

*Presentata la ricerca a livello europeo sul rapporto tra economia circolare,
performance aziendale e reputazione.
I risultati di un'indagine quantitativa realizzata da CRIET, IPSOS e LeFAC – TBS sulle
imprese europee*

Si è tenuto oggi 17 ottobre 2018 nell'aula De Lillo nell'Auditorium dell'Università di Milano-Bicocca il convegno dal titolo **“L'economia circolare per la reputazione e la performance d'impresa. Una ricerca a livello europeo”**. Alla base del convegno vi sono i risultati dell'indagine internazionale condotta da CRIET – Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio, in collaborazione con IPSOS Italia e LeFAC – TBS Group, che ha visto la somministrazione di un questionario con metodo CAWI (Computer Assisted Web Interview) a proprietari e manager delle principali aziende operanti in Europa, nel periodo marzo-settembre 2018. Se gli effetti auspicati dall'adozione dei principi dell'economia circolare sembrano portare ad una maggiore efficienza dei sistemi di produzione, dall'altra parte, una maggiore attenzione all'ambiente e alle generazioni future può alimentare il capitale reputazionale dell'impresa, rafforzando la sua competitività e il suo posizionamento. L'indagine si propone di indagare la relazione tra l'adozione dei principi di economia circolare, la reputazione e la performance aziendale. La domanda di fondo è: **Che impatto ha l'adozione dei principi di economia circolare sulla performance e la reputazione aziendale?**

Ecco alcuni dati emersi dalla ricerca. Nel **campione** delle 719 imprese rispondenti distribuite principalmente fra Francia (19%), Germania (14%), Italia (25%), Spagna (27%) e Regno Unito (15%), il 44% opera nell'industria e il 49% nei servizi. Le piccole e medie imprese (PMI) rappresentano il 47% del campione, mentre le grandi imprese il 53%. Dal punto di vista della **conoscenza**, il concetto di economia circolare è meno chiaro di quello della sostenibilità tra i rispondenti, sebbene in tutti i Paesi più del 40% dei rispondenti dichiara di conoscere l'economia circolare molto o del tutto (valutazione da 4 a 5 su scala 1-5). I temi maggiormente associati alla circolarità (con valutazione pari a 4 e 5) sono la pratica redditizia, l'approccio radicale per promuovere e utilizzare materiale di scarto, la gestione dei rifiuti e l'efficienza energetica e di risorse. Sono tre i **cluster** individuati nel comportamento delle imprese verso l'economia circolare: il cluster dei “chiusi” – 27% del campione rispondenti - con un'attenzione all'economia circolare sotto la media del campione rispondente, il cluster degli “aperti” - 29% del campione, con un'attenzione nella media e il cluster dei “maturi” - 44% del campione, con un'attenzione sopra la media del totale rispondenti. La dimensione incide sull'orientamento all'economia circolare. Sono infatti soprattutto le grandi imprese ad adottarla: il 51% delle grandi imprese appartiene al cluster “maturi”. Tuttavia, è da notare che se da un lato la dimensione sia un fattore fortemente condizionante il livello di circolarità raggiunto, dall'altro lato l'economia circolare non è preclusa alle imprese di dimensioni minori. Lo dimostra il 35% delle PMI che si colloca nel cluster dei “chiusi”. Tra i **fattori** che spingono le imprese verso l'economia circolare vi sono la sensibilità dei proprietari ai principi della circolarità, seguita dai dipendenti che spingono l'impresa ad orientarsi verso il paradigma della circolarità. Tra i fattori esterni

