

«Con Aristotele l'economia sorse dall'etica. Ora le carte sembrano capovolte: una nuova etica emerge dalla bioeconomia e il suo comandamento è: Ama la tua specie come te stesso»

Nicholas Georgescu-Roegen (1983)

BI ECONOMIA

Insight da una survey sulle imprese



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE



Cluster italiano della Bioeconomia circolare

1

Quasi **due terzi** delle imprese nascono come totalmente o parzialmente BIO

Ma **quasi un 40%** adotta questa scelta successivamente alla costituzione per sfruttarne le opportunità

Le imprese della bioeconomia producono beni utilizzando totalmente o in parte risorse biologiche e/o materie di origine naturale

UNA SEGMENTAZIONE DELL'UNIVERSO BIO BASED

Le imprese 3B (Born Bio Based) e quelle New Bio Based (valori %)



Imprese nate con caratteristiche di bioeconomia

3B

Imprese trasformate successivamente in impresa di bioeconomia

NEW BIO



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE CAMERE DI COMMERCIO GUGLIELMO TAGLIACARNE

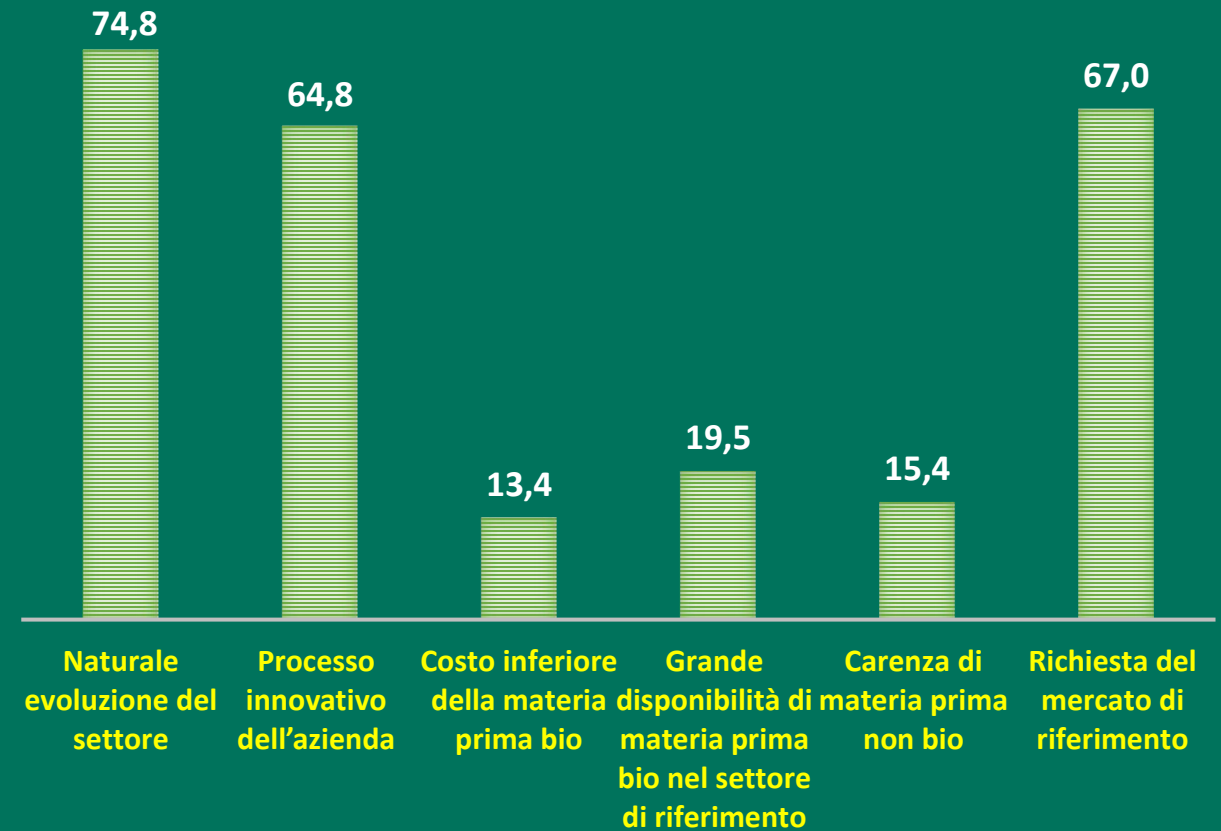
La “trasformazione” è sostanzialmente il frutto di esigenze del mercato: **75%** la indica come una forma di evoluzione naturale del settore; il **67%** in ragione della domanda del mercato, seguita dalla scelta di innovare nel processo produttivo aziendale.

