



## **Asseprim Focus | Andamento delle imprese dei servizi alle imprese (Congiuntura al 30 settembre 2023 e previsione al 31 marzo 2024)**

Presentazione

Milano, 29 novembre 2023 (22203ucm/P01)

# Agenda



*Premessa*



*Clima di fiducia e congiuntura economica*



*Lavoro e organizzazione aziendale*



*Gestione finanziaria*



*Digital transformation e marketing digitale*



*Sostenibilità*



*Metodo*

## Premessa |

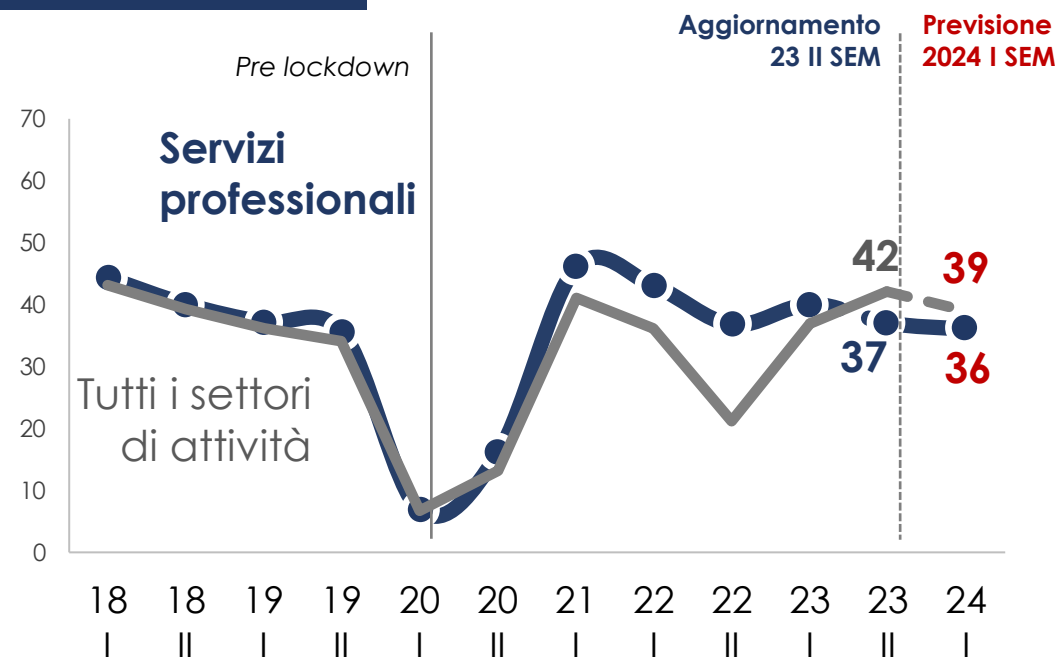
- ➔ Questo documento presenta l'aggiornamento dell'Osservatorio «Asseprim Focus», che Format Research realizza ogni sei mesi dal 2016 per conto di Asseprim - Unione Commercio Milano.
- ➔ L'obiettivo dello studio è quello di rilevare, descrivere ed analizzare l'andamento economico generale ed il clima di fiducia delle imprese del settore oltre che le specifiche tematiche oggetto di approfondimento tra le quali: il lavoro e l'organizzazione aziendale, la digital transformation, la sostenibilità e le leve di competitività.
- ➔ L'indagine è basata su un campione nazionale, statisticamente rappresentativo dell'Universo imprese dei servizi professionali alle imprese. Numerosità campionaria: 1.200 interviste svolte con tecnica Cati/Cawi nei mesi di ottobre e novembre 2023.

# Fiducia economia italiana | Cala il clima di fiducia delle imprese dei servizi professionali rispetto al sistema Paese tornando ai livelli di 12 mesi fa. L'outlook previsionale è in ulteriore calo.

A Suo giudizio la situazione economica generale dell'Italia, a prescindere dalla situazione della Sua impresa e del Suo settore, negli ultimi sei mesi, rispetto ai sei mesi precedenti, è...?

|       | ASSEPRIM |        |          | INDICE | ITALIA | INDICE |
|-------|----------|--------|----------|--------|--------|--------|
|       | MIGLIORE | UGUALE | PEGGIORE |        |        |        |
| 20 II | 6%       | 20%    | 74%      | 16     |        | 13     |
| 21 I  | 22%      | 48%    | 30%      | 46     |        | 41     |
| 22 I  | 28%      | 30%    | 42%      | 43     |        | 36     |
| 22 II | 23%      | 28%    | 50%      | 37     |        | 21     |
| 23 I  | 25%      | 30%    | 45%      | 40     |        | 37     |
| 23 II | 21%      | 33%    | 46%      | 37     |        | 42     |
| 24 I  |          |        |          | 36     |        | 39     |

## Serie Storica SALDO



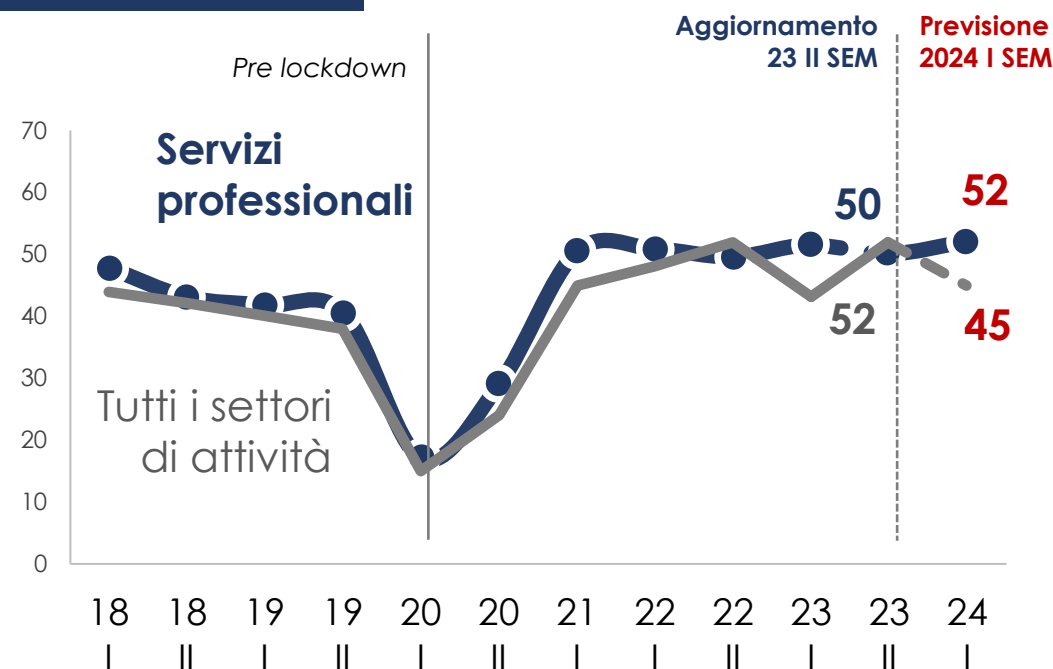
Base campione: 1.200 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

# Fiducia andamento impresa | Cala anche il *sentiment* circa l'andamento della propria attività presso le imprese dei servizi professionali, è previsto un aumento nel corso dei prossimi sei mesi.

Come giudica l'andamento economico generale della Sua impresa, negli ultimi sei mesi, rispetto ai sei mesi precedenti...?

|       | ASSEPRIM |        |          | INDICE | ITALIA | INDICE |
|-------|----------|--------|----------|--------|--------|--------|
|       | MIGLIORE | UGUALE | PEGGIORE |        |        |        |
| 20 II | 8%       | 42%    | 50%      | 29     |        | 24     |
| 21 I  | 25%      | 51%    | 24%      | 50     |        | 45     |
| 22 I  | 24%      | 54%    | 24%      | 51     |        | 48     |
| 22 II | 20%      | 59%    | 21%      | 50     |        | 52     |
| 23 I  | 22%      | 59%    | 19%      | 52     |        | 43     |
| 23 II | 20%      | 59%    | 20%      | 50     |        | 52     |
| 24 I  |          |        |          | 52     |        | 45     |

## Serie Storica SALDO



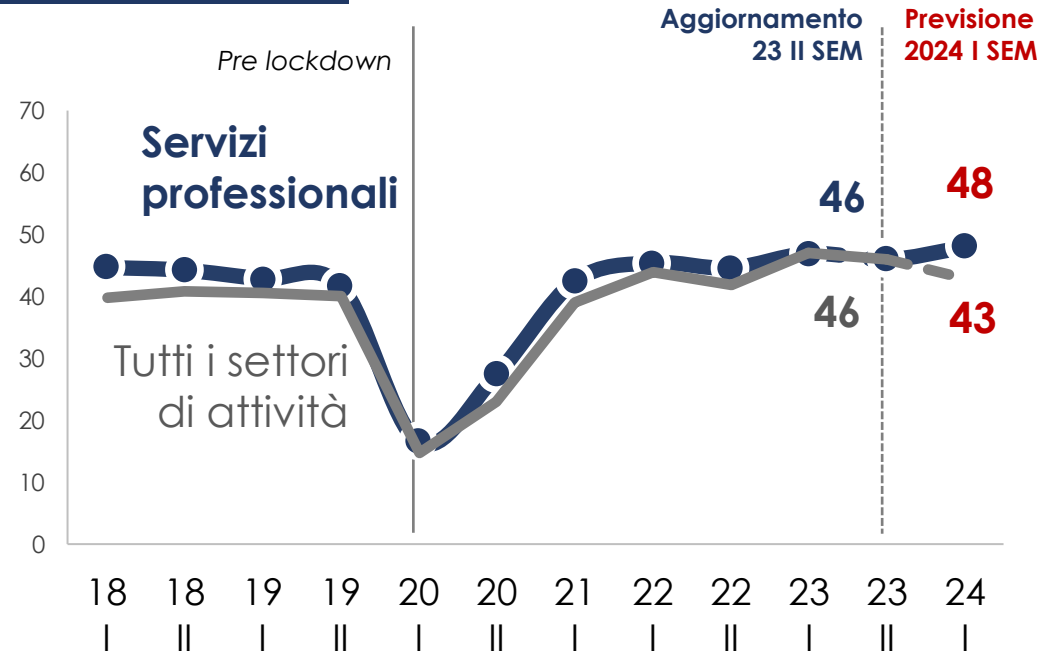
Base campione: 1.200 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

# Andamento dei ricavi | Allo stesso modo l'andamento dei ricavi è in lieve diminuzione, il dato è in linea con quello degli altri settori. Anche per i ricavi si prevede un miglioramento nel I semestre 2024.

