

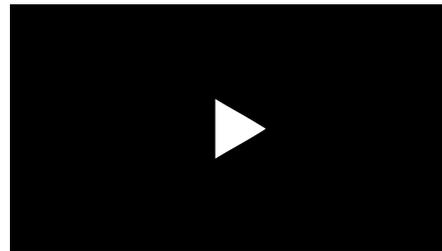
Intesa Sanpaolo, presentato il Rapporto "Coesione È Competizione" con Fondazione Symbola e Unioncamere



6 Minuti di Lettura

Il Messaggero TV

Brusaferro: «Curva in discesa. Aumentano i comuni italiani senza casi di Covid»



(Teleborsa) - Il mondo sta cambiando e l'economia che ci ha guidato per decenni è inadeguata a gestire le crisi del XXI secolo. Con la sostenibilità avanzano nuovi modelli nell'uso delle risorse (green economy, sharing economy, circular economy, bioeconomy), nell'uso delle competenze diffuse (open innovation, crowdsourcing), nell'accesso all'informazione (platform economy), nell'accesso ai finanziamenti (crowdfunding, sustainable bond), abilitati dalle nuove tecnologie e dal digitale. Sfide che chiamano ad un'azione comune imprese, comunità, istituzioni, cittadini. È l'Italia di "Coesione è Competizione. Nuove geografie della produzione del valore in Italia", realizzato da Fondazione Symbola, Intesa Sanpaolo e Unioncamere in collaborazione con Aiccon, Ipsos e Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne, che è stato introdotto oggi da Ermete Realacci, presidente della Fondazione Symbola e Gian Maria Gros-Pietro, presidente Intesa Sanpaolo.

"La coesione, come ha detto il presidente Draghi, è un dovere morale. Ma è anche un formidabile fattore produttivo – ha afferma il Presidente della Fondazione Symbola, Ermete Realacci – in particolare in Italia, come dimostra 'Coesione è competizione'. Anche per questo l'Unione Europea ha indirizzato le risorse del Next Generation EU e larga parte del bilancio comunitario 2021-27 per rilanciare l'economia su coesione -inclusione, transizione verde e digitale. Con l'obiettivo di azzerare le emissioni nette di CO2 entro il 2050. Una sfida di enorme portata che chiede unità al Paese e vede protagoniste le imprese raccontate in questo rapporto".

Gian Maria Gros-Pietro, Presidente di Intesa Sanpaolo, ha

LE PIÙ LETTE



Denise, svolta Vita in Diretta. «Alibi smontati» Il fratello di Anna Corona querela "SI"

di Emiliana Costa



IL CASO

«Rischio cancro». Ritirati lotti di farmaci per la pressione sanguigna, choc in Gran Bretagna

di Mario Landi

commentato: "Il Rapporto **Symbola**, realizzato con la collaborazione di Intesa Sanpaolo, evidenzia l'efficacia dell'approccio coesivo. In questo particolare periodo, la collaborazione tra enti diversi ha portato risultati straordinari in campo economico, sociale e soprattutto della sanità. Intesa Sanpaolo crede nel valore della vita di comunità, sia essa di persone, di imprese, di Stati. In questa direzione vanno gli oltre 400 miliardi di euro di erogazioni a medio-lungo termine che la Banca destina a imprese e famiglie in ambiti strettamente collegati al Recovery Plan come transizione ecologica e digitale, infrastrutture, trasporti, progetti di rigenerazione urbana, a supporto del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR)".

"Anche nell'anno del Covid le piccole e medie imprese italiane hanno mostrato attenzione alla dimensione sociale, alle comunità territoriali e alle fasce più deboli. Infatti, non solo è cresciuto il numero delle imprese coesive – ha dichiarato il Segretario generale di Unioncamere, **Giuseppe Tripoli** - che sono il 37% delle manifatturiere, ma un numero molto maggiore di imprese ha adottato strategie rivolte a un incremento della sostenibilità sociale e ambientale e a iniziative per venire incontro alle esigenze delle fasce deboli. Emerge anche che le imprese più sono coesive più sono competitive e riescono a sfruttare al meglio le loro potenzialità".