Minori gli aspetti legati alla convenienza di costo evidenziati da meno del **20%** delle imprese.

Un segnale che può indicare una scelta consapevole, non guidata dallo sfruttamento di convenienze di costo della materia prima, o da eventuali carenze nel reperimento delle stesse.

LA MOTIVAZIONE A TRASFORMARSI IN BIO LOGICA «OPPORTUNITY DRIVEN» PIUTTOSTO CHE «NECESSITY DRIVEN»

Sviluppo dei prodotti a base bio: le motivazioni delle imprese (valori%) *



* Per ogni modalità è riportata la percentuale di imprese che ha risposto affermativamente.

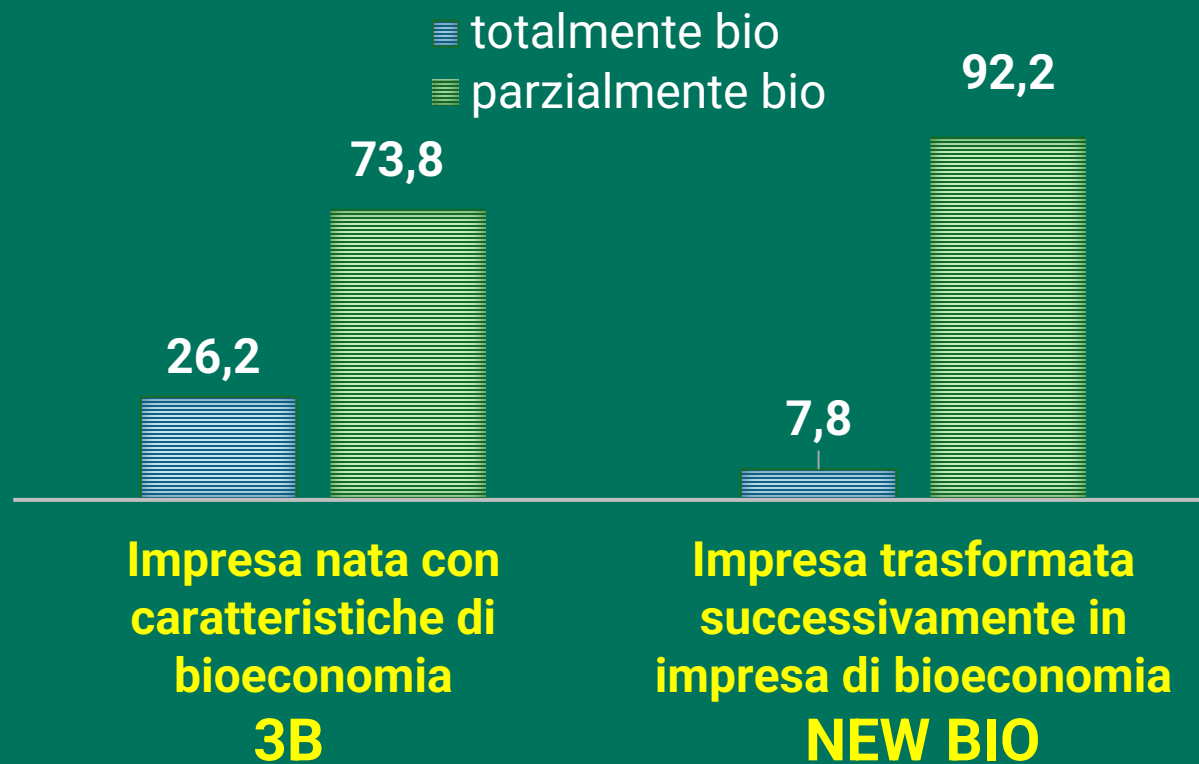


Le imprese che utilizzano **parzialmente** risorse biologiche e/o materie prime di origine naturale inclusi gli scarti sono l'**80,8%**. Tra queste prevalgono quelle successivamente trasformatesi in bio (92,2%)

Le imprese che utilizzano **totalmente** risorse biologiche e/o materie prime di origine naturale inclusi gli scarti sono l'**19,2%**. Oltre un quarto delle imprese bio-native è "totalmente bio" (26,2%).

