



DOCUMENTO DI SINTESI AZIONE 4 FABBRICA PADOVA AMBIENTE

Rilevazione dei benefici ottenuti dalle imprese dagli investimenti rilevati nel corso dell'indagine 2010

b) negativo, con assenza di benefici sul loro agire attento alle politiche ambientali, nei rapporti con:

- fornitori (63,2%)
- banche (73,7%)
- dipendenti (63,2%)

E' chiaro che bisognerebbe essere in grado di comprendere maggiormente quali sono i reali fattori che portano ad una così scarsa considerazione nella valorizzazione delle imprese che operano nell'innovazione e negli investimenti per lo sviluppo delle attività connesse al Green Tech (problema delle aziende che investono e che non riescono a comunicare quanto fatto oppure problemi dei soggetti esterni che sono poco sensibili o ricettivi sul tema?). Ma tale elemento di valutazione richiederebbe una analisi di maggiore incisività sull'agire gestionale, strategico e comunicativo all'interno del territorio.

La procedura e la metodologia di ricerca

L'azione numero 4 del Progetto Fabbrica Padova riguarda rilevazione dei benefici ottenuti dalle imprese dagli investimenti rilevati nel corso dell'indagine 2010 svolta all'interno del Progetto GreenMecc.

Per procedere in maniera adeguata a quanto previsto con lo scopo progettuale, si è proceduto con la determinazione dei parametri per l'identificazione del gruppo di imprese campione di indagine e la determinazione dei contenuti dell'indagine atti a rilevare le informazioni strumentali alla definizione del beneficio raggiunto.

Si è perciò identificato il gruppo delle aziende rispetto alla condizione che avessero:

- partecipato all'indagine del questionario Green Mecc svolto nel corso del 2010;
- risposto affermativamente alla domanda 7 del citato questionario ossia se avessero sostenuto nel triennio 2008, 2009, 2010 investimenti per lo sviluppo di attività connesse alle Green technologies (produzione di tecnologie attente all'ambiente, alle risorse naturali e allo sviluppo sostenibile);
- indicato nella domanda 8 seguente del citato questionario gli stimoli nell'averlo farlo;
- raggiunto alla fine dell'indagine 2010, rispetto alla loro dichiarata complessiva attenzione all'agire sul tema ambientale, la qualifica di aziende virtuose.

E' stato quindi formulato un ulteriore questionario la cui richiesta di compilazione era rivolta al gruppo delle aziende così come identificato.

Il questionario è stato formulato con 8 quesiti per ognuna delle quali erano indicate 4 opzioni di risposta: 1) no; 2) sì, poco; 3) sì, abbastanza; 4) sì, molto.

Così come indicato tra gli obiettivi generali del Progetto, anche questa azione ha puntato a coinvolgere un numero minimo di 20 aziende. Nonostante il coinvolgimento delle imprese sia stato notevolmente superiore come numero, le aziende che hanno accettato il coinvolgimento rispondendo a tutte le domande sottoposte sono state 19. Per procedere con maggiore efficacia alla consueta difficoltà alla compilazione dei questionari di indagine, si è optato di procedere con l'invio dello stesso via email, seguito da un intervento telefonico di supporto alla compilazione.

Le risposte al questionario e le analisi statistiche

I dati informativi preliminari

Come si diceva in premessa sulla procedura e la metodologia di ricerca adottata nell'indagine le aziende coinvolte in questa azione dovevano avere partecipato all'indagine del questionario Green Mecc svolto nel corso del 2010 e risposto affermativamente alla domanda 7 del citato questionario ossia se avessero sostenuto nel triennio 2008, 2009, 2010 investimenti per lo sviluppo di attività connesse alle Green technologies (produzione di tecnologie attente all'ambiente, alle risorse naturali e allo sviluppo sostenibile).

Volendo riepilogare le informazioni in tal senso possiamo dire che il 47,4% delle aziende che hanno partecipato alla presente azione avevano dichiarato nel 2010 di avere svolto investimenti in tutti i tre anni (2008,2009,2010); il 15,8% in due dei tre anni e il 36,8% in uno dei tre anni.