Tenuto conto dei fattori stagionali, nel semestre considerato, i ricavi della Sua impresa, rispetto al semestre precedente sono...?

|       | ASSEPRIM |        |          | INDICE | ITALIA | INDICE |
|-------|----------|--------|----------|--------|--------|--------|
|       | MIGLIORE | UGUALE | PEGGIORE |        |        |        |
| 20 II | 6%       | 43%    | 51%      | 27     |        | 23     |
| 21 I  | 16%      | 53%    | 31%      | 43     |        | 39     |
| 22 I  | 19%      | 53%    | 27%      | 46     |        | 44     |
| 22 II | 15%      | 59%    | 26%      | 45     |        | 42     |
| 23 I  | 20%      | 55%    | 25%      | 47     |        | 47     |
| 23 II | 20%      | 52%    | 28%      | 46     |        | 46     |
| 24 I  |          |        |          | 48     |        | 43     |

## Serie Storica SALDO



Base campione: 1.200 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

# Andamento dell'occupazione | Cresce l'occupazione, l'indicatore fa registrare 54 punti, quattro in più rispetto a marzo '23 . L'outlook a sei mesi conferma il dato.

Negli ultimi sei mesi, l'occupazione complessiva della Sua impresa, ovvero il numero degli addetti, rispetto ai sei mesi precedenti, è...?

|       | ASSEPRIM |        |          | INDICE | ITALIA | INDICE |
|-------|----------|--------|----------|--------|--------|--------|
|       | MIGLIORE | UGUALE | PEGGIORE |        |        |        |
| 20 II | 2%       | 68%    | 30%      | 36     |        | 28     |
| 21 I  | 3%       | 64%    | 33%      | 35     |        | 27     |
| 22 I  | 16%      | 61%    | 23%      | 47     |        | 42     |
| 22 II | 13%      | 77%    | 10%      | 51     |        | 51     |
| 23 I  | 13%      | 74%    | 11%      | 50     |        | 46     |
| 23 II | 18%      | 72%    | 10%      | 54     |        | 50     |
| 24 I  |          |        |          | 54     |        | 49     |

## Serie Storica SALDO



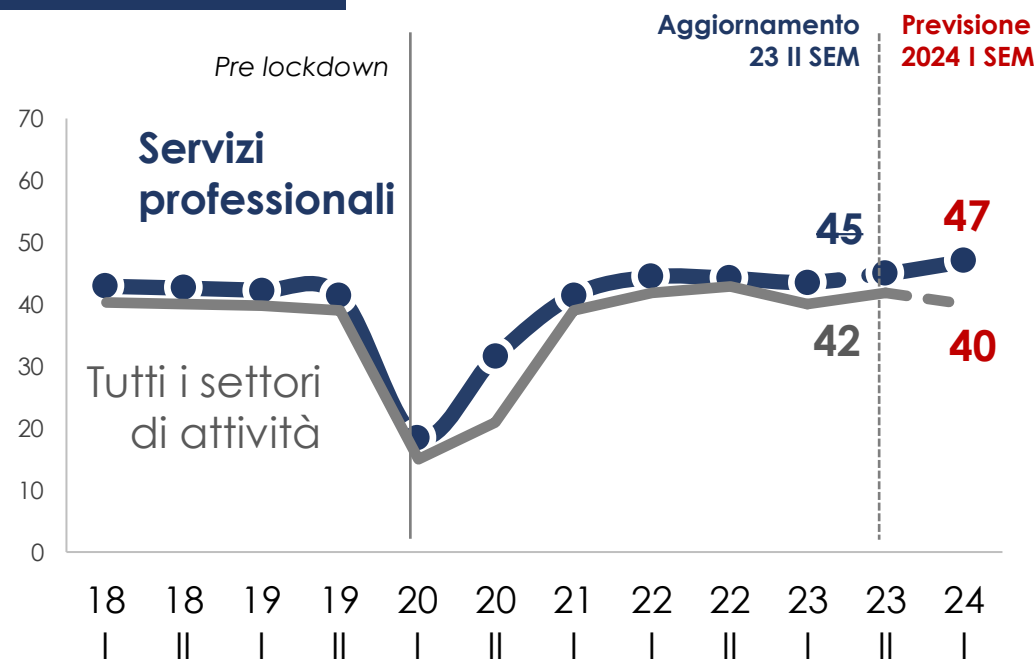
Base campione: 1.200 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

# Andamento del fabbisogno finanziario | La capacità delle imprese del settore di far fronte al fabbisogno finanziario resta stabile e si mantiene migliore rispetto agli altri settori. La previsione è in ulteriore miglioramento.

La capacità di fare fronte al fabbisogno finanziario della Sua impresa, ovvero la situazione della liquidità, negli ultimi sei mesi, rispetto ai sei mesi precedenti, è ...?

|       | ASSEPRIM |        |          | INDICE | ITALIA | INDICE |
|-------|----------|--------|----------|--------|--------|--------|
|       | MIGLIORE | UGUALE | PEGGIORE |        |        |        |
| 20 II | 10%      | 44%    | 46%      | 32     |        | 21     |
| 21 I  | 12%      | 59%    | 29%      | 42     |        | 39     |
| 22 I  | 12%      | 65%    | 19%      | 45     |        | 42     |
| 22 II | 6%       | 77%    | 17%      | 44     |        | 43     |
| 23 I  | 7%       | 74%    | 20%      | 44     |        | 40     |
| 23 II | 8%       | 73%    | 19%      | 45     |        | 42     |
| 24 I  |          |        |          | 47     |        | 40     |

## Serie Storica SALDO

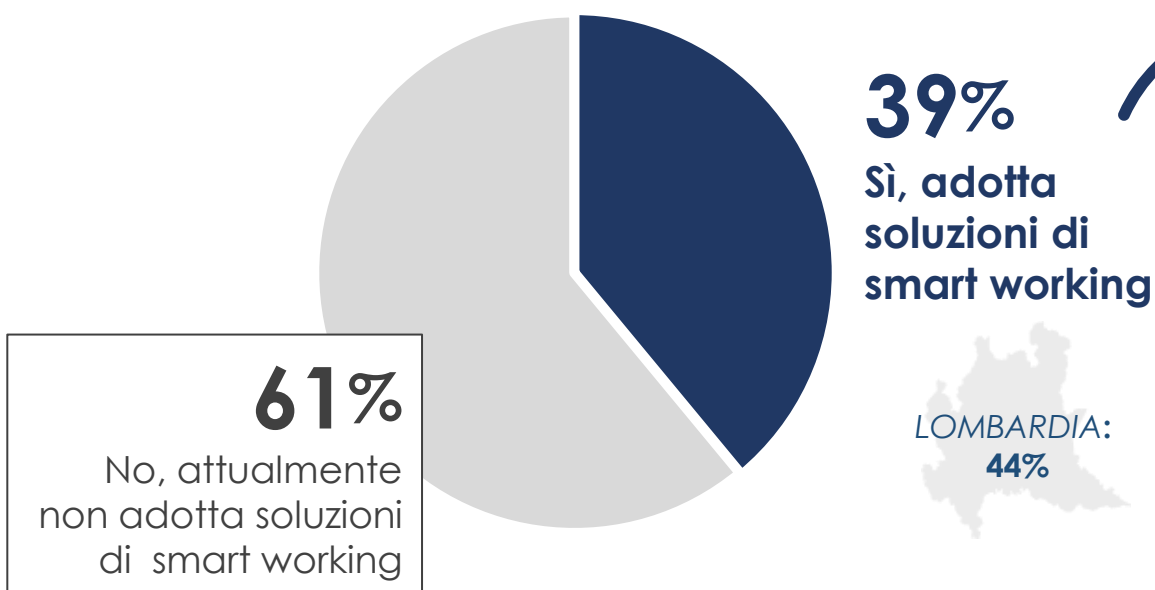


Base campione: 1.200 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

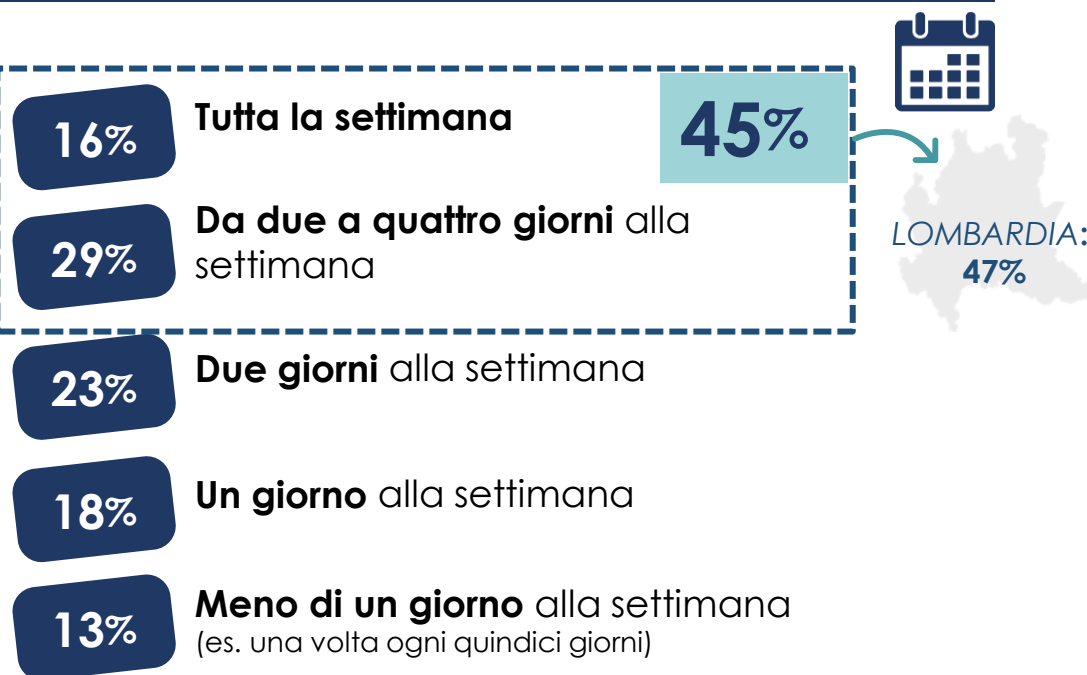


**Ricorso allo smart working | Quasi quattro imprese dei servizi professionali su dieci adottano attualmente lo smart working, in Lombardia il dato sale al 44%. Il 45% di esse lo concede più di due giorni alla settimana, il 16% per tutta la settimana.**

La Sua impresa adotta attualmente soluzioni di "smart working"?