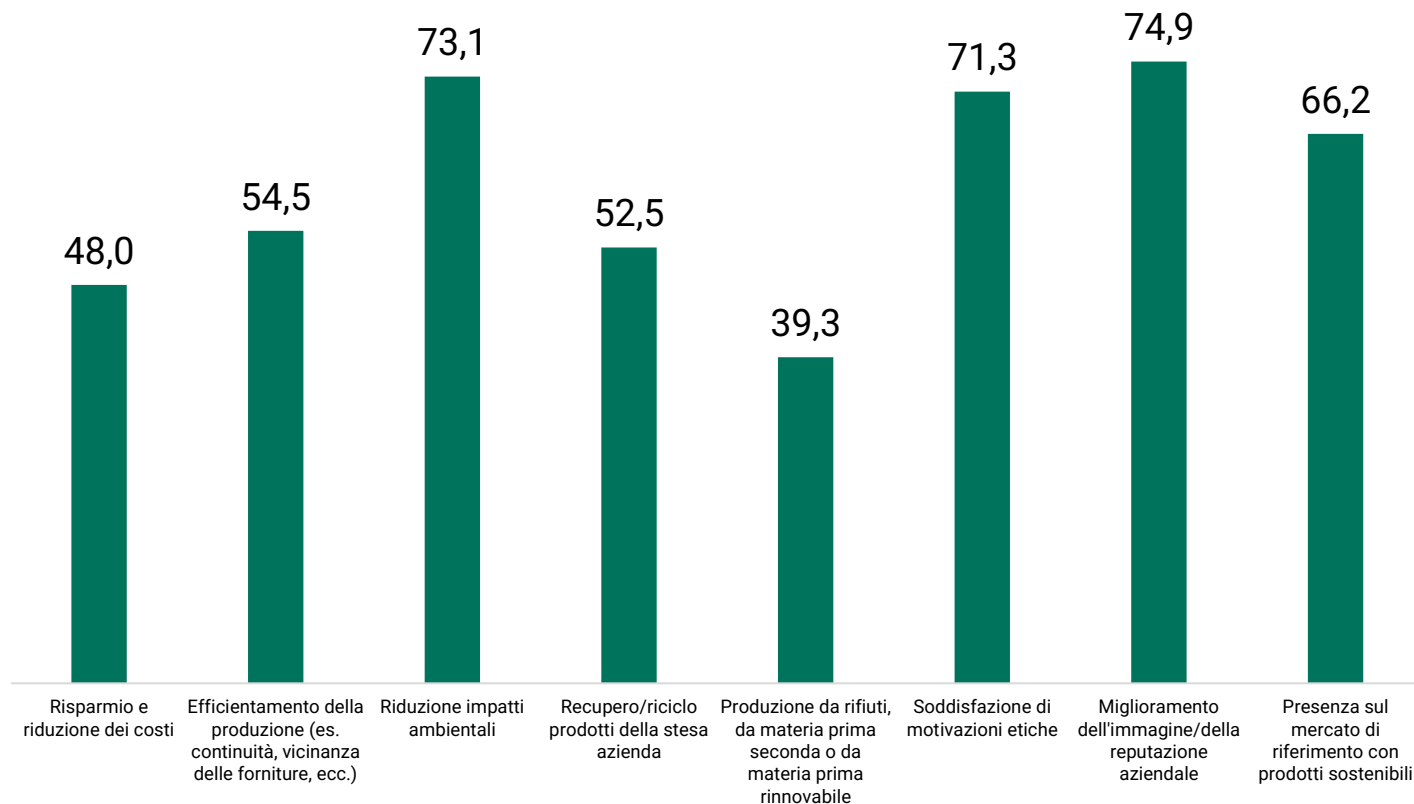
LE IMPRESE FULL E QUELLE PARZIALMENTE BIO

Ripartizione delle imprese 3B e NEW BIO secondo la prevalenza della produzione bio (valori %)



4 I vantaggi del biobased

Vantaggi generati dalla produzione a base bio (domanda a risposta multipla)



- Il principale vantaggio del biobased riguarda la **competitività** ("Miglioramento dell'immagine e della reputazione aziendale"; 74,9%), seguita da **vantaggi di tipo ambientale** ('Riduzione impatti aziendali; 73,1%) **ed etico** ('soddisfazione legate a motivazioni etiche; 71,3%).
- La metà delle imprese vede nel bio vantaggi legati al **miglioramento del processo produttivo**: "Efficientamento della produzione" (54,5%), riciclo (52,5%), e "Risparmio/riduzione dei costi" (48,0%).



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GIUGLIAMO TAGLIACARNE



Nelle produzioni **full biobased**, spicca la concentrazione nel settore alimentare, tabacco e bevande (31%).

