

Consumatori, famiglie e CSR



**FAMIGLIA
CRISTIANA**

Episteme.

MONICA FABRIS

15 ottobre 2014 – Auditorum Periodici San Paolo

L'evoluzione della CSR

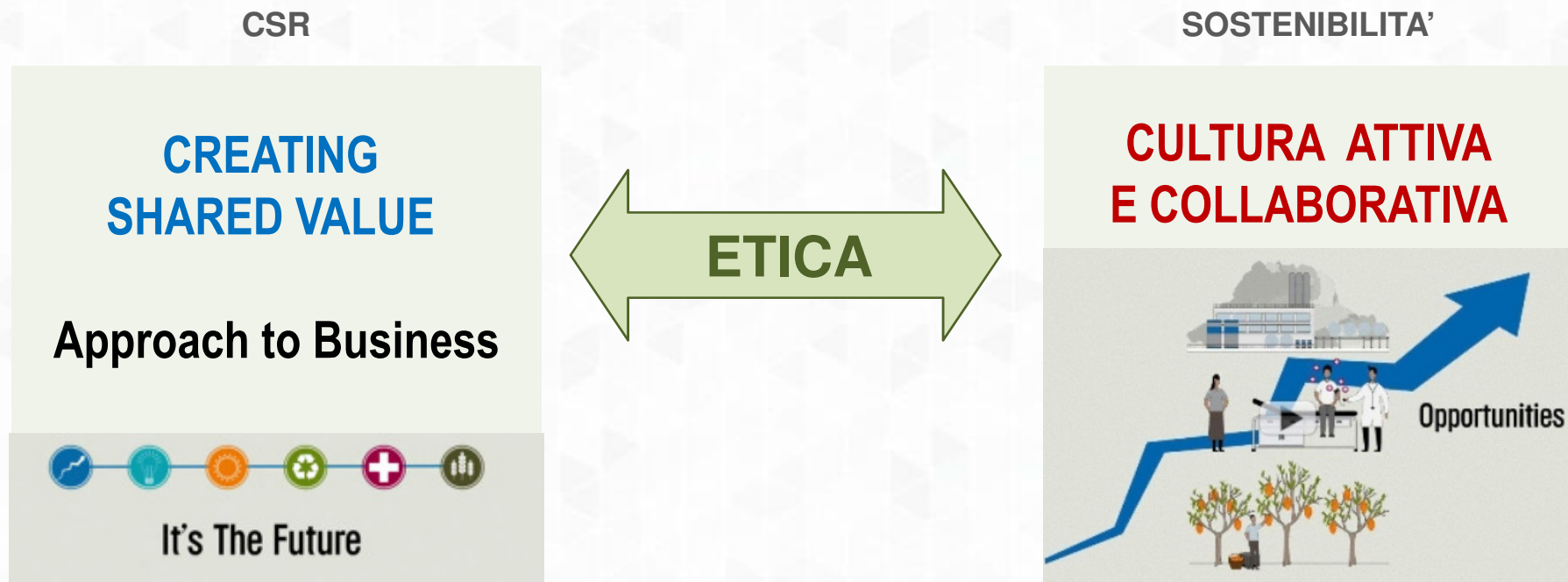


Qual'è la domanda a cui rispondere

Il senso della CSR nell'attuale situazione storica

CSR e Sostenibilità

Due dimensioni che crescono insieme: tanto più si diffonde una cultura sociale della sostenibilità, tanto più la CSR estende il suo perimetro e la sua funzione



Il parallelismo tra individuale e sociale

Ciò che sembra maggiormente sorprendere è l'affermazione del parallelismo e del dialogo costante tra **stile di vita individuale e modello di sviluppo economico**:

- Sono diventati ambiti che si confrontano e **condividono le stesse direttrici valoriali, crescendo pari passo**

STILE DI VITA INDIVIDUALE



MODELLO DI SVILUPPO ECONOMICO



riappropriazione del tempo
socialità ecologia
fiducia nelle tecnologie
cura di sé e degli altri

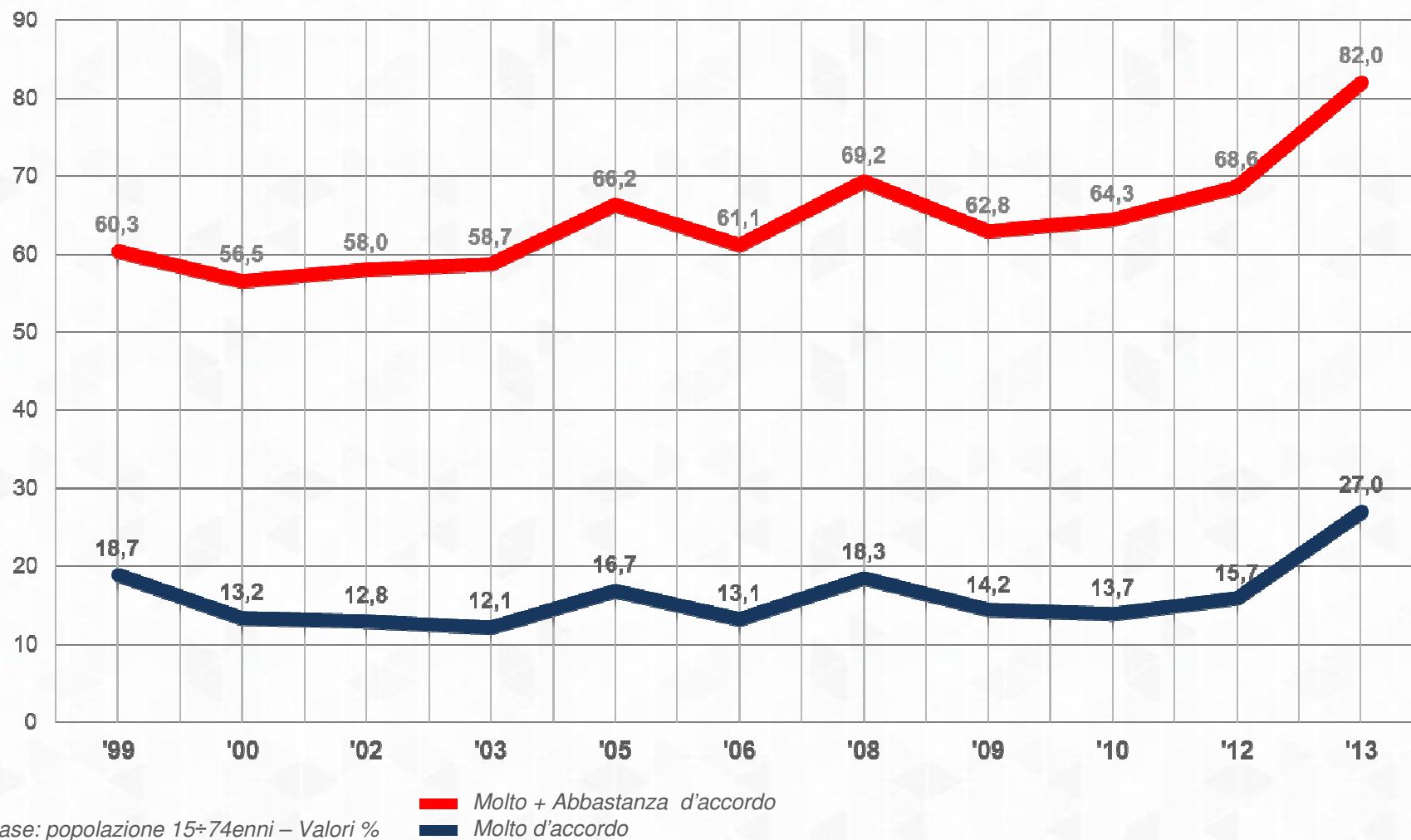
Cosa significa parlare oggi di sostenibilità



- Possiamo dire a ben ragione di essere entrati nell'epoca della sostenibilità:
 - Si è ampliato il significato
 - È diventata la questione cruciale

