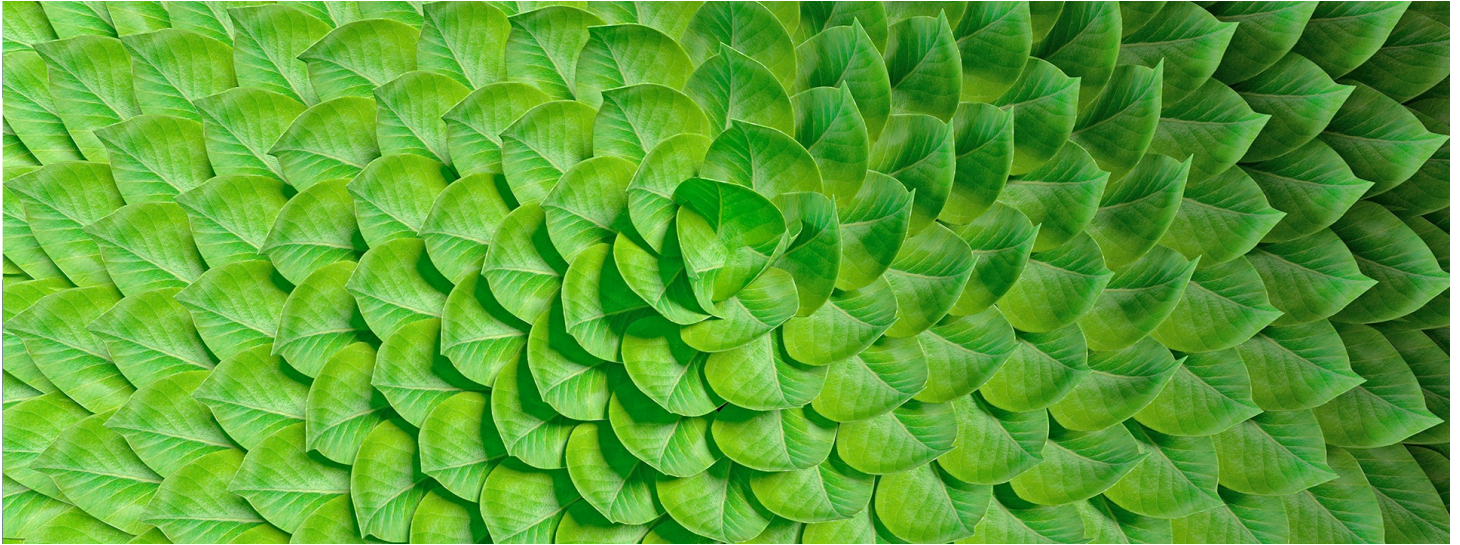


[Comunicati stampa](#)

Un nuovo studio IBM rivela che l'inadeguatezza dei dati ostacola i progressi verso gli obiettivi ambientali, sociali e di governance

I dirigenti indicano l'inadeguatezza dei dati (41%) come uno degli principali ostacoli che frena i progressi ESG. Su 10 intervistati solo 4 tra i consumatori ritengono di disporre di dati sufficienti per prendere decisioni in materia di acquisti (41%) o di lavoro (37%) sostenibili dal punto di vista ambientale.



ARMONK, N.Y., 17 aprile 2023 - Un nuovo studio globale dell'IBM (NYSE:IBM) Institute for Business Value (IBV), [The ESG ultimatum: Profit or perish \(profitto o morte\)](#), condotto su manager e consumatori, rivela che la sostenibilità ambientale rimane una priorità assoluta, ma quando si tratta di raggiungere gli obiettivi ambientali, sociali e di governance (ESG) personali e aziendali l'inadeguatezza dei dati si presenta come una tra le principali sfide per entrambe le categorie.

Lo studio* rivela che i manager intervistati indicano dati inadeguati (41%), come il maggiore ostacolo ai loro progressi ESG, seguiti da barriere normative (39%), standard incoerenti (37%) e competenze inadeguate (36%). Senza la possibilità di accedere, analizzare e comprendere i dati ESG, le aziende hanno difficoltà a fornire una maggiore trasparenza ai consumatori - una delle principali parti interessate - e soddisfare le loro aspettative.

Il 64% dei manager intervistati ritiene che le parti interessate comprendano gli obiettivi e le prestazioni ESG delle loro organizzazioni, ma mediamente solo 4 consumatori su 10 intervistati ritengono di disporre di dati sufficienti per prendere decisioni di acquisto (41%) o di lavoro (37%) sostenibili dal punto di vista ambientale.

"L'impegno dei consumatori per la sostenibilità ambientale e la responsabilità sociale si è intensificato e i consumatori 'votano' con i loro portafogli", ha dichiarato Jonathan Wright, Global Managing Partner Sustainability Services and Global Business Transformation, IBM Consulting. "Dal momento che la maggior parte dei consumatori preferisce acquistare da e lavorare per i leader ESG, le aziende devono dare priorità alla trasparenza e abbattere le barriere dei dati ESG."