Seguono i settori legno e prodotti in legno (16,7%), carta e prodotti in carta (13%) e tessile (10,7%).

Viceversa, tra le **imprese parzialmente bio**, prevalgono i settori dell'edilizia (13,3%), dei mobili (11,4%) e della gomma e plastica (11,4%).

LE IMPRESE SEMI BIO E FULL BIO NEI SETTORI

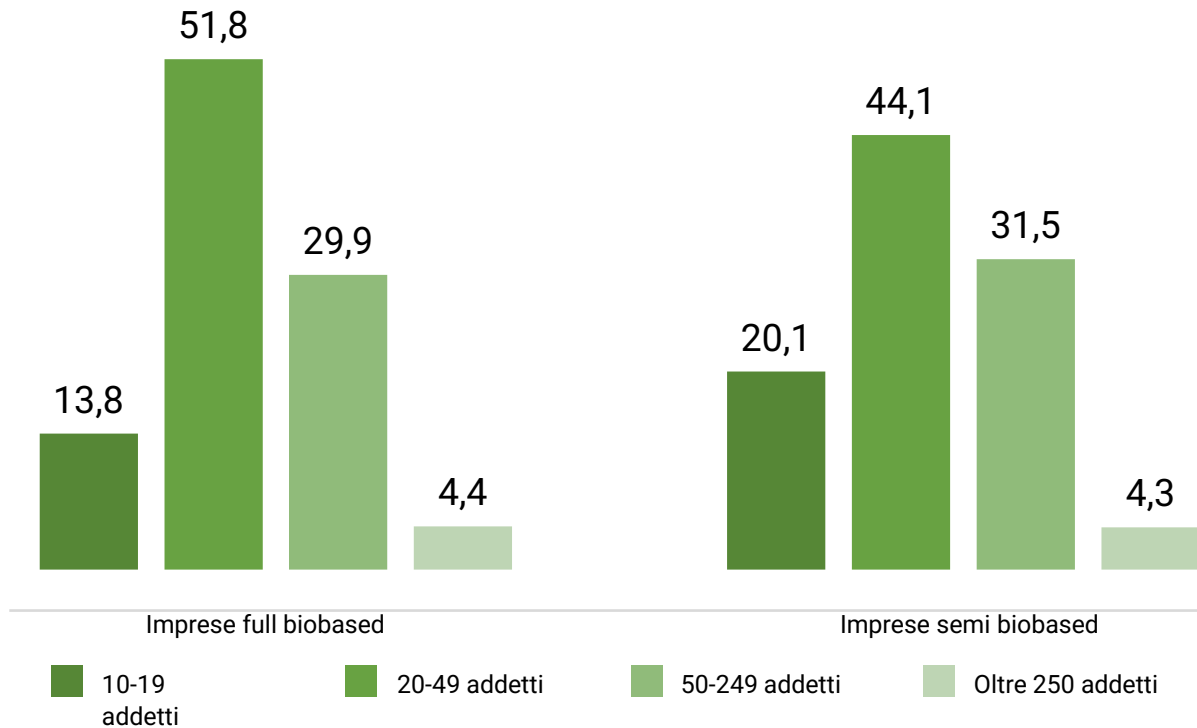
Primi settori per presenza di PARZIALMENTE BIO e FULL BIO (valori %)



