Progetto ESG.TER

La sostenibilità integrata nelle aziende del Terziario Vicentino

REPORT FINALE

SETTEMBRE 2025

A cura di Silvia Cantele, Vincenzo Riso e Camilla Venier

Ricerca, innovazione e formazione per accompagnare le imprese di domani

UNIVERSITÀ di VERONA
Dipartimento di MANAGEMENT
CONFCOMMERCIO VICENZA
EBST Ente Bilaterale Settore Terziario - Vicenza
con il contributo della Camera di Commercio Vicenza

Obiettivi e metodologia della ricerca

Il presente report è stato predisposto dal **Dipartimento di Management dell'Università di Verona**, in collaborazione con **Confcommercio Vicenza** e l'**Ente Bilaterale Settore Terziario di Vicenza**, promotori e committenti del progetto ESG.TER.
Il progetto ESG.TER nasce in continuità con il precedente «VI.TE sostenibili», con l'obiettivo di favorire una maggiore consapevolezza e una più efficace implementazione delle pratiche ESG all'interno delle imprese del settore terziario.
Il macro-obiettivo dei due progetti è stata la diffusione di buone prassi in materia di sostenibilità su **tre livelli** fondamentali: il livello **decisionale-strategico** (governance), il livello **operativo** (modello di business) e il livello della **performance**, ovvero la misurazione, rendicontazione e controllo della sostenibilità.
Il progetto ESG.TER ha coinvolto circa 3.800 imprese, ciascuna delle quali ha avuto l'opportunità di valutare il proprio grado di implementazione delle pratiche sostenibili, fornendo al contempo i dati per poter fotografare lo stato dell'arte della sostenibilità nel terziario vicentino.
Per raccogliere i dati necessari all'analisi e al monitoraggio dei risultati, il Dipartimento di Management, sotto il coordinamento della prof.ssa Silvia Cantele e il contributo del prof. Vincenzo Riso e della Dott.ssa Camilla Venier, in qualità di borsista di ricerca, ha elaborato e somministrato un **questionario** strutturato e articolato come segue:

- 7 domande relative alla dimensione ***Environment;***
- 15 quesiti per la dimensione ***Social***, suddivisi tra tre sotto-dimensioni: lavoratori, comunità locale e prodotti/servizi/clienti;
- 9 domande relative alla dimensione ***Governance.***

Ai fini dell'analisi, sono stati inclusi ulteriori quesiti volti ad approfondire eventuali ***Driver e barriere*** all'implementazione delle pratiche oggetto di studio. In particolare, sono state formulate 7 domande relative alle pressioni interne ed esterne, 6 quesiti sui benefici attesi e 6 sulle principali barriere e limitazioni all'implementazione delle pratiche.

Obiettivi e metodologia della ricerca

A ciascun **item** del questionario è stata associata una **scala di valutazione** a 5 punti, volta a rilevare il livello di implementazione di ogni pratica. I valori della scala sono i seguenti:

- **1** = l'iniziativa non è **mai** stata **considerata**;
- **2** = l'iniziativa è stata **presa in considerazione**, ma finora non si è pianificato di implementarla;
- **3** = è in corso un **piano di sviluppo** dell'iniziativa;
- **4** = l'**implementazione** dell'iniziativa è stata **avviata**;
- **5** = l'iniziativa è **pienamente implementata**.

Per monitorare l'adozione delle pratiche sostenibili, il questionario strutturato è stato somministrato a un campione di **3818 imprese**.
L'elenco delle aziende coinvolte è stata fornito da Confcommercio e ha incluso realtà operanti in diversi settori economici del Terziario.
La raccolta dei dati si è svolta a partire dal mese di aprile 2025, attraverso la piattaforma *Limesurvey*.

L'indagine è stata introdotta da un messaggio di benvenuto e di presentazione del progetto ESG.TER, supportato da un webinar di lancio. L'obiettivo era quello di sensibilizzare le imprese destinatarie sull'importanza delle tematiche ESG e sull'utilità della loro partecipazione ai fini dell'indagine. La somministrazione del questionario ha avuto una durata di circa un mese e mezzo. Durante questo periodo, il gruppo di ricerca ha effettuato ripetuti solleciti telefonici e inviato promemoria via e-mail, al fine di incentivare la compilazione.
Al termine della fase di raccolta, le risposte ricevute sono state sottoposte a un processo di verifica e pulizia dei dati: sono stati **esclusi** i questionari **incompleti o non attendibili**, in quanto compromettevano la validità dell'analisi.
Il **numero** finale di **questionari validi** è risultato pari a **231**, corrispondente a circa al **6%** del totale delle **aziende** contattate.

Obiettivi e metodologia della ricerca

I **dati raccolti** sono stati successivamente **ordinati e strutturati** per consentire un'analisi più accurata e coerente.
In particolare, le imprese partecipanti sono state suddivise in **tre cluster settoriali**, sulla base della classificazione ATECO 2007:

- **Commercio** (settore G);
- **Servizi** (settore J);
- **Hospitality** (settore I).

Durante la fase di elaborazione, sono state **identificate ed escluse** le **risposte non applicabili** ai fini dell'analisi, con lo scopo di fornire un rating rappresentativo della realtà di ciascuna azienda.
Per l'elaborazione dei risultati, sono state calcolate le **medie dei punteggi** ottenuti nelle **tre dimensioni ESG.**
Le sezioni dedicate ai ***Driver e*** alle ***barriere*** non fanno parte del rating individuale ma dell'analisi aggregata presente in questo report.
A ciascuna impresa partecipante sono stati forniti due tipologie di **rating ESG**:

- un rating sintetico capace di posizionare l'azienda rispetto alla media del proprio settore di appartenenza e al complesso di aziende rispondenti;
- un rating analitico che presenta un maggior dettaglio per ciascuna delle tre dimensioni ESG, suddiviso nelle diverse iniziative.

Con l'invio dei report personalizzati, il gruppo di ricerca del Dipartimento di Management si è reso disponibile a organizzare incontri individuali con le imprese interessate, con l'obiettivo di discutere i risultati ottenuti, approfondire eventuali problematiche emerse e valutare possibili strategie di miglioramento.

Indice dei contenuti

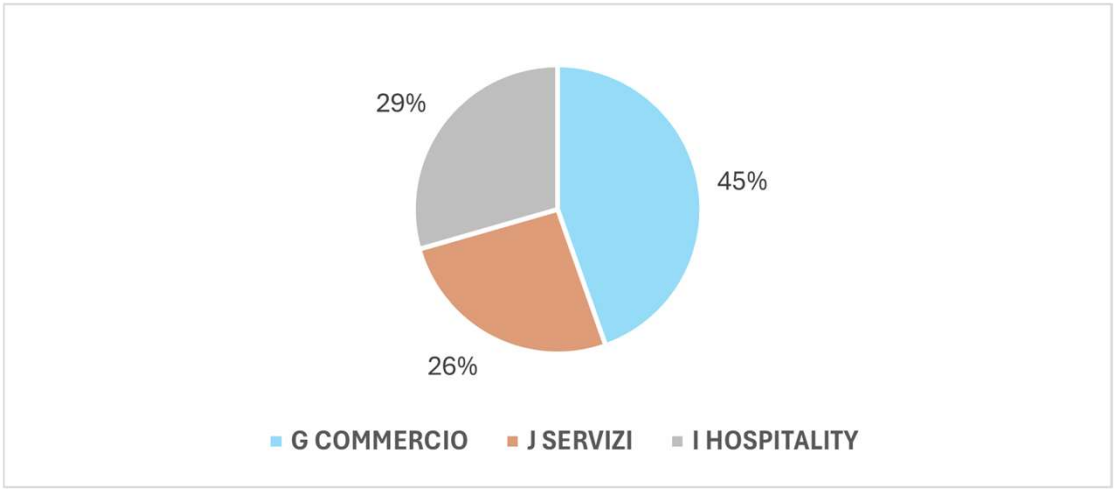
1. PROFILO AZIENDE
2. RATING ESG: LIVELLO DI IMPLEMENTAZIONE DELLA SOSTENIBILITÁ
3. ANALISI FASCE DIMENSIONALI - DIMENSIONI ESG
4. ANALISI SETTORI - DIMENSIONI ESG
5. DRIVER E BARRIERE
6. CONCLUSIONI

Indice dei contenuti

1. **PROFILO AZIENDE**
2. RATING ESG: LIVELLO DI IMPLEMENTAZIONE DELLA SOSTENIBILITÁ
3. ANALISI FASCE DIMENSIONALI - DIMENSIONI ESG
4. ANALISI SETTORI - DIMENSIONI ESG
5. DRIVER E BARRIERE
6. CONCLUSIONI

Principali settori di riferimento

Partecipanti per settore di appartenenza – 231 aziende



Il questionario è stato compilato da **231** aziende, le quali differiscono per **settore** di appartenenza (con particolare riferimento all'attività principale), **anno** di **costituzione**, **ruolo** del **compilatore** e **dimensione aziendale** (misurata in termini di numero di dipendenti).

Analizzando la distribuzione settoriale, emergono **tre** principali **cluster**:

- **103 aziende** operano nel settore del **commercio** (G), pari al **45%** del totale;
- **60 aziende** appartengono al settore dei **servizi** (J), rappresentando il **26%**;
- **68 aziende** rientrano nel settore dell'**hospitality** (I), corrispondente al **29%**.