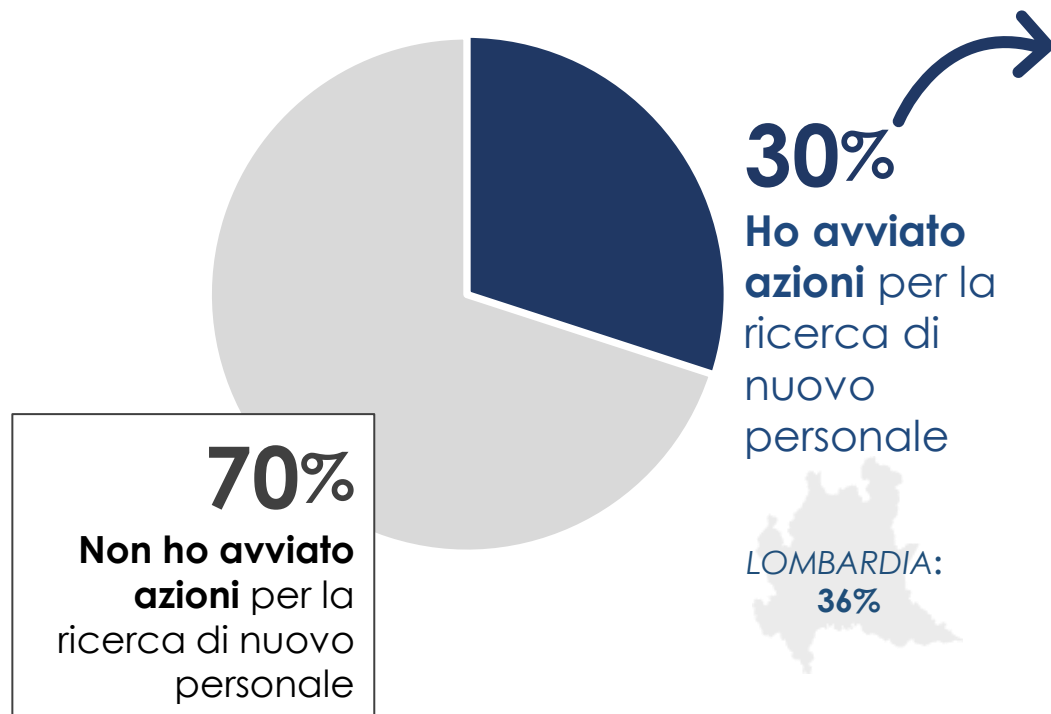


### Modalità di smart working (composizione del 39% che ha adottato lo smart working)

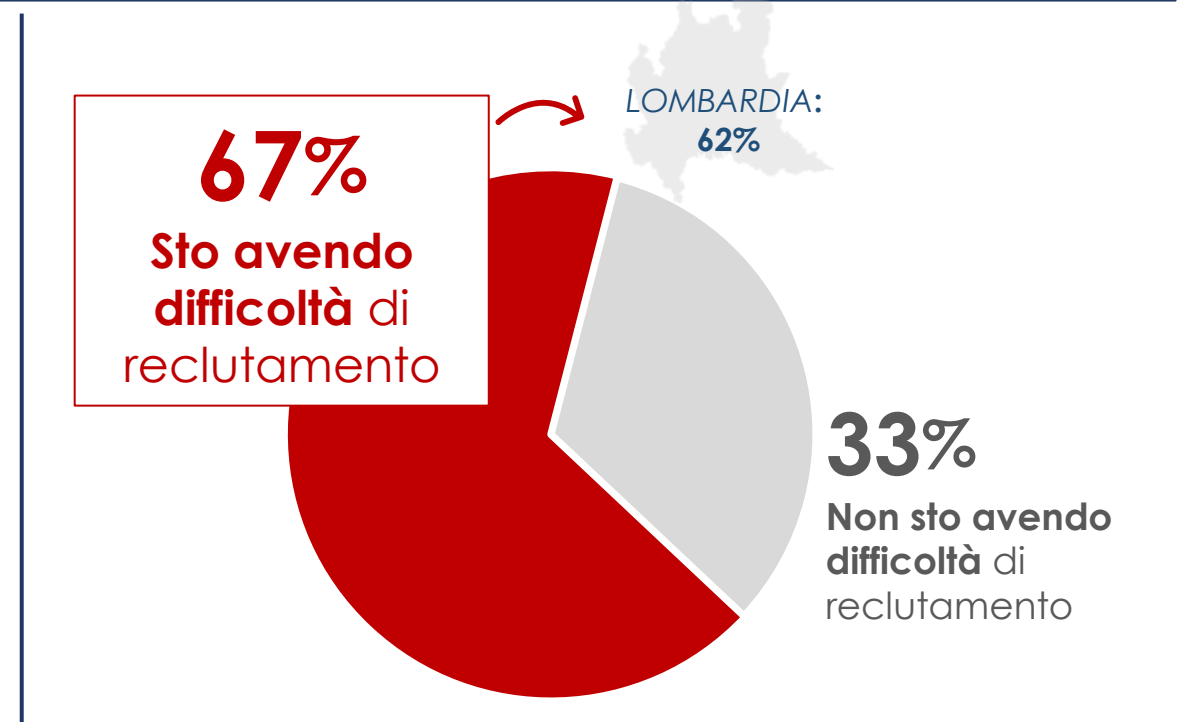


# Ricerca di nuovo personale | Il 30% delle imprese dei servizi ha avviato azioni per la ricerca di nuovo personale, in Lombardia il dato si attesta al 36%. Il 67% di chi ha ricercato personale riscontra difficoltà nel reclutamento.

Negli ultimi sei mesi, la Sua impresa ha avviato azioni per la ricerca di nuovo personale?



La Sua impresa **ha avuto/sta avendo difficoltà nel reclutamento** delle risorse umane ricercate?



Base campione: 1.200 casi. I dati sono riportati all'universo.

# Difficoltà di reclutamento | Per l'82% delle imprese dei servizi alle imprese, tra le principali motivazioni a causa delle quali la propria impresa sta riscontrando difficoltà nel reperire nuovo personale c'è la scarsità di personale competente.

Quali sono, a Suo avviso, le principali ragioni a causa delle quali la Sua impresa sta riscontrando difficoltà nel reperire nuovo personale?

**67%**  
Sto avendo difficoltà di reclutamento



Base campione: 307 casi. Per chi ha avuto/sto avendo maggiori difficoltà di reclutamento. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

# Difficoltà di reclutamento | Il 41% delle imprese sta riscontrando difficoltà di reclutamento a causa dell'età del candidato, soprattutto nella fascia post-universitaria. Ad essere carenti sono in prevalenza le soft skills (38%).

Ci ha detto che la sua impresa è in difficoltà nel reperire le risorse umane ricercate, tali difficoltà sono legate all'età del candidato?

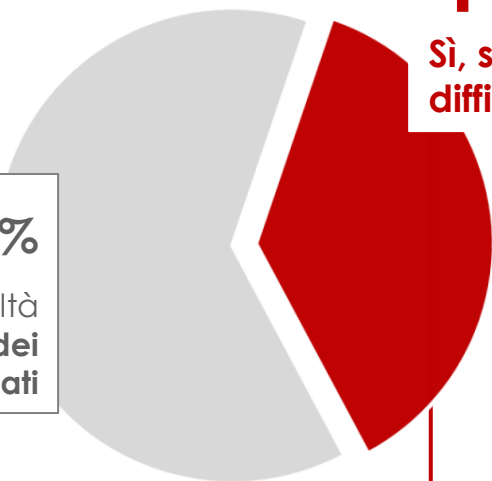
67%

Sì, sto riscontrando difficoltà



59%

No, nessuna difficoltà legata all'età dei candidati



## Difficoltà in base all'età dei candidati

41%

Sì, sto riscontrando difficoltà legate all'età

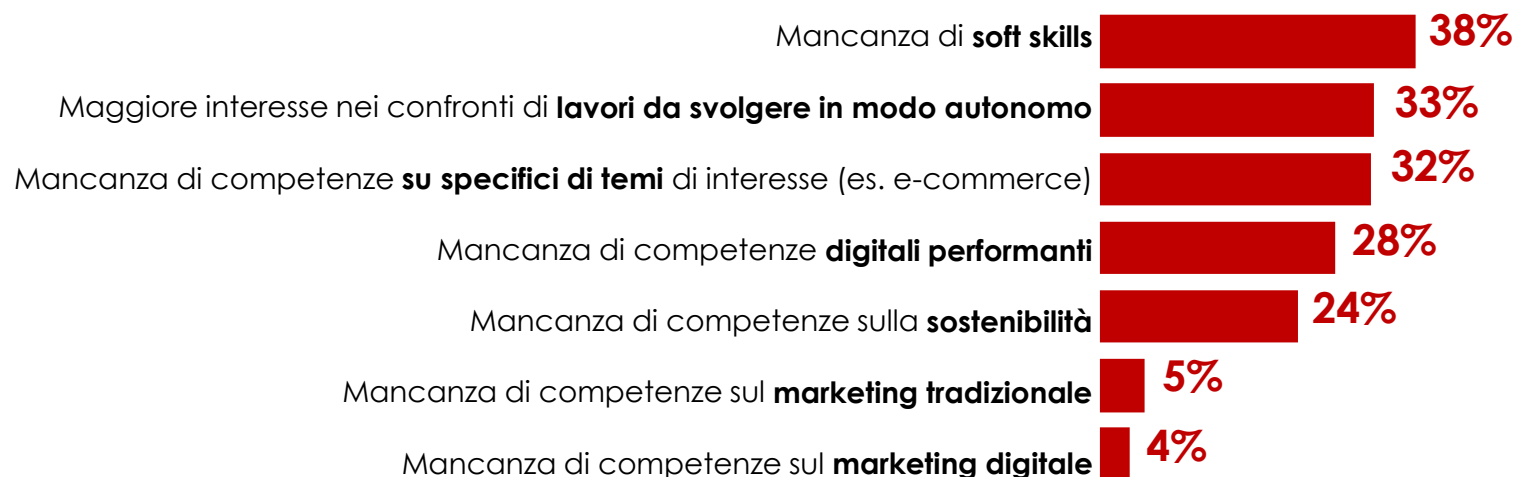


29%

ETÀ GIOVANE  
fascia di età post-universitaria

11%

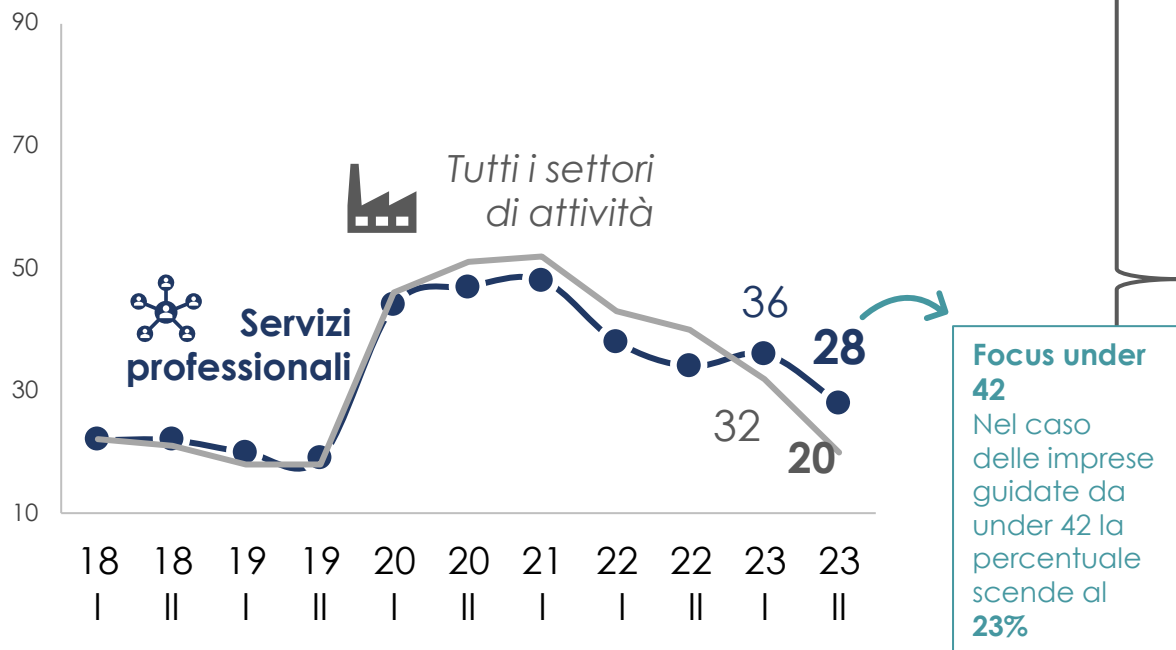
ETÀ INTERMEDIA  
fascia dai 35 ai 50 anni