SEMI BIO FULL BIO

6 Le piccole imprese più semi biobased, le medio piccole più full biobased

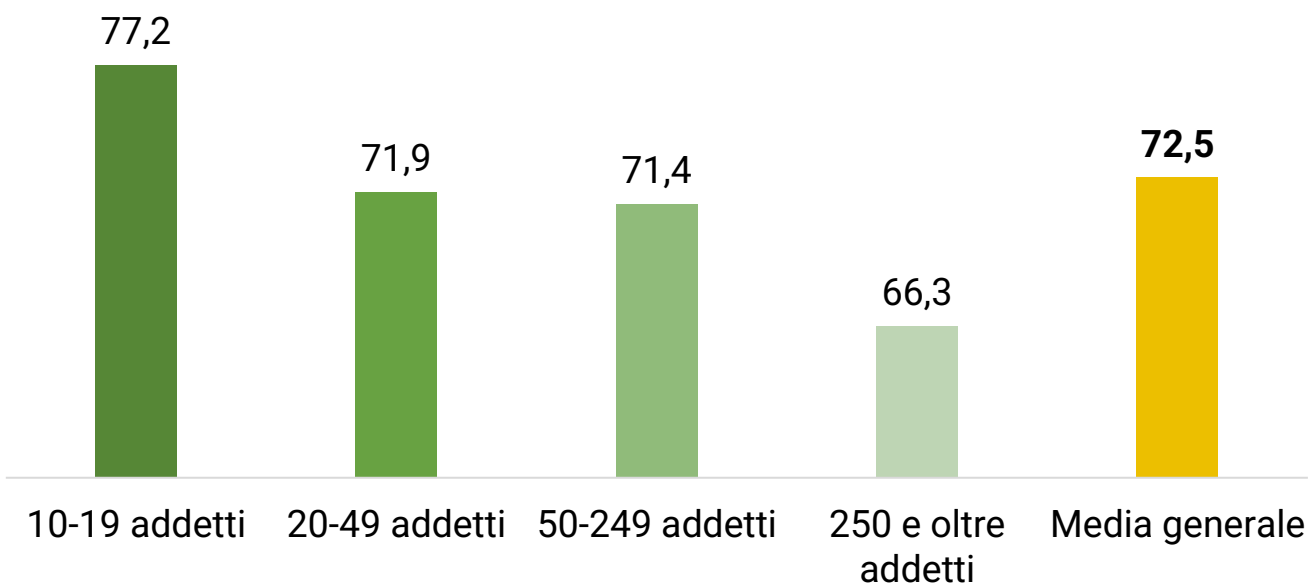
Distribuzione percentuale delle imprese per classe dimensionale, nelle imprese full biobased e semi biobased



La quota di imprese di minore dimensione (10-19 addetti) è più elevata tra le semi biobased (20,1% contro il 13,8% delle full biobased), mentre la quota relativa alla fascia 20-49 addetti è più alta tra le full biobased (51,8% vs 44,1%).

7 Bioeconomia, un'opportunità di mercato per le piccole imprese

Imprese che producono per il mercato finale, per classe dimensionale

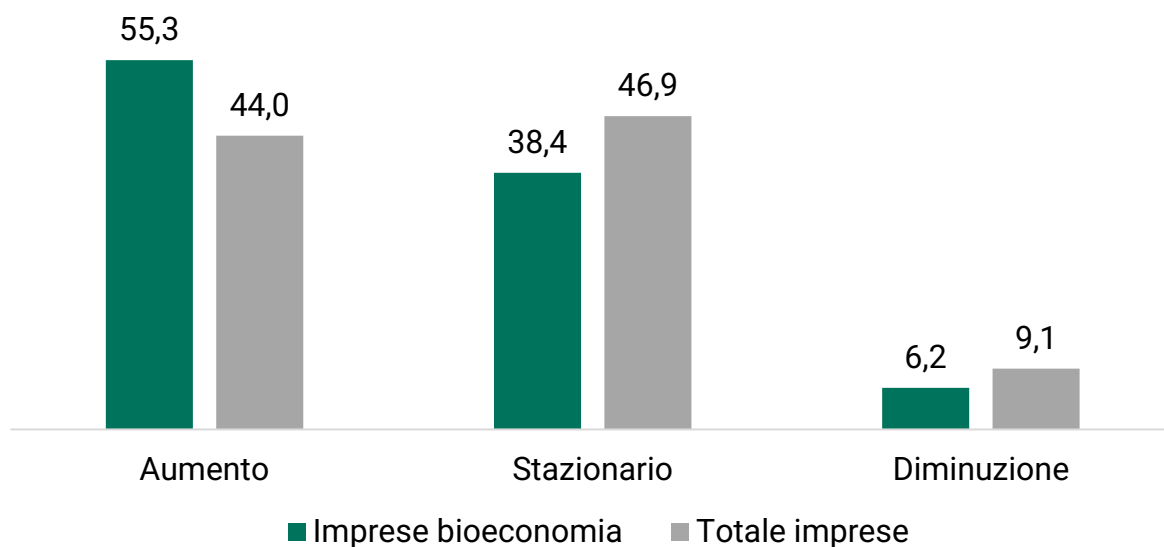


- Il 72,5% delle imprese produce per il mercato finale.
- Tale percentuale tende a diminuire all'aumentare della dimensione aziendale: dal 77,2% nella classe 10-19 addetti al 66,3% nella classe con 250 addetti e oltre.
- **Abbigliamento (87,4%), Alimentare, bevande e tabacco (86,7%), Edilizia (86,4%) e Mobilio (81,9%): i settori a maggior produzione per il mercato finale.**

8

La scelta bio migliora la resilienza d'impresa

Andamento del fatturato 2022 delle imprese della bioeconomia confrontato con il totale delle imprese (valori %)



Nelle imprese della bioeconomia c'è una maggiore concentrazione di quelle che **registrano un aumento di fatturato** (55,4% contro il 44%) e una minore presenza di situazioni di diminuzione.

