

**SOSTENIBILITÀ FA RIMA CON QUALITÀ**  
**L'85% DEGLI ITALIANI CONSIDERA I PRODOTTI SOSTENIBILI PIÙ INNOVATIVI E**  
**QUALITATIVAMENTE SUPERIORI**  
**L'ANALISI DI IPSOS PRESENTATA AL SALONE DELLA CSR E DELL'INNOVAZIONE SOCIALE**  
**CHE APRE IL 2 OTTOBRE ALL'UNIVERSITÀ BOCCONI DI MILANO**

Milano, 1 ottobre 2018 – Sostenibilità è uno dei termini oggi più usati e forse talvolta abusati. Ma cosa pensano veramente le persone di sostenibilità e responsabilità sociale d'impresa? IPSOS lo ha verificato per *Il Salone della CSR e dell'innovazione sociale*, il più importante evento in Italia sulla corporate social responsibility al via domani, 2 ottobre, all'Università Bocconi di Milano.

In generale, **sono il 72% gli italiani interessati alla sostenibilità**, un numero in netta crescita rispetto al passato. Il **20%** sono veri e propri **sostenitori**, persone che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e il **50%** sono **aperti**, mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. C'è poi un **13% di scettici**, persone discretamente informate ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili anche perché temono che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali; e infine un **17% di indifferenti**, decisamente poco interessati all'argomento.

*“Prevale largamente nel campione un atteggiamento di grande adesione ai temi della sostenibilità – commenta Nando Pagnoncelli, Presidente di IPSOS - anche se esiste una parte di scettici, preoccupati che la sostenibilità possa diventare un espediente di marketing, qualcosa di poco aderente alla realtà delle imprese. Come si fa a recuperarli? Senz'altro attraverso terze parti come gli enti certificatori esterni, considerati efficaci dal 42% del campione, o le associazioni di consumatori, ambientaliste o umanitarie, considerate efficaci dal 35% delle persone. Ma è fondamentale – continua Pagnoncelli - una **grandissima trasparenza da parte delle imprese**: i diversi strumenti di comunicazione come i siti internet o i bilanci di responsabilità sociale, per citare solo i più semplici, devono concorrere a rendere credibile l'impegno strategico verso la sostenibilità, che è importante oggi e soprattutto per il futuro delle aziende italiane”.*

**“CONSUMARE BENE”: IL CONTRIBUTO DEI CITTADINI ALLA SOSTENIBILITÀ**

Ma se le imprese hanno un ruolo importante nella realizzazione di uno sviluppo sostenibile, altrettanto cruciale è il comportamento dei cittadini. La ricerca realizzata per *Il Salone della CSR e dell'innovazione sociale* ha indagato cosa spinge le persone ad acquistare prodotti sostenibili ed evidenzia che **il vero punto di svolta sta nella qualità. L'85% degli italiani considera infatti i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori e il 77% delle persone basa le sue scelte di acquisto sulla qualità, che significa origine delle materie, sostenibilità del packaging, attenzione alla filiera e alla produzione.**

**Il desiderio di “consumare bene”** è associato ad una crescente attenzione alla qualità e rappresenta il driver più pervasivo e duraturo nelle scelte verso **prodotti sostenibili. Prodotti per i quali le persone sono disposte a spendere anche il 10% in più.**

**2 CITTADINI SU 3 CHIEDONO ALLE IMPRESE RESPONSABILITÀ SOCIALE**

Il termine CSR, Corporate Social Responsibility, è meno conosciuto dalle persone rispetto a sostenibilità. Solo l'11% sa bene di cosa si tratta, mentre il 40% la conosce a grandi linee e il 29% ne ha sentito parlare. Tuttavia **2 cittadini su 3 ritengono che la CSR dovrebbe guidare tutte le scelte aziendali nel futuro.** Un impegno che è anche sinonimo di successo per le imprese: per il 68% della popolazione mondiale le aziende che avranno successo saranno quelle che daranno un contributo positivo alla società e il **64% degli italiani considerano la CSR come un driver di successo aziendale.**

Una correlazione, quella fra sostenibilità e risultati economici complessivi, che è già evidente anche nel nostro Paese: fra le medie imprese industriali italiane che hanno investito nel green nel 2016, il 58% ha aumentato il fatturato, il 41% ha incrementato l'occupazione e il 49% ha visto aumentare l'export (dati Unioncamere e Symbola, *Greenitaly 2017*).