Secondo i risultati dello studio, le **imprese coesive** esportano di più (il 58% contro il 39% delle non coesive), fanno più eco-investimenti (il 39% contro il 19% delle non coesive, investono di più per migliorare prodotti e servizi (il 58% contro il 46% delle non coesive) e adottano maggiormente misure legate al Piano Transizione 4.0 (il 28% contro l'11% delle non coesive). Anche in previsione, le imprese che investiranno in processi e prodotti a maggior risparmio energetico, idrico e/o minor impatto ambientale nel triennio 2021-23 è sempre maggiore nel caso delle imprese coesive (26% a fronte di 12%).

Tra le imprese coesive è anche significativamente maggiore la capacità di rapportarsi con il **mondo della cultura** (attraverso operazioni quali donazioni, sponsorizzazioni, partnership con istituzioni culturali, ecc.): la quota delle imprese che dichiarano di intraprendere questo tipo di iniziative è infatti pari a 26% nel caso di quelle coesive, mentre per le aziende classificate come non coesive è dell'11%. Altro dato molto significativo è quello della **digitalizzazione**: la quota delle imprese che hanno adottato o stanno pianificando di adottare misure legate a Transizione 4.0 è pari a 28% per le imprese coesive, laddove per le imprese non coesive è dell'11%.

Nel 2020, le imprese coesive valutate tra le imprese manifatturiere con addetti compresi tra 5 e 499 incidono per il 37%, quota che tradotta in valori assoluti è di quasi **49.000 imprese**. Con un aumento rispetto al precedente rapporto, nel quale il valore si attestava al 32%.

Anche se c'è ancora molto da fare, coesione vuol dire



CUNEO

Masterchef, morto Paolo Armando: il "Tigre" fu concorrente della quarta edizione, aveva 49 anni **Foto**

Cerca il tuo immobile all'asta

Regione

Provincia

Fascia di prezzo

Data

INVIA

anche miglioramento del **bilanciamento di genere**: nel report si evidenzia che si sono compiuti passi importanti con un incremento delle donne nei cda delle società quotate passato da 170 nel 2008, il 5,9%, alle 811 di oggi, il 36,3%, mentre nei collegi sindacali si è passati dal 13,4% del 2012 al 41,6% del 2019, con 475 sindaci donne. La **coesione** rappresenta per le imprese un'occasione per accrescere il senso di appartenenza e soddisfazione di vita dei propri dipendenti (nel 2020 le erogazioni di welfare sulla base di contrattazione sindacale sono cresciute del 19,5%), per rafforzare le relazioni di filiera e distrettuali (le imprese ricadenti nei distretti secondo il monitor di Intesa Sanpaolo negli ultimi anni hanno visto crescere la produttività più delle imprese non distrettuali), ma anche per competere in un mercato che premia sempre di più gli atteggiamenti virtuosi. Sul versante degli investimenti, crescono quelli diretti verso aziende che dimostrano attenzione alla dimensione sociale e ambientale; crescono anche lato consumi, laddove appunto i **consumatori**, votando con il portafoglio o con i click, scelgono sempre più consapevolmente prodotti rispettosi dell'uomo e dell'ambiente e talvolta con il crowdfunding supportano le aziende più sostenibili.

