

XXI EDIZIONE · 15-16 ottobre 2021

**GdB HYBRID
2021 EDITION**

ECONOMIE COESIVE E L'ASCESA DEL FATTORE COMUNITARIO

15 ottobre 2021

Presentazione ricerca

Enzo Riso

Direttore scientifico di Ipsos

Docente di Audience studies Università La Sapienza, Roma

GAME CHANGERS

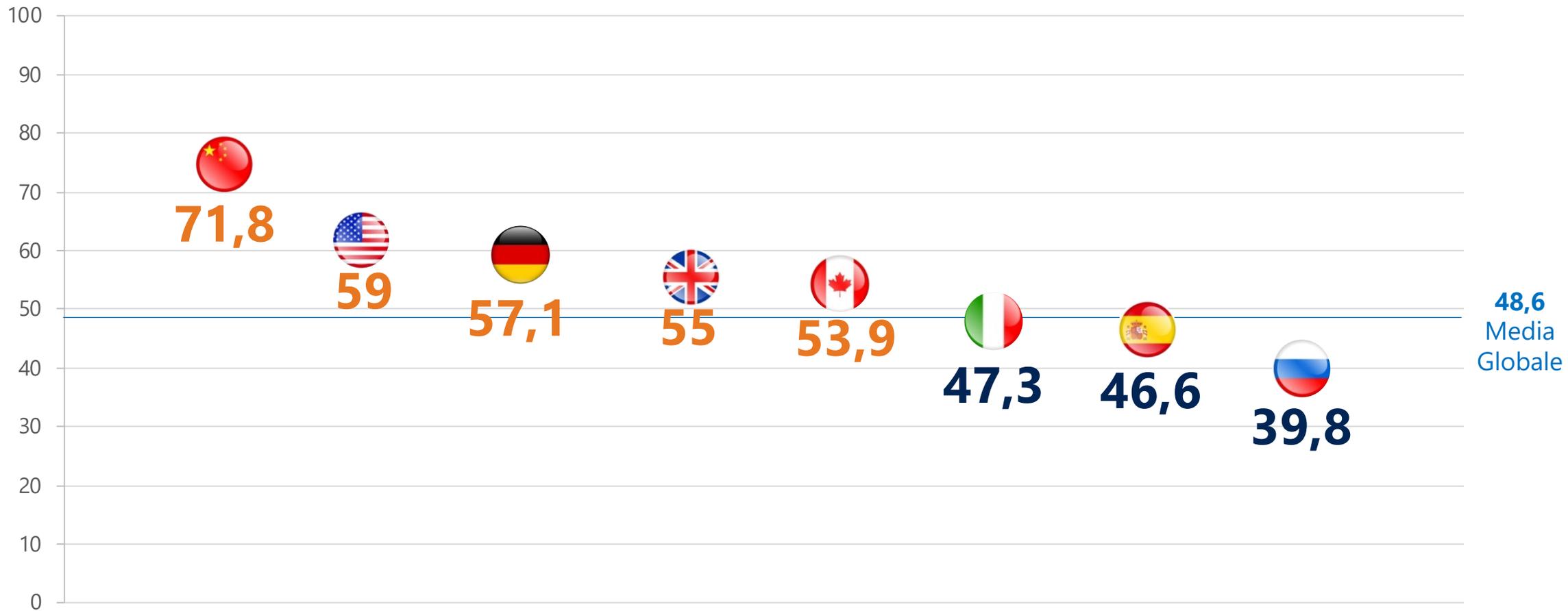


01.

FLASHBACK GLOBALI

INDICE DI FIDUCIA DEL CONSUMATORE

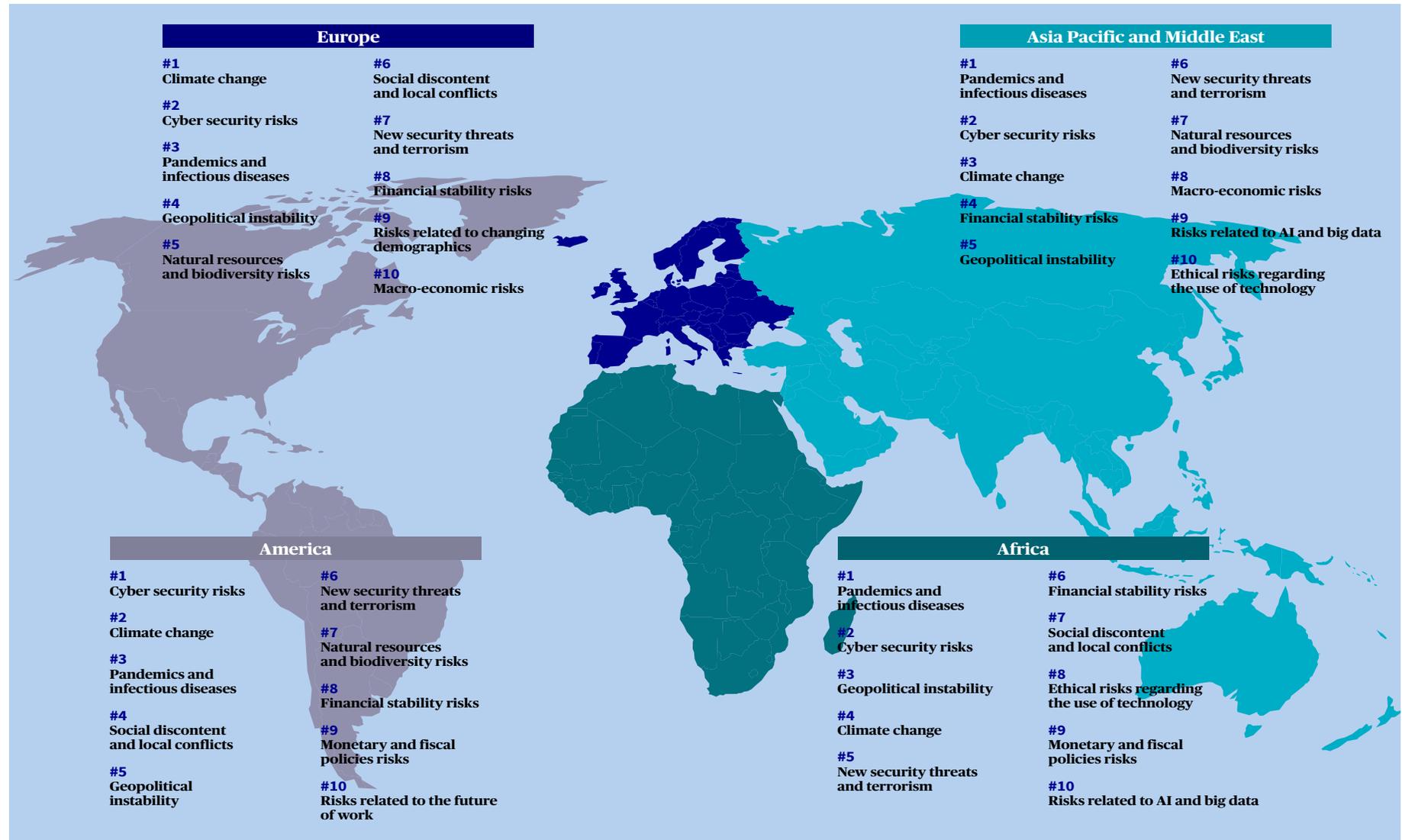
Settembre 2021



Fonte: Ipsos Global Advisor – Settembre 2021

LA MAPPA GLOBALE DEI RISCHI PERCEPITI

1. Cambi climatici
2. Rischi per la sicurezza informatica
3. Pandemie e malattie infettive
4. Instabilità geopolitica
5. Rischi per le risorse naturali e la biodiversità
6. Malcontento sociale e conflitti locali
7. Nuove minacce alla sicurezza e terrorismo
8. Rischi di stabilità finanziaria
9. Rischi macroeconomici
10. Rischi legati all'intelligenza artificiale e ai big data



LE TENSIONI GLOBALI



Ricchi e poveri

74%

Persone che sostengono partiti politici differenti

69%

classi sociali

67%

Immigrati e nativi

66%

Persone con idee più liberali e progressiste e persone con con valori più tradizionali