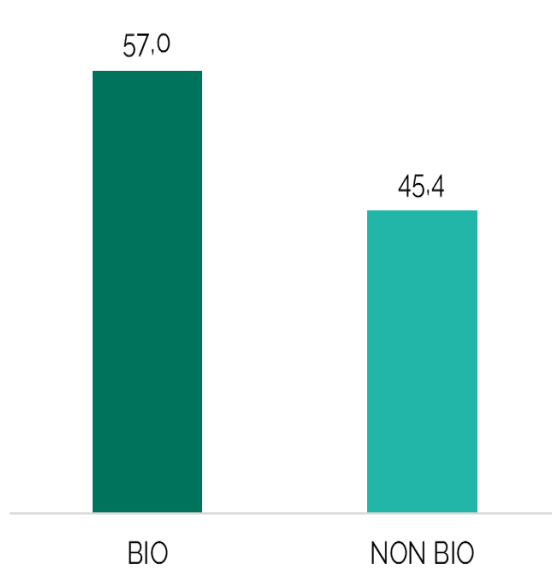
Solo il 6,2% delle bio **riduzione di fatturato** contro 9,2% del complesso delle imprese

9

Il bio vince nella duplice transizione

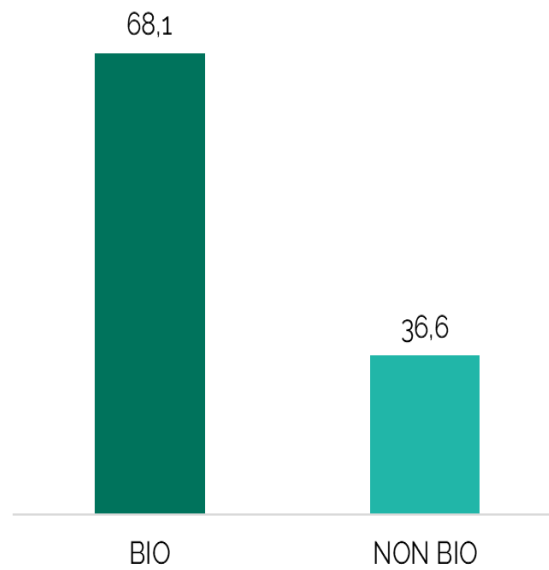
TRANSIZIONE DIGITALE

Quota percentuale di imprese che investono in tecnologie 4.0, imprese bio vs non bio



TRANSIZIONE GREEN

Quota percentuale di imprese che investono nel green, imprese bio vs non bio

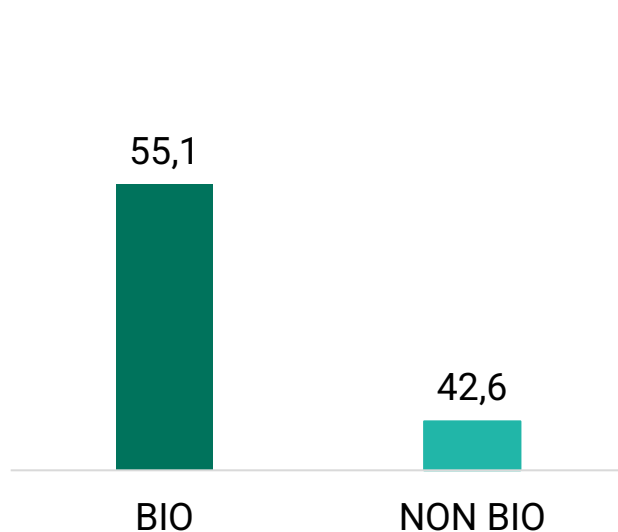


Inoltre:

