

Mercoledì 05.10.2022

Ricerca Astarea sulle Imprese protagoniste del Salone della CSR e dell'innovazione sociale

La sostenibilità comunicata

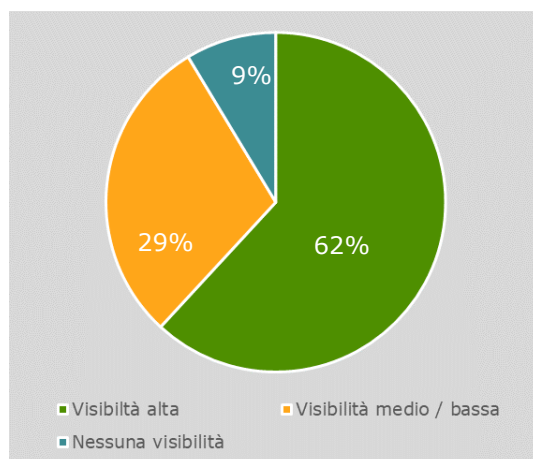
Nell'ambito dell'incontro *"Trasparenza e Coerenza, parole chiave della comunicazione Sostenibile"* la società di ricerche di mercato, sociali e di opinione Astarea ha presentato la ricerca svolta sui 140 website delle Imprese protagoniste del Salone negli ultimi 4 anni, per comprendere come le "apripista" della Sostenibilità presentano il loro impegno.

L'approccio ha integrato una lettura semiotica dei testi, basata su una serie di variabili (visibilità, pratiche, reporting, Good for you-Good for the Planet, format espositivi), con una rigorosa quantificazione delle evidenze

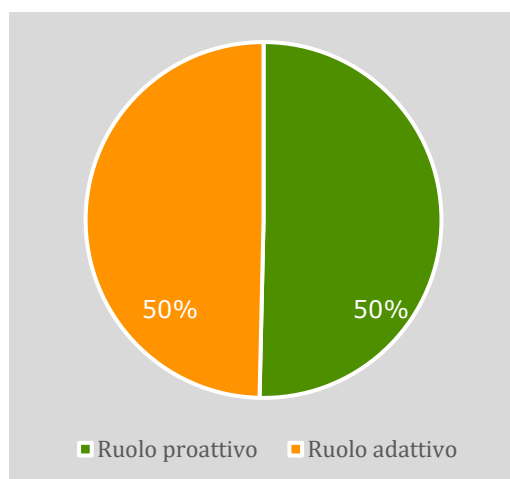
Visibilità e strategie

Le Imprese partecipanti al Salone si stanno impegnando notevolmente a comunicare il loro impegno sui loro Siti, supporto elettivo per questa funzione data la debole presenza su altri media.

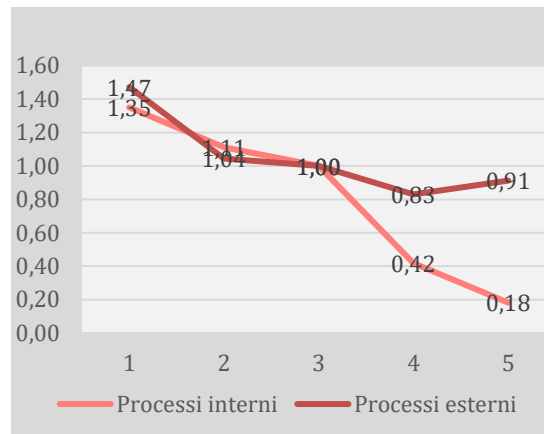
La Sostenibilità assume una notevole visibilità, anche se una buona parte la collocano ancora sottotraccia, risultando non immediato intercettarla.



Ciò detto, i Siti rivelano una frequente assunzione della Sostenibilità come driver strategico basato su un cambiamento di paradigma nella gestione dei processi produttivi e gestionali (ruolo proattivo), anche se permangono tuttora vischiosità connesse ad una concezione più tattica (ruolo adattivo), come adeguamento a vincoli esterni o a necessità di adeguarsi ad un'onda considerata «lunga».