Descrizione attività principali

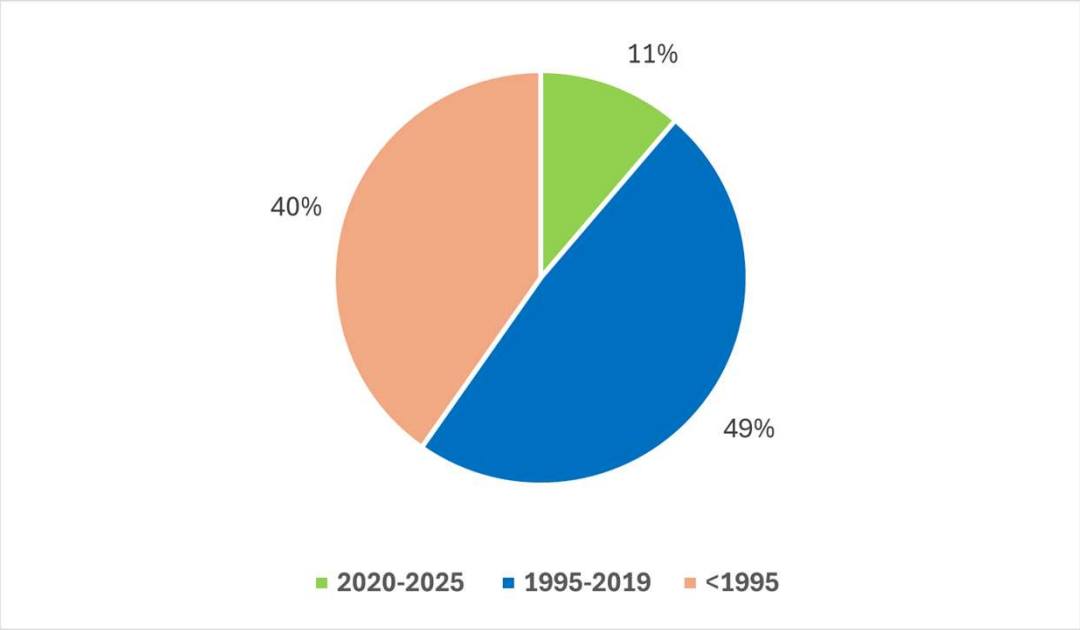
Descrizione delle attività principali secondo la classificazione ATECO 2007 – 231 aziende

ATTIVITÁ	NUMEROSITÁ	PERCENTUALE SUL TOTALE
COMMERCIO – G		
Commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli	1	0,43%
Commercio all'ingrosso (escluso quello di autoveicoli e di motocicli)	39	16,88%
Commercio al dettaglio (escluso quello di autoveicoli e di motocicli)	63	**27,27%**
SERVIZI – J		
Attività editoriali	1	0,43%
Telecomunicazioni	1	0,43%
Produzione di software, consulenza informatica e attività connesse	4	1,73%
Attività di servizi d'informazione e altri servizi informatici	54	**23,38%**
HOSPITALITY – I		
Alloggio	14	6,06%
Attività dei servizi di ristorazione	54	**23,38%**
	TOT. 231	

Le attività prevalenti tra le aziende partecipanti includono il **commercio al dettaglio** (**27,27%**), i **servizi d'informazione e altri servizi informatici** (**23,38%**) e i **servizi di ristorazione** (**23,38%**).

Anno di costituzione

Partecipanti per anno di costituzione – 231 aziende



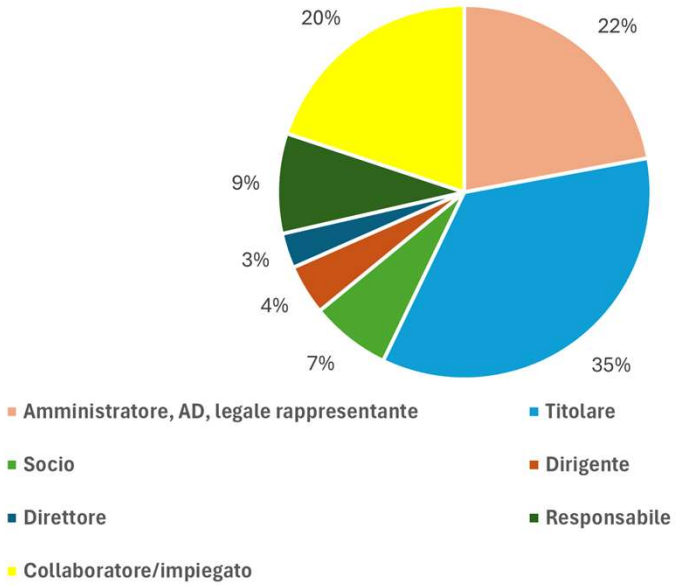
Le aziende partecipanti sono state suddivise in **tre categorie** principali in base all'anno di costituzione:

- Aziende «**giovani**»: fondate tra il 2020 e il 2025;
- Aziende «**medie**»: fondate tra il 1995 e il 2019;
- Aziende «**mature**»: fondate prima del 1995.

La maggior parte delle imprese, pari al **49%** (**112 su 231**) rientra nella categoria delle **aziende medie**. Molto rilevante è però anche la quota di aziende mature.

Ruolo dei partecipanti

Partecipanti per ruolo – 231 aziende



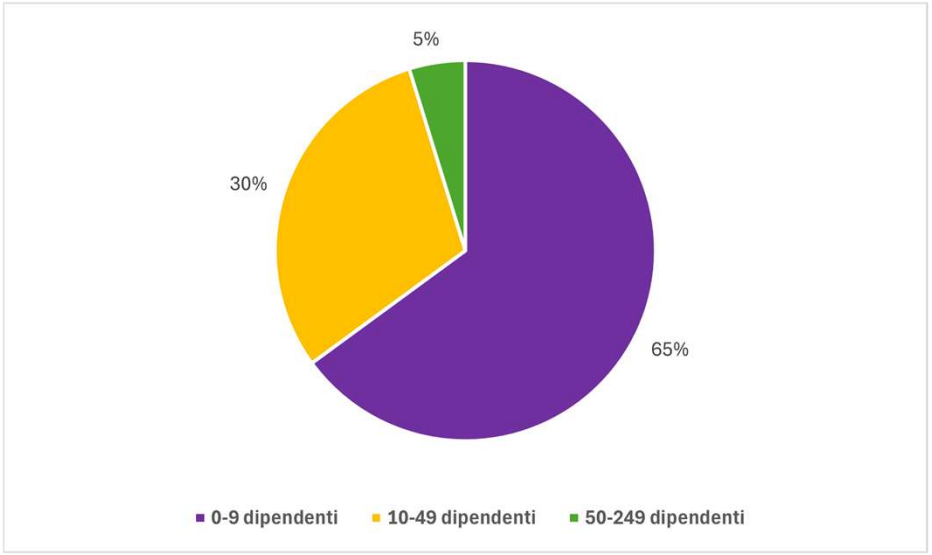
Il **35%** dei questionari è stato compilato da **soggetti** che ricoprono il ruolo di **titolare** all'interno dell'azienda.

Nelle piccole e medie imprese (PMI), tipiche del territorio vicentino, è frequente che tali soggetti assumano anche un ruolo direttamente operativo.

Se si considerano altri ruoli esecutivi e la qualifica di socio si arriva ad un 64% di rispondenti in ruoli apicali.

Numero di dipendenti

Partecipanti per numero di dipendenti (*) – 231 aziende



Le imprese sono suddivise in **tre fasce dimensionali** in base al numero di dipendenti:

- **Micro imprese**: da 0 a 9 dipendenti;
- **Piccole imprese**: da 10 a 49 dipendenti;
- **Medie imprese**: da 50 a 249 dipendenti.

Ben **151** imprese, pari al **65%** del totale, appartengono alla categoria delle **micro imprese**, confermando la prevalenza di realtà di piccole dimensioni nel territorio vicentino.

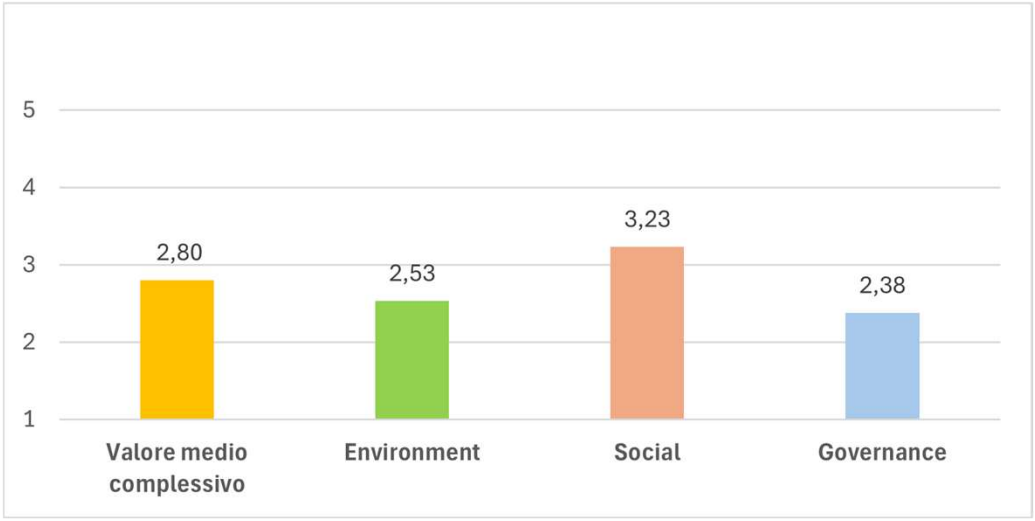
(*) Le tre fasce dimensionali, basate sul numero di dipendenti, seguono la classificazione definita dalla normativa dell'Unione Europea

Indice dei contenuti

1. PROFILO AZIENDE
2. **RATING ESG: LIVELLO DI IMPLEMENTAZIONE DELLA SOSTENIBILITÁ**
3. ANALISI FASCE DIMENSIONALI - DIMENSIONI ESG
4. ANALISI SETTORI - DIMENSIONI ESG
5. DRIVER E BARRIERE
6. CONCLUSIONI

Valori medi: complessivo e tre dimensioni ESG

Valori medi tre dimensioni ESG (*) – 231 aziende



(*) La scala va da 1 a 5

Il **valore medio complessivo** è pari a **2,80**.

Rispetto alla scala 1-5 indica che mediamente le aziende sono ancora in fase di sviluppo dell'implementazione della sostenibilità.

