

CONFINDUSTRIA  
Federazione dell'Industria Toscana



*Camera di Commercio  
Industria Artigianato e Agricoltura  
Prato*

SCN  
29-567

**IL RUOLO SOCIALE DELLE AZIENDE: ALCUNE EVIDENZE  
EMERSE DA UNA RICERCA SUL CAMPO SULLE NUOVE  
TENDENZE DEL CONSUMO**

Ricerca a cura di ISPO  
Istituto per gli Studi sulla Pubblica Opinione

Sondaggio realizzato da Renato Mannheimer espressamente per il Forum Ambrosetti "**Forum Internazionale della Piccola e Media Impresa**", Centro Congressuale Farsettiarte, Prato - 18 e 19 ottobre 2002.

t



Ambrosetti

Istituto per gli Studi sulla Pubblica Opinione

## **Il ruolo sociale delle aziende: alcune evidenze emerse da una ricerca sul campo sulle nuove tendenze del consumo**

**Prato, 18 ottobre 2002**

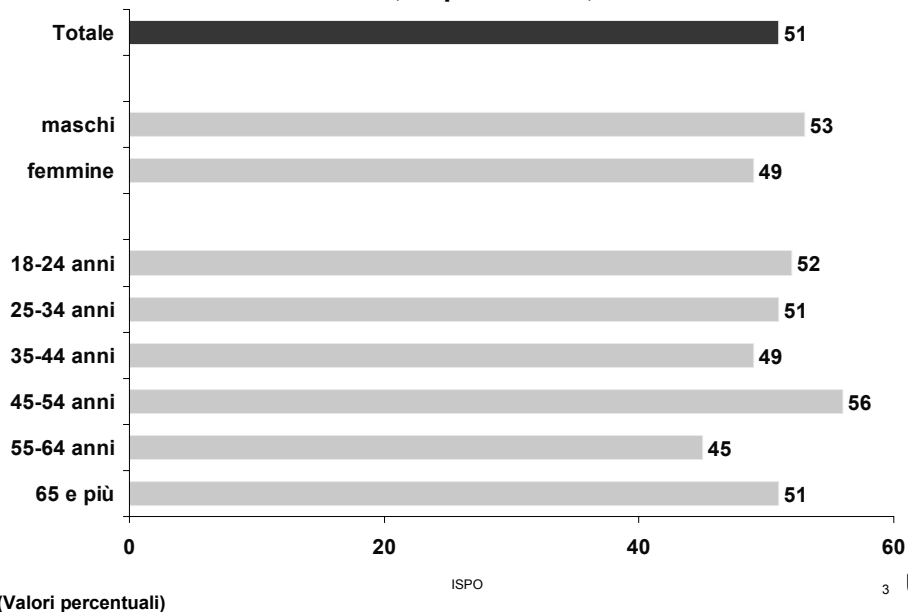
**Forum internazionale della piccola e media impresa**

**Ambrosetti**

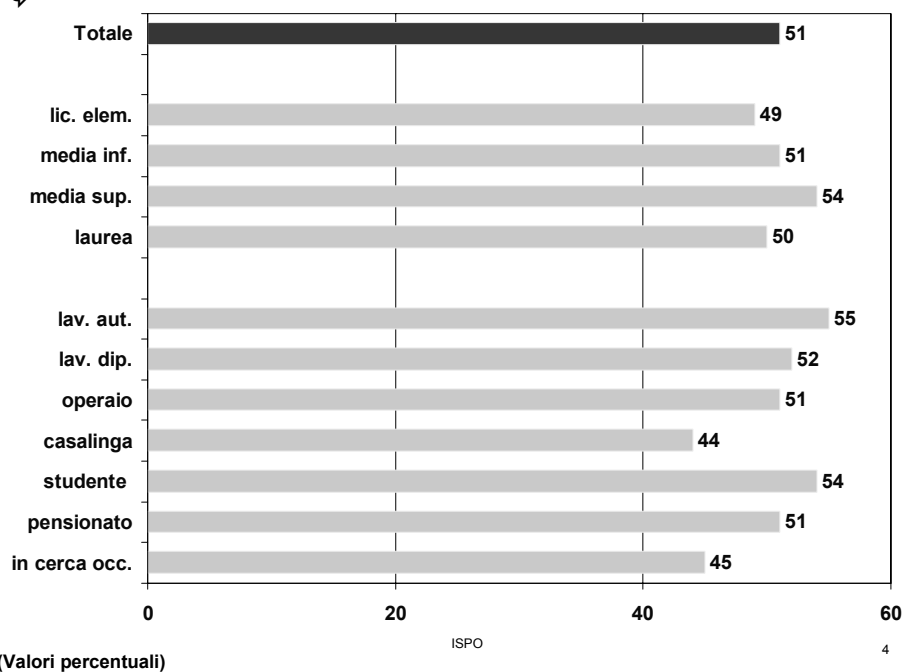
**Nel decidere di acquistare beni e/o servizi, Lei, in pratica, quanto tiene in considerazione gli aspetti relativi alle politiche verso i dipendenti, i fornitori e l'impatto sociale, ambientale e culturale portate avanti dalle aziende produttrici?**

