

Epson presenta Indexing Report, il nuovo report sull'indice di sostenibilità

Nonostante il crescente interesse di clienti e dipendenti, nel 2020 solo un quarto delle aziende ha indicato la sostenibilità e il sociale come una delle prime tre priorità.

Si registra tuttavia una nuova consapevolezza da parte delle imprese rispetto a quanto temi sociali e ambientali debbano essere considerati anche nelle strategie aziendali.

Cinisello Balsamo, 23 marzo 2021 – Epson

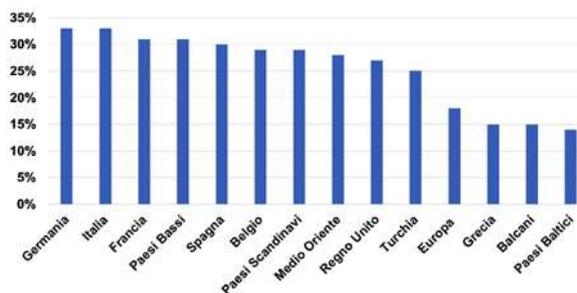
presenta un Indexing Report che analizza il cambio di priorità e l'evolversi delle aspettative in materia di sostenibilità e considerazioni sociali nel periodo pre Covid e Covid. Il documento inoltre prende in esame i cambiamenti demografici e regionali e cerca di identificare non solo le

azioni delle aziende, ma anche le opportunità e le sfide derivanti dalle aspettative dei loro clienti e dipendenti. Nello specifico, include i risultati della ricerca condotta nei mesi estivi della pandemia su oltre 4.000 intervistati in Europa e Medio Oriente, riguardo alle loro azioni e ai loro atteggiamenti nei confronti della sostenibilità¹. A questo ha fatto seguito una serie di dibattiti organizzati nell'ultimo trimestre del 2020 per analizzare i risultati di tali ricerche.

“Per Epson – ha dichiarato Darren Phelps, vicepresidente di Epson Europa – la sostenibilità è da tempo un pilastro fondamentale nella progettazione e nella realizzazione dei prodotti, ma anche nei comportamenti e nelle attività aziendali che vengono svolte. Non crediamo di essere gli unici a ricercare un approccio più sostenibile al business, ma la pandemia ha cambiato molte priorità. L'obiettivo è imparare e aggiornarci, insieme ai nostri partner e

www.epson.it

Nei Paesi più attenti ai temi sostenibili, i dipendenti attribuiscono maggiore importanza ai valori sociali e ambientali.



clienti, per individuare dove la tecnologia può allinearsi e sostenere i programmi per un futuro più sostenibile, anche dal punto di vista economico. In questo report condividiamo le informazioni raccolte sulle azioni in corso e quelle pianificate in linea con le aspettative degli stakeholder che possono avere un impatto sul successo aziendale”.

Punti chiave da ricordare:

- Durante l'emergenza Covid, meno di un quarto delle aziende europee e mediorientali ha incluso i problemi di sostenibilità e sociali fra le tre priorità principali: si tratta di una decisione controcorrente rispetto al parere del 71% delle persone intervistate (clienti e dipendenti), che considera le questioni ambientali e sociali di grande importanza. L'83% afferma che le credenziali ambientali e sociali dei prodotti e servizi da essi acquistati sono importanti.
- I dipendenti che lavorano sia in ufficio sia da casa hanno affermato che le caratteristiche ambientali devono svolgere un ruolo chiave nei prodotti forniti per il loro utilizzo (il 70% dichiara che le tecnologie di lavoro in ambito domestico devono essere di lunga durata, efficienti dal punto di vista energetico o in grado di ridurre gli sprechi). Inoltre, secondo l'81% dei dipendenti è importante che il datore di lavoro sostenga le questioni sociali e ambientali.
- Quando si valutano azioni che possono avere riflessi positivi per l'ambiente in futuro, i responsabili IT guidano le scelte. Ciò senza dubbio sosterrà le aziende che vogliono dare maggiore priorità a questi problemi nel periodo post Covid e che cercano di allinearsi meglio alle aspettative degli stakeholder, siano essi clienti o dipendenti.
- Rispetto alle nazioni meno sostenibili, i dipendenti nei Paesi maggiormente impegnati sul fronte della sostenibilità tendono ad attribuire un elevato valore al proprio impatto ambientale e sociale: in questa classifica Italia e Germania sono in testa con il 33%, seguite da Francia e Paesi Bassi con il 31% e Spagna con il 30%.