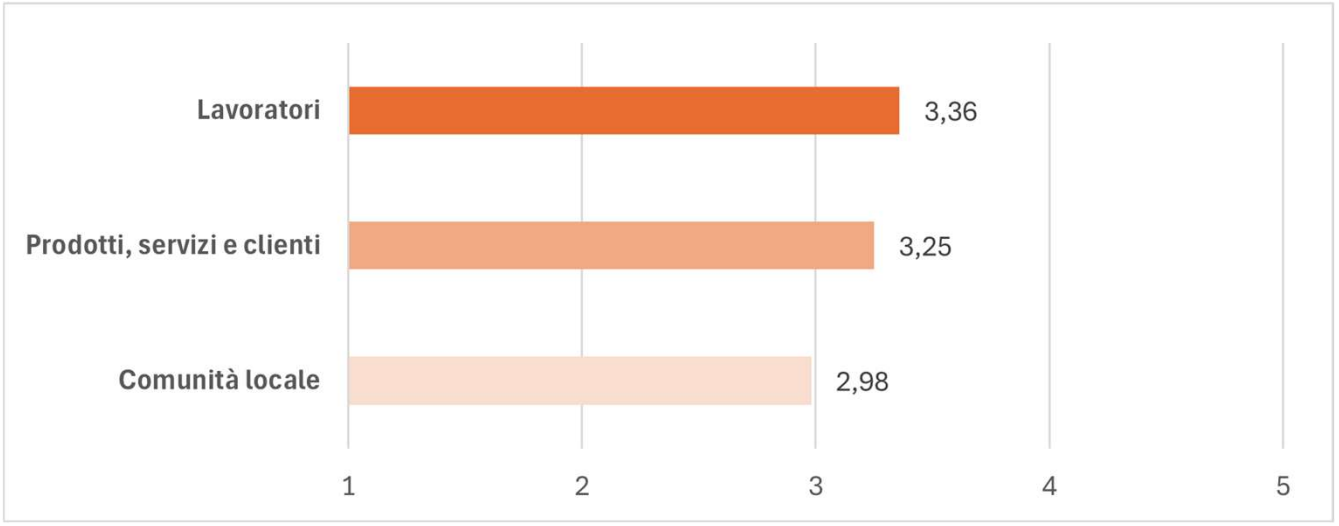
Sono riportati i **valori medi** delle **tre dimensioni** ESG, calcolati sul campione di 231 partecipanti:

- ***Environment***: media pari a **2,53**;
- ***Social***: media pari a **3,23**;
- ***Governance***: media pari a **2,38**.

Si osserva come la dimensione ***Social*** registri un **valore medio più elevato** rispetto alle altre due dimensioni.

Valori medi: sotto-dimensioni Social

Valori medi sotto-dimensioni Social (*) – 231 aziende



Particolare attenzione è stata dedicata all'analisi della dimensione *Social*, suddivisa in **tre sotto-dimensioni**:

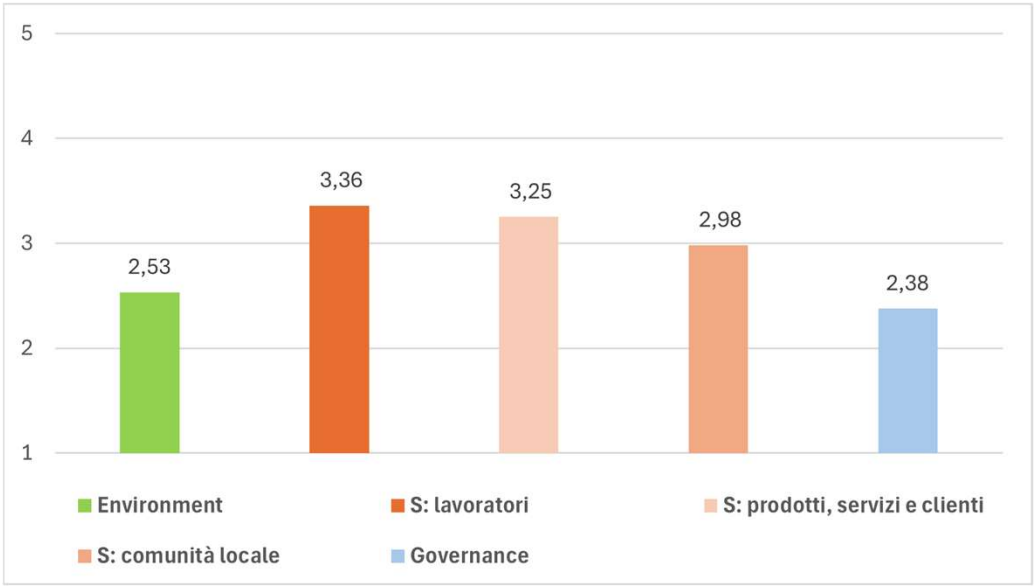
- **Lavoratori**: media pari a **3,36**;
- **Prodotti, servizi e clienti**: media pari a **3,25**;
- **Comunità locale**: media pari a **2,98**.

Il **valore medio più elevato** si registra nella sotto-dimensione relativa alle iniziative rivolte ai **lavoratori**.

(*) La scala va da 1 a 5

Valori medi: cinque dimensioni ESG

Valori medi cinque dimensioni ESG (*) – 231 aziende



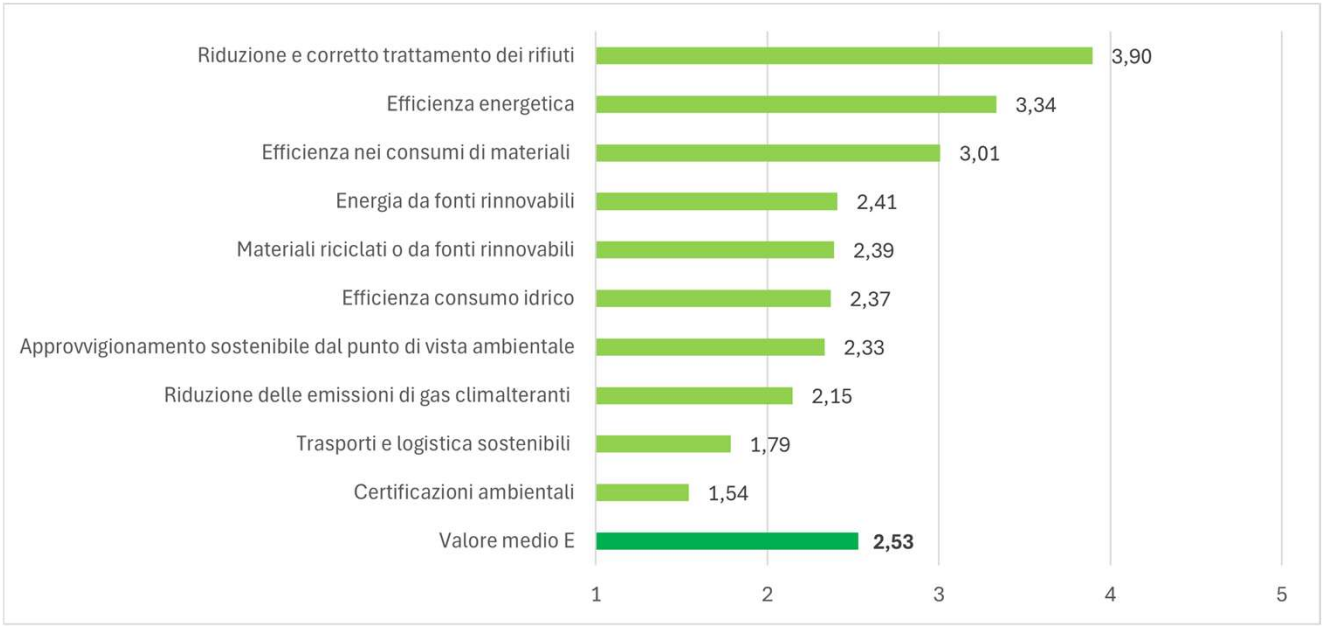
(*) La scala va da 1 a 5

Considerando le **cinque dimensioni ESG**, derivanti dalla suddivisione della dimensione S, sono riportati i **valori medi** complessivi rilevati sul campione.

In particolare, dal confronto tra le categorie della dimensione *Social* e i valori medi delle sezioni *Environmen*t e *Governance*, emerge nuovamente come il **valore medio più elevato** si registri ancora nella sotto-dimensione dedicata ai **lavoratori**, con un punteggio pari a **3,36.**

Valori medi: Environment

Valori medi costrutti Environment (*) – 231 aziende



(*) La scala va da 1 a 5

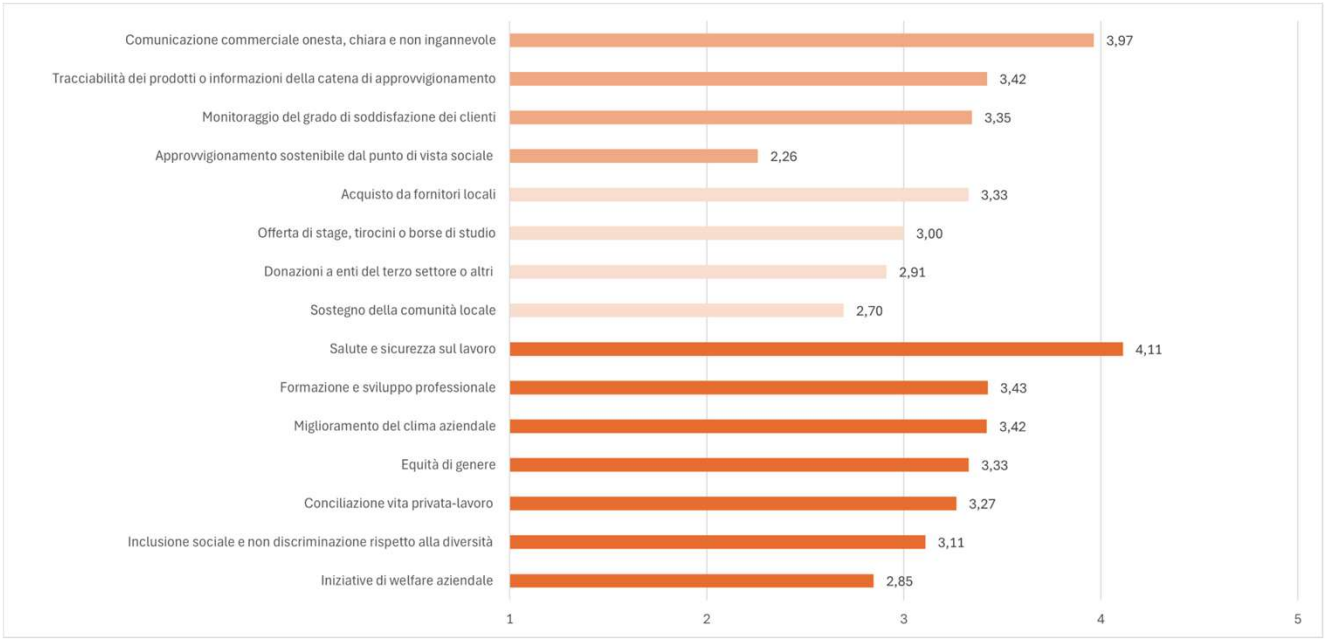
All'interno della dimensione *Environment*, la **riduzione e** il **corretto trattamento dei rifiuti** emergono come la pratica più attuata con un **valore medio**, pari a **3,90**, il **più alto** tra le azioni considerate.

