity](#) che hanno mappato le dichiarazioni non finanziarie (Dnf) di quotate e non quotate obbligate alla pubblicazione. La ricerca, giunta al terzo anno, ha analizzato le Dnf di **200 aziende**; soltanto 13 sono i documenti redatti in maniera volontaria nonostante

il pressing della Consob.

Bonus sostenibili ma di breve periodo

Partiamo dalle remunerazioni. Il team di ricercatori ha realizzato un focus sul Ftse-Mib40, l'indice delle blue chip di Piazza Affari, quelle che fanno da battistrada per le altre quotate. Ebbene il 74% delle aziende Ftse-Mib definisce obiettivi specifici legati alla

sostenibilità: sembra dunque essere entrato anche nei bonus dei manager l'aggancio con l'ambiente e il sociale. Sembra però. Perché del gruppo di società che ha inserito i criteri Esg nelle remunerazioni, **l'84% ha utilizzato parametri specifici ma di breve periodo**. Se infatti annunci di voler tagliare le emissioni da qui al 2030 o al 2050, non puoi premiarti poi su un arco temporale di uno o due anni.

Gli indicatori a cui vengono agganciati i bonus dei manager, per il 28% sono legati all'impatto ambientale e per il 22% alla gestione del personale e alle diversità. Via via a scendere vi sono gli altri temi. **Soltanto nel 6% dei casi**, però, le remunerazioni sono legate al tema sociale (supporto alla comunità e sviluppo del territorio).

Integrazione nei piani industriali

Il secondo indicatore che consente di "contenere" il dilagante greenwashing è verificare se il piano sostenibilità sia integrato o meno nel piano industriale.

Dal rapporto Kpmg-Nedcommunity, si scopre che sono 34 (il 45%) le aziende ad aver realizzato tale integrazione, con un balzo del 140% rispetto al 2017. Poco, tanto? Certamente indicativo del dna di un'azienda. Senza dimenticare però che questi risultati sono stati raggiunti in breve tempo e che 105 aziende hanno comunque una strategia di sostenibilità e 76 hanno formalizzato un piano di sostenibilità strutturato.

Il confronto con i portatori di interesse (stakeholder)

Il nuovo [codice di autodisciplina](#) delle società quotate in Piazza Affari «sottolinea il ruolo del consiglio d'amministrazione nel promuovere il dialogo con gli stakeholder, al fine di perseguire il successo sostenibile», si legge nel report. Ecco quindi l'importanza del confronto con i portatori di interessi interni ed esterni.

E qui c'è qualche nota dolente. Il 93% ha coinvolto gli stakeholder nell'aggiornamento della materialità, ovvero dei temi considerati rilevanti per l'azienda: buono l'incremento dell'8% rispetto al 2018. Allo stesso tempo però è soltanto il 64% che ha coinvolto anche gli "esterni" in questo confronto con questionari, workshop e forum; nonostante un forte incremento (+53%) il coinvolgimento degli stakeholder esterni non riguarda ancora tutte le società obbligate alla Dnf. I feedback da comunità e consumatori sono invece fondamentali.

I trend

Quali sono allora i trend che si intravedono in base alla ricerca? «La terza edizione della survey – ha sottolineato **Pier Mario Barzaghi, partner Kpmg** – evidenzia un crescente impegno delle imprese italiane a contribuire al raggiungimento dell'Agenda 2030: 114 aziende del campione, +88% rispetto al 2017, hanno preso in considerazione gli impatti del proprio business sugli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs), illustrando le azioni e gli obiettivi attraverso cui contribuiscono alla realizzazione dell'Agenda 2030. Nei prossimi anni ci aspettiamo un'ulteriore crescita di questo fenomeno con particolare attenzione anche ai processi di pianificazione».

Altra tendenza è quella di considerare la Dnf come un'opportunità e non un semplice obbligo. «Grazie all'ingresso

dei temi Esg nei consigli d'amministrazione – ha dichiarato **Patrizia Giangualano**, consigliere indipendente e membro del consiglio direttivo di Nedcommunity – le aziende confermano il percorso intrapreso di progressiva integrazione, definendo sistemi di gestione dei rischi integrati e formalizzando le proprie politiche di gestione sui diversi ambiti considerati maggiormente rilevanti, trasformando la rendicontazione non finanziaria da obbligo di compliance a strumento di comunicazione del valore condiviso che ciascun business è in grado di generare e distribuire».

TIM Green: in arrivo le SIM con plastica riciclata



TIM Green è il progetto ecosostenibile che permetterà all'operatore di utilizzare materiali riciclabili su larga

scala, scopri le ultime novità.

Il progetto di [TIM](#) di ridurre le emissioni di anidride carbonica e di diventare un'azienda **eco friendly** sta prendendo forma. La mission dell'operatore, infatti, è di conseguire la **carbon neutrality** entro 10 anni.

Già a partire da queste settimane TIM dovrebbe iniziare a produrre **SIM Green** con formato dalle dimensioni ridotte e con l'utilizzo di **plastica riciclata** al 60%. Un piccolo gesto moltiplicato per un gran quantitativo di piccole card, un passo importante nella direzione della sostenibilità ambientale.

TIM Green

L'obiettivo di TIM è quello di diminuire l'impatto ambientale con prodotti sempre più **ecosostenibili**. Questo interessante progetto permetterà all'azienda di risparmiare fino a **13 tonnellate** l'anno di plastica utilizzata per le varie SIM, materiale informativo ed altro. Niente male per essere un "piccolo" gesto basato su di una semplice scelta progettuale.

Per di più, la stessa azienda attraverso **TIM Next** e **TIM Supervaluta** permette al cliente di restituire o sostituire con il nuovo il suo smartphone attuale.

I device restituiti dal cliente oltre a dare benefici promozionali per l'acquisto di un modello più recente, permettono all'azienda di riportare allo stato di fabbrica il dispositivo usato e quindi di dare **nuova vita** allo smartphone. I **telefoni ricondizionati** verranno poi resi disponibili all'acquisto e permetteranno quindi al cliente anche di risparmiare soldi con un occhio all'ambiente.

Infine, anche per i dispositivi a marchio TIM come i modem o i cordless è previsto l'impiego di **materiali riciclati** ed ecosostenibili sia per quanto riguarda il packaging sia per la costruzione in sé.