A conferma, della necessità di assumere un ruolo proattivo le Imprese che assumono la Sostenibilità in maniera strategica dichiarano in misura maggiore pratiche «interne» al business, piuttosto che quelle di carattere «adattivo», in proporzione più legate alle esternalità quindi con un approccio più compensativo e meno evolutivo. In questo contesto, i Siti dimostrano una certa coerenza nelle modalità dell'essere delle Imprese.



Le informazioni a supporto

Emergono quindi, grosso modo e con le debite sfaccettature due tipologie di Imprese: quelle più capaci di dare visibilità, in genere strategiche sulla Sostenibilità, e molto focalizzate sul cambiamento di paradigma processuale, e quelle che più stentano ad organizzare la loro visibilità al meglio, più adattive, più focalizzate sulle esternalità.

La reportistica – di cui si è parlato molto ieri nello specifico della rendicontazione non finanziaria– rispecchia bene questa polarità: quelle più impegnate nel cambiamento di paradigma sono anche quelle più orientate a fornire informazioni dati sulla loro attività nell'ambito del Sito o nell'ambito della esposizione del Bilancio sociale.

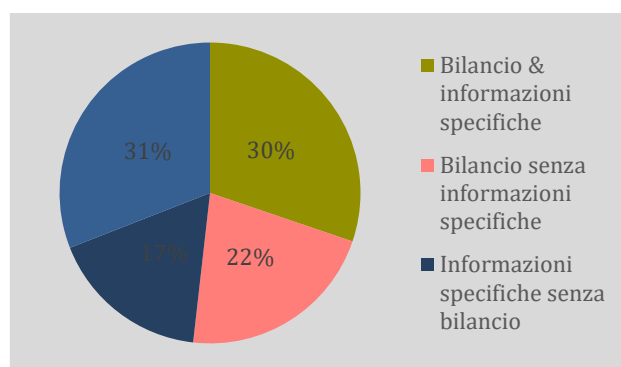
Astarea srl
via Pietro Custodi 8
20136 Milano

T. 02 89423927
F. 02 83390294
infoastarea@astarea.it
www.astarea.it

R.l. (Registro Imprese)
04600960969
REA 1759677

capitale sociale
euro 30.000
P.I. 04600960969

Questo tema apre però numerosi interrogativi, data la variegata delle modalità comunicative: la presenza di 1/3 circa di imprese silenziose sul piano del dettaglio informativo pone infatti una questione, che sia di accountability piuttosto che di scarsa consapevolezza dell'importanza di affiancare agli statement di principio dati e misurazioni sul proprio impegno. Che però tutti gli altri si servano o sia del Sito sia del Bilancio Sociale/di Sostenibilità/integrato, piuttosto che solo di parti del Sito, piuttosto che solo del Bilancio, esita due conseguenze, un sul piano della lettura/ergonomia, una sul piano strategico.



Infatti, da una parte, l'utilizzo esclusivo del Sito per le informazioni dimostrative implica necessariamente una difficoltà del racconto, e l'uso esclusivo del Bilancio rischia un gap informativo per chi non si inoltra nei suoi meandri; dall'altra la comunicazione trasversale ai due canali, con informazioni in parte analoghe in parte differenti, può creare difficoltà all'utente nel mettere a sintesi pezzi diversi.

«Good for the planet, Good for you»

Un tema chiave, anche se complessivamente un po' trascurato nel discorso sulla Sostenibilità, molto più focalizzato sui vantaggi per il Pianeta che per i vantaggi che possono derivare, fin da subito, per il consumatore (Good for you) – quindi per

Astarea srl
via Pietro Custodi 8
20136 Milano

T. 02 89423927
F. 02 83390294
infoastarea@astarea.it
www.astarea.it

R.l. (Registro Imprese)
04600960969
REA 1759677

capitale sociale
euro 30.000
P.I. 04600960969

coinvolgerlo di là dall'appello alla responsabilizzazione nei comportamenti e negli acquisti.