65%

Diverse etnie

62%

L'élite metropolitana e i lavoratori ordinari

62%

religioni differenti

57%

uomini e donne

46%

Chi ha una formazione universitaria e chi non ha una formazione universitaria

47%

giovani e vecchi

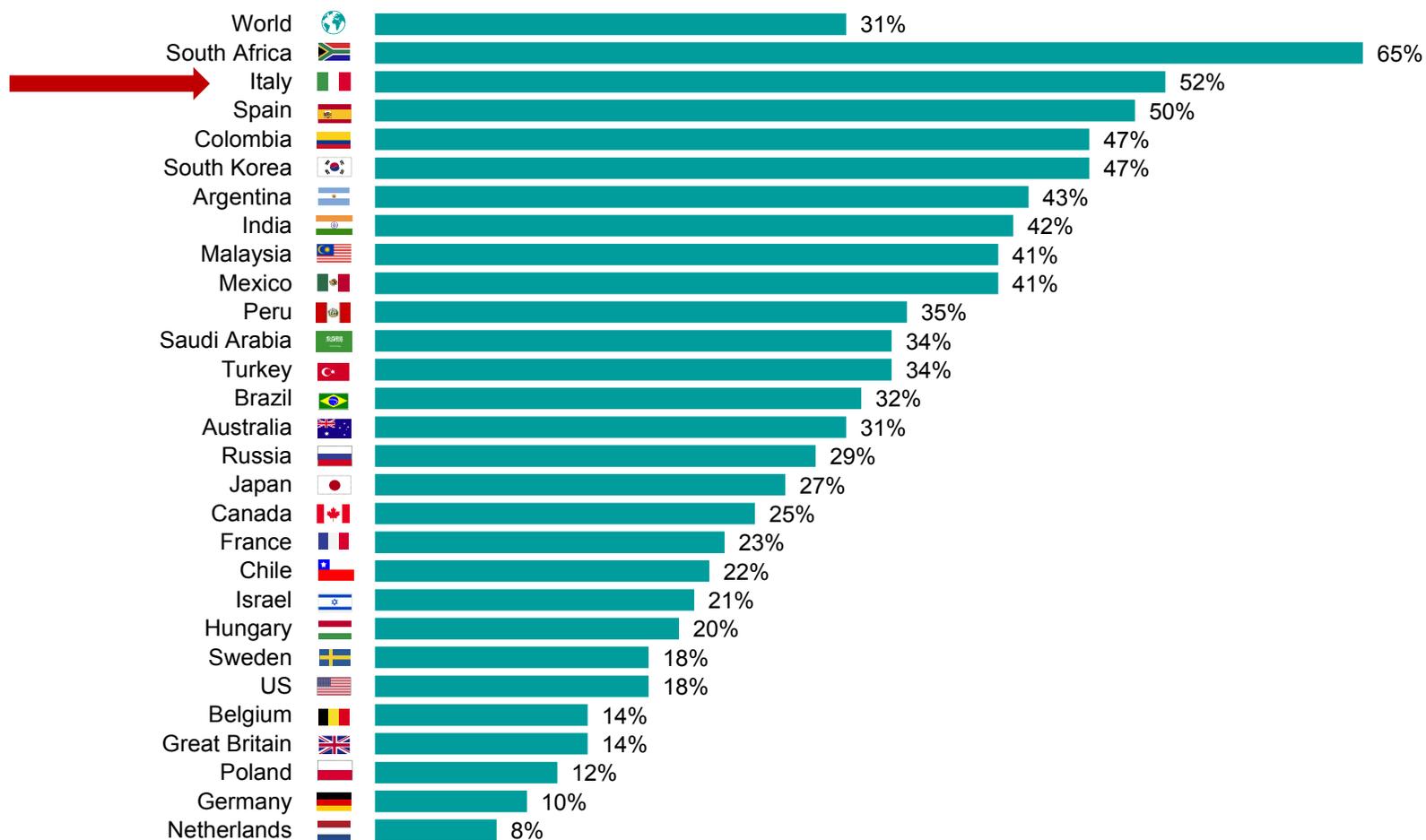
46%

Quelli in città e quelli fuori città

42%

PREOCCUPAZIONI. SVETTA QUELLA SUL LAVORO

(%) worried in September 2021 in each country



L'Italia
52%

al 2° posto



L'ITALIA FRA I PRIMI 4 PAESI

La preoccupazione per le diseguaglianze di genere

I primi 4 posti per preoccupazione

- 45%** Messico
- 42%** Turchia e Spagna
- 41%** Sud Africa e India
- 40%** Italia e Cile

GLI ALTRI PAESI EUROPEI

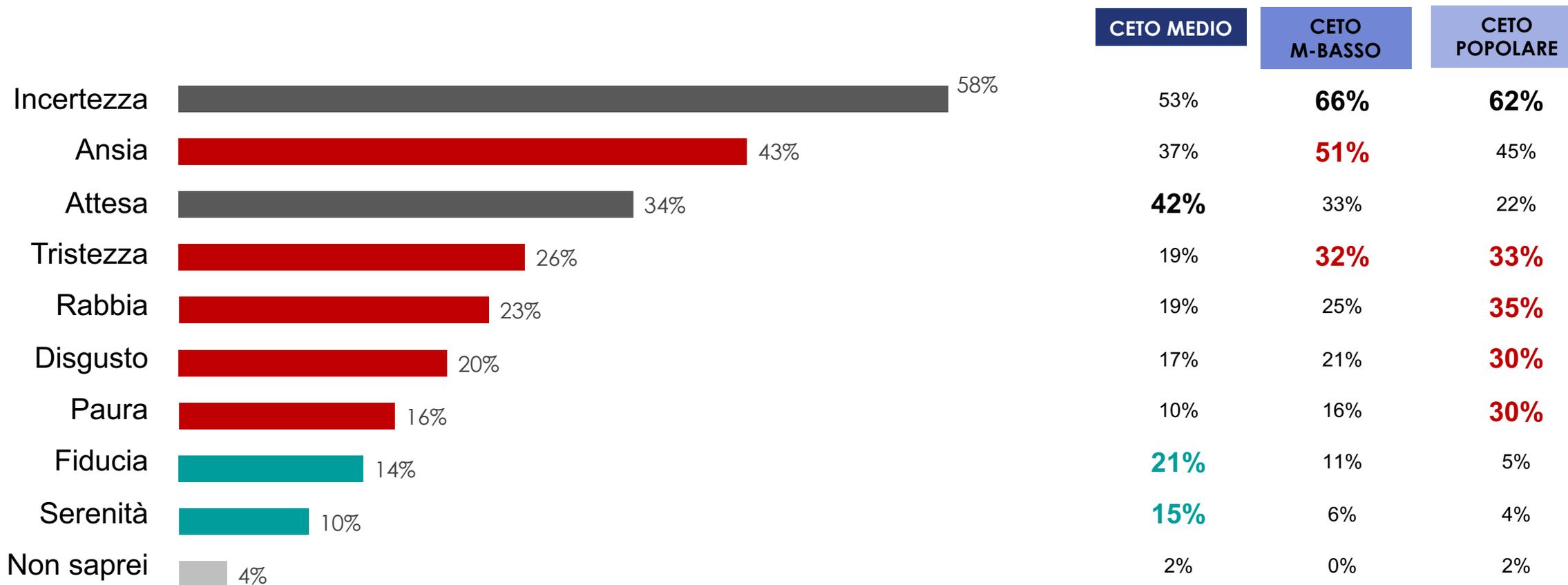
- 39%** Francia
- 37%** Belgio e Svezia
- 34%** Germania

- 39%** Polonia
- 37%** Gran Bretagna
- 34%** Ungheria

02.

IL QUADRO ITALIANO

L'HABITUS EMOTIVO DEGLI ITALIANI

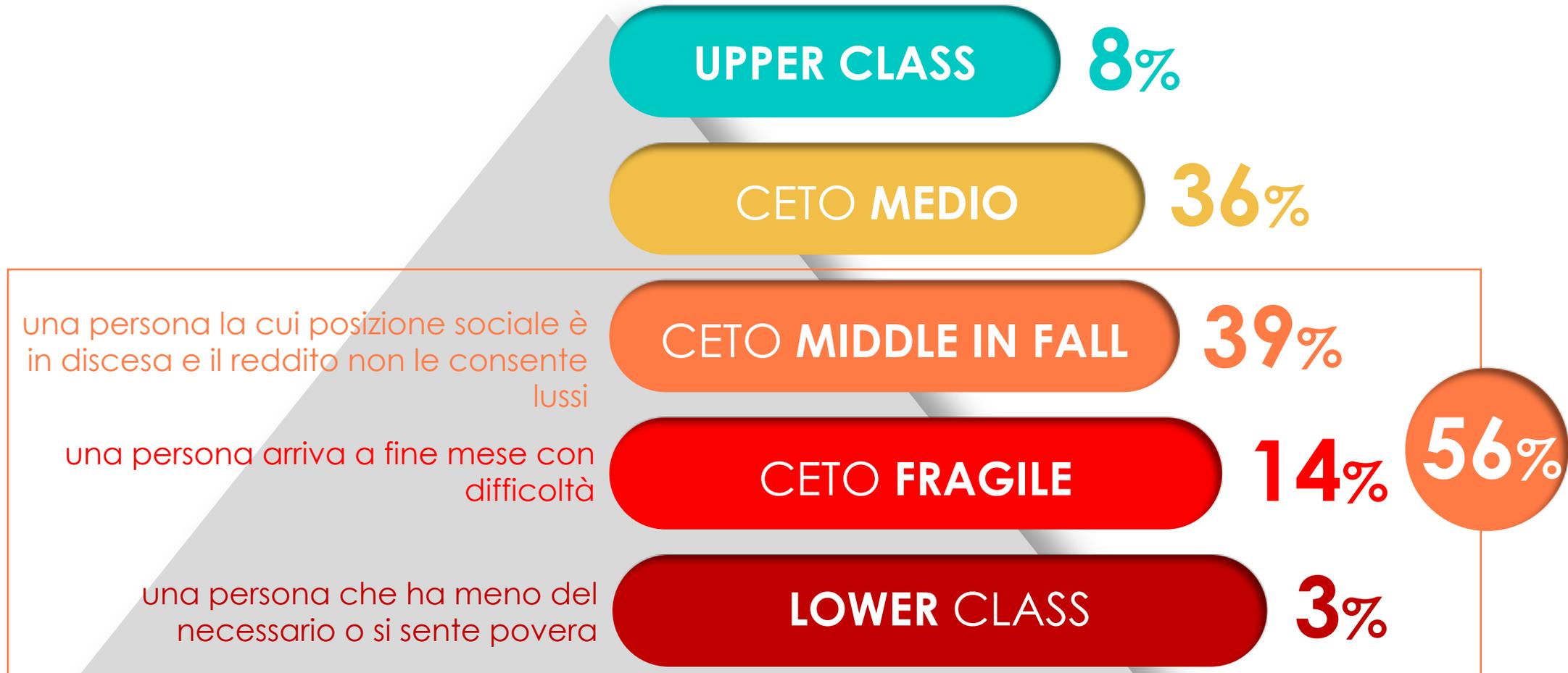


▪ Q.16 Quali sono, tra le seguenti, le emozioni che prova più spesso in questo periodo?