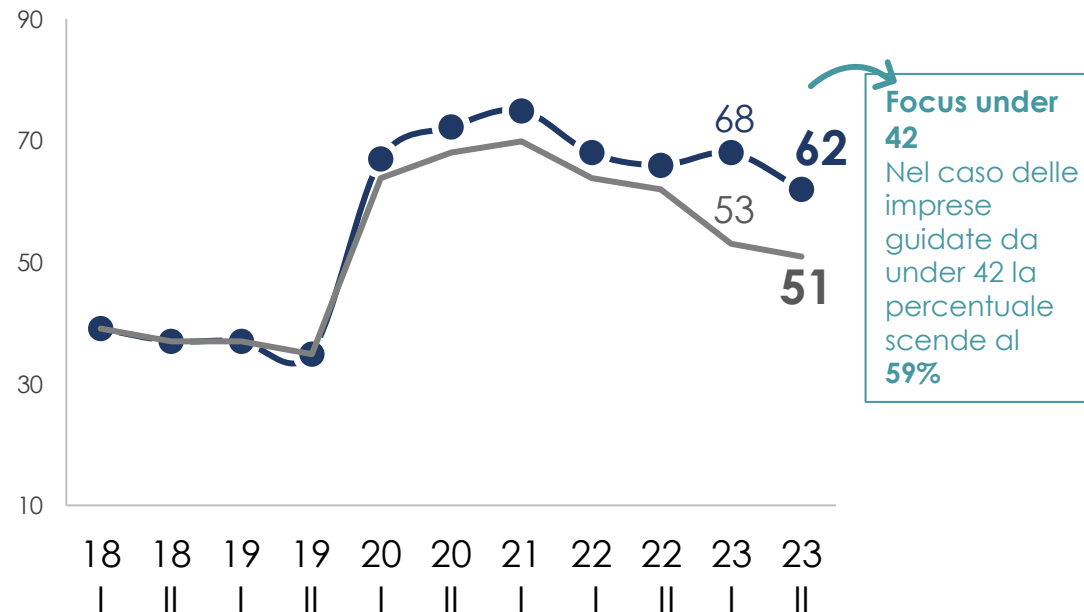
Base campione: 307 casi. Per chi ha avuto/sto avendo maggiori difficoltà di reclutamento. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

# Domanda e offerta di credito | In calo la percentuale delle imprese dei servizi professionali che si rivolgono al sistema bancario per chiedere credito. In diminuzione anche la quota di imprese che hanno ricevuto l'ammontare richiesto.

% imprese che hanno chiesto credito al sistema bancario







...di cui, % imprese che hanno ricevuto il credito secondo l'ammontare richiesto



**Base campione:** 1.200 casi. Percentuali ricalcolate facendo =100,0 le imprese che nei semestri considerati hanno chiesto un fido o un finanziamento, o hanno chiesto di rinegoziare un fido o un finanziamento esistente. **Testo originale della domanda:** A prescindere dalle motivazioni e dalla forma tecnica, la Sua impresa ha chiesto un fido o un finanziamento, o ha chiesto di rinegoziare un fido o un finanziamento esistente, ad una delle banche con la quale intrattiene rapporti negli ultimi sei mesi? Sì ha fatto richiesta ed è stata accolta con un ammontare pari o superiore a quello richiesto; Sì ha fatto richiesta ed è stata accolta con un ammontare inferiore a quello richiesto; Sì ha fatto richiesta ma non è stata accolta; Sì ha fatto richiesta, è in attesa di conoscere l'esito e non è intenzionata a rifarla nel prossimo semestre; Sì, ha fatto richiesta, è in attesa di conoscere l'esito ed è intenzionata a formalizzarla nel prossimo semestre; No non ha fatto richiesta. **I dati sono riportati all'universo.**

# Finalità della domanda di credito | Il 73% delle imprese chiede credito per ottenere liquidità utile ad effettuare investimenti in ambito digitale (46%) o per ampliare il proprio core business (42%).

La Sua impresa ha chiesto un finanziamento o la rinegoziazione di un finanziamento esistente per...

|   | RAGIONI ALLA BASE DELLA RICHIESTA DI CREDITO | I sem '23 | %   |
|---|--|-----------|-----|
|     | Liquidità                                    | 76%       | 73% |
|     | Investimenti                                 | 30%       | 30% |
|     | Ristrutturazione del debito                  | 12%       | 14% |
|  | Nessuno di questi                            | 24%       | 21% |

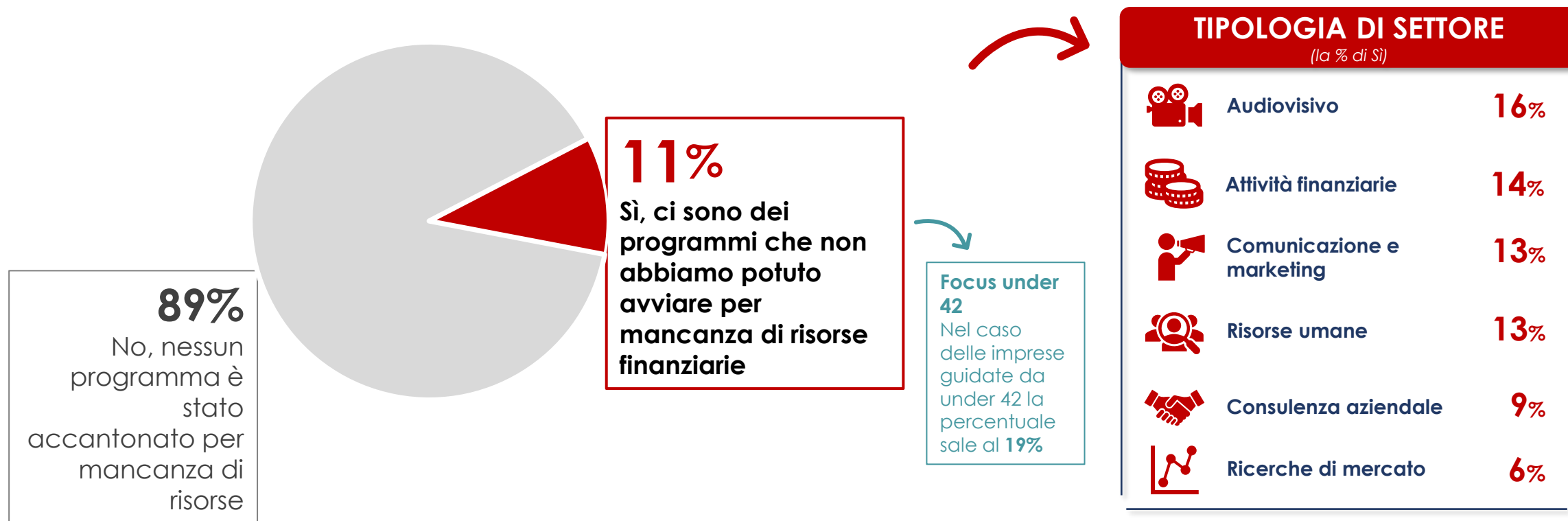
## Tipologia di investimenti



Base campione: 336 casi. Solo alle imprese che hanno fatto richiesta di credito. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

# Mancanza di risorse finanziarie | L'11% delle imprese dei servizi professionali non ha potuto avviare programmi economicamente vantaggiosi per la propria impresa a causa della mancanza di risorse finanziarie.

Ci sono dei programmi di investimento economicamente vantaggiosi che l'impresa non ha potuto avviare per mancanza di risorse finanziarie?



Base campione: 1.200 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

# Leve di competitività | Le aree su cui le imprese hanno concentrato gli investimenti per restare competitive sono la formazione del personale (26%) e l'aggiornamento dei processi interni (25%).

Indipendentemente dalla richiesta di credito, ci sono state delle aree/attività aziendali, nelle quali la sua impresa ha concentrato maggiormente gli sforzi/investimenti nell'ultimo anno (2022-23) per continuare ad essere competitivi sul mercato?

| ATTIVITA' SU CUI HANNO INVESTITO NEL 2022-23     |     |
|--|-----|
| Formazione del personale già assunto             | 26% |
| Aggiornamento dei processi organizzativi interni | 25% |
| Attività di sviluppo commerciale                 | 24% |
| Per essere più sostenibile                       | 19% |
| In pubblicità, marketing, comunicazione          | 18% |
| Assunzione nuovo personale più competente        | 14% |
| R&D per nuovi prodotti/servizi                   | 12% |
| Cybersecurity                                    | 11% |

| ATTIVITA' SU CUI HANNO INVESTITO NEL 2022-23 |            |
|--|------------|
| Nuove certificazioni                         | 9%         |
| La creazione di network aziendali            | 8%         |
| Ricerche di mercato e di marketing           | 6%         |
| Nell'internazionalizzazione dell'azienda     | 4%         |
| Acquistare e creare nuovi brevetti           | 1%         |
| Finanza digitale                             | 1%         |
| <b>Non hanno investito</b>                   | <b>29%</b> |

Base campione: 1.200 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.



# Leve di competitività | Le principali leve di competitività su cui le imprese hanno intenzione di investire nel prossimo biennio sono lo sviluppo commerciale (32%) e la formazione del personale (29%).

Indipendentemente dalla richiesta di credito, su quali di queste leve intende agire quest'anno (2023-'24) o il prossimo biennio (2024-'25) per mantenere la propria competitività?