<b>Molto</b>	<b>9,7%</b>	}	<b>50,8%</b>
<b>Abbastanza</b>	<b>41,1%</b>		
<b>Poco</b>	<b>33,3%</b>	}	<b>49,2%</b>
<b>Per niente</b>	<b>15,9%</b>		
<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>		
<b>Base (casi)</b>	<b>5152</b>		

**Il 51% degli intervistati dice di tenere in considerazione il ruolo sociale delle aziende quando decide di acquistare beni e/o servizi.  
Si tratta, in particolare, di:**



**e ancora:**



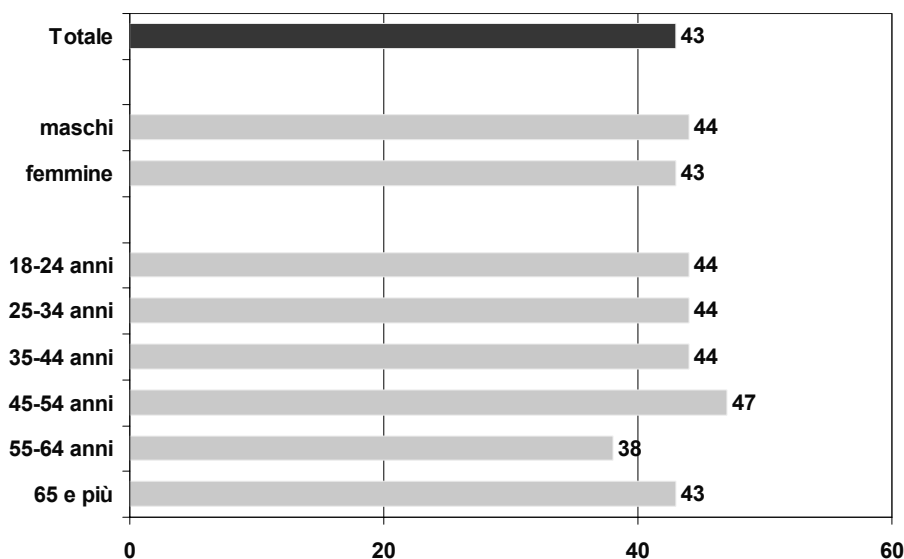
**Le è già capitato di evitare l'acquisto di beni e/o servizi di alcune aziende perché criticabili per le politiche che queste portano avanti verso i dipendenti, i fornitori e l'impatto sociale, ambientale e culturale?**

<b>Spesso</b>	<b>9,2%</b>	} <b>43,3%</b>
<b>Qualche volta</b>	<b>34,1%</b>	
<b>Raramente</b>	<b>26,9%</b>	} <b>56,7%</b>
<b>Mai</b>	<b>29,8%</b>	
<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>	
<b>Base (casi)</b>	<b>5152</b>	

ISPO

5

**Il 43% degli intervistati dice di avere evitato l'acquisto di beni e/o servizi di alcune aziende per il loro ruolo sociale discutibile. Si tratta, in particolare, di:**