Al contrario, la presenza di **certificazioni ambientali** riceve un'attenzione minore, registrando il **valore medio più basso**, pari a **1,54**.

Il **valore medio complessivo** è pari a **2,53**. Al di sopra di tale livello si contano anche le iniziative di efficientamento.

Valori medi: Social

Valori medi costrutti Social (*) – 231 aziende



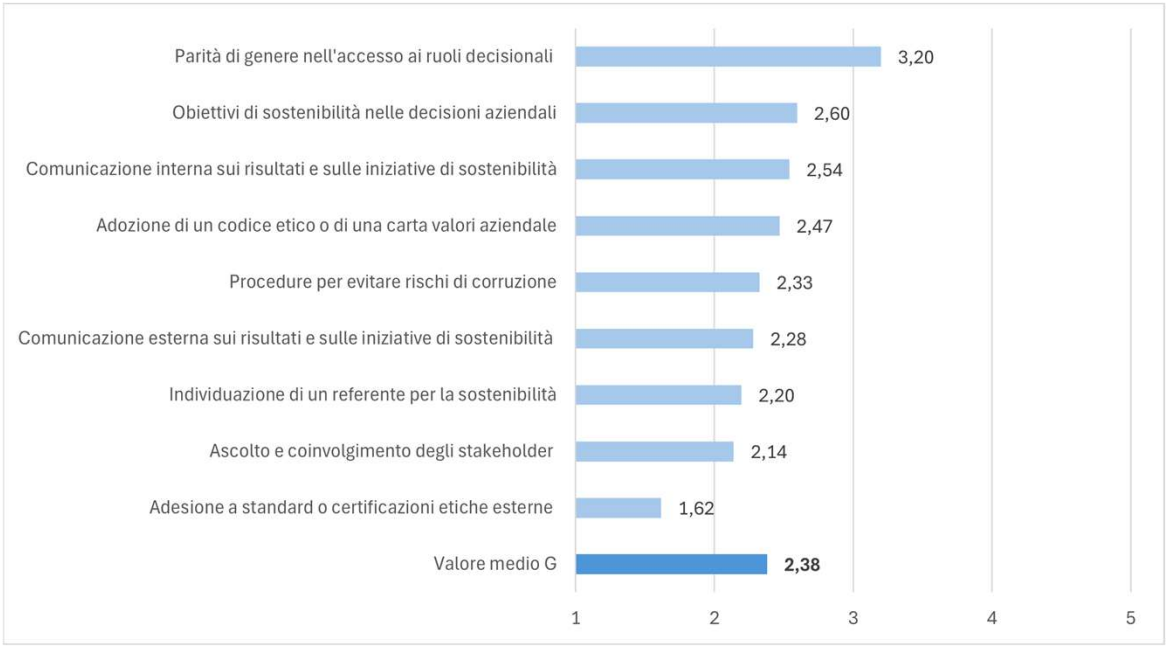
(*) La scala va da 1 a 5

All'interno della dimensione *Social*, si distinguono i **valori medi più elevati** per ciascuna delle tre **sotto-dimensioni**:

- **Comunicazione commerciale onesta, chiara e non ingannevole**, per quanto riguarda i prodotti, servizi e clienti, registra un **valore medio** pari a **3,97**;
- **Acquisto da fornitori locali**, per quanto riguarda la comunità locale, registra un **valore medio** pari a **3,33;**
- **Salute e sicurezza sul lavoro**, per quanto riguarda i lavoratori, registra un **valore medio** pari a **4,11.**

Valori medi: Governance

Valori medi costrutti Governance (*) – 231 aziende



(*) La scala va da 1 a 5

All'interno della dimensione *Governance*, la pratica con il più elevato grado di implementazione è la **parità di genere nell'accesso ai ruoli decisionali**, che registra il **valore medio più elevato**, pari a **3,20**.

Al contrario, l'**adesione a standard o certificazioni etiche esterne** risulta la pratica meno valorizzata, con un **valore medio inferiore**, pari a **1,62**.

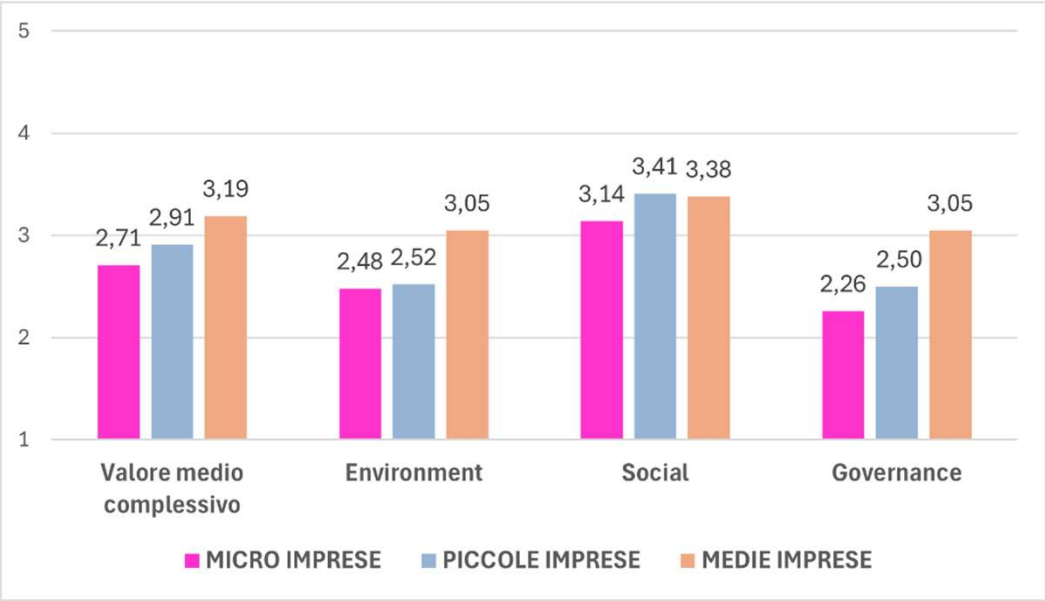
Il **valore medio complessivo** è pari a **2,38**.

Indice dei contenuti

1. PROFILO AZIENDE
2. RATING ESG: LIVELLO DI IMPLEMENTAZIONE DELLA SOSTENIBILITÁ
3. **ANALISI FASCE DIMENSIONALI - DIMENSIONI ESG**
4. ANALISI SETTORI - DIMENSIONI ESG
5. DRIVER E BARRIERE
6. CONCLUSIONI

Valori medi: ESG – fasce dimensionali

Valori medi (*): confronto fasce dimensionali, valore medio complessivo e tre dimensioni ESG



Micro imprese – 150 aziende: 0-9 dipendenti;

Piccole imprese – 70 aziende: 10-49 dipendenti;

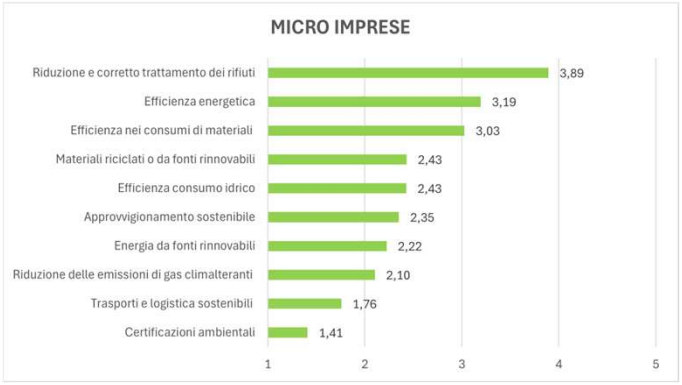
Medie imprese – 11 aziende: 50-249 dipendenti.

Confronto tra fasce dimensionali: al crescere del numero di dipendenti aumenta la dimensione ***Environment*** e la dimensione ***Governance***.
La dimensione **Social** è già alta per le micro, successivamente si mantiene (o cala leggermente) tra le piccole e le medie imprese.

(*) La scala va da 1 a 5

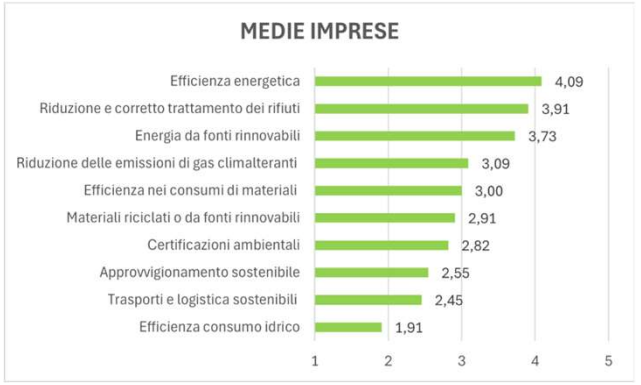
Valori medi: Environment – fasce dimensionali

Valori medi micro imprese (*) – 150 aziende
0-9 dipendenti



Valori medi piccole imprese (*) – 70 aziende
10-49 dipendenti

Valori medi medie imprese (*) – 11 aziende
50-249 dipendenti

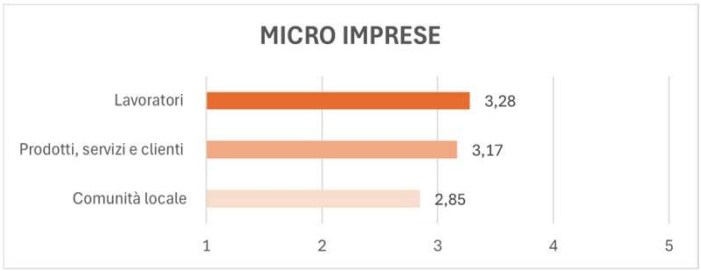


Per le micro e piccole imprese la pratica più «matura» è la **riduzione e** il **corretto trattamento dei rifiuti**, mentre quella meno adottata è l'ottenimento di **certificazioni ambientali**.
Le medie imprese implementano di più l'**efficienza energetica**, meno l'efficienza nell'uso delle **risorse idriche**.