## ATTIVITA' SU CUI INTENDONO INVESTIRE DA QUI AL 2025

|   |     |
|---|-----|
| Attività di sviluppo commerciale                      | 32% |
| Formazione del personale già assunto                  | 29% |
| Nell'aggiornamento dei processi organizzativi interni | 28% |
| In pubblicità, marketing, comunicazione               | 22% |
| Per essere più sostenibile                            | 19% |
| Assunzione nuovo personale più competente             | 17% |
| R&D per nuovi prodotti/servizi                        | 14% |
| Ricerche di mercato e di marketing                    | 10% |

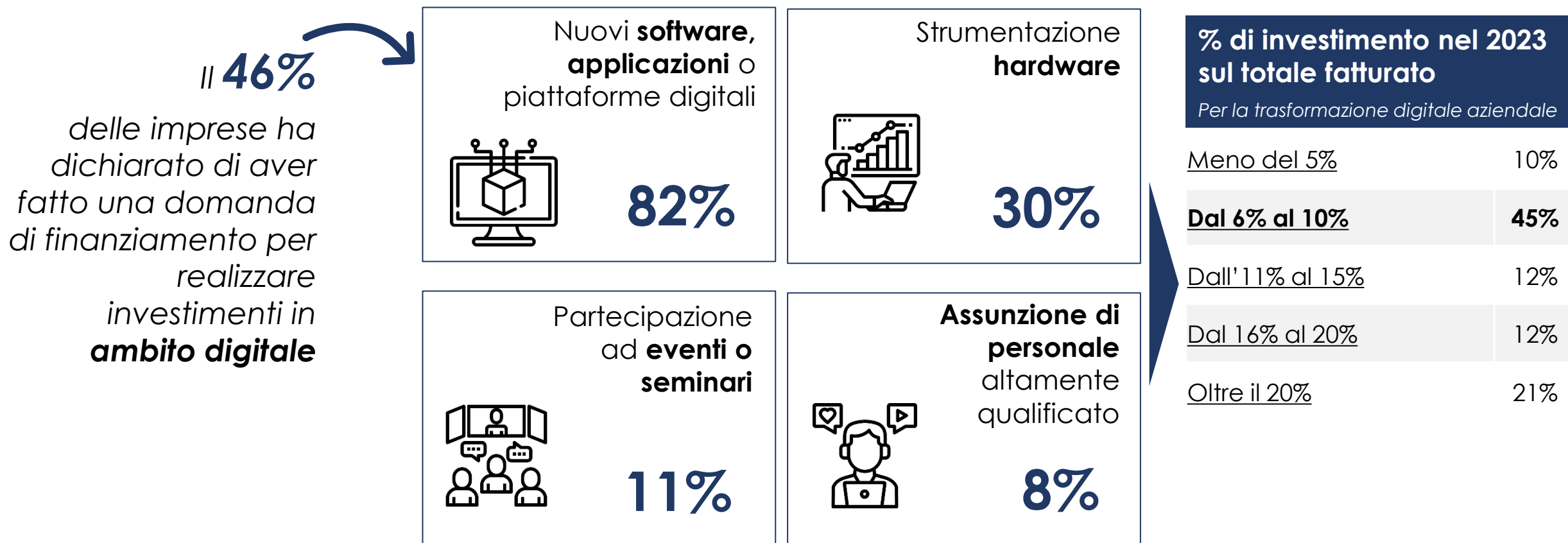
## ATTIVITA' SU CUI INTENDONO INVESTIRE DA QUI AL 2025

|  |            |
|--|------------|
| La creazione di network aziendali  | 9%         |
| Cybersecurity  | 9%         |
| Nuove certificazioni   | 8%         |
| Nell'internazionalizzazione dell'azienda   | 6%         |
| In finanza digitale (l'applicazione delle tecnologie digitali alle attività finanziarie) | 2%         |
| Acquistare e creare nuovi brevetti   | 1%         |
| <b>Non investiranno</b>  | <b>26%</b> |

Base campione: 1.200 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

# Investimenti «digital» | Tra le imprese che hanno dichiarato di avere effettuato domanda di finanziamento per investire nel digitale, l'82% ha acquistato nuovi software, applicazioni o piattaforme digitali. Il 30% strumentazione hardware.

Di che investimenti si tratta?

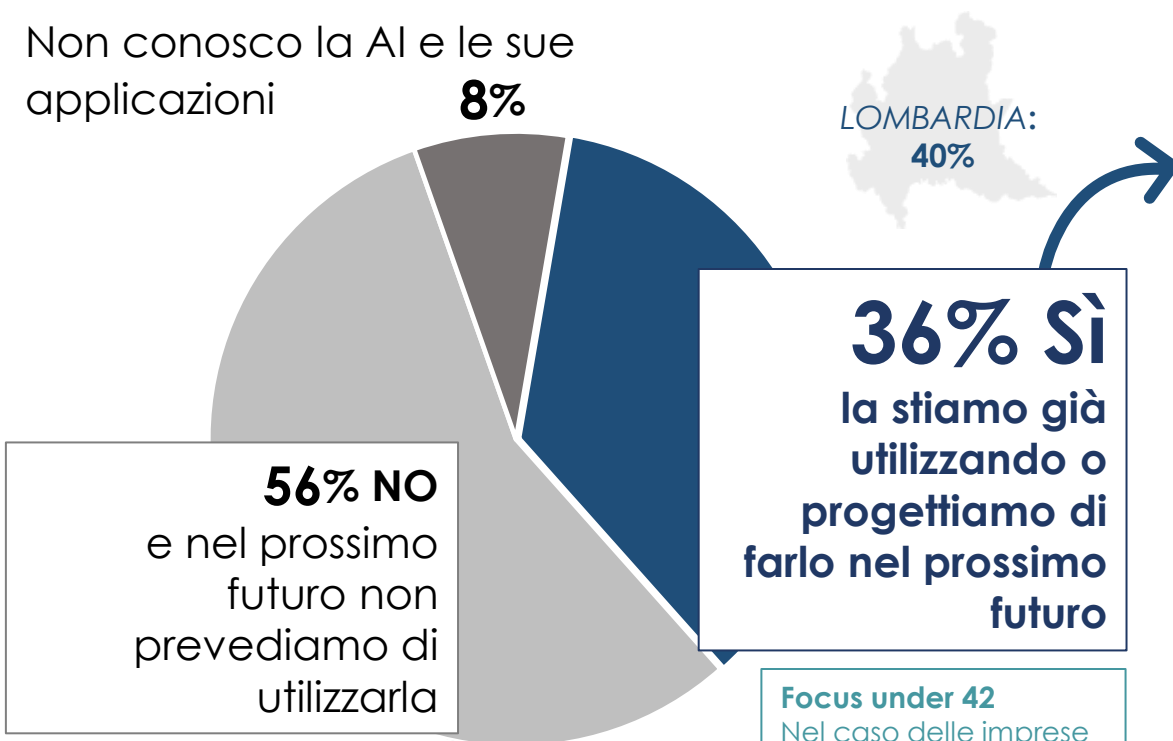


Base campione: Esclusivamente le imprese che investiranno in digitale nel 2022. . La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

# Intelligenza artificiale | Il 36% delle imprese dei servizi professionali utilizza o progetta di utilizzare nel prossimo futuro l'Intelligenza Artificiale. Tra queste il 43% la impiega o impiegherà per la produzione di contenuti, il 41% per lo sviluppo di prodotti/servizi e per l'analisi dei dati.

La Sua impresa sta utilizzando o progetta di utilizzare nel prossimo futuro l'Intelligenza Artificiale (AI) per lo svolgimento di alcune attività o funzioni?

Non conosco la AI e le sue applicazioni



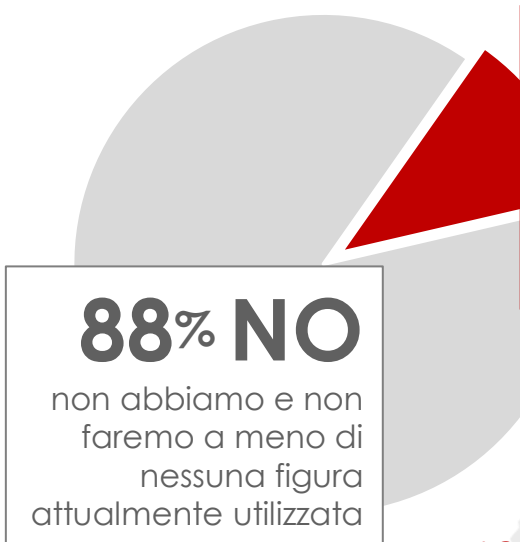
Base campione: 1.200 casi. I dati sono riportati all'universo.

| PER QUALI ATTIVITÀ<br>...la state utilizzando o progettate di utilizzarla? |     |
|--|-----|
| Produzione di contenuti  | 43% |
| Sviluppo di nuovi prodotti e servizi                                       | 41% |
| Analisi di dati  | 41% |
| Traduzione di testi e contenuti in e da altre lingue                       | 27% |
| Personalizzazione dei servizi sulle esigenze dei clienti.                  | 26% |
| Assistenza ai clienti  | 20% |
| Formazione e sviluppo professionale  | 20% |
| Studio tendenze di mercato e previsione della domanda                      | 16% |
| Compliance   | 10% |
| Gestione del rischio   | 10% |

Base campione: 428 casi. Solo le imprese che stanno utilizzando o progettano di utilizzare l'AI. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

# Effetti dell'AI sull'occupazione | Tra chi impiega o impiegherà l'IA il 12% ha potuto o potrà fare a meno di alcune figure professionali, nel 60% dei casi si tratta di addetti alla produzione di testi, nel 35% di traduttori.

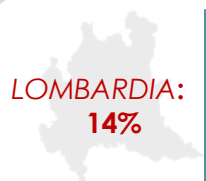
L'utilizzo dell'A.I. (intelligenza artificiale) ha permesso o permetterà all'azienda di fare a meno di alcune figure professionali?