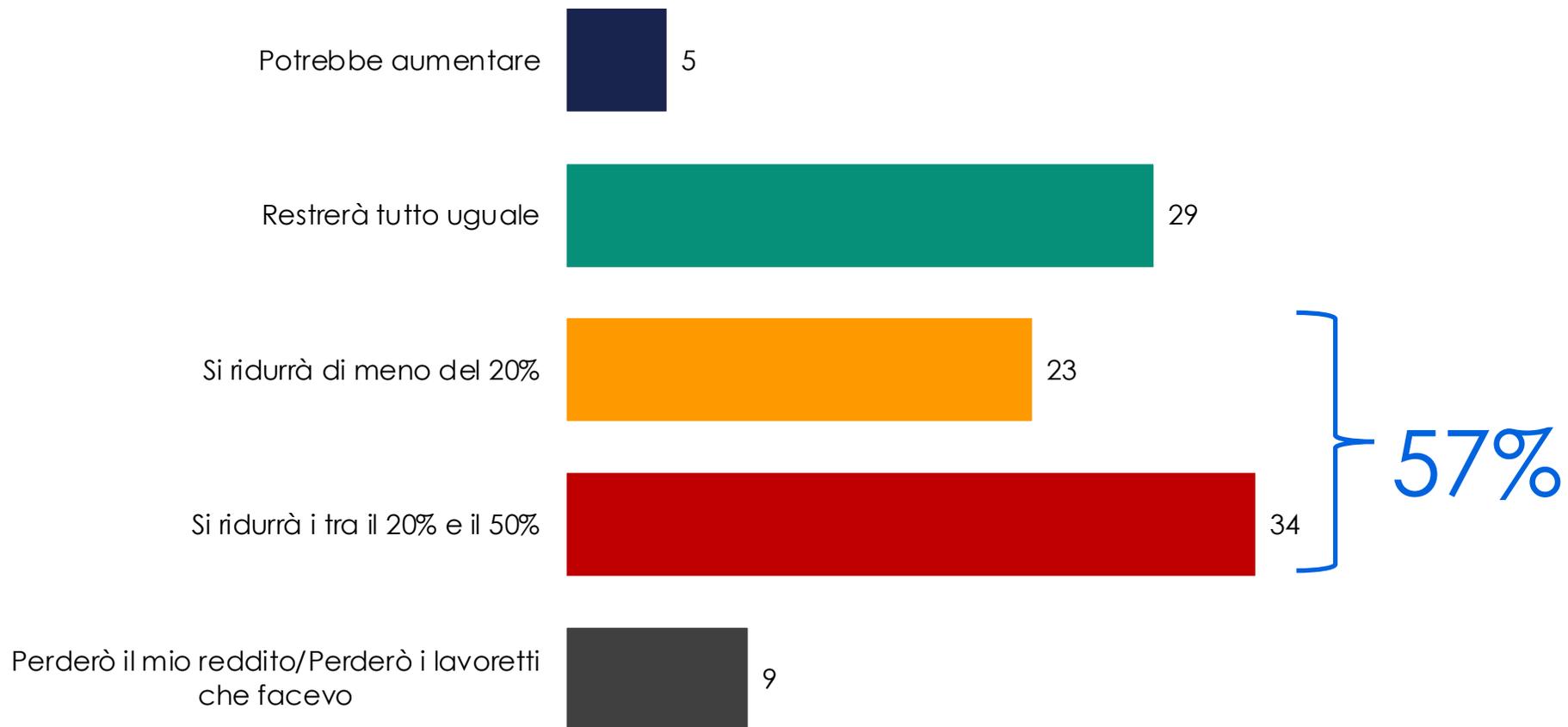
▪ Base: Totale campione – Valori %

LE CLASSI SOCIALI. LA PIRAMIDE SOCIALE DEL PAESE

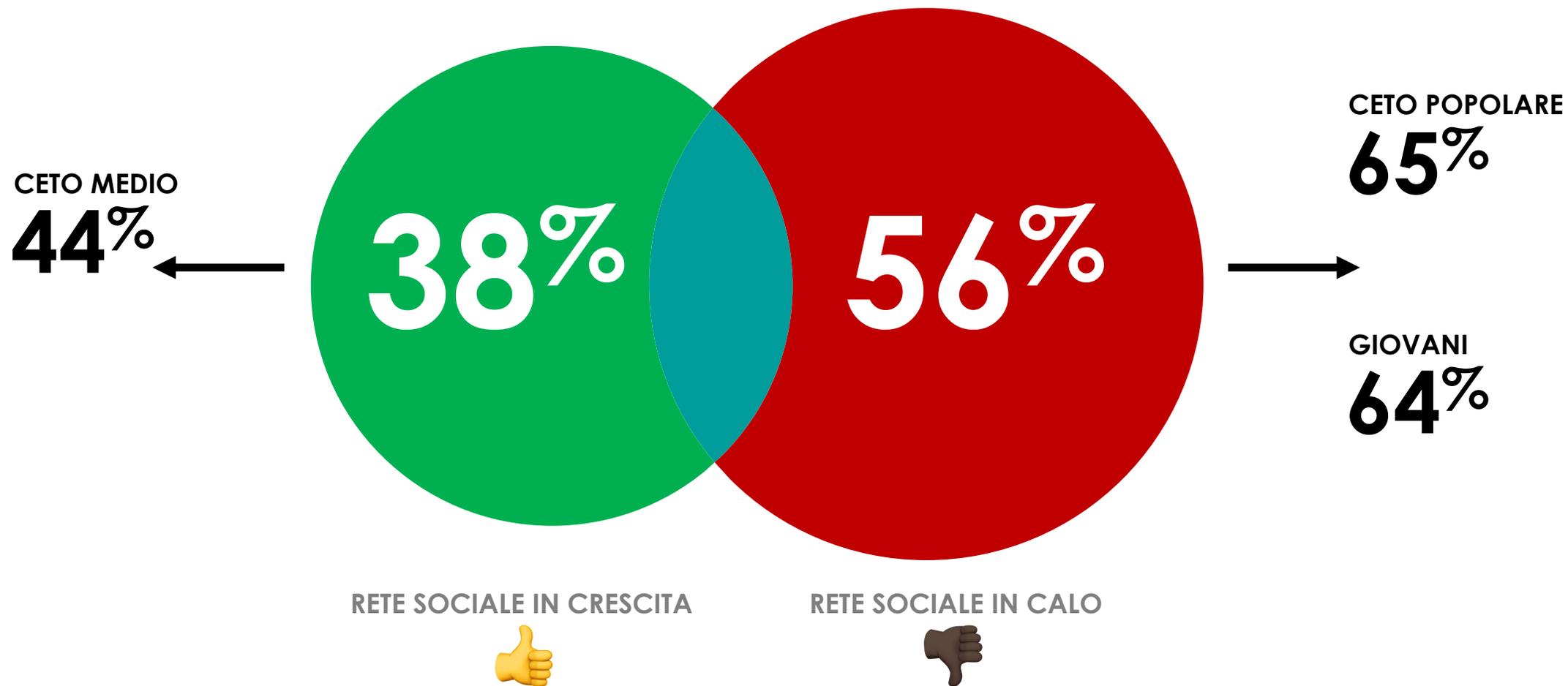
Il leggero riprendersi del ceto medio



L'IMPATTO DEL COVID SULL'ECONOMIA FAMILIARE

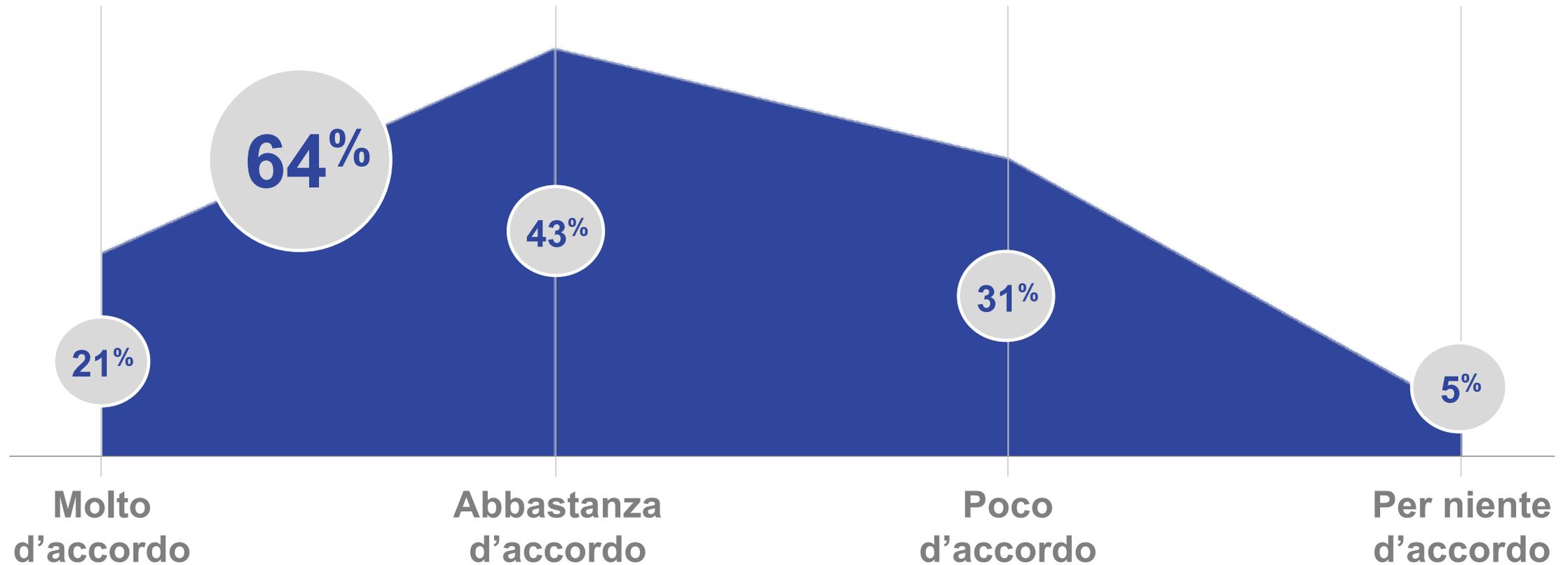


CAPITALE SOCIALE: L'INFRAGILIMENTO DELLE RETI



LA SFIDUCIA IN BANCHE, IMPRESE E IMPRENDITORI

"Non mi fido più di nessuno, né delle banche, né delle imprese né degli imprenditori. Tutti, quando possono, cercano di fregarmi" Con questa affermazione lei è...



LA SCALA DEI BISOGNI: LAVORO, SERENITÀ, SICUREZZA



LE PREOCCUPAZIONI DEGLI ITALIANI (OLTRE IL LAVORO)



03.

QUALE SOSTENIBILITA'

ESG PRIORITIES | CONSUMERS RANKING

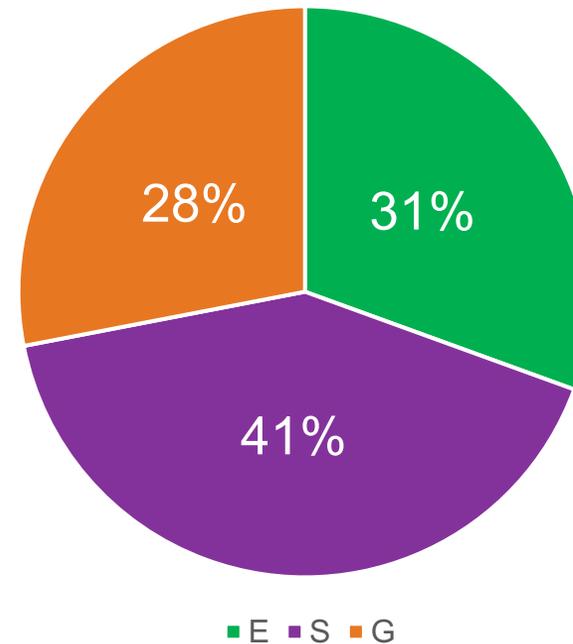
E **Proteggere l'ambiente:** compresa la protezione e la cura del nostro ambiente naturale, concentrandosi su rifiuti e inquinamento, esaurimento delle risorse, emissioni di gas serra, deforestazione e cambiamento climatico.