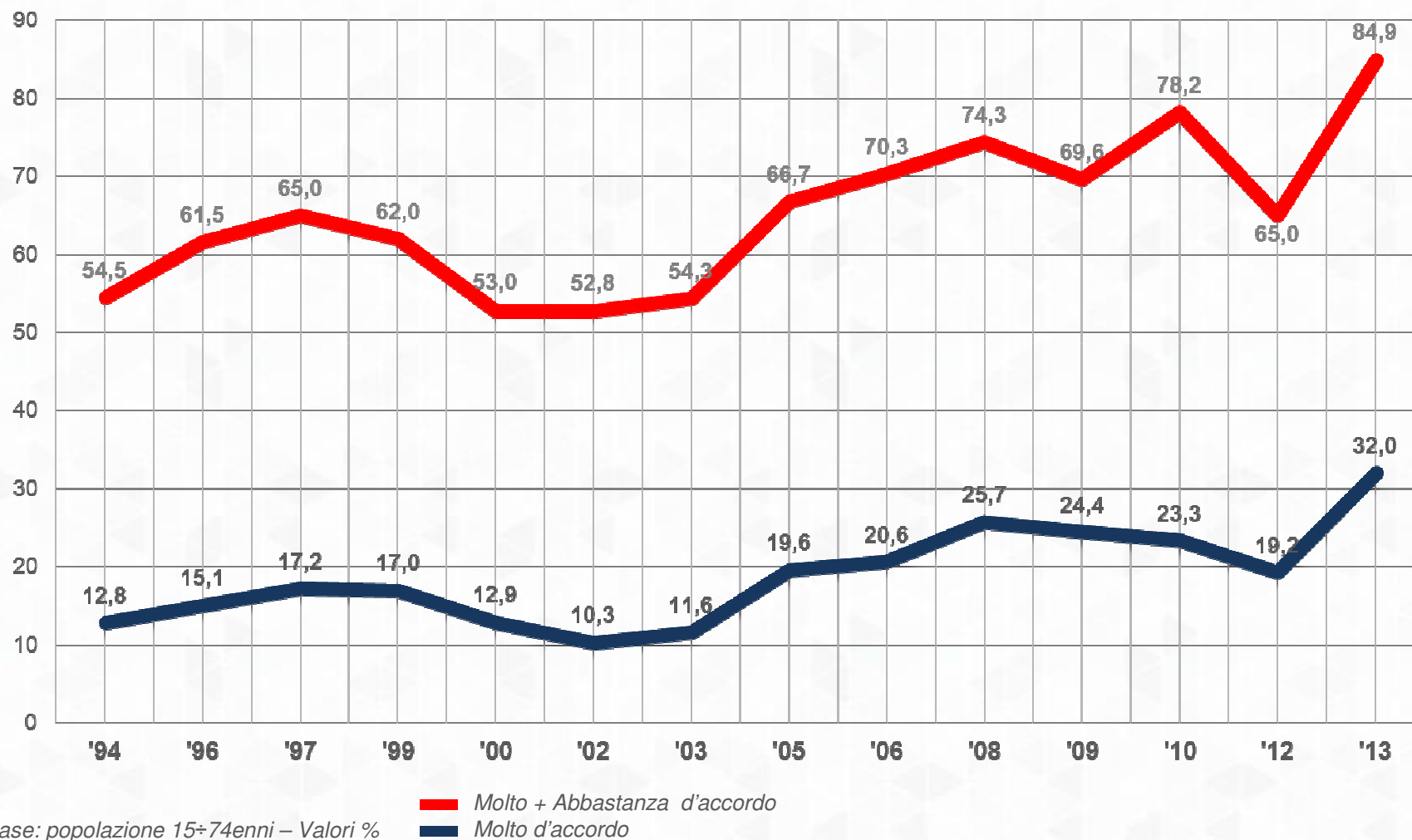
▣▣▣▣ La consapevolezza diffusa dell'insostenibilità del sistema ha portato in primo piano questo paradigma

«Ho paura che il futuro non ci riservi nulla di buono»



FUTURO VS PRESENTE:

«Le prossime generazioni avranno minori disponibilità economiche e prospettive di carriera»



Cosa significa parlare oggi di sostenibilità



- Parlare di sostenibilità significa ridefinire i tre parametri fondamentali
 - **Tempo:** irruzione del futuro. Il presente si schiaccia sotto il peso dell'incertezza futura
 - **Spazio:** orizzonte allargato, attenzione alla complessità e alle interdipendenze
 - **Individuo:** ridefinizione dei rapporti individuo-società

Il quadro

Siamo passati da **Aspettative Decrescenti**



Disorientamento

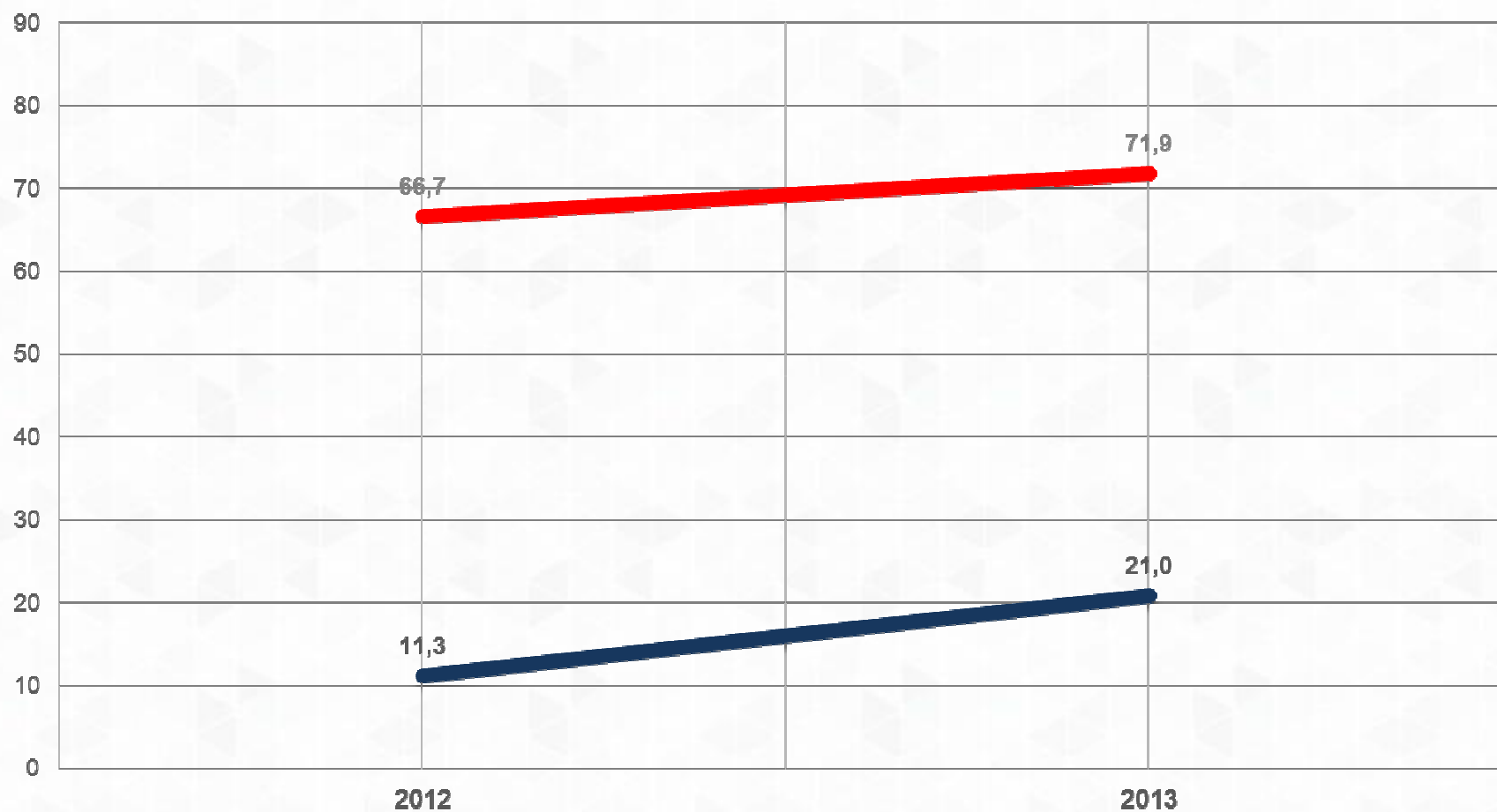


Incertezza

FUTURO VS PRESENTE:

«Le mie aspirazioni e i miei desideri incontrano molti limiti e barriere»

Episteme.