Quando il "Good for the planet" è messo in relazione con il "Good for you" si nota un commitment globalmente più ampio da parte delle imprese alla Sostenibilità sia in termini di pratiche (sia interne che esterne), sia di accountability, sia soprattutto di ruolo (maggiormente proattivo e meno adattivo).

Come si è visto, una minoranza dei Siti affrontano questo tema. Probabilmente neanche le medesime imprese si focalizzano a sufficienza sui vantaggi immediati del loro agire per i consumatori. Il Good for the Planet viene casomai associato a vantaggi più o meno classici o consolidati dello specifico prodotto/servizio/brand: ma non definiti come specifici vantaggi che derivano dai nuovi paradigmi.

Le pratiche di Sostenibilità vengono quindi raramente messe a terra sui prodotti e sui servizi. E anche in questo caso, occorrerebbe un pensiero più strategico e quindi più ingaggiante.

Nell'ambito di queste tipologie, questo significa passare da un approccio adattivo, che allude a un futuro indeterminato, ancorché pressante, a un approccio proattivo e intenzionalmente strategico, con ricadute però sull'immediato.

I format espositivi

Emergono due modelli diversi di format: il format "ad albero" e quello lineare e narrativo, con varie ibridazioni intermedie.

Il format ad albero, che affronta un tema attraverso un susseguirsi di aperture in verticale, che via via lo specificano. La ricerca della analiticità e una postura dimostrativa risulta però anche time spending, obbligando a molteplici passaggi prima di

Astarea srl
via Pietro Custodi 8
20136 Milano

T. 02 89423927
F. 02 83390294
infoastarea@astarea.it
www.astarea.it

R.I. (Registro Imprese)
04600960969
REA 1759677

capitale sociale
euro 30.000
P.I. 04600960969

arrivare fondo al racconto, dove peraltro le informazioni key si perdono in un mare magnum di dati.

Nel format lineare, invece, il tema viene esplicitato immediatamente nei suoi aspetti costituiti in un unico layout, che procede o in successione orizzontale di icone "parlanti", o sotto forma di altre figure (es: cerchi a raggera).

In questo caso si cerca la credibilità mostrando non solo la concretezza delle proprie azioni, ma vedendo come esse hanno senso nella mission aziendale e nel rapporto con i territori e creando un sistema in cui tutto si tiene.

In sintesi

Le imprese protagoniste del Salone mostrano nel complesso un rilevante impegno, sia sul piano della informazione circa le loro prassi di sostenibilità, sia sul piano della costruzione dell'accountability, grazie a una reportistica ampia e articolata. Tuttavia, comunicare non significa solo informare e dimostrare, ma anche ingaggiare i propri stakeholder, fra cui anche i consumatori, entro un percorso da condividere.

Da questo punto di vista, il processo appare ancora a metà del guado e rimane molto da fare. Da un lato, emerge l'esigenza di tradurre nel sito informazioni alle volte molto tecniche, in una sintesi capace di armonizzare dati puntuali, valori e storytelling di marca. Dall'altro, occorre dimostrare una postura non solo improntata al commitment a regole date, ma anche esito di un investimento convinto e strategico.

La varietà di format emersi dalla ricerca dimostra l'impegno messo in campo per ridurre la complessità implicata dal tema della sostenibilità in termini largamente comprensibili e comunicabili, senza compromettere la credibilità.

Per informazioni: Laura Cantoni – l.cantoni@astarea.it
+39 333 622722

Astarea srl
via Pietro Custodi 8
20136 Milano

T. 02 89423927
F. 02 83390294
infoastarea@astarea.it
www.astarea.it

R.l. (Registro Imprese)
04600960969
REA 1759677

capitale sociale
euro 30.000
P.I. 04600960969