**12% Sì,**  
facciamo o faremo a meno di alcune figure attualmente utilizzate grazie all'AI

#### IN PARTICOLARE:

- 5% figure esterne
- 3% figure interne
- 4% figure sia interne che esterne



**Focus under 42**  
La percentuale scende all' 8%

## Figure professionali di cui le imprese potranno fare a meno

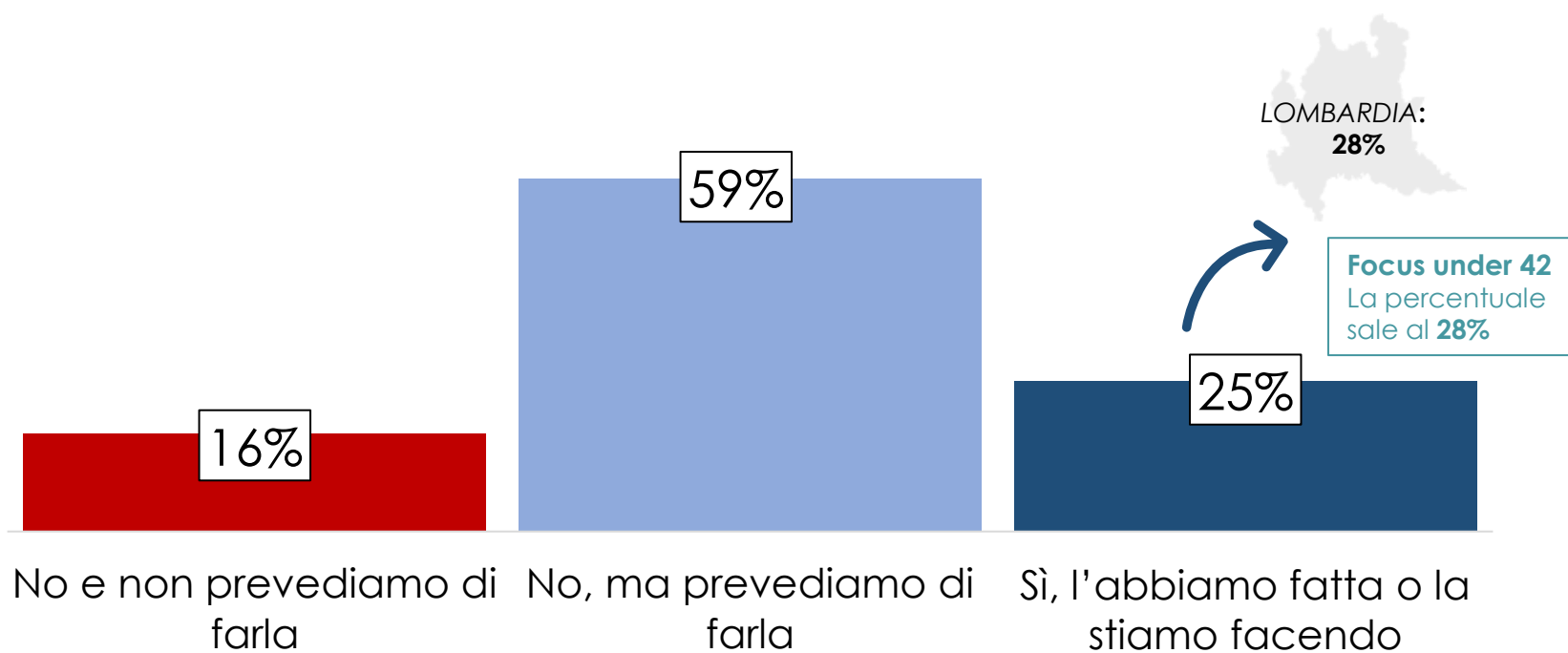


Base campione: 428 casi. Solo le imprese che stanno utilizzando o progettano di utilizzare l'AI. I dati sono riportati all'universo.

# Formazione sull'AI | Un'impresa su quattro (25%) tra chi utilizza o utilizzerà l'IA ha fatto o farà formazione specifica ai propri dipendenti e collaboratori. Il dato sale al 28% tra le imprese della Lombardia e quelle guidate da under 42.

La sua impresa ha effettuato o prevede di effettuare una formazione specifica rivolta a dipendenti e collaboratori sull'utilizzo delle funzioni e delle potenzialità dell'intelligenza artificiale?

## FORMAZIONI SULL'UTILIZZO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE



## TIPOLOGIA DI SETTORE

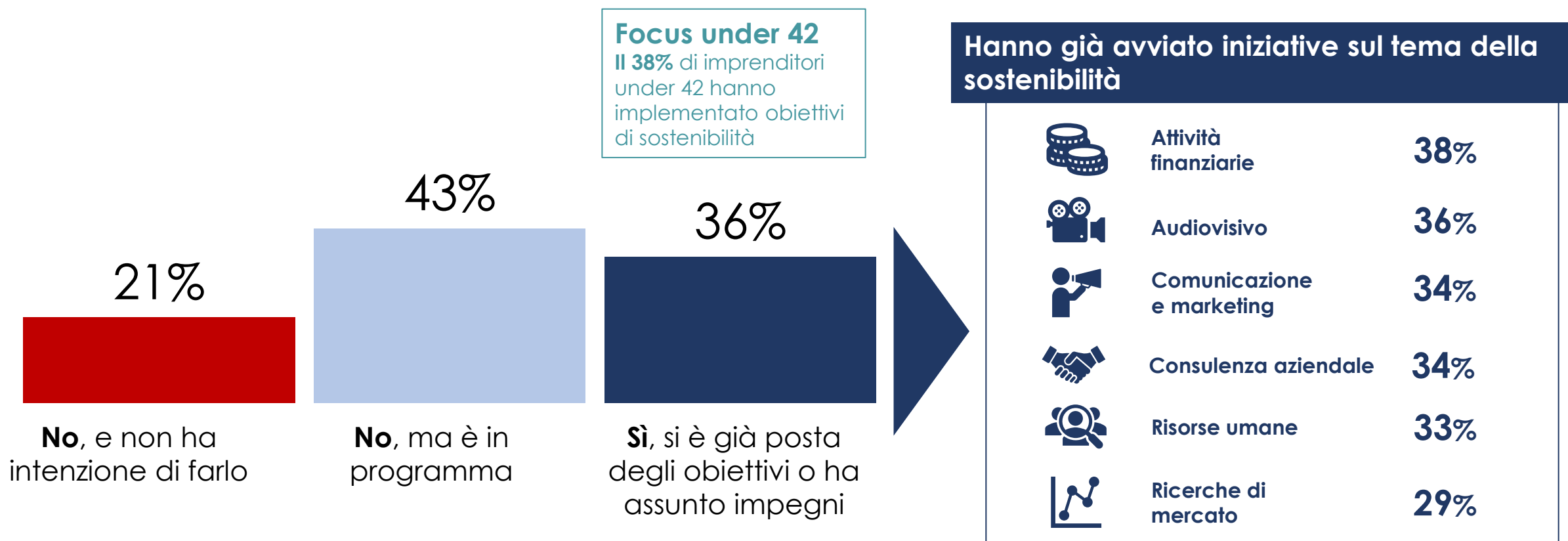
(la % di Sì)

|  |                           |     |
|--|---------------------------|-----|
|  | Comunicazione e marketing | 28% |
|  | Consulenza aziendale      | 27% |
|  | Attività finanziarie      | 26% |
|  | Risorse umane             | 25% |
|  | Audiovisivo               | 23% |
|  | Ricerche di mercato       | 20% |

Base campione: 428 casi. Solo le imprese che stanno utilizzando o progettano di utilizzare l'AI. I dati sono riportati all'universo.

# Obiettivi di sostenibilità | Il 36% delle imprese dei servizi professionali ha obiettivi di sostenibilità. Tra gli imprenditori under 42 la percentuale sale al 38%. I servizi finanziari sono il settore più attento.

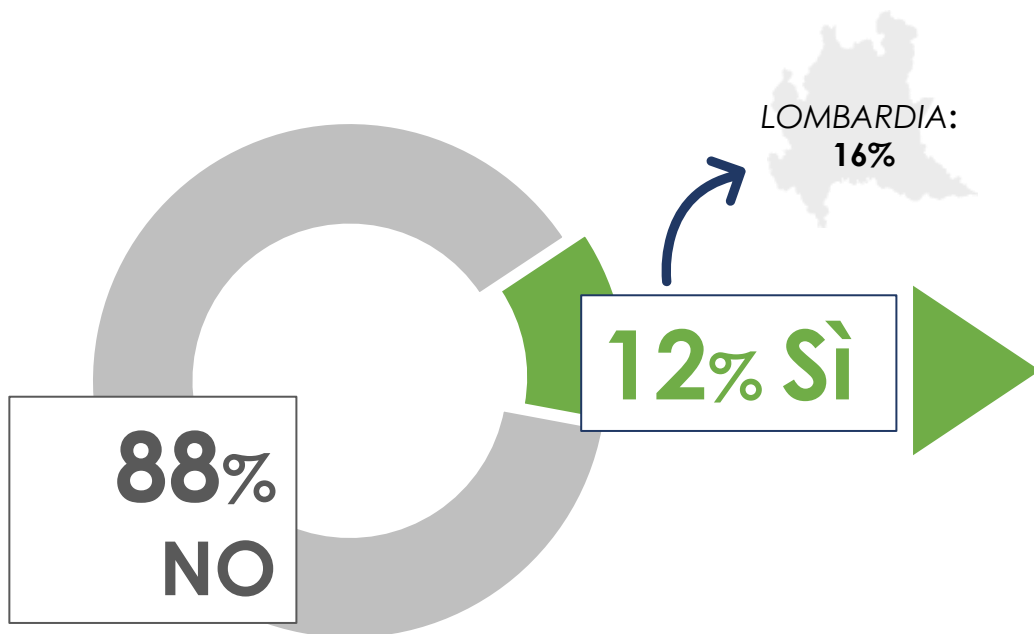
La Sua impresa si pone degli obiettivi e/o ha assunto impegni legati alla sostenibilità?



Base campione: 1.200 casi. I dati sono riportati all'universo.

# Certificazioni | Il 12% delle imprese dei servizi professionali possiede certificazioni riconducibili alla sostenibilità. Anche in questo i servizi finanziari sono il settore più virtuoso (18%).

La Sua impresa possiede certificazioni riconducibili alla sostenibilità (ad es. ISO 14001-Sistemi di gestione ambientale, ISO 50001 – Sistemi di gestione dell'energia, ISO)



## TIPOLOGIA DI SETTORE (% di sì)

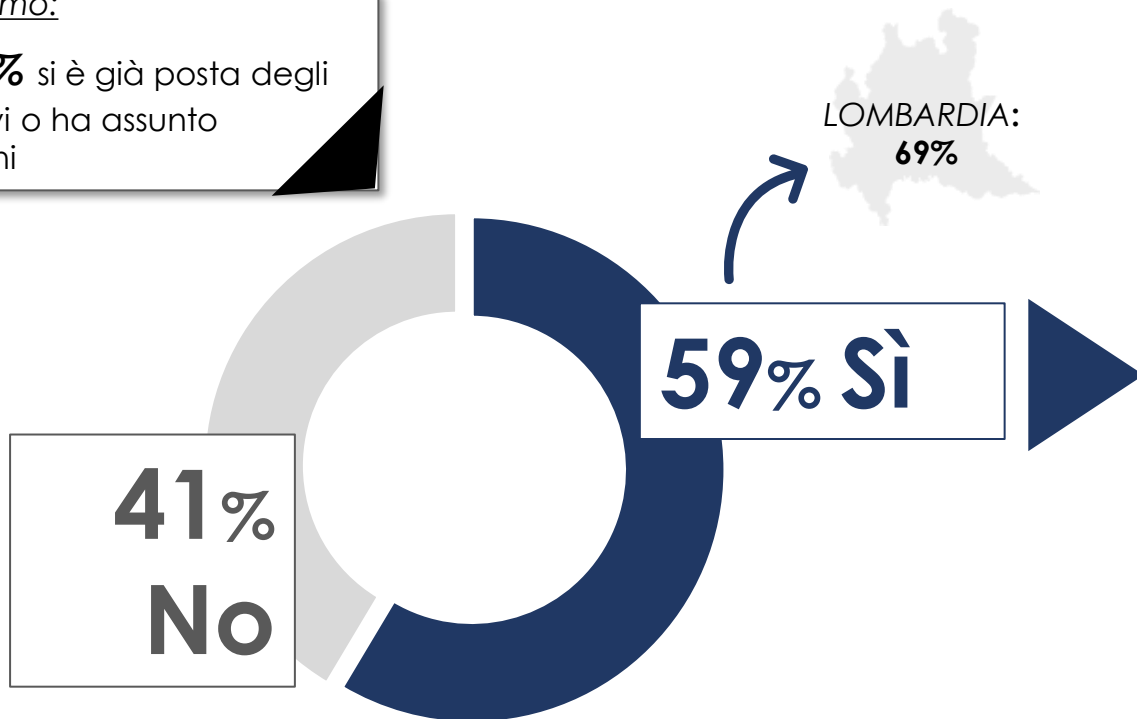
|   |                           |     |
|---|---------------------------|-----|
|    | Attività finanziarie      | 18% |
|    | Ricerche di mercato       | 16% |
|    | Audiovisivo               | 15% |
|    | Risorse umane             | 15% |
|  | Consulenza aziendale      | 10% |
|  | Comunicazione e marketing | 10% |

# Modello ESG | Tra le imprese che si sono poste obiettivi di sostenibilità, il 59% ha già intrapreso azioni nei tre ambiti ESG.