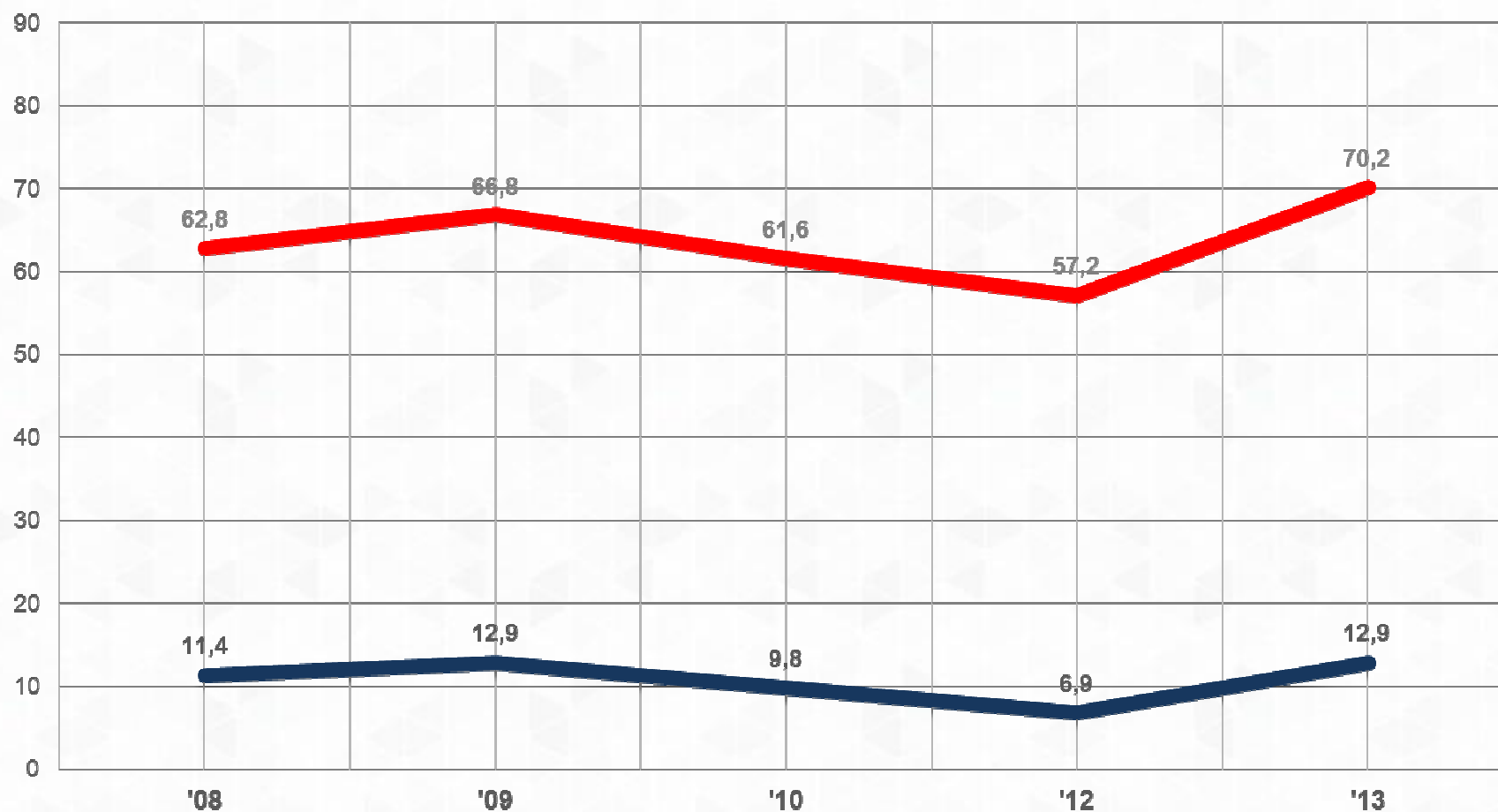


Base: popolazione 15÷74enni – Valori %

■ Molto + Abbastanza d'accordo
■ Molto d'accordo

FUTURO VS PRESENTE:

«*Cerco il più possibile di fare scelte non vincolanti, in modo da poterle cambiare in futuro*»



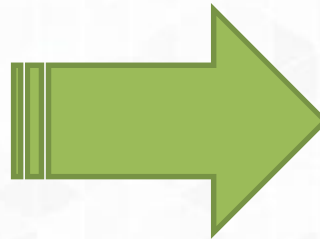
Base: popolazione 15÷74enni – Valori %

■ Molto + Abbastanza d'accordo
■ Molto d'accordo

Il quadro

Questo significa che siamo passati dalla ...

dalla **CRISI:**
presa d'atto del
cambiamento



al **CAMBIAMENTO:**
mobilitazione attiva al
cambiamento

La reazione al cambiamento



Lavoro
Politica
Comunicazione
Famiglie
Organizzazioni
Ambiente
Consumi
Welfare
Europa
Generazioni

L'evoluzione della CSR



Il senso oggi della CSR non è adeguarsi a un'astratta e generica idea di 'bontà' ma precisamente accompagnare il cambiamento

La CSR non è un compensazione etica ad una logica di profitto ma la revisione stessa di questa logica

Il campo della Sostenibilità

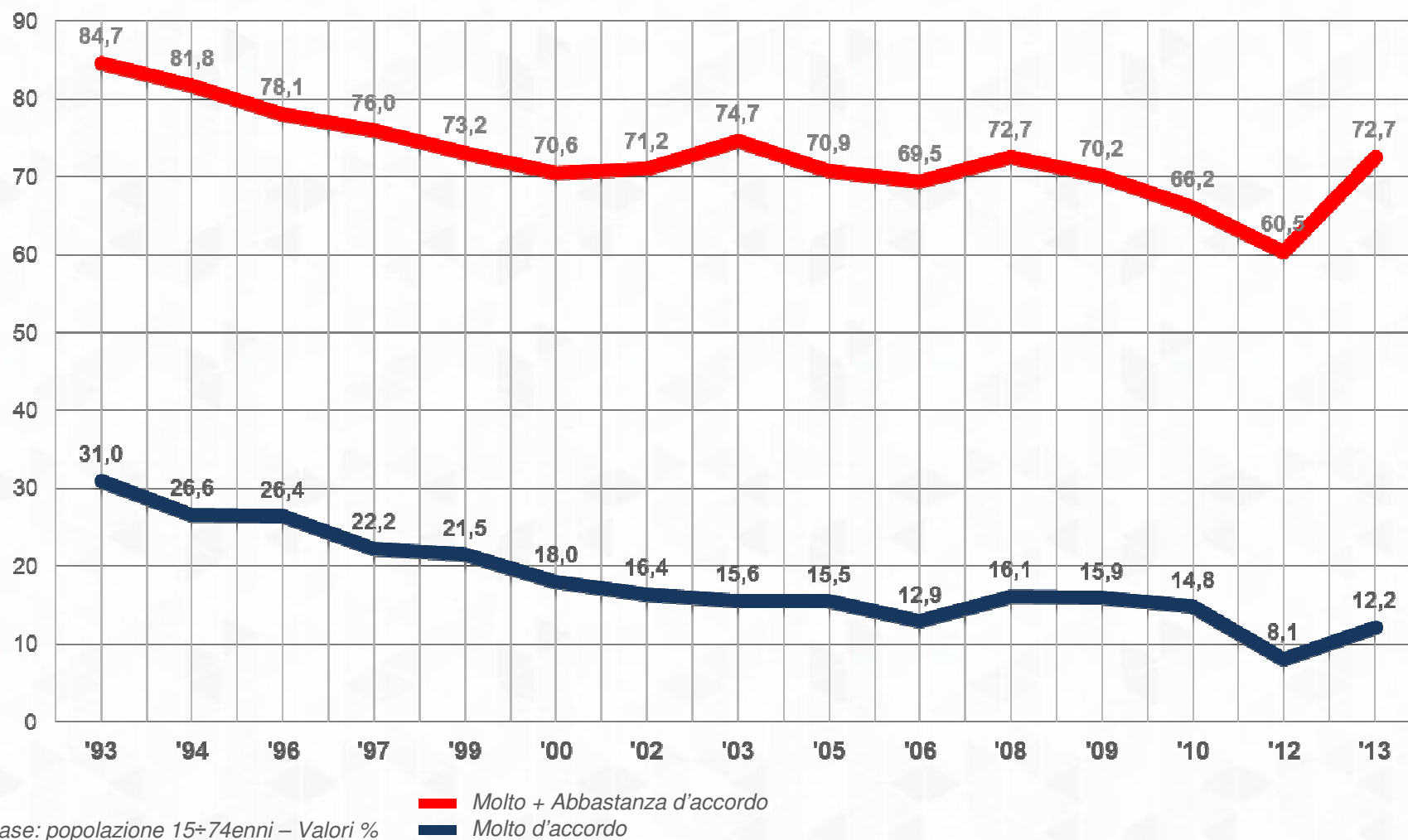
● TIENE QUELLO AMBIENTALE

● AUMENTA QUELLO ECONOMICO

● SI APRE QUELLO SOCIALE

Sostenibilità ambientale

«Sono disposto a fare sacrifici personali, anche economici, se questo può contribuire a salvaguardare la natura e l'ambiente»