Inoltre, ad integrazione informativa, le risposte pervenute dalle aziende alla domanda successiva, ossia alla n.8 afferente alle motivazioni (stimoli) che avevano determinato la scelta di effettuare tali investimenti sono state: il 44,4% scelta autonoma ma stimolata dall'interesse di mercato per il settore; il 25,9% normale prosecuzione di una linea d'interesse già intrapresa; il 22,2% scelta autonoma creativa e strategica; il 7,4% parimenti suddiviso tra esigenze manifestate dai vecchi clienti (3,7%) e nuovi clienti (3,7%).

I dati informativi raccolti dalle risposte

Partendo da un quesito formulato in maniera introduttiva nel cappello generale ossia "I suoi investimenti (già dichiarati alle domande nn. 7 e 8 questionario indagine 2010 Progetto Green) hanno apportato nel corso del 2011 dei visibili benefici (prezzi e/o immagine) ... " sono state formulate le seguenti otto domande connesse:

- 1) nei rapporti con i clienti nuovi?
- 2) nei rapporti con i clienti vecchi (consolidati)?
- 3) nelle politiche commerciali in genere?
- 4) nei rapporti con i fornitori?
- 5) nei rapporti con le banche?
- 6) nei rapporti con i dipendenti?
- 7) nei rapporti con le istituzioni territoriali?
- 8) nei rapporti con le associazioni di categoria?

Alla prima domanda (I suoi investimenti hanno apportato nel corso del 2011 dei visibili benefici (prezzi e/o immagine) nei rapporti con i clienti nuovi?) le risposte delle aziende sono state: 47,4% no; 10,5% si, poco; 31,6% si, abbastanza; 10,4% si, molto.

Alla seconda domanda (I suoi investimenti hanno apportato nel corso del 2011 dei visibili benefici (prezzi e/o immagine) nei rapporti con i clienti consolidati?) le risposte delle aziende sono state: 42,1% no; 5,3% si, poco; 31,6% si, abbastanza; 21,1% si, molto.

Alla terza domanda (I suoi investimenti hanno apportato nel corso del 2011 dei visibili benefici (prezzi e/o immagine) nelle politiche commerciali in genere?) le risposte delle aziende sono state: 42,1% no; 5,3% si, poco; 31,6% si, abbastanza; 21,1% si, molto.

Alla quarta domanda (I suoi investimenti hanno apportato nel corso del 2011 dei visibili benefici nei prezzi e/o nell'immagine nei rapporti con i fornitori?) le risposte delle aziende sono state: 63,2% no; 21,1% si, poco; 15,8% si, abbastanza. Nessuna indicazione sulla possibile risposta "si, molto".

Alla quinta domanda (I suoi investimenti hanno apportato nel corso del 2011 dei visibili benefici (prezzi e/o immagine) nei rapporti con le banche?) le risposte delle aziende sono state: 73,7% no; 15,8% si, poco; 10,5% si, abbastanza. Nessuna indicazione sulla possibile risposta "si, molto".

Alla sesta domanda (I suoi investimenti hanno apportato nel corso del 2011 dei visibili benefici (prezzi e/o immagine) nei rapporti con i dipendenti?) le risposte delle aziende sono state: 63,2% no; 10,5% si, poco; 21,1% si, abbastanza; 5,3% si, molto.

Alla settima domanda (I suoi investimenti hanno apportato nel corso del 2011 dei visibili benefici (prezzi e/o immagine) nei rapporti con le istituzioni territoriali?) e alla ottava (I suoi investimenti hanno apportato nel corso del 2011 dei visibili benefici (prezzi e/o immagine) nei rapporti con le associazioni di categoria?) le risposte non hanno risposto ritenendo di non avere elementi di valutazione.

Analisi e considerazioni finali

L'indagine svolta nell'azione 4 porta in evidenza il panorama che investire nella Green Technologies non porta benefici in maniera così certa e diffusa così come si potrebbe ipotizzare.

Se andiamo a raggruppare le risposte suddividendole nelle due categorie "positive" e "negative", abbiamo che le aziende dichiarano nella maggioranza (superiore al 50%) di avere avuto riscontro:

a) positivo, con benefici sul loro agire attento alle politiche ambientali, nei rapporti con:

- clienti nuovi (52,6%)
- clienti vecchi (57,9%)
- politiche commerciali (68,4%)