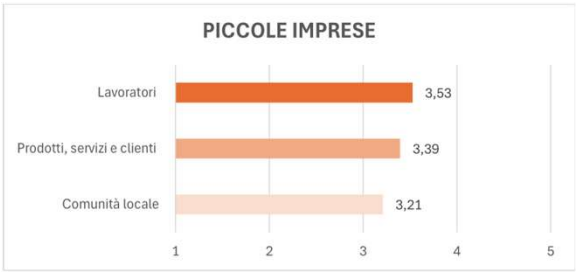
(*) La scala va da 1 a 5

Valori medi: Social – fasce dimensionali

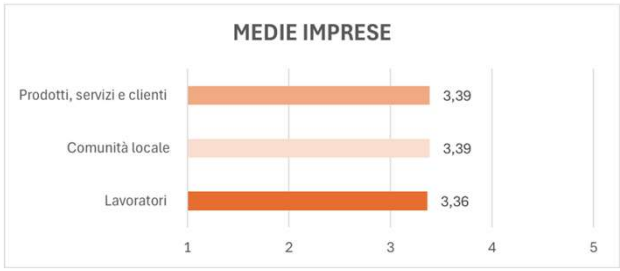
Valori medi micro imprese (*) – 150 aziende
0-9 dipendenti



Valori medi piccole imprese (*) – 70 aziende
10-49 dipendenti



Valori medi medie imprese (*) – 11 aziende
50-249 dipendenti



Per le micro e le medie imprese le **iniziative** rivolte alla **comunità locale** risultano **meno attuate rispetto** a quelle volte ai **lavoratori**.
Viceversa, per le medie imprese le tre sotto-dimensioni assumono un grado di implementazione analogo, ma leggermente superiore per prodotti e comunità locale.

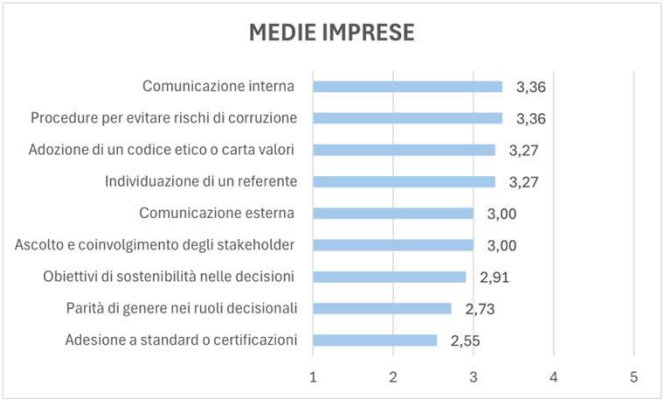
(*) La scala va da 1 a 5

Valori medi: Governance – fasce dimensionali

Valori medi micro imprese (*) – 150 aziende
0-9 dipendenti

Valori medi piccole imprese (*) – 70 aziende
10-49 dipendenti

Valori medi medie imprese (*) – 11 aziende
50-249 dipendenti



Confronto fasce dimensionali nella dimensione Governance: l'**adesione a standard o certificazioni** etiche esterne è la pratica poco attuata. La parità di genere è prioritaria nelle micro e piccole, mentre appare nelle ultime posizioni nelle medie imprese. Le medie imprese sono caratterizzate anche da maggior implementazione di procedure e strumenti formalizzati (rischio di corruzione, codice etico).

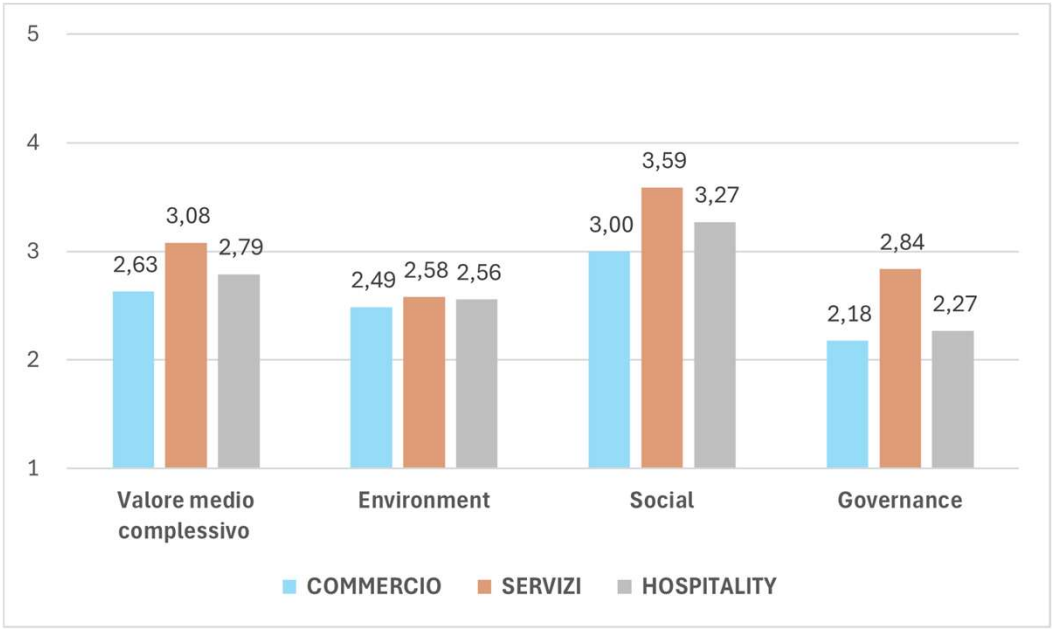
(*) La scala va da 1 a 5

Indice dei contenuti

1. PROFILO AZIENDE
2. RATING ESG: LIVELLO DI IMPLEMENTAZIONE DELLA SOSTENIBILITÁ
3. ANALISI FASCE DIMENSIONALI - DIMENSIONI ESG
4. **ANALISI SETTORI - DIMENSIONI ESG**
5. DRIVER E BARRIERE
6. CONCLUSIONI

Valori medi: ESG – settori

Valori medi (*): confronto settori , valore medio complessivo e tre dimensioni ESG



(*) La scala va da 1 a 5

- *Settore commercio* – 103 aziende
- *Settore servizi* – 60 aziende
- *Settore hospitality* – 68 aziende

Dal confronto tra settori emerge che la dimensione ***Environment*** è comparabile, mentre si hanno differenze maggiori sulle dimensioni ***Social*** e ***Governance***. I servizi presentano maggiori valori sia per Social che per Governance.

Valori medi: Environment – settori

Valori medi settore commercio (*) – 103 aziende

Valori medi settore servizi (*) – 60 aziende

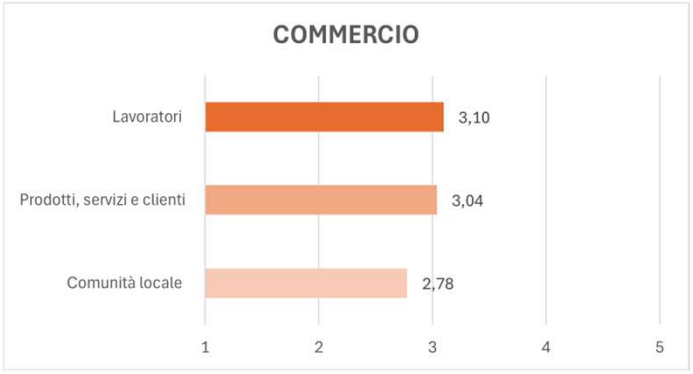
Valori medi settore hospitality (*) – 68 aziende

Per tutti i settori di riferimento, la **riduzione e** il **corretto trattamento dei rifiuti** assumono **maggiore grado di implementazione**, a discapito delle **certificazioni ambientali** che sono **meno adottate.** Nel settore servizi, rispetto agli altri due, vengono implementate di più pratiche di riduzione delle emissioni.