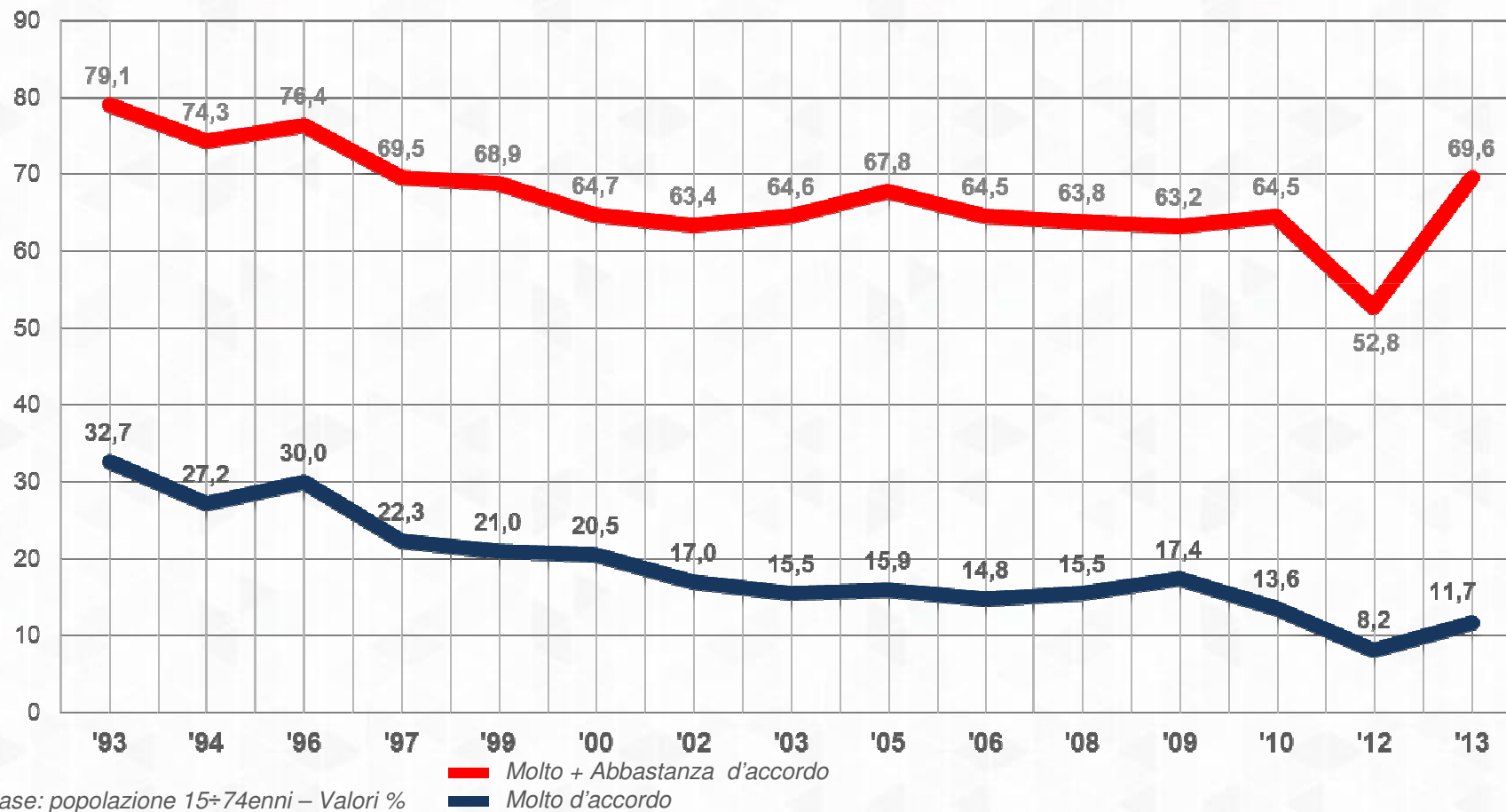


RAPPORTO TRA SOSTENIBILITÀ/MARCA

«*Se devo scegliere tra due marche scelgo quella che tiene presente la difesa dell'ambiente*»



Il sodalizio tra acquisti e sostenibilità ambientale torna a ritrovare consenso presso gli italiani...