La Sua impresa ha intrapreso azioni nei tre ambiti ESG ?

*Per memo:*

Il **36%** si è già posta degli obiettivi o ha assunto impegni



## TIPOLOGIA DI SETTORE

Ha intrapreso azioni nei tre ambiti ESG

|  |                           |     |
|--|---------------------------|-----|
|  | Attività finanziarie      | 75% |
|  | Comunicazione e marketing | 66% |
|  | Audiovisivo               | 61% |
|  | Consulenza aziendale      | 60% |
|  | Risorse umane             | 58% |
|  | Ricerche di mercato       | 49% |

## Focus under

42

60% di imprenditori under 42 hanno intrapreso azioni nei tre ambiti ESG



**Sostenibilità ambientale | Il 77% delle imprese applica la raccolta di materiali e rifiuti, il 66% è attento all'uso dell'energia, 53% utilizza le risorse naturali con parsimonia e il 45% è attenta la risparmio idrico.**

**[SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE] Quanto conosce/applica le seguenti pratiche sostenibili...**

|   | LA CONOSCE E LA APPLICA | LA CONOSCE MA NON LA APPLICA | NON LA CONOSCE |
|---|-------------------------|------------------------------|----------------|
| <b>Materiali e rifiuti</b><br><i>(raccolta differenziata, gestione degli imballaggi e del riciclo dei materiali utilizzati)</i> | 77%                     | 13%                          | 10%            |
| <b>Energia</b><br><i>(passaggio da fonti fossili a quelle rinnovabili, piani di efficientamento e riduzione dei consumi)</i>    | 66%                     | 21%                          | 13%            |
| <b>Uso parsimonioso di risorse naturali e materie prime</b>   | 53%                     | 29%                          | 18%            |
| <b>Acqua</b><br><i>(piano per il risparmio idrico, azioni per evitare l'inquinamento delle acque)</i>                           | 45%                     | 35%                          | 20%            |
| <b>Emissioni in atmosfera</b><br><i>(azioni volte alla riduzione di gas a effetto serra ed emissioni inquinanti)</i>            | 34%                     | 44%                          | 22%            |
| <b>Biodiversità</b><br><i>(le attività di business determinano impatti sul suolo e sulla biodiversità?)</i>                     | 19%                     | 47%                          | 34%            |

Base campione: 1.200 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

# Sostenibilità sociale | L'86% delle imprese applica politiche per tutelare la salute e la sicurezza dei lavoratori, il 74% adotta politiche di responsabilità verso i clienti e il 68% politiche di pari opportunità.

[SOSTENIBILITÀ SOCIALE] Quanto conosce/applica le seguenti pratiche sostenibili...

|  | LA CONOSCE E LA APPLICA | LA CONOSCE MA NON LA APPLICA | NON LA CONOSCE |
|--|-------------------------|------------------------------|----------------|
| <b>Salute e sicurezza sul lavoro</b>   | 86%                     | 7%                           | 7%             |
| <b>Responsabilità verso i clienti</b><br><i>(es. attenzione alla qualità del prodotto, trasparenza dell'etichetta, gestione reclami)</i>   | 74%                     | 16%                          | 10%            |
| <b>Politiche di pari opportunità</b><br><i>(es. conciliazione vita – lavoro, congedo parentale, parità di trattamento retributivo tra donne e uomini, Codice delle pari opportunità, valorizzazione della diversità e l'inclusione)</i>                  | 68%                     | 22%                          | 10%            |
| <b>Piani di welfare</b><br><i>(erogazione di beni e servizi per i/le dipendenti e le loro famiglie: es. mensa, buoni pasto, servizi di sport, trasporto, assicurazione sulla vita, assistenza sanitaria, smart working, ecc.)</i>                        | 52%                     | 37%                          | 11%            |
| <b>Relazioni con la comunità e il territorio</b><br><i>(es. sostegno ad associazioni di volontariato, iniziative con enti del territorio)</i>  | 44%                     | 38%                          | 18%            |
| <b>Catena di fornitura e diritti umani</b><br><i>(clausole contrattuali e accordi presi con imprese terze, cioè fornitori/sub-contractor/ partner, sulla tutela dei diritti umani e sul contrasto del lavoro minorile lungo la catena di fornitura?)</i> | 33%                     | 41%                          | 26%            |

Base campione: 1.200 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

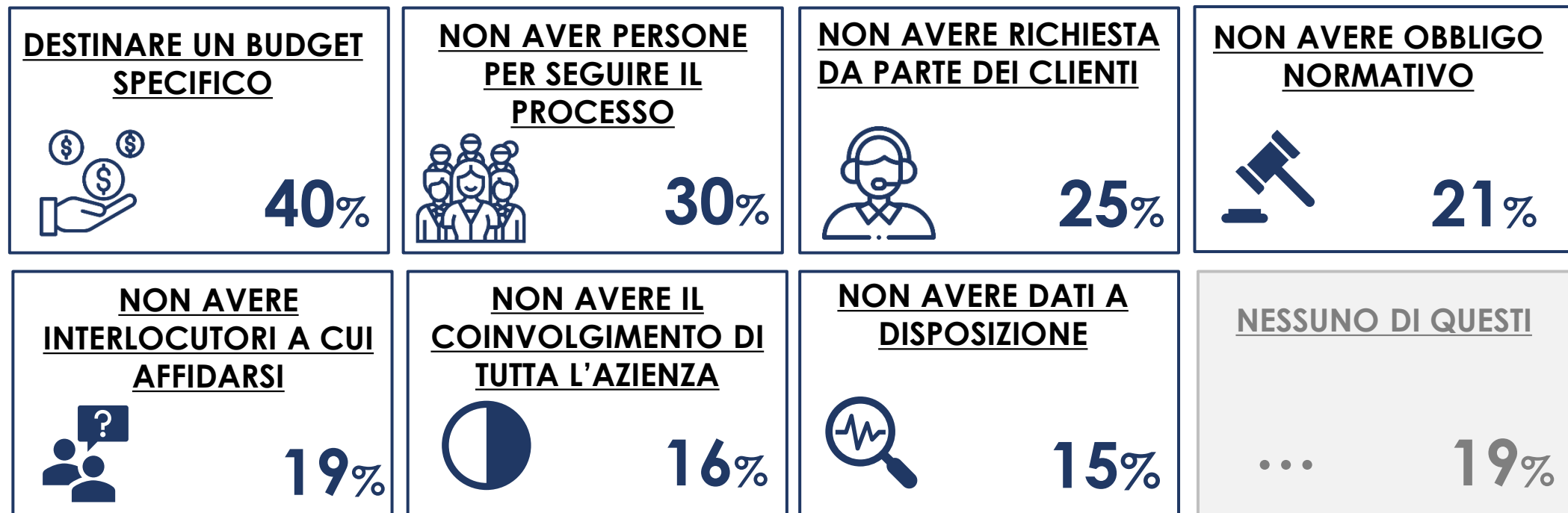
**Governance** | Dal punto di vista della governance, l'81% delle imprese applica protocolli di protezione dei dati e di sicurezza informatica, il 56% ha politiche di prevenzione e di gestione del rischio.

[GOVERNANCE] Quanto conosce/applica le seguenti pratiche sostenibili...

|  | LA CONOSCE E LA APPLICA | LA CONOSCE MA NON LA APPLICA | NON LA CONOSCE |
|--|-------------------------|------------------------------|----------------|
| <b>Protezione dei dati e sicurezza informatica</b>   | 81%                     | 11%                          | 8%             |
| <b>Gestione del rischio</b><br>(l'azienda ha un approccio generale alla prevenzione e gestione dei rischi, finanziari, ambientali, legati all'approvvigionamento e alla cybersecurity) | 56%                     | 26%                          | 18%            |
| <b>Etica, trasparenza, anticorruzione</b> (ad es. codice etico, rating di legalità, modello organizzativo-gestionale/MOG 231)  | 51%                     | 31%                          | 18%            |
| <b>Composizione degli organi di amministrazione</b><br>(es. numero di donne, adeguata rappresentanza di amministratori indipendenti etc.)  | 48%                     | 36%                          | 16%            |

# Ostacoli allo sviluppo sostenibile | Per il 40% delle imprese uno dei principali ostacoli allo sviluppo sostenibile è il tema del budget, per il 30% delle imprese ci sono anche problemi legati al personale che possa seguire i processi.

Quali ritiene che siano i principali problemi che può incontrare un'impresa nell'intraprendere un processo di sviluppo sostenibile?



Base campione: 1.200 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

# Metodo | Scheda tecnica della ricerca

## COMMITTENTE

Unione Commercio Milano per Asseprim.

## AUTORE

Format Research ([www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com))

## OBIETTIVI DEL LAVORO

Indagine sulle imprese dei servizi professionali alle imprese.

## DISEGNO DEL CAMPIONE

Campione rappresentativo dell'universo delle imprese italiane dei servizi professionali alle imprese. Domini di studio del campione: Area geografica (nord ovest, nord est, centro, sud e isole), Settore di attività (finanza, consulenza, risorse umane, ricerche di mercato, comunicazione, audiovisivo), dimensione (1, 2-5, 6-9, 10-19, 20-49, oltre 49 addetti). I dati sono riportati all'universo.

## NUMEROSITA' CAMPIONARIA

Numerosità campionaria complessiva: 1.200 casi (1.200 interviste a buon fine). Anagrafiche «non reperibili»: 3.160 (61%); «rifiuti»: 823 (16%); «sostituzioni»: 3.983 (77%). Intervallo di confidenza 95% (Errore +3,0%). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Camere di commercio.

## METODO DI CONTATTO

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer assisted telephone interview*).

## TECNICA DI RILEVAZIONE

Questionario strutturato.

## PERIODO DI EFFETTUAZIONE DELLE INTERVISTE

Ottobre e Novembre 2023.

## CODICE DEONTOLOGICO

La rilevazione è stata realizzata nel rispetto del Codice deontologico dei ricercatori europei Esomar, del Codice deontologico Assirm (Associazione istituti di ricerca e sondaggi di opinione italiani), e della «Legge sulla Privacy» (articolo 13 del d.lgs. 196 del 2003 e Regolamento UE n. 679/2016 art. 13-14).