S **Migliorare la società:** incluso il trattamento dei dipendenti e della diversità, le condizioni di lavoro, compreso il lavoro minorile e la schiavitù, le comunità locali, cerca esplicitamente di finanziare progetti o istituzioni che serviranno le comunità povere e meno abbienti a livello globale e salute e sicurezza.

G **Praticare una buona governance:** inclusa strategia fiscale, remunerazione dei dirigenti, donazioni e lobbying politico, corruzione e concussione, diversità del consiglio di amministrazione e struttura.

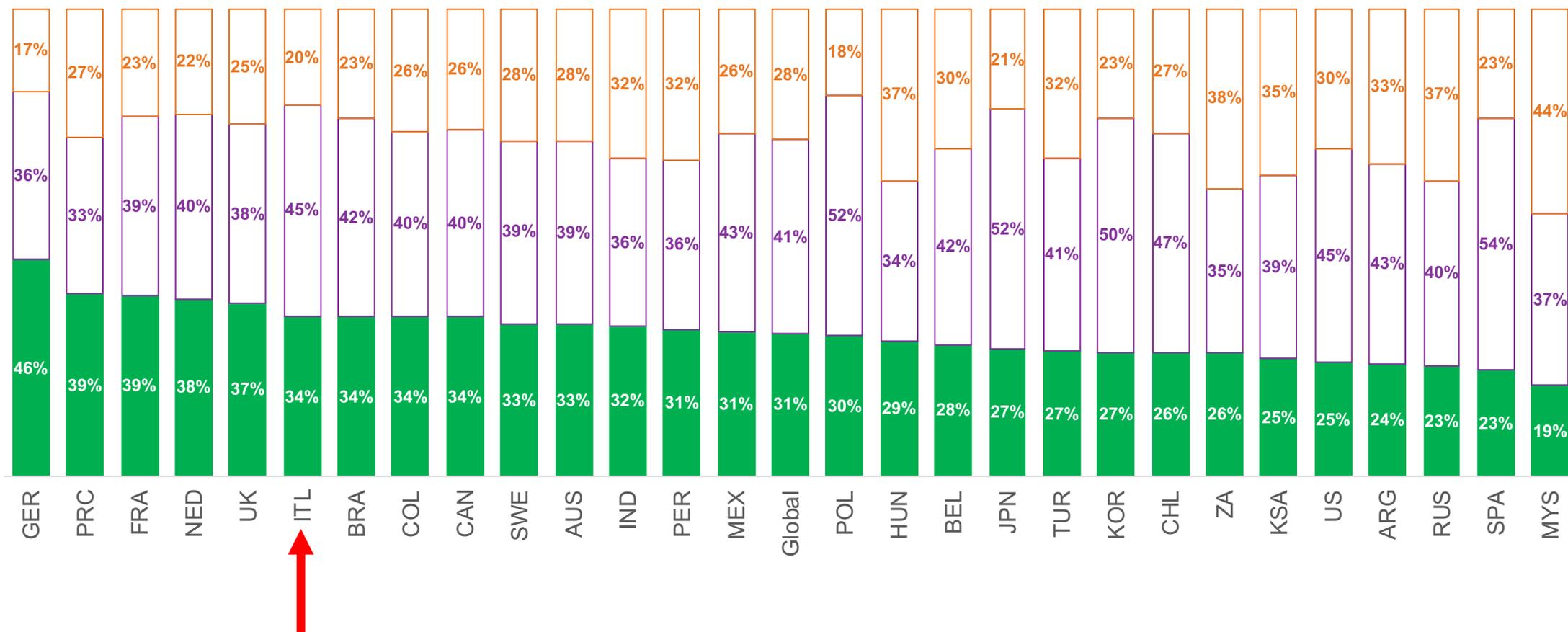
Q1. Quando si tratta del ruolo delle aziende multinazionali nella responsabilità aziendale, quanto è importante ciascuna delle seguenti aree? Si prega di classificare le aree seguenti dove 1 è più importante e 3 è meno importante.