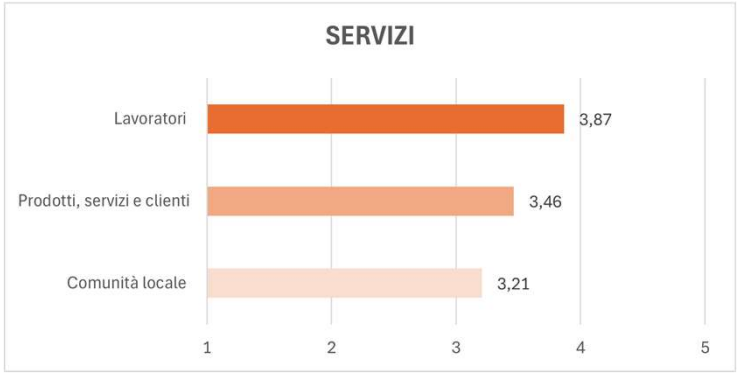
(*) La scala va da 1 a 5

Valori medi: Social – settori

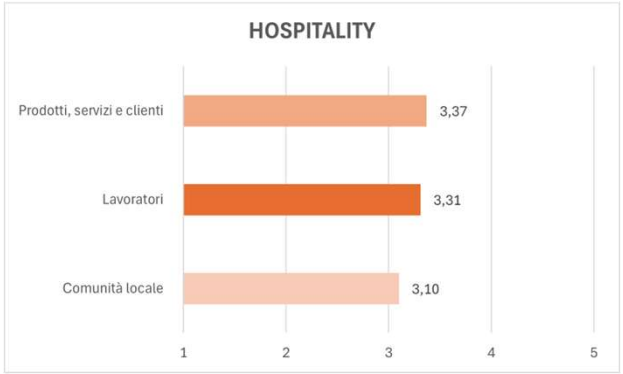
Valori medi settore commercio (*) – 103 aziende



Valori medi settore servizi (*) – 60 aziende



Valori medi settore hospitality (*) – 68 aziende



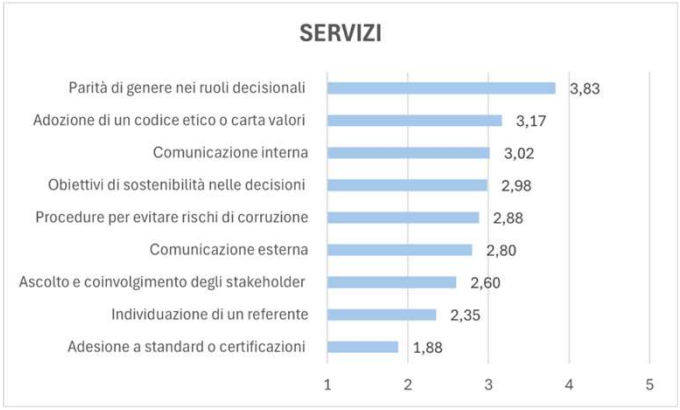
Le iniziative rivolte alla **comunità locale** assumono minor grado di attuazione, a differenza delle iniziative rivolte ai lavoratori per il settore del commercio e dei servizi e dei prodotti, servizi e clienti per il settore hospitality.

(*) La scala va da 1 a 5

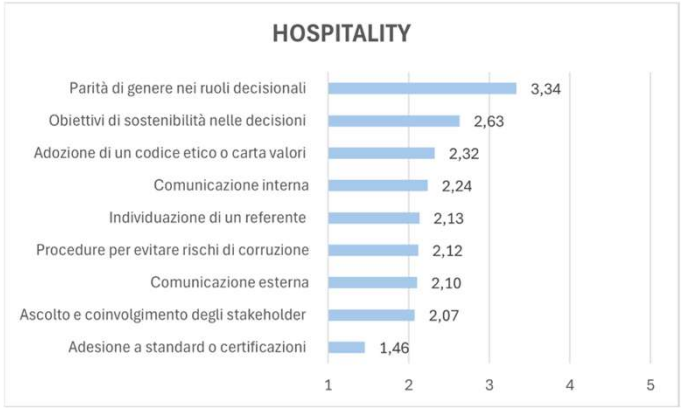
Valori medi: Governance – settori

Valori medi settore commercio (*) – 103 aziende

Valori medi settore servizi (*) – 60 aziende



Valori medi settore hospitality (*) – 68 aziende



Confronto settori nella dimensione Governance: la **parità di genere** nell'accesso ai **ruoli decisionali** risulta essere la pratica **più implementata**.

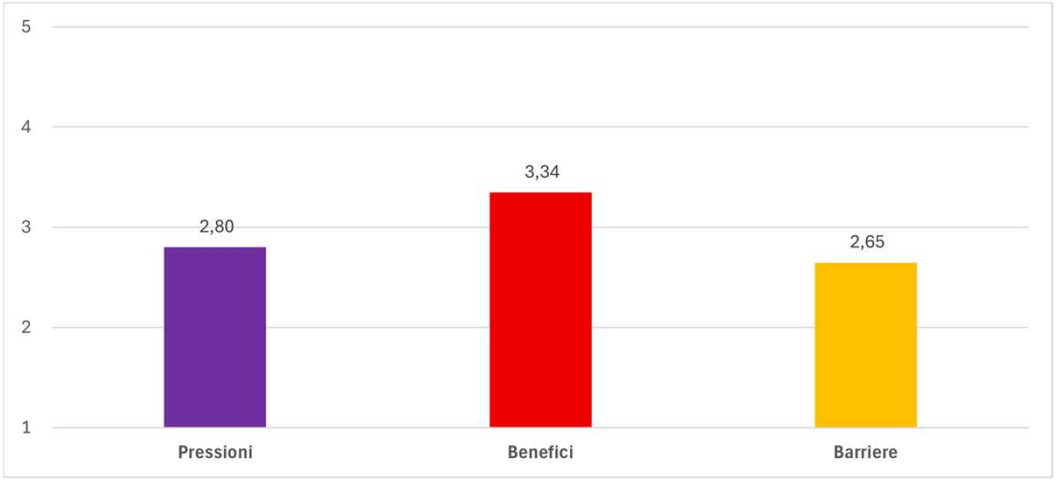
(*) La scala va da 1 a 5

Indice dei contenuti

1. PROFILO AZIENDE
2. RATING ESG: LIVELLO DI IMPLEMENTAZIONE DELLA SOSTENIBILITÁ
3. ANALISI FASCE DIMENSIONALI - DIMENSIONI ESG
4. ANALISI SETTORI - DIMENSIONI ESG
5. **DRIVER E BARRIERE**
6. CONCLUSIONI

Valori medi: Driver e barriere

Valori medi pressioni, benefici e barriere (*) – 231 aziende



(*) La scala va da 1 a 5

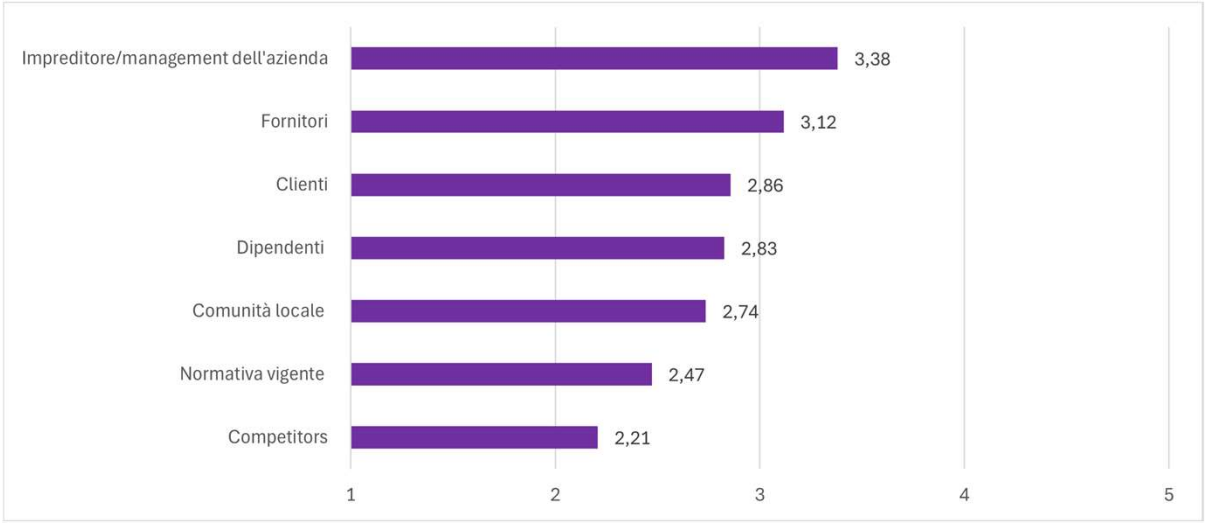
Pressioni, driver e barriere sono fattori in grado di incentivare (nel caso di pressioni e driver) o di ridurre (nel caso delle barriere) il ricorso a pratiche ESG.

Le analisi di questa sezione mettono in evidenza i **valori medi** delle tre dimensioni complessive - pressioni, benefici e barriere - sia nel loro insieme, sia nei singoli costrutti che le compongono.
L'analisi è stata articolata anche per fasce dimensionali e settori di riferimento.

Nel complesso, i **benefici attesi** risultano quelli con i **punteggi medi più elevati,** indicando che le aziende percepiscono più vantaggi che difficoltà.

Valori medi: Pressioni

Valori medi costrutti pressioni interne ed esterne (*) – 231 aziende



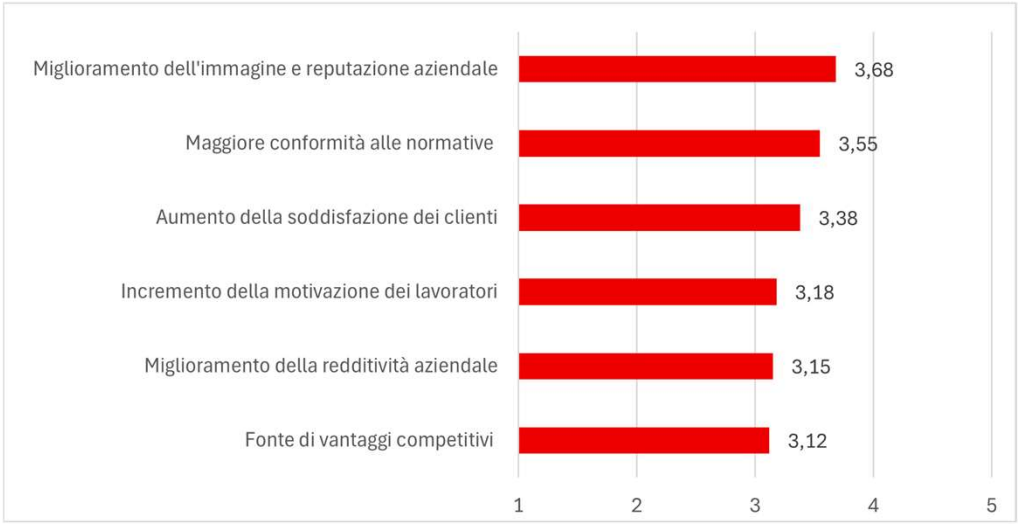
Per quanto riguarda le **pressioni interne ed esterne**, le spinte percepite come più significative provengono dall'**imprenditore e** dal **management dell'azienda**, sottolineando come siano principalmente le **leve interne** a guidare l'adozione delle pratiche ESG.