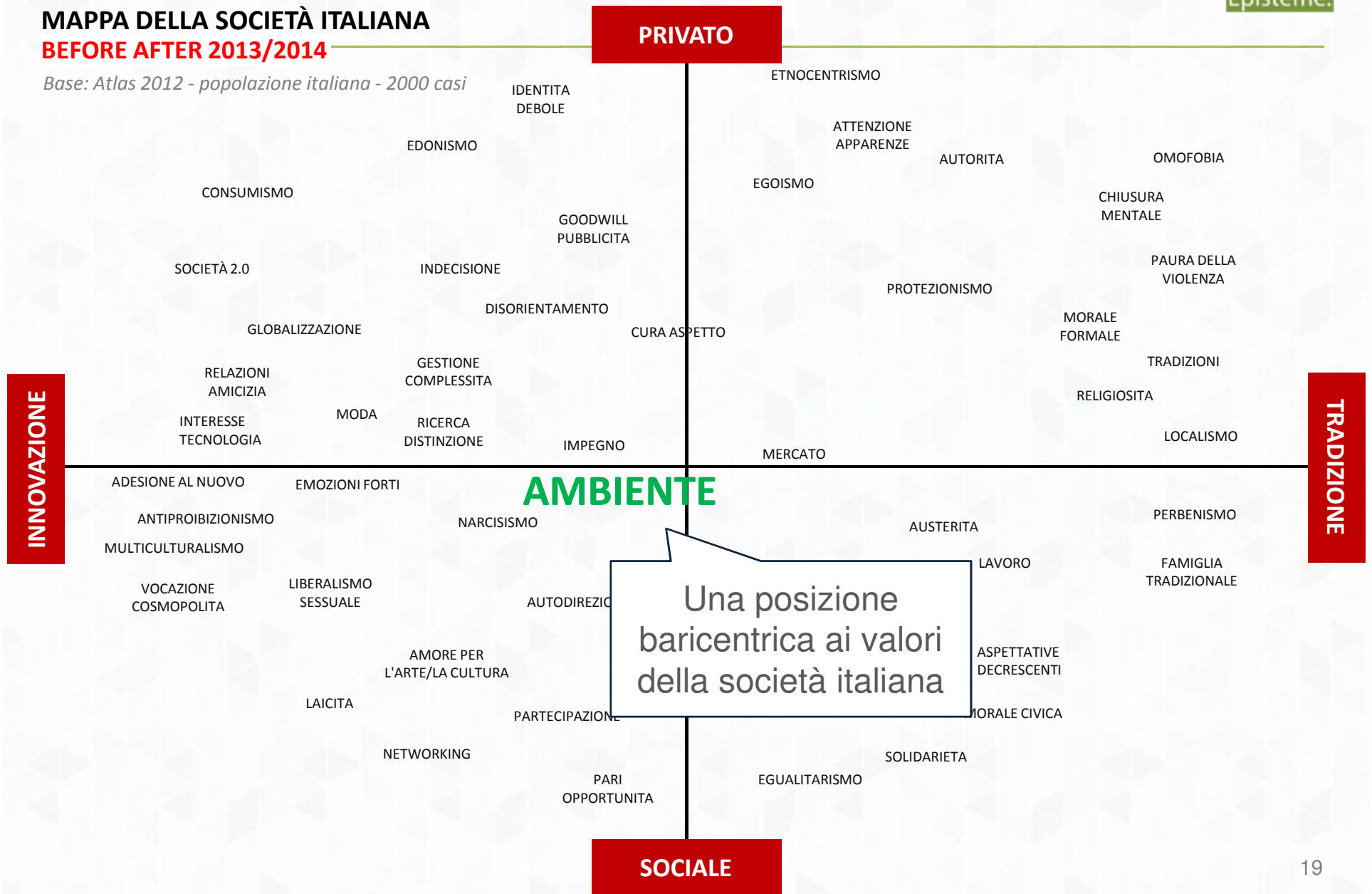


L'ambientalismo ecumenico

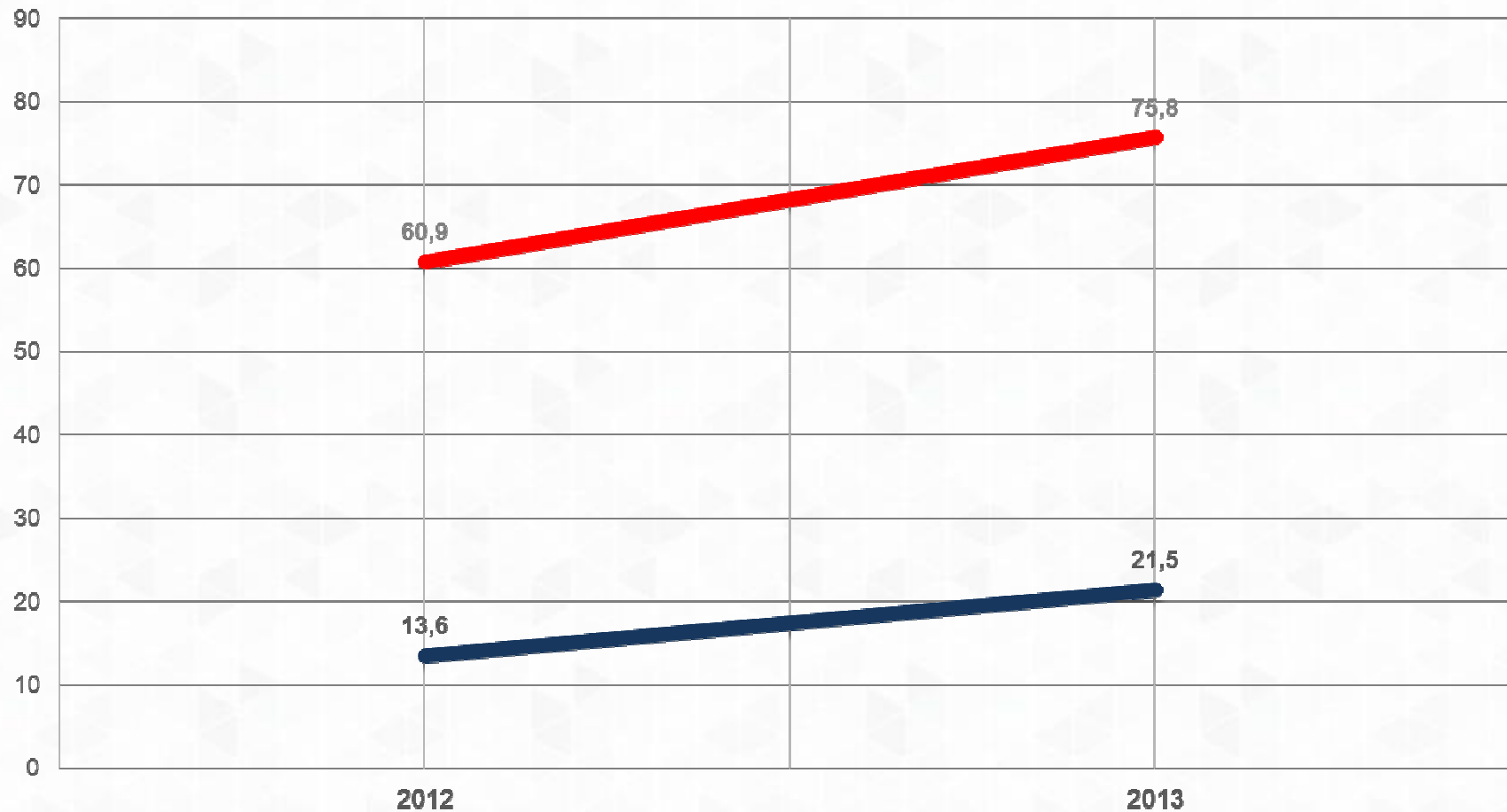


MAPPA DELLA SOCIETÀ ITALIANA BEFORE AFTER 2013/2014

Base: Atlas 2012 - popolazione italiana - 2000 casi



«Stare in contatto con la natura è per me un'esigenza fondamentale»

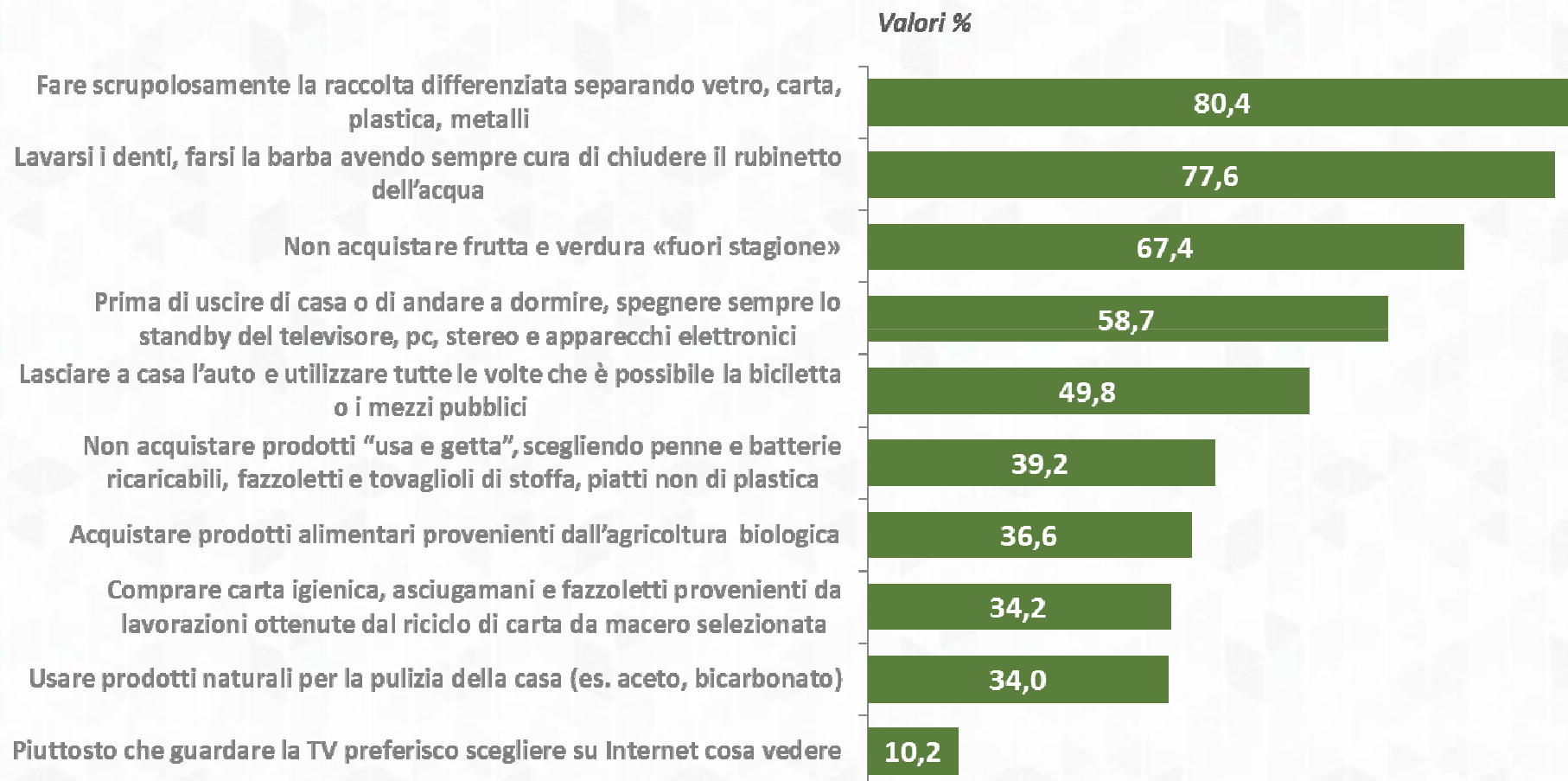


Base: popolazione 15÷74enni – Valori %

- Molto + Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

Comportamenti ecosostenibili

S11 Quali fra questi comportamenti lei pratica abituamente? (*una risposta per ogni frase*)



Base: popolazione 15÷74enni – Valori %

Gruppi socioculturali e consumi

Episteme.