## IMPRESSE SOSTENIBILI: FARE BENE E FARLO SAPERE

La comunicazione è quindi fondamentale ma resta un fattore ancora critico dal momento che **il 76% della popolazione ritiene difficile capire quali imprese siano veramente sostenibili.**

*“Sono sempre di più le imprese che inseriscono la sostenibilità nei loro piani strategici. In questi casi la CSR diventa motore di cambiamento anche nella relazione con i portatori d’interesse. Le organizzazioni che lo hanno capito adottano strategie di comunicazione dove trasparenza, innovazione, coerenza sono valori sempre più importanti. Purtroppo però ancora molte organizzazioni responsabili nei fatti non valorizzano in modo adeguato il loro impegno sociale e ambientale – spiega **Rossella Sobrero del Gruppo Promotore del Salone della CSR e dell’innovazione sociale** – Il Salone serve anche a far conoscere i progetti e le esperienze di chi ha scelto la strada del cambiamento per rispondere a un mercato in rapida evoluzione. Grazie a 188 organizzazioni “protagoniste”, 87 eventi e 392 relatori il Salone offrirà anche quest’anno un programma ricco e articolato. L’obiettivo è individuare quali sono le principali “rotte” che le imprese hanno scelto nel loro percorso di innovazione. Il Salone è aperto a tutti – conclude Sobrero – e la partecipazione è libera e gratuita”.*

## IN VIAGGIO ALLA RICERCA DELLA SOSTENIBILITÀ

Il Salone della CSR e dell’innovazione sociale si apre martedì 2 ottobre alla presenza di **Gianmario Verona**, Rettore dell’Università Bocconi, con un evento dedicato a “Le rotte della sostenibilità”. Il tema del **viaggio alla ricerca della sostenibilità vedrà un confronto con alcuni ospiti inconsueti**, personaggi che hanno fatto dell’innovazione una scelta di vita e che proporranno una riflessione sulla necessità di creare un circolo virtuoso tra esperti, imprese, organizzazioni non profit, giovani, cittadini. **Bruno Mastroianni**, giornalista e social media manager, dialogherà con **Alex Bellini**, esploratore alla ricerca di rotte inconsuete e **Annibale D’Elia**, esploratore di talenti innovativi. Alex Bellini negli ultimi 17 anni ha esplorato gli ambienti più ostili del nostro pianeta e sta per realizzare il **progetto 10 rivers 1 ocean** con il quale nei prossimi 3 anni navigherà sui dieci fiumi più inquinati al mondo.

## SATURNINO AL SALONE 2018

Sempre il 2 ottobre al Salone intervorrà **Saturnino, musicista d’eccezione e collaboratore storico di Lorenzo Jovanotti**, per presentare il progetto *Bullyctionary*: il primo dizionario online scritto con i ragazzi che raccoglie e monitora le parole più utilizzate dai bulli in rete, al quale si affiancano incontri in tutta Italia rivolti agli adulti, grazie alle Agenzie di Generali Italia. Un impegno capillare per informare, sensibilizzare ed educare i giovani e le loro famiglie sul cyberbullismo. Insieme ai presentatori sopra le righe, **Federico e Davide dei Boiler di Zelig**, Saturnino racconterà con musica e parole, durante l’evento al *Salone della CSR e dell’innovazione sociale*, come l’intelligenza delle parole può vincere sulla violenza del bullismo.

## UN EVENTO SOSTENIBILE AL 100%

Il Salone della CSR e dell’innovazione sociale ha adottato a partire dal 2014 un sistema di gestione conforme alla norma ISO 20121 che qualifica gli eventi sostenibili. Nel 2018 l’impegno è migliorare ulteriormente i risultati ottenuti negli anni precedenti. La verifica di conformità rispetto ai requisiti della ISO 20121 verrà effettuata da Bureau Veritas Italia. Proseguono le collaborazioni con altri importanti partner finalizzate a ridurre l’impatto ambientale del Salone: Rete Clima compensa le emissioni del sito [www.csreinnovazionesociale.it](http://www.csreinnovazionesociale.it), CarbonSink quelle relative ai viaggi dei relatori, Dolomiti Energia offre le certificazioni 100% energia pulita e 100% CO<sub>2</sub> free relative alla sede della manifestazione.

Il Salone della CSR e dell’innovazione sociale è promosso da **Università Bocconi, CSR Manager Network, Unioncamere, Fondazione Global Compact Network Italia, Fondazione Sodalitas, Koinetica.**

Partner istituzionali della manifestazione sono **Enel, Ferrovie dello Stato, Generali e Terna.**



@CSRIS\_it



Il Salone della CSR e  
dell’innovazione sociale



Il Salone della CSR e  
dell’innovazione sociale



salone\_csr\_is

#CSRIS18 [www.csreinnovazionesociale.it](http://www.csreinnovazionesociale.it)

Per ulteriori informazioni

**Kosmos**

Luisa Cavagnera - [luisa.cavagnera@kosmos.it](mailto:luisa.cavagnera@kosmos.it) - 3497665890

Alice Albenga - [alice.albenga@kosmos.it](mailto:alice.albenga@kosmos.it) - 3395384486