Al contrario, le **pressioni** provenienti dai **competitors** risultano essere le **meno avvertite**.

(*) La scala va da 1 a 5

Valori medi: Benefici

Valori medi costrutti benefici attesi (*) – 231 aziende



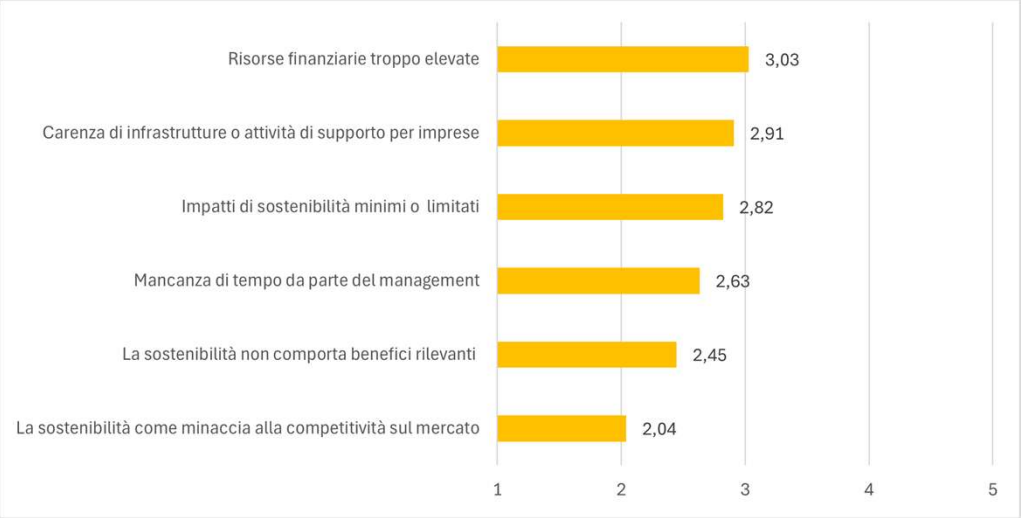
Relativamente ai **benefici attesi**, le imprese mostrano una forte convinzione che l'adozione e l'implementazione di **pratiche sostenibili** possano contribuire al **miglioramento** dell'**immagine e** della **reputazione aziendale**.

Viceversa, l'interesse verso queste pratiche come **fonte di vantaggi competitivi** risulta **meno marcato**.

(*) La scala va da 1 a 5

Valori medi: Barriere

Valori medi costrutti barriere e limitazioni all'implementazione (*) – 231 aziende



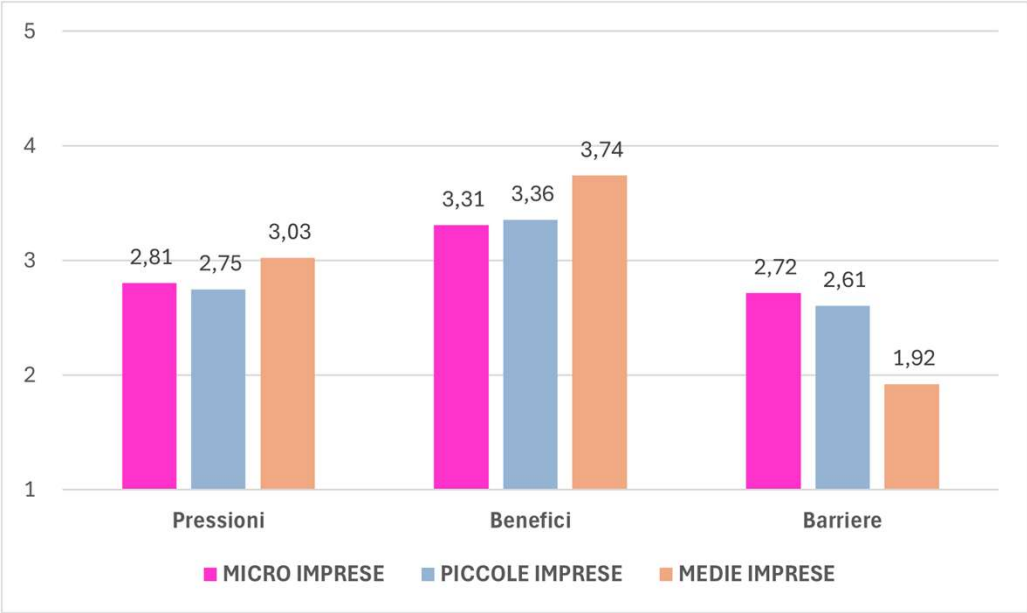
Infine, tra le principali **barriere e limitazioni all'implementazione** di iniziative sostenibili emerge l'**elevato fabbisogno di risorse finanziarie**, percepito frequentemente come un ostacolo concreto, soprattutto dalle realtà di dimensioni più ridotte.

Al contrario, la **sostenibilità non** viene **considerata come una minaccia alla competitività sul mercato**.

(*) La scala va da 1 a 5

Valori medi: Driver e barriere – fasce dimensionali

Valori medi (*): confronto fasce dimensionali e driver e barriere



(*) La scala va da 1 a 5

Micro imprese – 150 aziende: 0-9 dipendenti;

Piccole imprese – 70 aziende: 10-49 dipendenti;

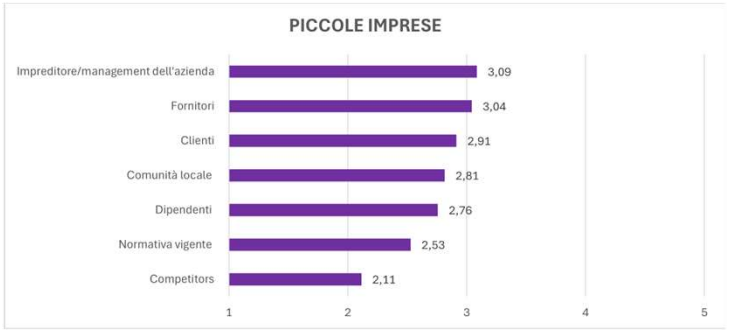
Medie imprese – 11 aziende: 50-249 dipendenti.

Al crescere della dimensione **aumentano i benefici** percepiti e **si riducono le barriere**. Le medie imprese percepiscono poi **maggiori pressioni** rispetto alle altre.

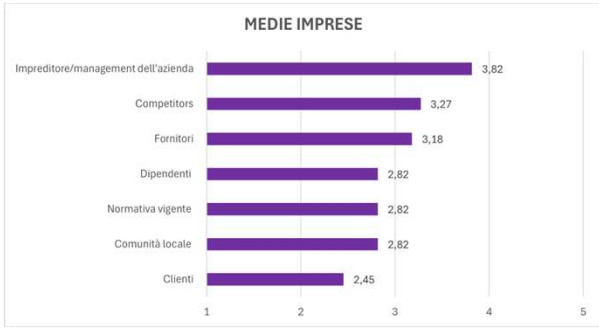
Valori medi: Pressioni – fasce dimensionali

Valori medi micro imprese (*) – 150 aziende
0-9 dipendenti

Valori medi piccole imprese (*) – 70 aziende
10-49 dipendenti



Valori medi medie imprese (*) – 11 aziende
50-249 dipendenti



Le dinamiche di percezione si mostrano coerenti e piuttosto uniformi tra le varie fasce dimensionali: l'**adozione** delle **pratiche ESG** è trainata principalmente da **pressioni interne**. In particolare, è l'**imprenditore** insieme al **management** a promuovere e sostenere il cambiamento.
La seconda spinta viene dai competitors nelle medie imprese, dai fornitori (quindi presumibilmente dal settore manifatturiero, nel caso di aziende del commercio) nelle piccole e micro.

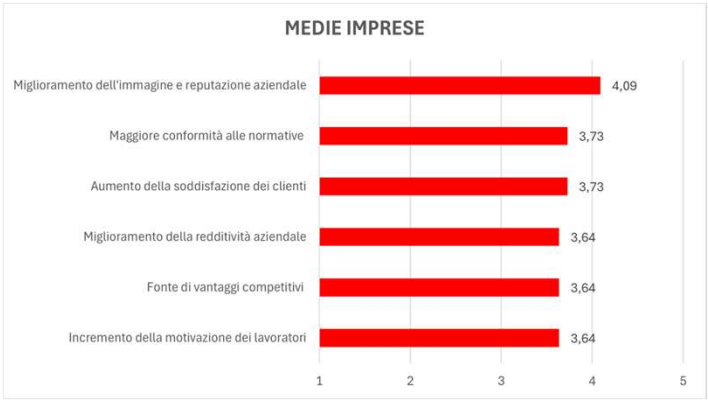
(*) La scala va da 1 a 5

Valori medi: Benefici – fasce dimensionali

Valori medi micro imprese (*) – 150 aziende
0-9 dipendenti

Valori medi piccole imprese (*) – 70 aziende
10-49 dipendenti

Valori medi medie imprese (*) – 11 aziende
50-249 dipendenti



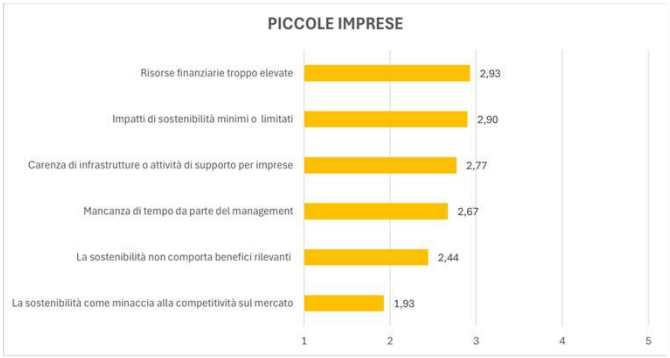
I **benefici attesi** dall'implementazione della sostenibilità sono percepiti principalmente sotto il **profilo reputazionale**; seguono per tutte Le fasce dimensionali, la conformità alle normative e la soddisfazione dei clienti.