## DIRETTORE DELLA RICERCA

Dott. Pierluigi Ascani  
Dott. Gaia Petrucci  
Dott. Barbara Esposito

# Metodo | Universo e Campione

## UNIVERSO delle imprese per dimensione, settore di attività economica e macro-area geografica

| UNIVERSO    |                           | 1              | 2-5            | 6-9           | 10-19         | 20-49        | oltre 49     | Totale         |
|-------------|---------------------------|----------------|----------------|---------------|---------------|--------------|--------------|----------------|
| Nord Ovest  | Attività finanziarie      | 24.883         | 7.622          | 1.437         | 685           | 249          | 368          | 35.244         |
|             | Risorse umane             | 1.275          | 280            | 41            | 36            | 23           | 65           | 1.719          |
|             | Ricerche di mercato       | 1.259          | 242            | 31            | 38            | 17           | 22           | 1.608          |
|             | Comunicazione e Marketing | 23.401         | 5.355          | 687           | 506           | 240          | 131          | 30.320         |
|             | Audiovisivo               | 3.631          | 1.279          | 264           | 230           | 138          | 89           | 5.630          |
|             | Consulenza aziendale      | 138.253        | 36.438         | 6.568         | 3.626         | 1.219        | 671          | 186.775        |
|             | <b>Totale</b>             | <b>192.702</b> | <b>51.215</b>  | <b>9.027</b>  | <b>5.121</b>  | <b>1.885</b> | <b>1.345</b> | <b>261.296</b> |
| Nord Est    | Attività finanziarie      | 14.967         | 4.704          | 964           | 378           | 166          | 224          | 21.402         |
|             | Risorse umane             | 822            | 164            | 25            | 16            | 8            | 28           | 1.063          |
|             | Ricerche di mercato       | 897            | 110            | 19            | 16            | 7            | 3            | 1.053          |
|             | Comunicazione e Marketing | 13.988         | 3.727          | 534           | 283           | 79           | 35           | 18.645         |
|             | Audiovisivo               | 1.974          | 699            | 144           | 99            | 51           | 35           | 3.002          |
|             | Consulenza aziendale      | 84.720         | 24.442         | 4.127         | 2.136         | 689          | 279          | 116.394        |
|             | <b>Totale</b>             | <b>117.368</b> | <b>33.847</b>  | <b>5.813</b>  | <b>2.927</b>  | <b>999</b>   | <b>605</b>   | <b>161.559</b> |
| Centro      | Attività finanziarie      | 17.167         | 4.729          | 813           | 309           | 122          | 186          | 23.326         |
|             | Risorse umane             | 546            | 137            | 19            | 14            | 12           | 24           | 752            |
|             | Ricerche di mercato       | 503            | 88             | 20            | 14            | 7            | 3            | 635            |
|             | Comunicazione e Marketing | 14.265         | 2.970          | 381           | 229           | 77           | 40           | 17.962         |
|             | Audiovisivo               | 3.494          | 1.086          | 230           | 192           | 96           | 62           | 5.160          |
|             | Consulenza aziendale      | 108.613        | 27.036         | 3.814         | 2.007         | 670          | 396          | 142.536        |
|             | <b>Totale</b>             | <b>144.589</b> | <b>36.045</b>  | <b>5.277</b>  | <b>2.765</b>  | <b>983</b>   | <b>712</b>   | <b>190.371</b> |
| Sud e Isole | Attività finanziarie      | 19.705         | 5.830          | 726           | 232           | 102          | 76           | 26.671         |
|             | Risorse umane             | 325            | 94             | 14            | 6             | 2            | 13           | 454            |
|             | Ricerche di mercato       | 372            | 52             | 9             | 7             | 1            | 2            | 443            |
|             | Comunicazione e Marketing | 12.040         | 2.923          | 315           | 205           | 60           | 27           | 15.571         |
|             | Audiovisivo               | 2.410          | 858            | 153           | 110           | 42           | 20           | 3.592          |
|             | Consulenza aziendale      | 132.137        | 28.077         | 2.693         | 1.230         | 387          | 160          | 164.685        |
|             | <b>Totale</b>             | <b>166.989</b> | <b>37.835</b>  | <b>3.910</b>  | <b>1.790</b>  | <b>595</b>   | <b>297</b>   | <b>211.416</b> |
| Totale      | Attività finanziarie      | 76.722         | 22.886         | 3.940         | 1.604         | 638          | 853          | 106.643        |
|             | Risorse umane             | 2.969          | 675            | 98            | 72            | 44           | 130          | 3.988          |
|             | Ricerche di mercato       | 3.032          | 492            | 78            | 75            | 32           | 31           | 3.739          |
|             | Comunicazione e Marketing | 63.695         | 14.974         | 1.917         | 1.222         | 456          | 233          | 82.498         |
|             | Audiovisivo               | 11.508         | 3.921          | 792           | 631           | 326          | 206          | 17.384         |
|             | Consulenza aziendale      | 463.723        | 115.993        | 17.202        | 9.000         | 2.966        | 1.506        | 610.390        |
|             | <b>Totale</b>             | <b>621.649</b> | <b>158.941</b> | <b>24.027</b> | <b>12.603</b> | <b>4.462</b> | <b>2.959</b> | <b>824.642</b> |

## CAMPIONE delle imprese per dimensione, settore di attività economica, macro area geografica

| CAMPIONE TEORICO |                           | 1          | 2-5        | 6-9        | 10-19     | 20-49     | oltre 49  | Totale       |
|------------------|---------------------------|------------|------------|------------|-----------|-----------|-----------|--------------|
| Nord Ovest       | Attività finanziarie      | 21         | 21         | 6          | 7         | 3         | 2         | 90           |
|                  | Risorse umane             | 31         | 14         | 5          | 6         | 5         | 7         | 35           |
|                  | Ricerche di mercato       | 12         | 10         | 5          | 6         | 4         | 6         | 35           |
|                  | Comunicazione e Marketing | 23         | 16         | 7          | 5         | 3         | 3         | 50           |
|                  | Audiovisivo               | 20         | 12         | 5          | 8         | 5         | 4         | 35           |
|                  | Consulenza aziendale      | 53         | 40         | 11         | 10        | 10        | 10        | 135          |
|                  | <b>Totale</b>             | <b>160</b> | <b>113</b> | <b>40</b>  | <b>43</b> | <b>31</b> | <b>33</b> | <b>380</b>   |
| Nord Est         | Attività finanziarie      | 20         | 20         | 5          | 3         | 3         | 2         | 50           |
|                  | Risorse umane             | 15         | 6          | 3          | 2         | 2         | 3         | 25           |
|                  | Ricerche di mercato       | 7          | 5          | 3          | 2         | 2         | 0         | 25           |
|                  | Comunicazione e Marketing | 14         | 8          | 5          | 3         | 2         | 2         | 40           |
|                  | Audiovisivo               | 12         | 8          | 4          | 2         | 2         | 2         | 25           |
|                  | Consulenza aziendale      | 35         | 40         | 11         | 5         | 3         | 2         | 70           |
|                  | <b>Totale</b>             | <b>103</b> | <b>87</b>  | <b>29</b>  | <b>16</b> | <b>13</b> | <b>11</b> | <b>235</b>   |
| Centro           | Attività finanziarie      | 22         | 20         | 2          | 2         | 2         | 2         | 70           |
|                  | Risorse umane             | 12         | 7          | 2          | 2         | 2         | 3         | 20           |
|                  | Ricerche di mercato       | 4          | 2          | 3          | 3         | 2         | 2         | 20           |
|                  | Comunicazione e Marketing | 16         | 7          | 3          | 3         | 2         | 2         | 35           |
|                  | Audiovisivo               | 19         | 10         | 5          | 5         | 3         | 3         | 25           |
|                  | Consulenza aziendale      | 38         | 40         | 11         | 5         | 3         | 3         | 107          |
|                  | <b>Totale</b>             | <b>111</b> | <b>86</b>  | <b>25</b>  | <b>19</b> | <b>13</b> | <b>14</b> | <b>277</b>   |
| Sud e Isole      | Attività finanziarie      | 22         | 24         | 4          | 2         | 2         | 2         | 70           |
|                  | Risorse umane             | 10         | 6          | 2          | 1         | 1         | 2         | 25           |
|                  | Ricerche di mercato       | 2          | 2          | 1          | 1         | 1         | 1         | 25           |
|                  | Comunicazione e Marketing | 9          | 9          | 2          | 2         | 2         | 2         | 45           |
|                  | Audiovisivo               | 13         | 6          | 3          | 2         | 2         | 2         | 25           |
|                  | Consulenza aziendale      | 51         | 40         | 11         | 4         | 2         | 2         | 118          |
|                  | <b>Totale</b>             | <b>107</b> | <b>87</b>  | <b>23</b>  | <b>12</b> | <b>11</b> | <b>12</b> | <b>308</b>   |
| Totale           | Attività finanziarie      | 85         | 85         | 17         | 14        | 10        | 8         | 219          |
|                  | Risorse umane             | 69         | 33         | 12         | 11        | 10        | 15        | 150          |
|                  | Ricerche di mercato       | 26         | 19         | 12         | 12        | 9         | 9         | 86           |
|                  | Comunicazione e Marketing | 61         | 39         | 17         | 13        | 9         | 9         | 149          |
|                  | Audiovisivo               | 64         | 37         | 17         | 17        | 12        | 11        | 157          |
|                  | Consulenza aziendale      | 177        | 160        | 44         | 25        | 18        | 17        | 440          |
|                  | <b>Totale</b>             | <b>481</b> | <b>374</b> | <b>117</b> | <b>91</b> | <b>68</b> | <b>70</b> | <b>1.200</b> |

Fonte dei dati: I.Stat 2023 ([www.i.stat.it](http://www.i.stat.it))

Questo documento è la base per una presentazione orale, senza la quale ha limitata significatività e può dare luogo a fraintendimenti.

Sono proibite riproduzioni, anche parziali, del contenuto di questo documento, senza la previa autorizzazione scritta di Format Research.

2023 © Copyright Format Research Srl



**Format Research s.r.l.**  
Via Ugo Balzani 77, 00162 Roma, Italia  
tel +39.06.86.32.86.81, fax +39.06.86.38.49.96  
[info@formatresearch.com](mailto:info@formatresearch.com)  
cf, p. iva e reg. imp. roma 04268451004  
rea roma 747042, cap. soc. € 25.850,00 i.v.

[www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com)  
Membro: Assim, Confcommercio, Esomar, SIS

**Format Business Intelligence s.r.l.**  
Via Sebastiano Caboto 22/a, 33170 Pordenone, Italia  
[format@pec.formatbusinessintelligence.com](mailto:format@pec.formatbusinessintelligence.com)  
cf, p. iva e reg. imp. pordenone 01786200939  
rea pordenone 104460, cap. soc. € 10.000,00 i.v.