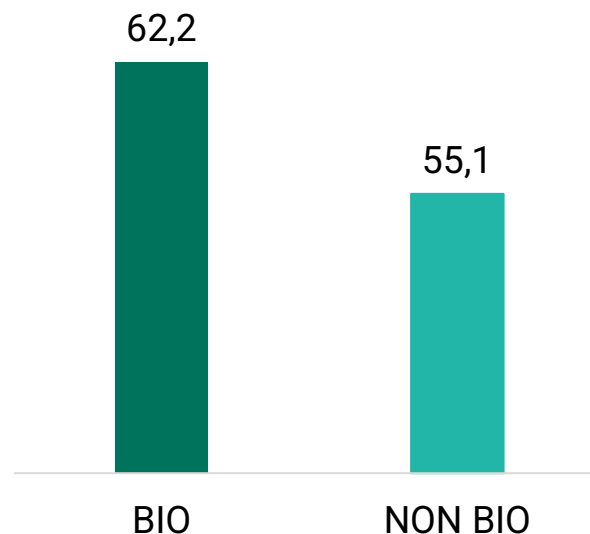
il 20,7% delle imprese BIO (vs il 6,5% delle NON BIO) affida la gestione della sostenibilità ambientale a una o più figure preposte (manager della sostenibilità, comitato sostenibilità, comitato rischi e sostenibilità);

10 L'attenzione al capitale umano

Quota percentuale di imprese che investono* in attività di welfare aziendale, imprese bio vs non bio



Quota percentuale di imprese che investono* in formazione**, imprese bio vs non bio



* nel periodo 2017-2021 e/o vi sta investendo nel periodo 2022-2024

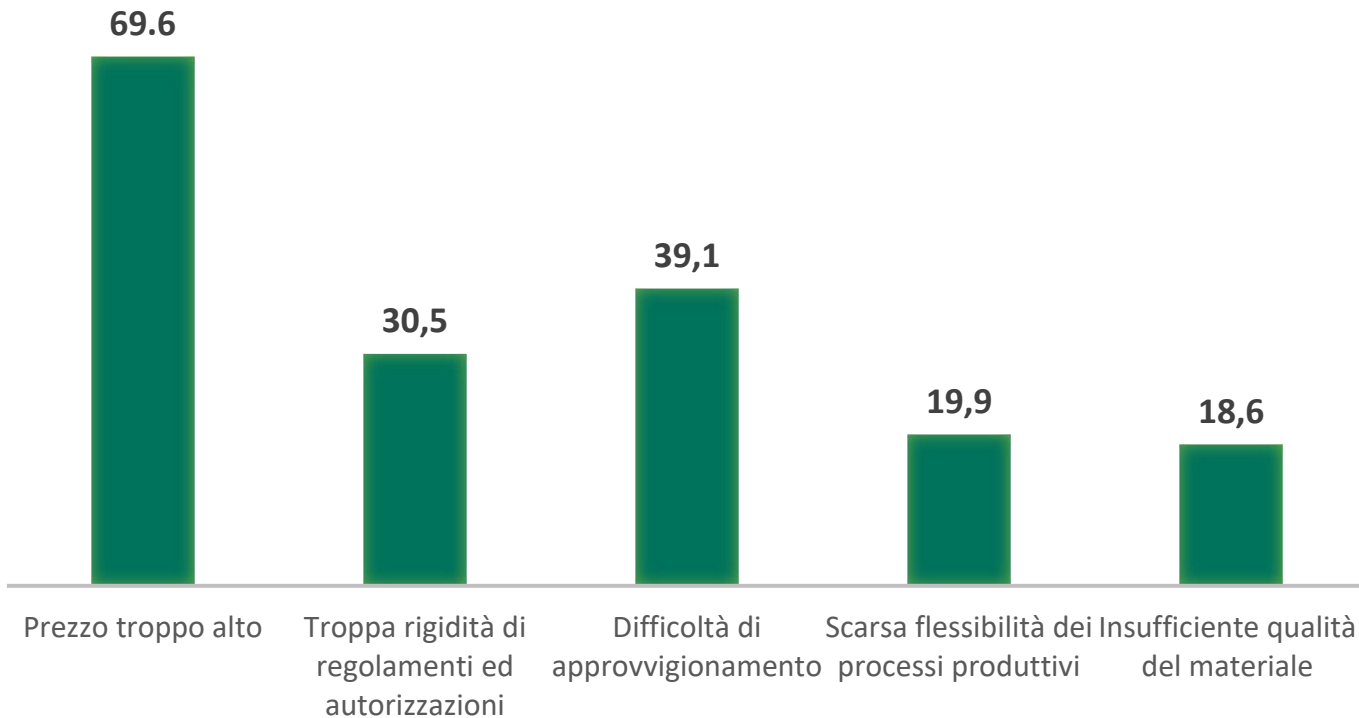
** in almeno una tipologia tra re-skilling, up-skilling, intrapreneurship, manageriale

- Le imprese biobased hanno una visione più umano-centrica poiché più impegnate nel welfare aziendale e nella formazione.
- Il **55,1%** delle imprese biobased investe in attività che favoriscono la salute e/o il benessere dei lavoratori (welfare aziendale) e la conciliazione casa-lavoro oltre a quanto specificatamente previsto dalla legge (vs il **42,6%** delle non biobased).
- Il **62,2%** delle imprese BIO investe in formazione per i propri dipendenti (vs il **55,1%** delle NON BIO).