IN TRINCEA

21.9%

Falso problema
Tutela del bacino individuale

LA SOCIETÀ LIQUIDA

Disponibilità a sostenere dei costi aggiuntivi
Innovazione

14.0%

*Massimo livello di esposizione ai media,
informazione e consapevolezza*

TRADIZIONE

18.4%

Processo normativo
Ritorno all'ordine
Autorità

DIRITTI E DOVERI

24.9%

Partecipazione
Cambiamento degli stili di vita

NUOVE MORALI

20.8%

Ritorno al passato
Downshifting, risparmio, riduzione

I nuovi significati di sostenibilità

Episteme.

● TIENE QUELLO AMBIENTALE

● **AUMENTA QUELLO ECONOMICO**

● SI APRE QUELLO SOCIALE

I nuovi significati di sostenibilità

AUMENTA QUELLO ECONOMICO

- Si rafforza nella cultura d'impresa
 - Al crescere della sfiducia nelle istituzioni aumentano le aspettative nei confronti delle aziende, rinforzate dalla maggiore trasparenza generata dalla rivoluzione digitale
- Sempre più visibile l'impatto dell'azione aziendale non solo sulle marginalità ma anche soprattutto sulle vite delle persone

I nuovi significati di sostenibilità

Episteme.

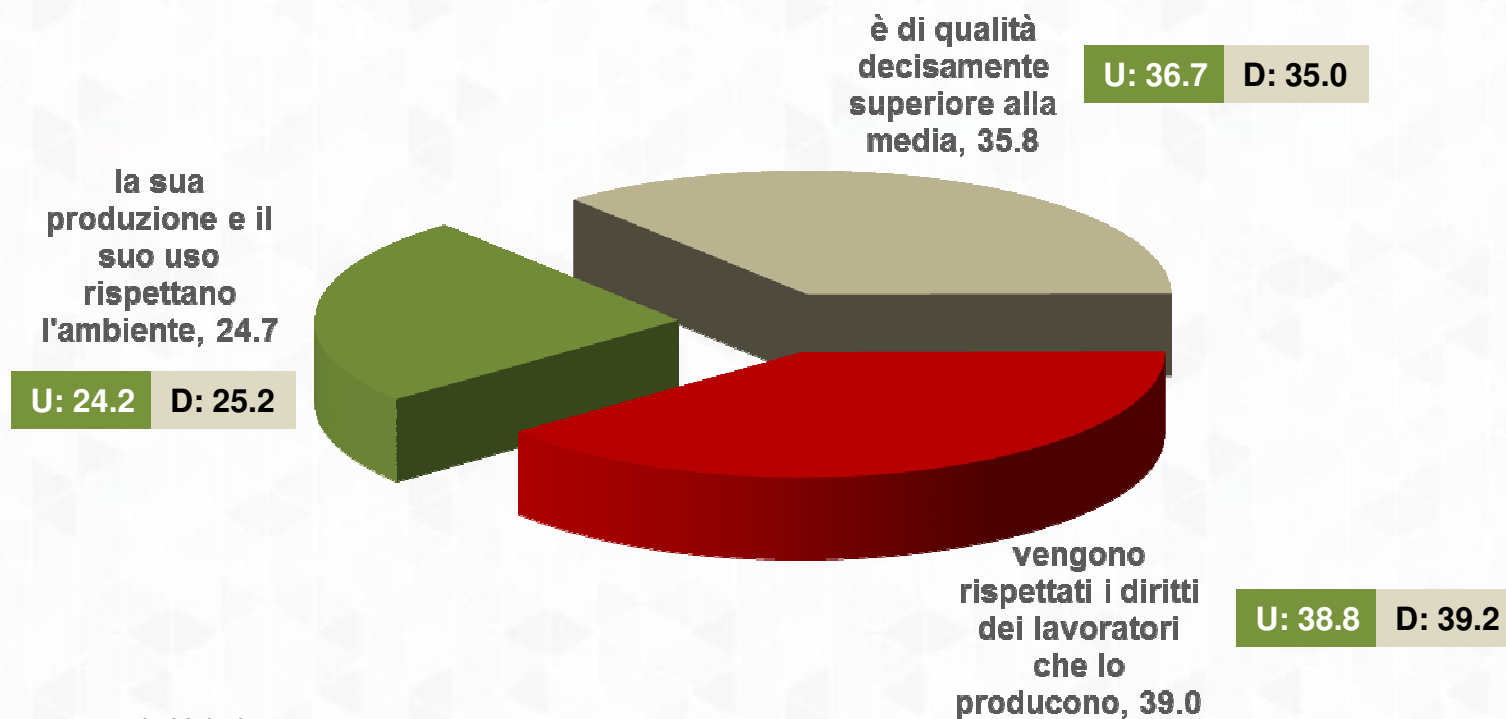
AUMENTA QUELLO ECONOMICO

- Si affermano nuove aspettative connesse alla produzione di valore economico, incentrate sulla dimensione cardine della responsabilità, nel senso di rispondere, rendere conto delle proprie azioni
 - Un meta-valore comune generativo dei valori di marca
- Sempre maggiore interrelazione tra reputazione e marca

Rapporto tra sostenibilità qualità/prezzo

La sostenibilità viene dunque declinata su diversi piani ed aspetti, andando a toccare anche il piano delle condizioni lavorative. Si trova conferma di questo ragionamento anche a livello nazionale. Il rispetto dell'ambiente (sostenibilità ambientale) e il rispetto dei lavoratori (sostenibilità sociale) emergono come due fattori di scelta decisamente importanti

“Sono disposto a pagare di più un prodotto, quando so che...”



Base: popolazione 15÷74enni –Valori %

I nuovi significati di sostenibilità

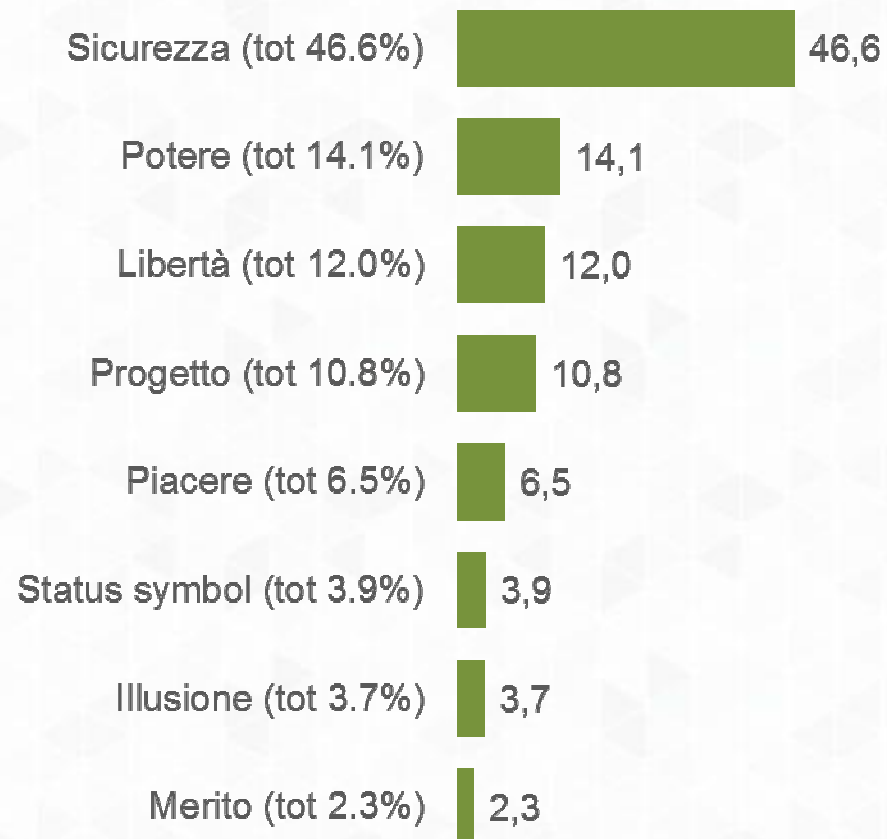
Episteme.