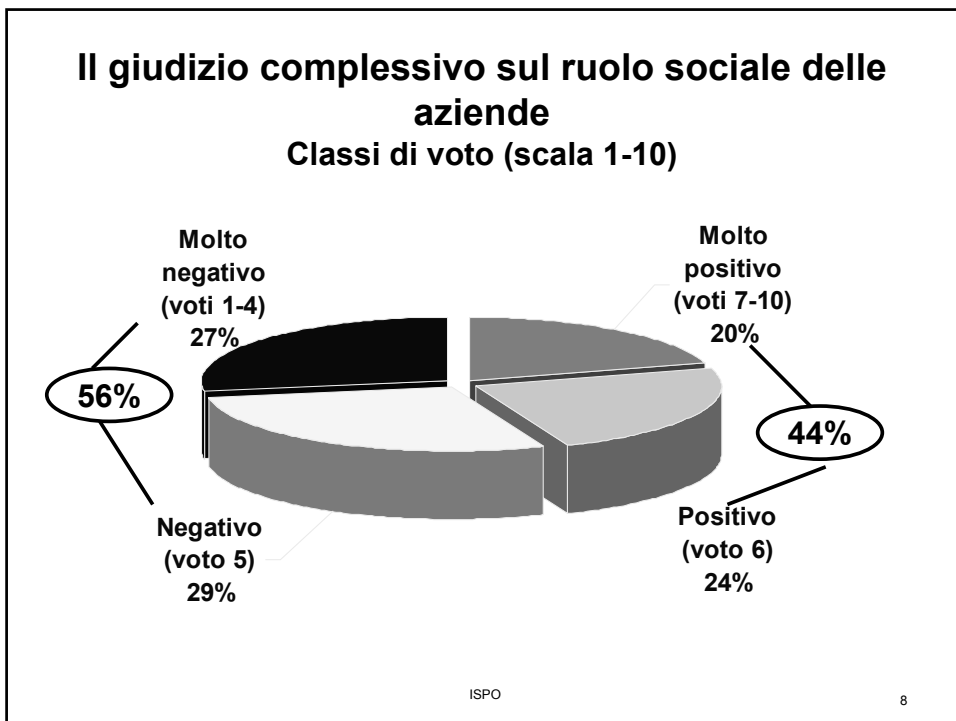
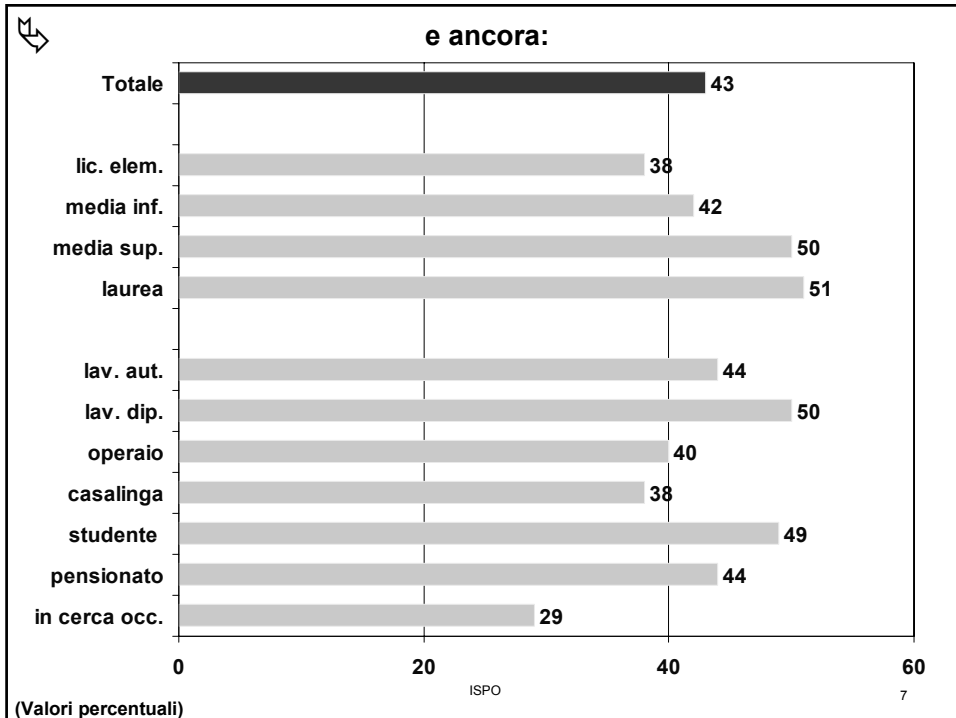


(Valori percentuali)

ISPO

6





## **Il 56% degli intervistati ritiene che le aziende non prestino abbastanza attenzione alla responsabilità sociale.**

↪ I giudizi più negativi (voti 1-4 = 27%) si accentuano tra :