11

Ma ci sono ostacoli: prioritario il costo della produzione bio

Principali ostacoli incontrati nella produzione bio-based (valori %)



Il 70% segnala il costo delle materie prime e ci sono vincoli di approvvigionamento (quasi 40%), ma quasi un terzo sottolinea le rigidità burocratiche

All'ultimo posto la scarsa qualità del materiale



UNIONCAMERE



Policy richieste dalle imprese per aumentare la bioeconomia nel sistema imprenditoriale (domanda a risposta multipla)



- La maggior parte delle imprese richiede sostegno finanziario: per riconversioni produttive e diffusione di tecnologie (rispettivamente **44,4%** e **31,5%** delle imprese).
- Ma anche definizione di una **strategia complessiva nazionale (30,3%)**, supporto alla formazione specifica (29,0%) e una sensibilizzazione dei consumatori/opinione pubblica (28,7%).
- Poco più di un'impresa su quattro (26,4%) avverte la necessità di potenziare la diffusione della cultura della bioeconomia all'interno delle aziende.

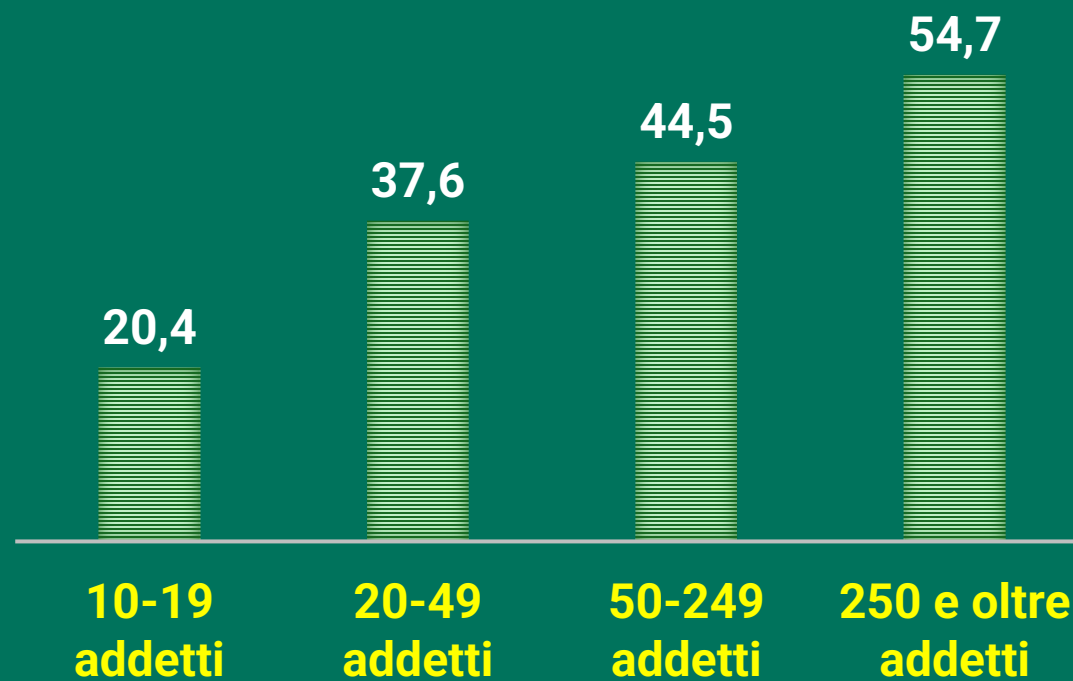


37% delle imprese della bioeconomia amplierà la produzione biobased nei prossimi tre anni. L'incidenza delle imprese è minima nella classe di addetti 10-19 (20,4%) – e massima tra quelle con oltre 250 addetti (54,7%).



BIO: UNA SCELTA DI OPPORTUNITÀ IN PROSPETTIVA. MENO PER LE PIÙ PICCOLE

Ripartizione delle imprese per classe dimensionale secondo la previsione di ampliamento della produzione nei prossimi tre anni (valori%)



Grazie per l'attenzione



UNIONCAMERE



SPRING

Consorzio Italiano della Biscottaria di Cagliari



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