(*) La scala va da 1 a 5

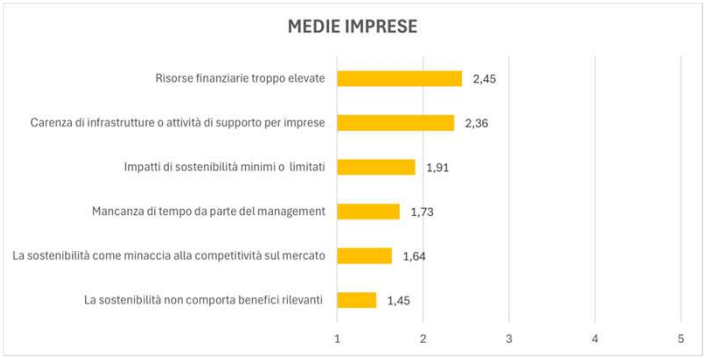
Valori medi: Barriere – fasce dimensionali

Valori medi micro imprese (*) – 150 aziende
0-9 dipendenti

Valori medi piccole imprese (*) – 70 aziende
10-49 dipendenti



Valori medi medie imprese (*) – 11 aziende
50-249 dipendenti

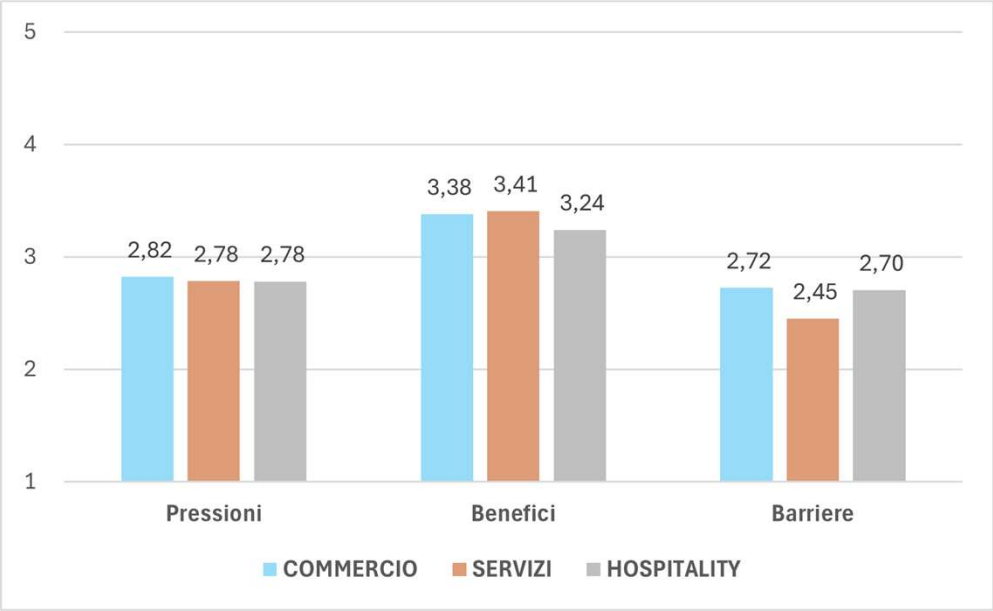


Infine, l'**elevato impiego di risorse finanziarie** rappresenta la **barriera** percepita come **più rilevante**.

(*) La scala va da 1 a 5

Valori medi: Driver e barriere – settori

Valori medi (*): confronto settori e driver e barriere



(*) La scala va da 1 a 5

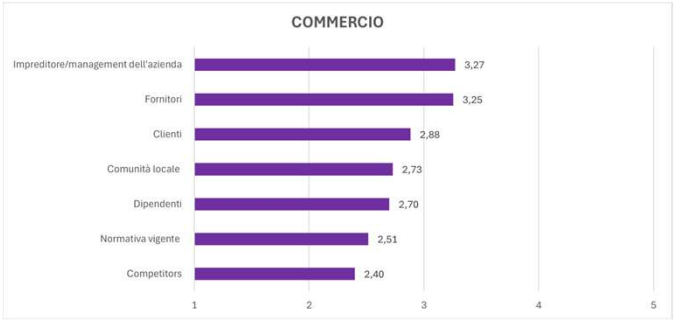
L'analisi è stata effettuata anche considerando i settori di appartenenza delle imprese:

- *Settore commercio* – 103 aziende
- *Settore servizi* – 60 aziende
- *Settore hospitality* – 68 aziende

Nei **servizi** si riscontrano i **maggiori benefici** e le **minori barriere**.

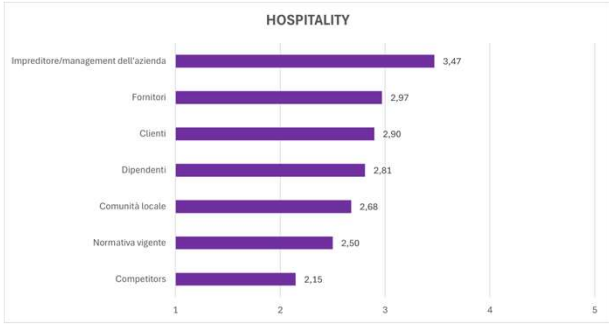
Valori medi: Pressioni – settori

Valori medi settore commercio (*) – 103 aziende



Valori medi settore servizi (*) – 60 aziende

Valori medi settore hospitality (*) – 68 aziende



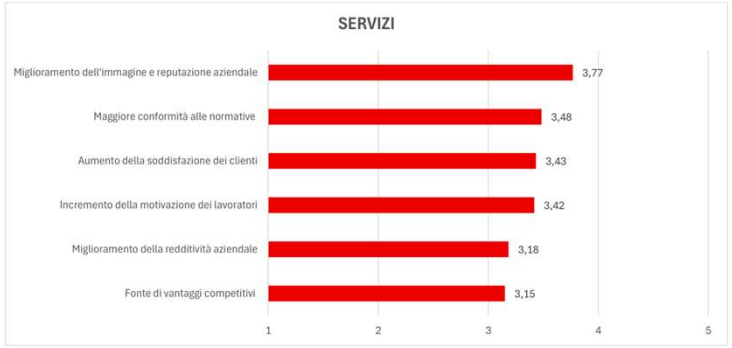
I risultati ottenuti confermano quanto emerso per le diverse fasce dimensionali: in ciascuno dei tre settori analizzati, le **pressioni interne più rilevanti** provengono dall'**imprenditore e** dal **management**. Al contrario, la **pressione esterna percepita come meno rilevante** è quella esercitata dai **concorrenti**.

(*) La scala va da 1 a 5

Valori medi: Benefici – settori

Valori medi settore commercio (*) – 103 aziende

Valori medi settore servizi (*) – 60 aziende



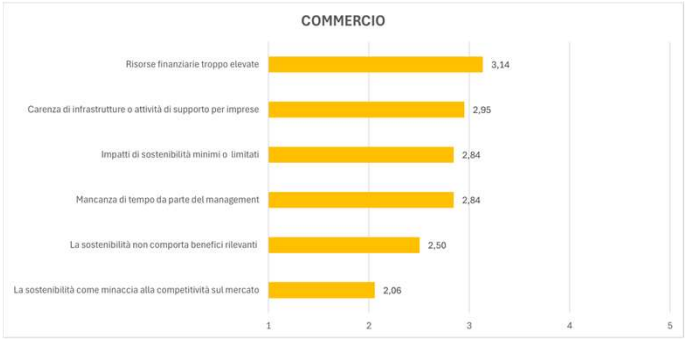
Valori medi settore hospitality (*) – 68 aziende

Il **beneficio atteso** più riconosciuto è il **miglioramento** dell'**immagine e** della **reputazione aziendale**.

(*) La scala va da 1 a 5

Valori medi: Barriere – settori

Valori medi settore commercio (*) – 103 aziende



Valori medi settore servizi (*) – 60 aziende

Valori medi settore hospitality (*) – 68 aziende

Analogamente, la **barriera più rilevante** è rappresentata dall'**elevato fabbisogno di risorse finanziarie** richiesto per l'implementazione delle pratiche sostenibili. Tuttavia, nel **settore dei servizi** emerge una **differenza significativa**: la **principale barriera** è la percezione di un **impatto della sostenibilità minimo o** comunque **limitato**.

(*) La scala va da 1 a 5

Indice dei contenuti

1. PROFILO AZIENDE
2. RATING ESG: LIVELLO DI IMPLEMENTAZIONE DELLA SOSTENIBILITÁ
3. ANALISI FASCE DIMENSIONALI - DIMENSIONI ESG
4. ANALISI SETTORI - DIMENSIONI ESG
5. DRIVER E BARRIERE
6. **CONCLUSIONI**

In sintesi...

Profilo aziende

- La maggior parte delle imprese analizzate opera nel settore del **commercio**, è stata fondata **tra il 1995 e il 2019** ed è costituita da **micro imprese**;

Rating ESG: implementazione della sostenibilità aziendale

- Il **valore medio complessivo** è pari a **2,80**, con il punteggio più alto registrato nella dimensione ***Social***, in particolare nelle iniziative a favore dei **lavoratori**, soprattutto in ambito di **salute e sicurezza sul lavoro**;

Analisi fasce dimensionali – dimensioni ESG

- Il **valore medio complessivo più alto** si riscontra nelle **medie imprese**, mentre nelle **piccole imprese** la dimensione con il punteggio più elevato è quella ***Social***;

Analisi settori – dimensioni ESG

- Il **valore medio complessivo maggiore** si ha nei **servizi** e la dimensione con punteggio elevato è la ***Social*** nello stesso settore;

Driver e barriere

- I **benefici** derivanti dall'implementazione della sostenibilità sono **percepiti più delle difficoltà e delle pressioni**, soprattutto per quanto riguarda la **reputazione**.

Grazie per la vostra attenzione!

Se volete rimanere aggiornati sulle attività del nostro dipartimento, seguiteci sul nostro profilo LinkedIn

https://www.linkedin.com/company/dea-univr/

e visitate il nostro sito

Ricerca, innovazione e formazione per accompagnare le imprese di domani

UNIVERSITÀ di VERONA | Dipartimento di MANAGEMENT

CONFCOMMERCIO VICENZA

EBST Ente Bilaterale Settore Terziario - Vicenza