- i giovani (31%)
- al crescere del titolo di studio  
(33% tra i laureati contro il 25% tra gli intervistati con licenza elementare)
- gli impiegati e gli insegnanti (31%); gli studenti (33%)
- i residenti nelle regioni del Nord Est (31%).
- chi si colloca politicamente a sinistra (38%)

↪ I giudizi più positivi (voti 6-10 = 20%) si accentuano invece tra :

- i residenti nelle città medio grandi (50-100 mila abitanti: 25%)
- residenti nelle regioni del Sud (24%)
- tra chi si colloca politicamente a destra (33%)

ISPO

9

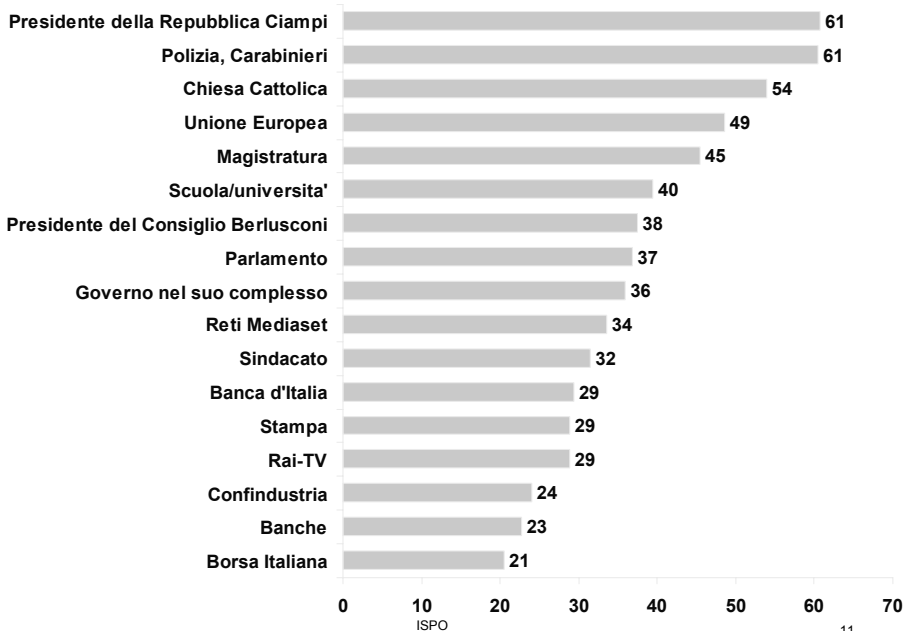
## **Le variabili che influenzano il giudizio sul ruolo sociale delle aziende**

	<b>BETA</b>
Si preoccupano di tutelare la salute dei loro clienti	9,0
I diritti dei dipendenti sono rispettati, in accordo con i sindacati	8,6
Pongono molta attenzione all'impatto ambientale	8,2
Sostengono molte iniziative di solidarietà sociale nei territori o nazioni in cui operano	7,7
I loro comportamenti in ambito finanziario sono trasparenti	7,6
I dipendenti hanno la possibilità di avere una crescita professionale	7,5
Adottano una corretta politica retributiva verso i propri fornitori di materie prime o semilavorati	7,2
I loro impianti produttivi o centri di distribuzione si inseriscono correttamente nelle diverse realtà locali, senza prevaricarle	7,0
I dipendenti hanno un trattamento economico equo	6,3
Abusano delle loro possibilità in ambito finanziario	6,1
Selezionano fornitori di materie prime o semilavorati che rispettano i diritti dei lavoratori	5,8
Cercano di condividere i valori e la cultura delle regioni/nazioni in cui operano	5,1

ISPO

**R<sup>2</sup>=0,40**

## La fiducia verso le Istituzioni



## Questa ricerca

- **Universo di riferimento:** Popolazione italiana con più di 17 anni censita nel 1991 (ISTAT)
- **Tipo di ricerca:** indagine quantitativa
- **Campione:** proporzionale alla distribuzione della popolazione italiana, secondo sesso, età, titolo di studio, professione, area geografica ed ampiezza del centro di residenza
- **Metodo:** panel - interviste registrate a domicilio mediante computer
- **Numero dei rispondenti:** 5152

*Main Sponsor:*



*Si ringraziano inoltre:*

**Deloitte  
Touche  
Tohmatsu**