all'impresa vi sono il mercato la collettività e i clienti, ma con delle priorità diverse tra i tre cluster: per i "maturi", il primo driver sono le richieste del mercato di prodotti a prezzi accessibili e ad impatto ambientale minimo, seguite dalle richieste dei clienti; per gli "aperti", la leva esterna principale verso la collettività sono i clienti, seguiti da mercato e collettività equamente riconosciute; i "chiusi" danno invece più rilevanza al mercato, alla collettività e alle richieste delle istituzioni finanziarie in termini di parametri ambientali (21%). Rispetto alle **performance**, i risultati della ricerca dimostrano che più è matura l'adozione dei principi circolari da parte dell'impresa e migliore è la sua performance. L'economia circolare ha un impatto soprattutto sulle prestazioni ambientali e sulla relazione con i clienti. Per tutti i cluster i maggiori benefici riscontrati nell'essere circolari sono di tipo ambientale (83% dei maturi, 51% degli aperti e 29% dei chiusi), seguiti a minima distanza dalla relazione con i clienti che raccoglie l'81% di preferenze tra i maturi, il 51% tra gli aperti e il 28% tra i chiusi. La performance economica è invece più bassa per tutti i cluster, con valori comunque interessanti nel cluster dei maturi (67% dei rispondenti)

Essere circolari incide anche sulla **reputazione**. L'immagine di marca viene infatti valutata da 4 a 5 punti per il 37% dei "chiusi", dal 63% degli "aperti" e dall'87% dei "maturi". La reputazione viene valutata da 4 a 5 punti per il 40% dei "chiusi", il 62% degli "aperti" e l'87% dei "maturi". I fattori che lavorano maggiormente sulla corporate reputation sono tuttavia diversi tra i cluster: mentre le aziende chiuse all'economia circolare hanno una reputazione che poggia soprattutto sull'offerta, quelle più mature presidiano allo stesso modo i 4 quattro driver: offerta, gestione finanziaria, vision ed etica.

"Nelle dinamiche di mercato, il tema delle economie circolari sta assumendo grande importanza e attualità. CRIET è attivo su questo tema da anni, attraverso ricerche particolarmente focalizzate sulle implicazioni che l'economia circolare ha sui modelli di business e le opportunità di marketing. La ricerca presentata oggi illustra come le imprese stiano recependo i principi dell'economia circolare e con quali risultati. La ricerca permette anche di mettere a fuoco il livello di maturità delle imprese su questo tema nei vari contesti europei" afferma **Angelo Di Gregorio**, Direttore di CRIET e Responsabile Scientifico della ricerca.

La ricerca è stata presentata da **Laura Gavinelli**, Assegnista di ricerca presso Università di Milano-Bicocca e project leader della ricerca - che spiega: "la ricerca presentata oggi ci permette di andare a fondo e in prospettiva europea su quali possano essere gli effetti dell'adozione dei principi dell'economia circolare. Se la letteratura ci insegna che la circolarità porta a una maggiore efficienza dei sistemi di produzione, dall'altra parte ci è sembrato necessario indagare se una maggiore attenzione all'ambiente e alle generazioni future possa alimentare il capitale reputazionale dell'impresa, rafforzandone la competitività e il posizionamento sul mercato". **Andrea Alemanno**, Group Director Corporate Reputation di Ipsos Public Affairs ha presentato i risultati sul rapporto tra circolarità e reputazione: "l'atteggiamento verso la circolarità è un motore reputazionale, che agisce indipendentemente dalla dimensione aziendale, e contribuisce in modo forte alla reputazione aziendale. La crescita sostenibile delle aziende non è lineare, è a spirale. Parafrasando Anaïs Nin - la vita (d'azienda) è un cerchio che si allarga fino a raggiungere i movimenti circolari dell'infinito".

La ricerca è stata commentata da due esperti, il prof. **Manlio Del Giudice** Pro Rettore della sede di Napoli dell'Università degli Studi di Roma Link Campus e Direttore del Centro di Ricerca CERMES e la dott.ssa **Ilaria Ugenti**, Research Director Ipsos Public Affairs. Del Giudice segnala che "l'economia circolare rappresenta una delle tematiche più innovative del dibattito internazionale sulla sostenibilità dei processi di decision making dell'impresa. La ricerca condotta presenta in modo rigoroso una nuova prospettiva d'interpretazione dell'efficienza di modelli di business ad essa ispirati introducendo una riflessione su elementi chiave quali la reputazione ed il suo collegamento strettissimo con la performance", mentre Ilaria Ugenti aggiunge: "la spinta verso la sostenibilità e l'implementazione di modelli di economia circolare consente di sostenere ed accrescere la reputazione di un'azienda, di un brand, alimentando un circolo virtuoso in cui sono coinvolti tutti gli stakeholder".