Global Top Choice



ESG PRIORITIES. CONSUMERS RANKING AMBIENTE

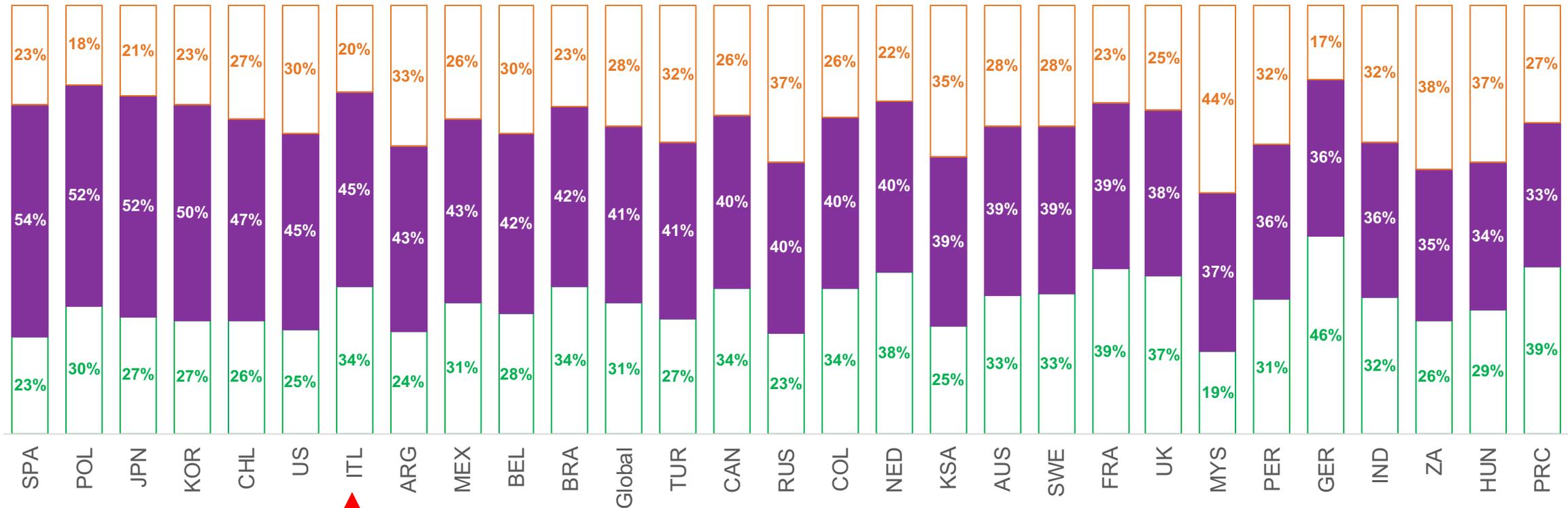
Solo in Germania e Cina l'ambiente è la priorità assoluta



Q1. Quando si tratta del ruolo delle aziende multinazionali nella responsabilità aziendale, quanto è importante ciascuna delle seguenti aree? Si prega di classificare le aree seguenti dove 1 è più importante e 3 è meno importante.

ESG PRIORITIES. RANKING MIGLIORARE LA SOCIETÀ

La società riceve la maggioranza delle prime scelte in Spagna, Polonia, Giappone e Corea; in vetta anche in Italia



Q1. Quando si tratta del ruolo delle aziende multinazionali nella responsabilità aziendale, quanto è importante ciascuna delle seguenti aree? Si prega di classificare le aree seguenti dove 1 è più importante e 3 è meno importante.

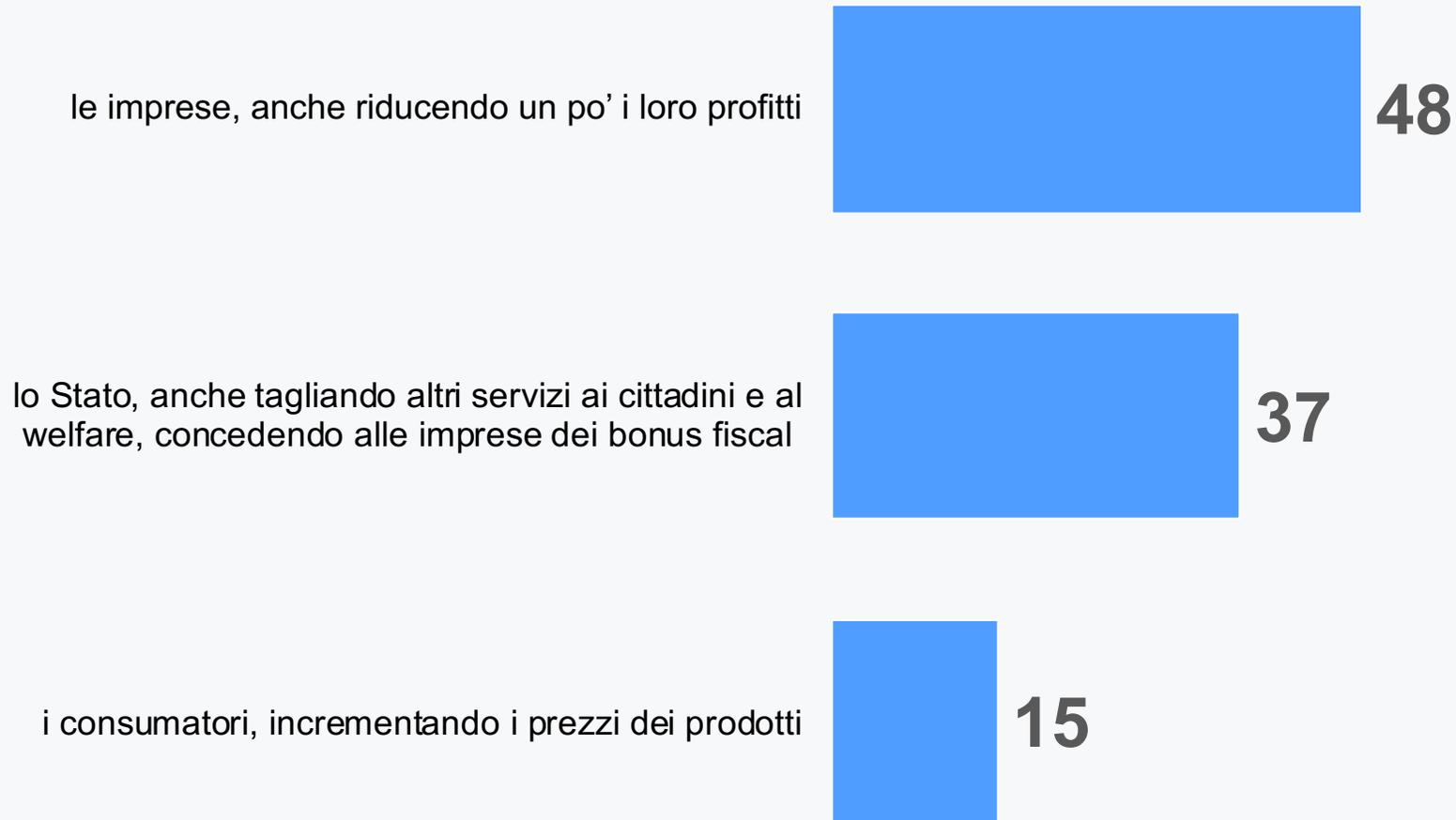
CHE COSA DOVREBBERO FARE LE IMPRESE (DATI GLOBAL)

Quando si tratta di proteggere l'ambiente, quali 2 o 3 dei seguenti temi ritenete siano i più importanti da affrontare per le aziende multinazionali?



	Global	BEL	FRA	GER	HUN	ITL	NED	POL	RUS	SPA	SWE	UK
Ridurre i rifiuti e l'inquinamento	53%	50%	55%	39%	58%	52%	48%	52%	69%	47%	56%	54%
Ridurre l'uso della plastica	34%	34%	29%	40%	39%	36%	37%	38%	29%	38%	25%	49%
Sviluppare prodotti che rispettino l'ambiente	34%	32%	27%	27%	29%	35%	23%	36%	38%	33%	42%	23%
Prendersi cura dell'ambiente naturale	31%	23%	28%	35%	36%	36%	20%	39%	40%	25%	22%	27%
Ridurre le emissioni di gas serra	30%	34%	27%	24%	40%	28%	28%	34%	21%	32%	38%	27%
Ridurre la deforestazione	29%	32%	33%	36%	35%	27%	32%	24%	31%	24%	21%	31%
Rispettare gli standard ambientali	25%	22%	17%	15%	19%	18%	27%	21%	18%	30%	19%	21%
Affrontare il cambiamento climatico	22%	23%	28%	34%	19%	27%	27%	20%	10%	30%	19%	30%
Ridurre l'esaurimento delle risorse	21%	28%	33%	19%	11%	19%	28%	19%	27%	21%	28%	12%