La coesione, come dimostra l'indagine condotta da Ipsos, insieme alla **sostenibilità**, incrocia sempre di più nella percezione dei cittadini il tema della qualità. Già oggi due italiani su tre sono disposti a riconoscere, alle imprese che hanno atteggiamenti coesivi, un **premium price** sui prodotti e servizi offerti. Un differenziale di prezzo che in media è del 10% in più a favore delle imprese coesive. Analizzando le aspettative della cittadinanza, è interessante rilevare quanto sia importante il clima coesivo e in questo senso è importante il ruolo delle imprese nel cambiare il modello di sviluppo legato ai temi della sostenibilità associata anche alla qualità dei prodotti. Ipsos rileva come il 52% degli intervistati metta al primo posto tra i soggetti con cui le imprese dovrebbero entrare in relazione l'ambiente (divenuto uno stakeholder a tutti gli effetti), seguito dai clienti (51%) e i dipendenti (48%) e mettono al quarto posto le comunità e i territori in cui le imprese operano (41%). Secondo l'indagine Ipsos gli obiettivi perseguiti dalle imprese nella percezione della popolazione italiana per il 75% sono prettamente economici e solo per il 25% legati anche al benessere dei lavoratori, dei clienti e dei fornitori, della comunità. Al tempo stesso c'è la chiara percezione dell'importanza del ruolo delle imprese nel modello di sviluppo (89%).

L'eterogeneità della distribuzione delle imprese coesive a livello di economie regionali è ancora piuttosto marcata, con quasi il 70% delle imprese localizzato al **Nord**. Oltre il 50% è concentrato in tre regioni: Lombardia (26,3%), Veneto (13,6%) ed Emilia-Romagna (13,4%). È sempre il Nord a contraddistinguersi per una maggiore incidenza delle imprese coesive sul tessuto produttivo locale. Nel rapporto si rileva inoltre una relazione positiva tra benessere economico e presenza di imprese coesive: le regioni in cui l'incidenza di imprese coesive è più elevata sono anche le regioni in cui si riscontra un **Pil pro capite**

più elevato. Ma la diffusione delle imprese coesive è fortemente associata non solo al benessere economico, ma anche al benessere sociale e ambientale dei diversi territori. Un differenziale di prezzo che in media è del 10% in più a favore delle imprese coesive. Mettendo in relazione la presenza di imprese coesive e gli indicatori BES (Benessere Equo Sostenibile) dell'Istat, si colgono delle correlazioni positive elevate in particolare per dimensioni quali "Qualità del lavoro", "Qualità dei servizi" e "Politica e istituzioni".

(Foto: © Piotr Trojanowski/123RF)

Venerdì 18 Giugno 2021, 13:00
© RIPRODUZIONE RISERVATA

COMMENTA

COMMENTA LA NOTIZIA - NOME UTENTE

Scrivi qui il tuo
commento

IN VIA COMMENTO

ULTIMI INSERITI

PIÙ VOTATI

Nessun commento presente

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

ROMA

Ardea, la lettera della madre del killer: «Come si può perdonare? Andrea ha fatto una strage» [Ascolta](#)

LA LETTERA

Ardea, la lettera della madre del killer: «Come si può perdonare? Andrea ha fatto una strage» [Ascolta](#)

■ Ardea, la madre del killer indagata ■ L'autopsia su Andrea Pignani

di Alessia Marani



LO SCENARIO

Leggi contorte/Lo strazio della funivia e i limiti della cronaca

di Carlo Nordio

NOVARA

Luigi Sbarra, Cisl, e la morte di Adil Belakhdim: «Basta violenze, appello al governo sugli investimenti»

di Luigi Sbarra

BASKET

Delusione Kienergia. Cattani e Rossi: «Approccio sbagliato. Ora resettare tutto». Domenica decisiva gara 4

Informativa

Noi e alcuni partner selezionati utilizziamo cookie o tecnologie simili come specificato nella [cookie policy](#). Per quanto riguarda la pubblicità, noi e alcuni [partner selezionati](#), potremmo utilizzare dati di geolocalizzazione precisi e fare una scansione attiva delle caratteristiche del dispositivo al fine dell'identificazione, al fine di migliorare o personalizzare le informazioni su un dispositivo, e trarre dati personali (es. dati di navigazione, indirizzi IP, dati di utilizzo e

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.