AUMENTA QUELLO ECONOMICO

- Si impone come prospettiva familiare
 - Nuovo rapporto con il denaro
 - Nuovi stili di consumo

Il denaro come sicurezza

Per lei il denaro è soprattutto... (1 sola risposta)



Base: popolazione italiana 15-74 anni - 2000 casi. FONTE: ATLAS 2012

Gruppi socioculturali e consumi

Episteme.

IN TRINCEA

21.9% *IL DISAGIO DELLA RINUNCIA*

LA SOCIETÀ LIQUIDA

14.0% *GRATIFICAZIONE
E SPERIMENTAZIONE*

TRADIZIONE

18.4%
*LE NUOVE VIE
DELLA QUALITÀ*

DIRITTI E DOVERI

*CONSUMO EVOLUTO
E RESPONSABILE*

24.9%

NUOVE
MORALI

20.8% *FRUGALITÀ
COME VITA BUONA*

I nuovi significati di sostenibilità

Episteme.

● TIENE QUELLO AMBIENTALE

● AUMENTA QUELLO ECONOMICO

● **SI APRE QUELLO SOCIALE**

I nuovi significati di sostenibilità

Episteme.

SI APRE QUELLO SOCIALE

- Irruzione del futuro: la crisi non è provvisoria ma endemica, necessità non solo di risparmiare ma di un nuovo paradigma
 - Dal possesso all'esperienza
 - Dall'esclusività alla condivisione
 - Dalla seduzione all'affinità

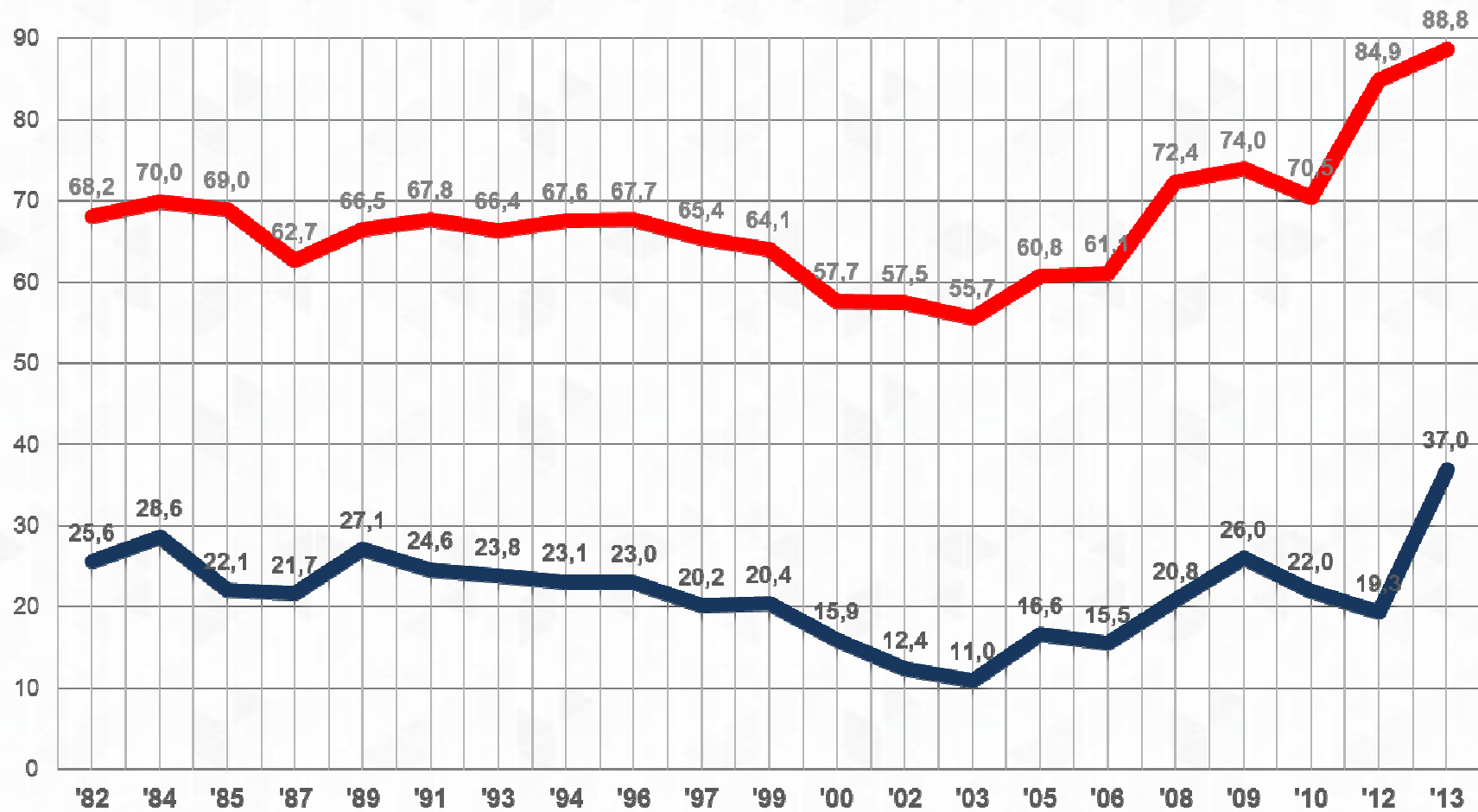


**GRUPPI
D'ACQUISTO
SOLIDALE:**
Strumenti di sobrietà e
buon uso del proprio tempo



«Dovremmo comperare soltanto ciò che è strettamente necessario»

Episteme.



Base: popolazione 15÷74enni – Valori %

- Molto + Abbastanza d'accordo
- Molto d'accordo

Evoluzione del ruolo della marca

Episteme.



I nuovi significati di sostenibilità

SI APRE QUELLO SOCIALE

- Ma non è solo il piano economico a orientare quello sociale. Altre questioni impongono l'attenzione alla sostenibilità
 - Il tema demografico
 - Il conflitto generazionale
 - La ridefinizione della famiglia
 - La crisi del welfare

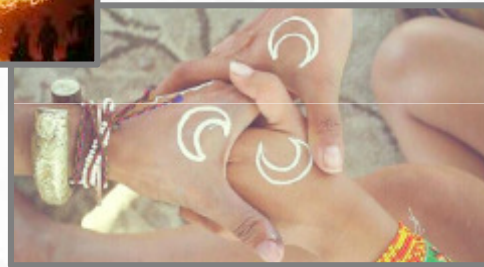
STRUTTURE SOCIALI



Comunità: un caleidoscopio di esperienze



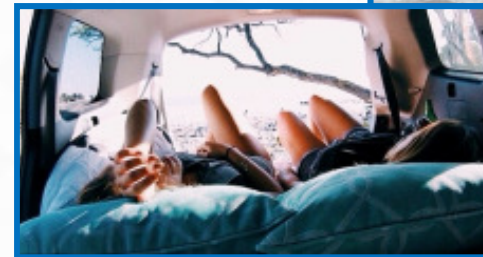
BURNING MAN
FESTIVAL



INSTA MEET



SHARED PASSIONS



TOGHERNESS

I Tre vettori del cambiamento

BEFORE AFTER 2013-2012

L'IDEOLOGIA DEL SELFIE



(base: MEDIA 2012 2000 casi)