CHI DOVREBBE SOSTENERE I COSTI DEI PRODOTTI GREEN

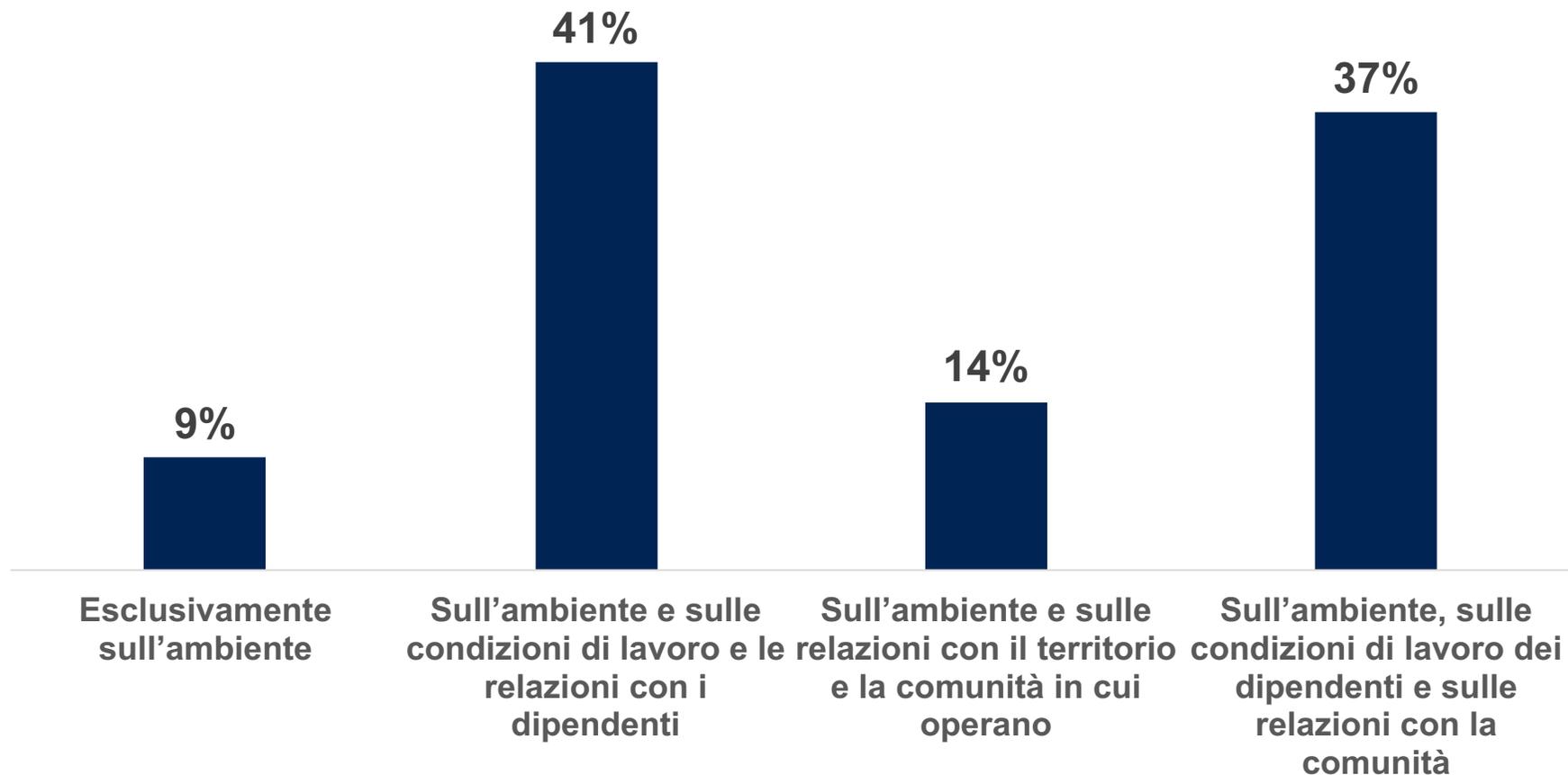


SE UN'AZIENDA NON PRODUCE IN MODO SOSTENIBILE...



LA VISIONE DI UNA SOSTENIBILITÀ TOTALE

Secondo lei, oggi le aziende per essere sostenibili si devono impegnare...



IMPRESE: L'IMPEGNO ATTESO (OLTRE IL PURPOSE)



ESSERE IMPEGNATE A FARE DEL MONDO UN POSTO MIGLIORE

63%



ESSERE COSCIENTI E ATTENTE AGLI EFFETTI FUTURI DELLE SCELTE AZIENDALI

60%



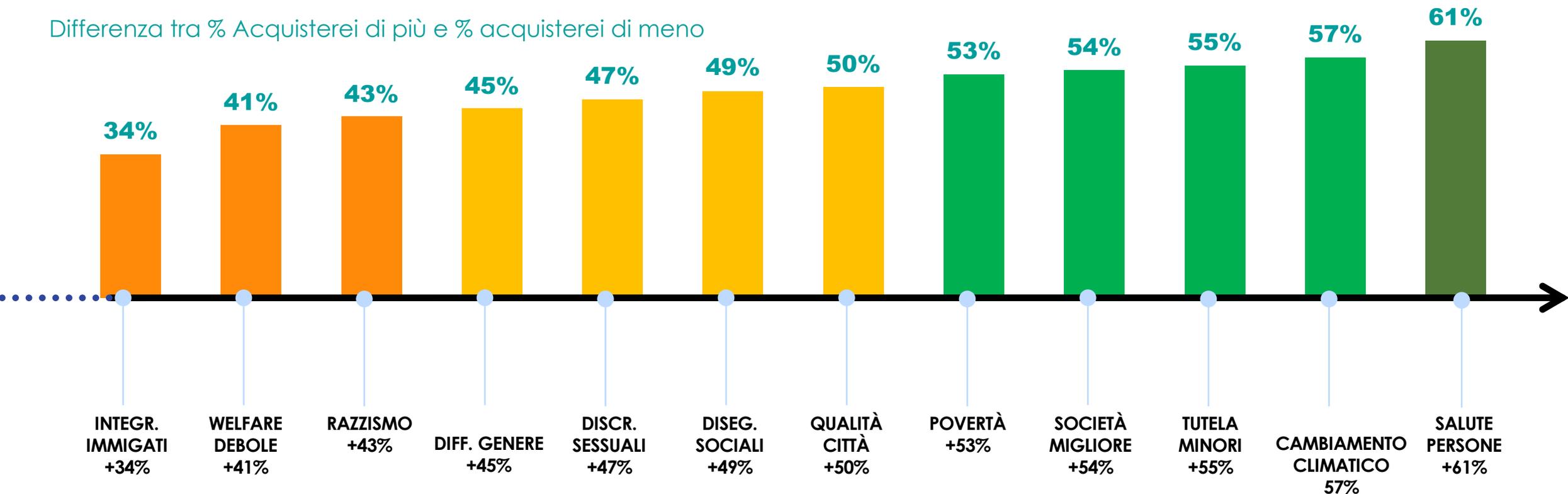
ESSERE CAPACI DI PERSEGUIRE DEI VALORI NEL MODO DI ESSERE AZIENDA E NEI PRODOTTI

55%

IMPRESE: I TEMI D'IMPEGNO PREMIANTI

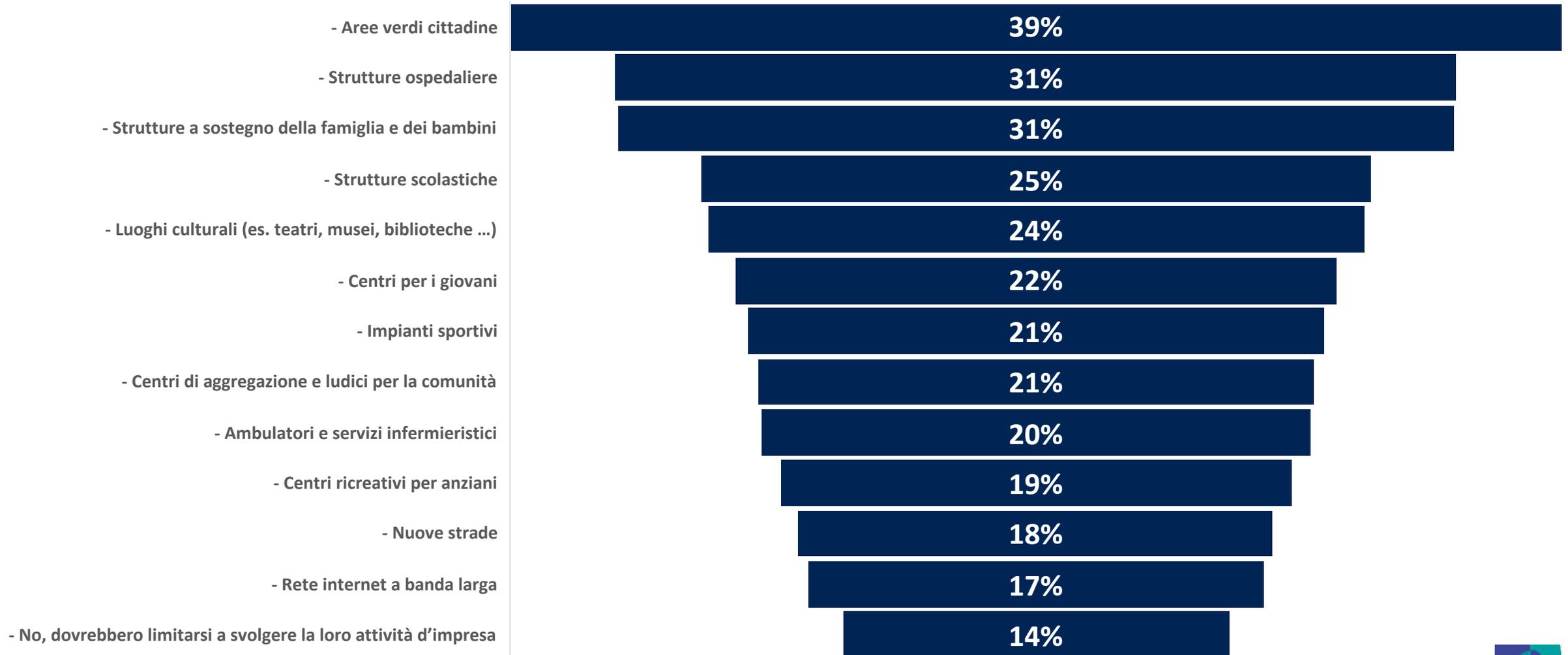
Se un'impresa si impegnasse nelle seguenti attività, acquisterebbe di più o di meno i suoi prodotti o servizi?