Alcuni dei risultati principali dello studio includono:

Le aziende investono in ESG e li considerano un bene per il business

- Il 76% dei dirigenti intervistati afferma che gli ESG sono fondamentali per la propria strategia aziendale.
- Quasi 3 dirigenti su 4 (72%) considerano gli ESG come un fattore di crescita piuttosto che un costo, suggerendo che, contrariamente all'opinione comune, i criteri ESG e la redditività non sono in contrasto.
- Il 76% dei manager intervistati è d'accordo o fortemente d'accordo sul fatto che la propria organizzazione si concentra sul raggiungimento dei risultati ESG, non solo sui requisiti di reporting.

L'impegno dei consumatori a favore della sostenibilità si è intensificato, ma i consumatori non sentono di avere informazioni sufficienti per fare scelte consapevoli

- Circa due terzi dei consumatori intervistati affermano che la sostenibilità ambientale (68%) e la responsabilità sociale (65%) sono molto o estremamente importanti per loro.
 - Mentre più della metà (51%) afferma che l'aumento del costo della vita negli ultimi 12 mesi ha reso più difficili le scelte sostenibili dal punto di vista ambientale, circa 6 su 10 affermano che almeno la metà dei propri acquisti è stata diretta a un brand che ha dimostrato di essere responsabile dal punto di vista ambientale o sociale.
 - Solo 1 consumatore su 3 dichiara di disporre di informazioni sufficienti a prendere decisioni sostenibili in materia di investimento e di risparmio.

I dirigenti ammettono che le aziende non hanno compiuto progressi significativi verso gli obiettivi ESG, indicando che le sfide che pongono i dati hanno un impatto sulla loro capacità di misurare i progressi e soddisfare le richieste dei consumatori

- Il 95% dei dirigenti intervistati afferma che le loro organizzazioni hanno sviluppato proposte ESG; tuttavia, solo il 41% ha compiuto progressi in tal senso.
- Quasi 3 dirigenti intervistati su 4 (73%) affermano che le loro aziende hanno difficoltà con un sovraccarico nella gestione dei dati manuali, mentre 7 su 10 affermano di avere difficoltà a consolidare o analizzare i dati.

Lo studio mette in evidenza i leader ESG, un sotto insieme di intervistati con una maggiore maturità nell'integrazione degli ESG nella propria operatività, che stanno registrando un aumento dei ricavi, un miglioramento della redditività e un maggiore coinvolgimento dei clienti, grazie all'approccio scelto che mette in evidenza la trasparenza e crea opportunità commerciali strategiche. Queste aziende sono un modello per le altre organizzazioni che stanno cercando di superare le sfide legate ai dati e creare cambiamenti sostenibili che includono: l'automazione dei processi ESG e delle capacità di reporting per mantenere i dati aggiornati; l'utilizzo dell'intelligenza artificiale per migliorare le prestazioni, l'analisi previsionale e lo sviluppo di scenari; l'allineamento con i partner dell'ecosistema sulle definizioni e gli standard delle metriche ESG; e la definizione proattiva dei principi di governance dei dati ESG con le parti interessate.

"I dati sono la linfa vitale dell'ESG. Ora è il momento per le aziende di agire. Con l'operatività dei piani ESG, le organizzazioni mettono le informazioni nelle mani dei propri operatori che possono prendere decisioni informate per migliorare il loro impatto ESG su base giornaliera", ha dichiarato Wright. "Le organizzazioni che desiderano aumentare il sostegno degli stakeholder e soddisfare i requisiti di rendicontazione ESG dovrebbero implementare una roadmap di sostenibilità che comprenda tecnologie, servizi e partner dell'ecosistema in grado di posizionarle per un maggiore successo e aiutarle ad affrontare la conformità normativa," ha aggiunto Wright.

Per consultare lo studio completo, visitare il sito: <https://ibm.co/esg-ultimatum>

*** Metodologia di studio**

L'IBM Institute for Business Value (IBV) ha intervistato 2.500 dirigenti di 22 settori e 34 paesi, approfondendo la strategia, l'approccio e l'operatività ESG; quali vantaggi si aspettano dalle iniziative ESG e come valutano l'ESG rispetto ad altri obiettivi di aziendali. L'IBV ha anche intervistato più di 20.000 consumatori in 34 paesi in merito ai loro atteggiamenti verso la sostenibilità e la responsabilità sociale, e come queste ultime influenzino le decisioni di acquisto, di investimento e di carriera.

Informazioni su IBM Institute for Business Value

L'IBM Institute for Business Value (IBV), il think tank di IBM, combina la ricerca globale e i dati sulle prestazioni con la conoscenza degli esperti di settore e dei principali accademici per fornire informazioni utili a migliorare il business.

Per una leadership di pensiero all'avanguardia, visitare: www.ibm.com/ibv.

Per informazioni

Paola Piacentini, *External Relations Leader*

Tel.: + 39 335 1270646

email: paola_piacentini@it.ibm.com

Additional assets available online: [Photos](#)