IL CIVISMO SOSTENIBILE

I Tre vettori del cambiamento

BEFORE AFTER 2013-2012

L'IDEOLOGIA DEL SELFIE

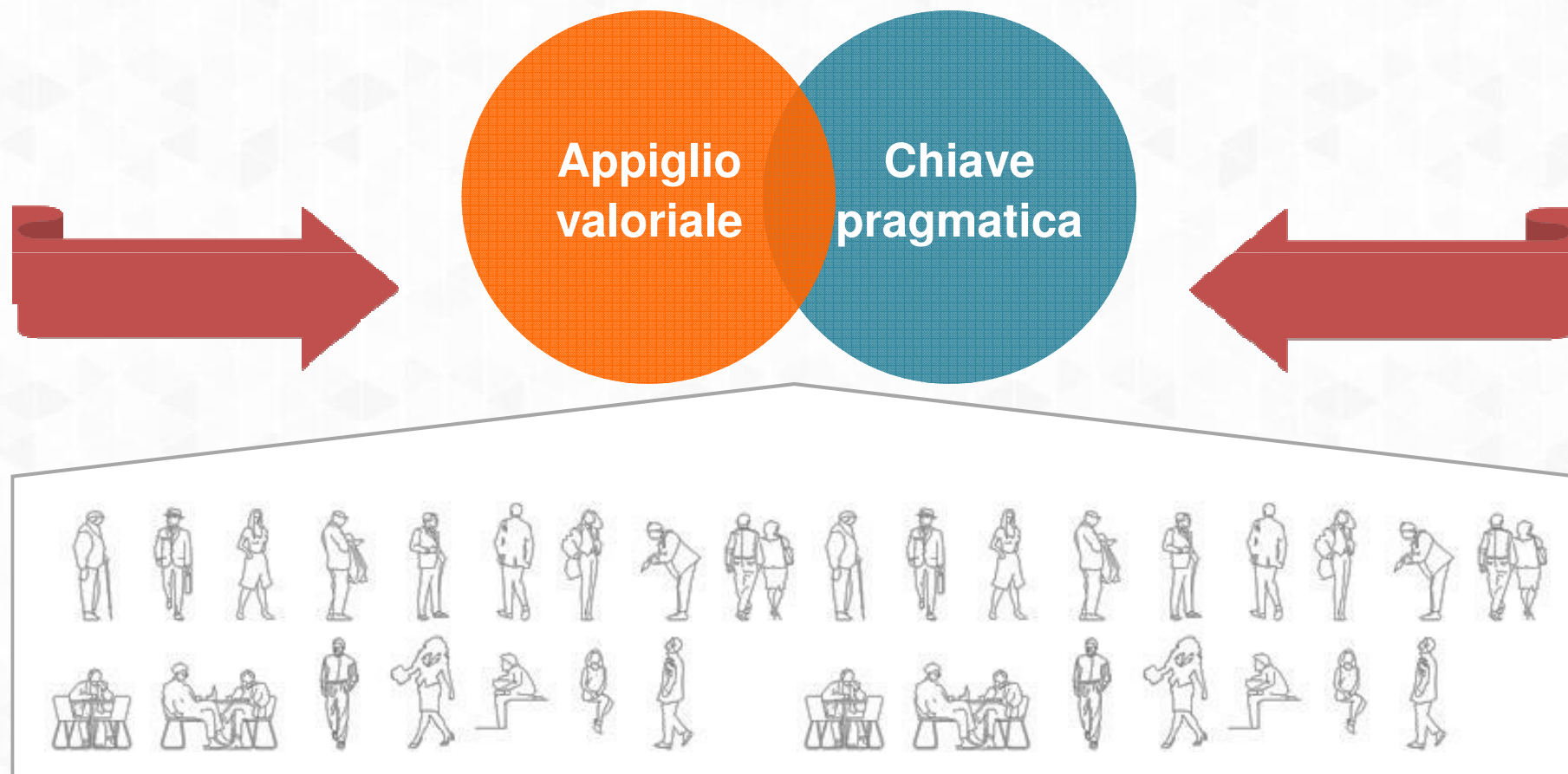


IL CIVISMO SOSTENIBILE

(base: MEDIA 2012 2000 casi)

Verso una prospettiva integrata

- Il futuro dipenderà dalla capacità di incontro e collaborazione delle due prospettive



L'evoluzione della CSR



Sempre più centrale nella relazione con il cliente

Sempre più complesso e articolato il lavoro di CSR

L'evoluzione della CSR



LA CSR COME PRINCIPALE ASSET DI MARCA

**NECESSITÀ DI MISURARE IL VALORE ECONOMICO DELLA
CSR**

L'evoluzione della CSR



SFONDARE IL PERIMETRO DI UNA FUNZIONE AZIENDALE SPECIFICA

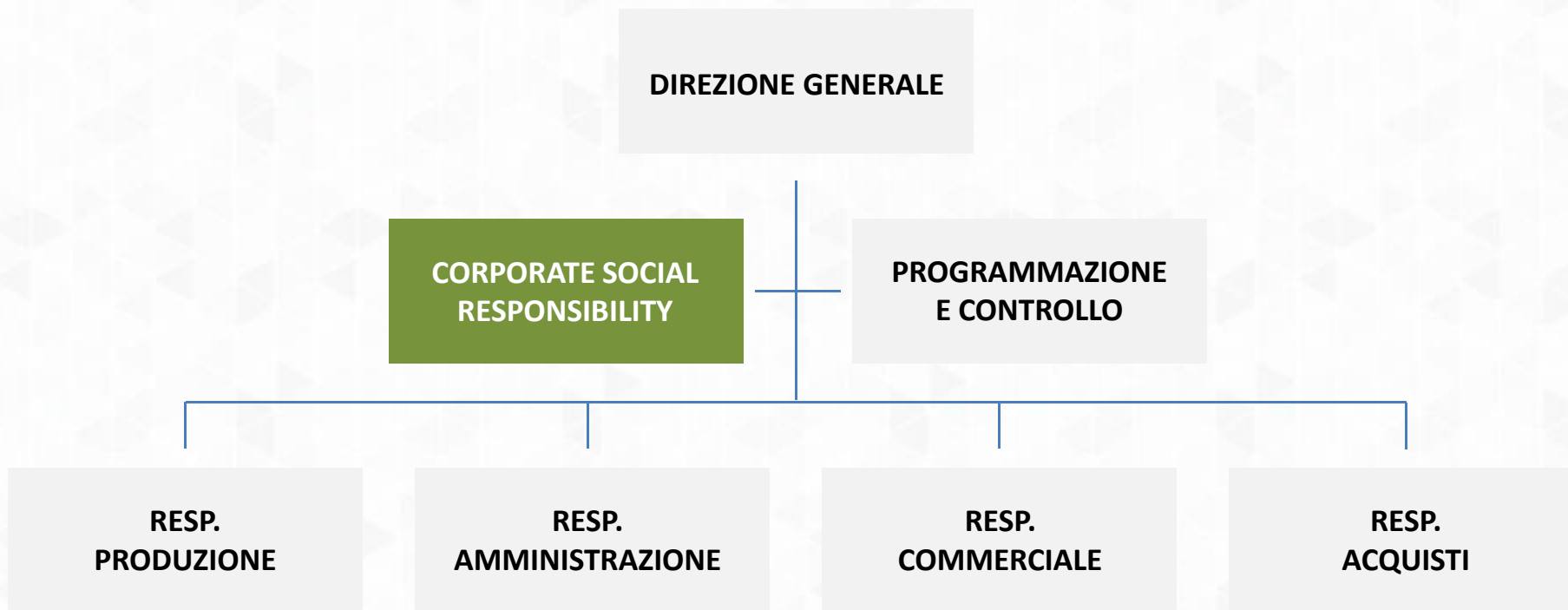
PROFITTO COME VARIABILE DIPENDENTE DELLA CSR

Motivating Corporations to Do Good



PAST *'Companies, of course, are not charities. Their main responsibility is to remain profitable.'*

FUTURE *'Still, there is a case to be made that attending to workers' rights or environmental degradation might help the business in the long term.'*



CORPORATE

DIREZIONE GENERALE

SOCIAL

**PROGRAMMAZIONE
E CONTROLLO**

RESPONSIBILITY

**RESP.
PRODUZIONE**

**RESP.
AMMINISTRAZIONE**

**RESP.
COMMERCIALE**

**RESP.
ACQUISTI**