Differenza tra % Acquisterei di più e % acquisterei di meno



IMPRESE: INFRASTRUTTURARE LA SOCIETÀ

Secondo lei le imprese oggi dovrebbero occuparsi anche della realizzazione / manutenzione di infrastrutture per la comunità?



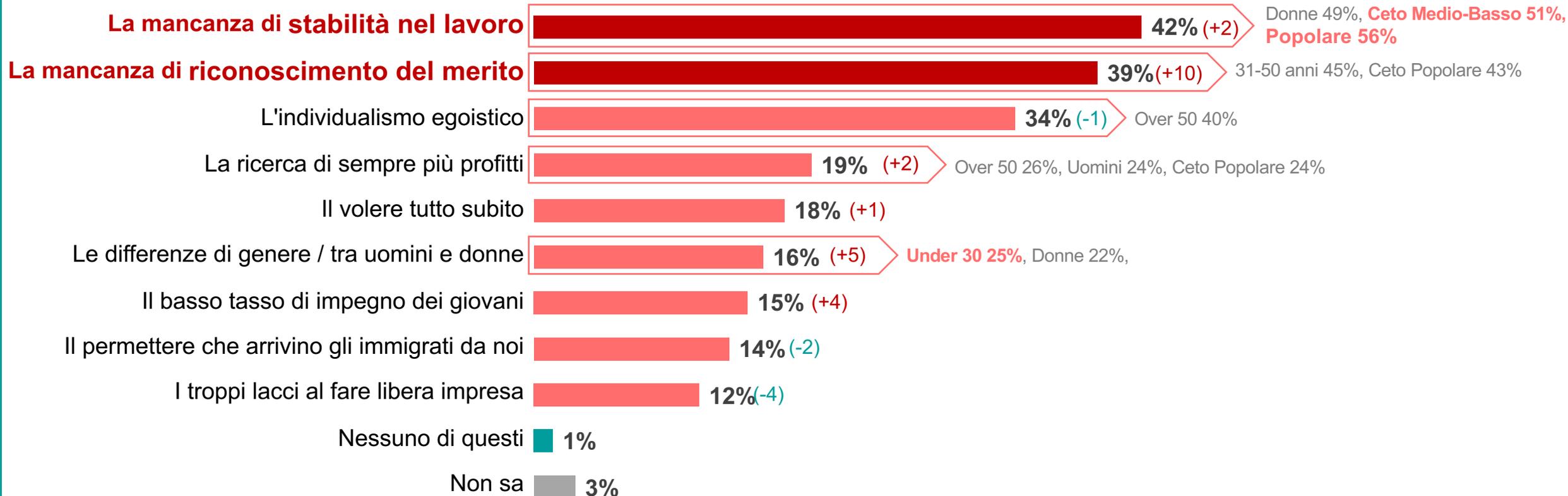
04.

QUALE SOCIETÀ?

QUALE ECONOMIA?

LA SOCIETÀ DI OGGI: COSA C'È DI SBAGLIATO?

Mancanza di stabilità lavorativa e scarsa meritocrazia le principali distorsioni della società moderna. In crescita il tema del gender-gap e il lassismo delle nuove generazioni



Q.23 Secondo Lei, che cosa c'è di sbagliato nella società di oggi?
Base: Totale campione – Valori %