Ricca la tavola rotonda che è seguita alla ricerca e che ha visto imprese di settori diversi confrontarsi sul "fare" economia circolare. **Riccardo Balducci**, Corporate Environmental Manager di Sofidel: "Sofidel, azienda leader nella produzione di carta tissue per usi igienici e domestici, è impegnata nel miglioramento della circolarità dei propri processi e prodotti attraverso la promozione del riuso e riciclo post-consumo dei propri articoli, la riduzione dei consumi di acqua ed energia e l'adozione di materiali e soluzioni per l'imballaggio che ne consentano la riduzione, il riuso o il riciclo". **Franco Balestrieri**, Direttore Marketing e Comunicazione di GVM: "Il mondo della sanità italiano è tra i primi al mondo in termini di qualità ed efficienza medica e organizzativa. Un approccio misurato e corretto sull'economia circolare potrebbe dare benefici in varie direzioni sia in termini di qualità di gestione che di efficienza economica". **Elisabetta Bracci**, Fondatrice e Network Manager di JUMP Facility: "La social city è alla base della smart city, le radici danno reale spessore allo storytelling, la valorizzazione del talento porta alla performance. Gli imprenditori più innovativi e lungimiranti lo hanno capito, seminando bellezza e futuro nel territorio che li ospita. #smart, #social e #local sono le parole chiave della loro azione". **Stefania Lallai**, Sustainability & External Relations Director per Costa Crociere. "Per Costa Crociere economia circolare significa prima di tutto capitalizzare il valore di quanto prodotto a bordo delle nostre navi attraverso la ricerca di soluzioni innovative che permettano di realizzare progetti concreti in questa direzione". **Maria Elena Manzini**, CRS Manager di CIRFOOD: "Il passaggio da un'economia lineare ad un approccio di economia circolare è l'unico modo possibile per garantire uno sviluppo sostenibile, per noi e per le future generazioni. Perché la strategia dell'economia circolare non solo ci consente di preservare l'ambiente, ma anche di favorire innovazione e creazione di lavoro, dunque uno sviluppo "virtuoso". **Enea Angelo Trevisan**, CEO di Ealixir: "Ealixir permette ai suoi clienti di rigenerare la propria reputazione online e rimettersi in gioco - facilitando percorsi di rinascita professionale - quindi proponiamo agli studiosi dell'Economia Circolare la sfida di considerare, tra i "materiali" da rimettere in circolazione quello culturalmente più importante: l'uomo".

A chiudere i lavori è stata **Ilaria Antoncicchi**, geologa e coordinatrice scientifica degli accordi di ricerca della DGS UNMIG- MISE, che ha evidenziato come "favorire il percorso delle imprese

nella transizione verso un'economia circolare è una delle priorità del Ministero dello Sviluppo Economico". Ha inoltre affermato: "La Direzione Generale che rappresento ha realizzato, nell'ambito del network CLYPEA, uno studio con il Politecnico di Torino per la riconversione delle piattaforme in mare affinché possano recuperare materiali grezzi dall'acqua e consentire la produzione di acqua desalinizzata. È un esempio dell'innovazione di rilievo internazionale su cui siamo impegnati, che ci auguriamo possa fare emergere il valore delle tante competenze che abbiamo in Italia e che possono essere valorizzate per modelli di economia circolare".

Gli atti del convegno saranno pubblicati sul sito: <http://criet.unimib.it/criet-incontra/>