(+/-) Diff. Indagine Settembre 2020

VISION: I TEMI PER RENDERE MIGLIORE LA SOCIETÀ

37%

mettere al primo posto
l'ambiente e la
sostenibilità

35%

distribuire
maggiormente la
ricchezza

34%

fermare la
precarizzazione del
lavoro

31%

investire sulle famiglie

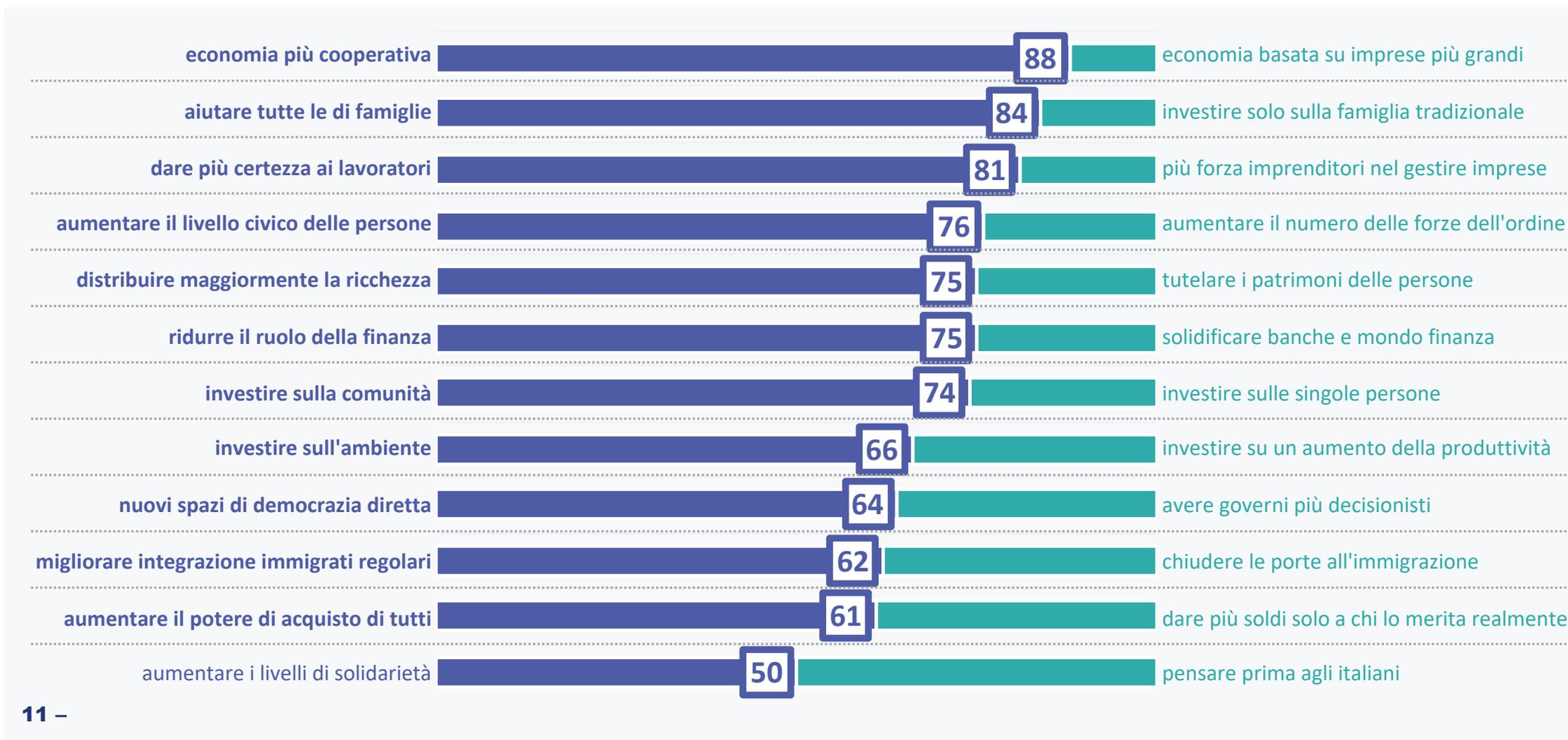
27%

mettere al primo posto
gli italiani

Altre priorità

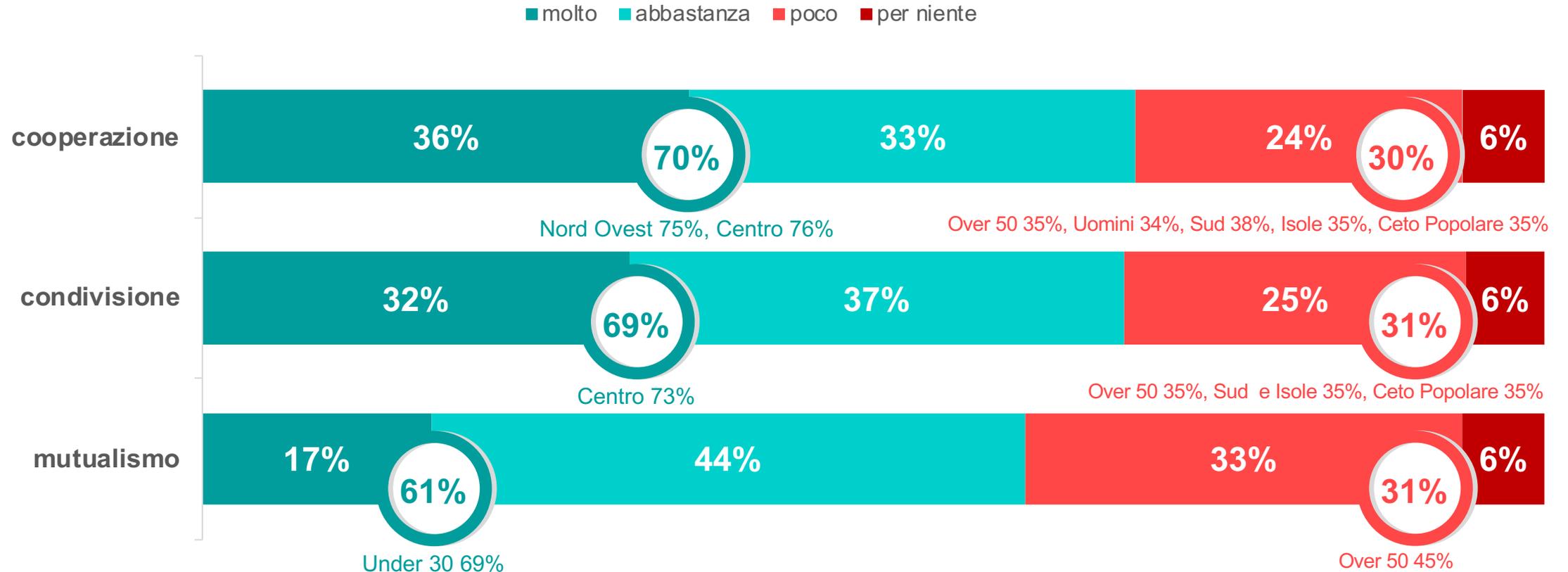


LA STRADA PER AVERE UN FUTURO MIGLIORE



IL BISOGNO DI COOPERAZIONE, CONDIVISIONE E MUTUALISMO

GLI ITALIANI AVVERTONO SOPRATTUTTO UN BISOGNO DI COOPERAZIONE E CONDIVISIONE

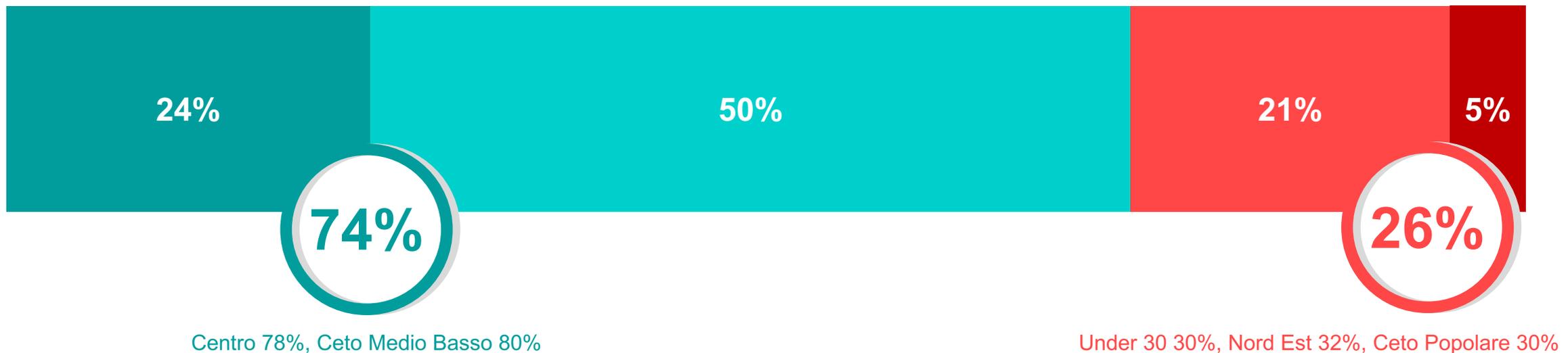


secondo lei nella società di oggi c'è molto abbastanza poco per niente bisogno di
Base: Totale campione – Valori %

IL BISOGNO DI IMPRESE MUTUALISTICHE, CHE HANNO LO SCOPO DI RIPARTIRE TRA I SOCI IL VALORE PRODOTTO

PER TRE QUARTI DEGLI ITALIANI C'È BISOGNO DI IMPRESE MUTUALISTICHE

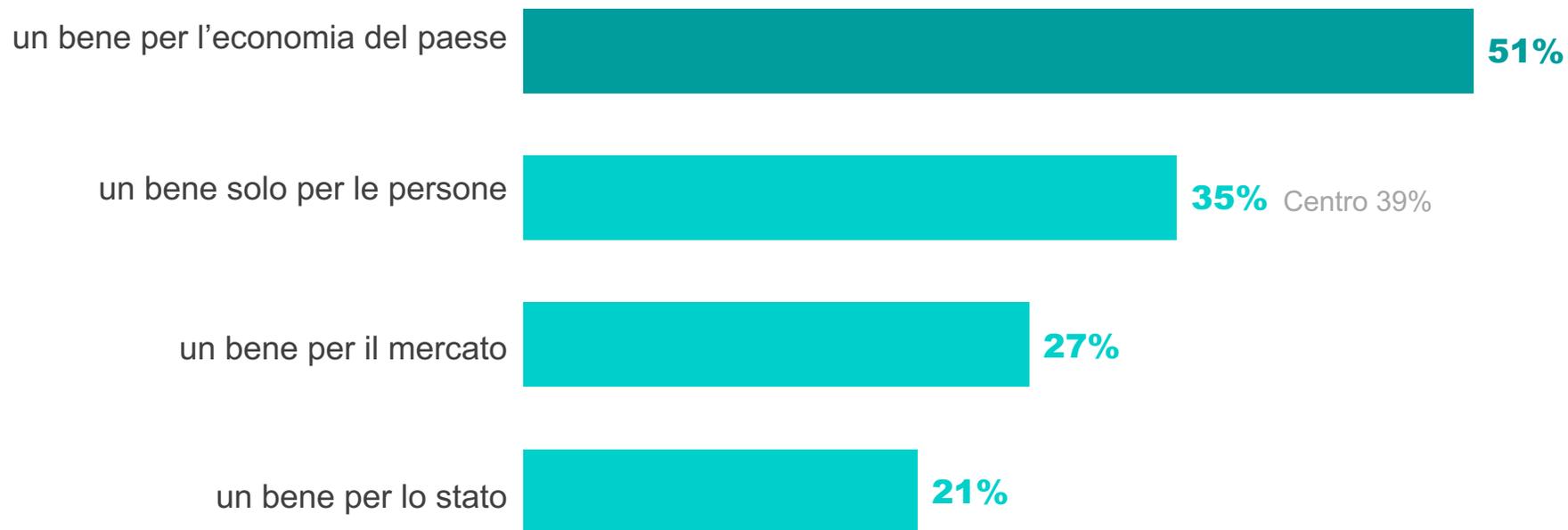
■ Molto ■ Abbastanza ■ Poco ■ Per niente



In economia le imprese mutualistiche hanno lo scopo di ripartire tra i soci tutto il valore prodotto di un bene o un servizio, senza trattenere una parte come profitto. Secondo lei c'è molto o poco bisogno di imprese che hanno questa visione economica?
Base: Totale campione – Valori %

IMPRESE MUTUALISTICHE: A CHI FANNO BENE

LE IMPRESE MUTUALISTICHE SONO CONSIDERATE UN MODELLO VINCENTE PER IL BENE DELL'INTERO SISTEMA ECONOMICO



Secondo lei dare vita a imprese fondate su una concezione mutualistica è
Base: Totale campione – Valori %

05.

RIFLESSIONI

STORY: CINQUE DINAMICHE CON CUI FARE I CONTI



Le dimensioni ossimoriche che stanno incidendo sulle scelte e sul modo di fare e essere delle persone

FOLK NATURALISM

Naturalità,
salubrità,
autenticità,
purezza,
tradizione,
essenza,
«io».

NUOVO ESISTENZIALISMO

Leggerezza,
comodità,
libertà,
scapigliatura,
corporalità,
Immediatezza,
Spregiudicatezza
Sicurezza
Paura altro .

COMUNANZA SOCIALE

Migliorare il mondo,
fare la propria parte,
essenza sociale,
armonia,
autonomia
unione di passioni,
comunità,
tutela,
«noi».

SNACKABLE

Velocità,
molteplicità,
felicità,
semplicità,
frammenti di
esistenza,
ogni momento è
atto di distintività.

MYTHOS

Ricerca di essenza
e potenza:
Protezione
Certezze
credibilità,
coraggio,
sensorialità
prossimità.

THANK YOU

ENZO RISSO

Direttore Scientifico di Ipsos

Docente di Audiece studies Università La Sapienza Roma

enzo.risso@ipsos.com

BARBARA TOCI

Research Executive

Ipsos Corporate Reputation

barbara.toci@ipsos.com

GAME CHANGERS