L'importanza della sostenibilità - ora e dopo il Covid:

- La pandemia ha costretto le aziende a ridefinire le priorità e, purtroppo, la sostenibilità e i problemi sociali sono stati apparentemente messi da parte, tanto che per il 76% delle aziende non rientrano nelle loro tre priorità principali. La nota positiva è che si prevede

www.epson.it

- un aumento dell'attenzione a questi temi una volta terminata la crisi: per il 65% delle aziende questi problemi diventeranno infatti più importanti nel periodo post-Covid.
- Quando si tratta di tecnologie per l'ufficio, sostenibilità ed efficienza economica possono andare di pari passo. Tuttavia, queste soluzioni sono spesso trascurate a favore di macro tendenze quali turbine eoliche e pannelli solari, che spingono molti a pensare che la sostenibilità sia inaccessibile e costosa.
 - I responsabili delle decisioni IT sono i probabili fautori della sostenibilità e guidano la pianificazione futura: secondo il 79% di essi l'importanza delle questioni ambientali e sociali crescerà nel post-Covid. Il motivo può essere una maggiore conoscenza e comprensione in merito alle semplici soluzioni tecnologiche a loro disposizione, oltre alla migliore condizione in cui si trovano per implementarle e monitorarne l'impatto.

“Sappiamo già – afferma Flavio Attramini, Head of Business Sales di Epson Italia – che la tecnologia inkjet offre enormi vantaggi ambientali rispetto alle stampanti laser e da molti anni caldeggiamo questo passaggio. Se tutte le stampanti laser europee fossero sostituite con unità Epson dotate della tecnologia inkjet a freddo, potremmo risparmiare una quantità di energia sufficiente per ridurre le emissioni di CO₂ di 410 milioni di Kg e tagliare i costi energetici di 152 milioni di euro ogni anno²”.

I calcoli comparativi sono disponibili qui: <https://www.epson.eu/neop-footnotes>

Le opportunità offerte da un approccio sostenibile:

Esistono anche benefici meno tangibili per le aziende che continuano a impegnarsi per le questioni ambientali e sociali: l'82% dei responsabili decisionali e il 78% dei responsabili non decisionali, infatti, ritiene che queste iniziative possano avere un impatto significativo sulle prestazioni aziendali. Il 78% crede lo abbia nella percezione del marchio, il 40% nella fedeltà dei dipendenti e il 38% nella produttività della forza lavoro; inoltre, l'86% dei dipendenti che si concentra sulle questioni ambientali e sociali prevede un aumento dei profitti aziendali nel prossimo anno/quinquennio.

In qualità di consumatori o clienti, l'83% degli intervistati afferma che le credenziali ambientali e sociali dei prodotti e servizi acquistati personalmente sono importanti. Dal punto

di vista dei dipendenti, questi aspetti sono importanti per l'81% di essi, e vogliono vederli sostenuti dal proprio datore di lavoro.

Un fattore decisivo in materia di pianificazione futura della forza lavoro:

I dipendenti vogliono che le attrezzature (a casa e in ufficio) siano più considerate, indipendentemente dalla loro età e si aspettano un impegno a favore della sostenibilità: per il 70% è essenziale che i prodotti siano costruiti per durare, efficienti dal punto di vista energetico e/o in grado di ridurre gli sprechi.

E se la differenza generazionale è evidente, con oltre il 76% dei soggetti di età inferiore ai 22 anni e il 71% dei soggetti di età compresa tra i 23 e i 37 anni che prevedono un'importanza sempre maggiore dei problemi sociali e ambientali nel periodo post-Covid, rispetto al 55% dei soggetti dai 63 anni in su, sono i più anziani a guidare la domanda di efficienza energetica, longevità e riduzione dei rifiuti in relazione ai prodotti.

Scopri di più e accedi all'Index Report: <https://www.epson.it/eco-values>

Scopri di più sull'impegno di Epson a favore della sostenibilità:

<https://www.epson.it/greenreport>

¹ Ricerca condotta per conto di Epson da B2B International, giugno 2020

² In base ai calcoli di Epson. Metodologia verificata da TÜV Rheinland, sulla base di "consumi energetici tipici", definiti secondo e/o simulati con riferimento alle procedure di test Energy Star e presentati in kWh all'anno. Modelli identificati utilizzando l'HCP Tracker Q2 2019 di IDC (dati dal primo trimestre 2015 al quarto trimestre 2018) e la base installata 2018 nelle aziende di 22 paesi europei, secondo quanto indicato da IDC (Installed Base by Vertical, Q2 2019).

Gruppo Epson

Epson è leader mondiale nel settore tecnologico e si impegna a cooperare per generare sostenibilità e per arricchire le comunità facendo leva sulle proprie tecnologie efficienti, compatte e di precisione e sulle tecnologie digitali per mettere in contatto persone, cose e informazioni. L'azienda si concentra sullo sviluppo di soluzioni utili alla società attraverso innovazioni nella stampa a casa e in ufficio, nella stampa commerciale e industriale, nella produzione, nella grafica e nello stile di vita. Entro il 2050 Epson diventerà carbon-negative ed eliminerà l'uso di risorse naturali esauribili quali petrolio e metallo. Guidato da Seiko Epson Corporation con sede in Giappone, il Gruppo Epson genera un fatturato annuo di oltre 1.000 miliardi di Yen (circa 8,5 miliardi di euro).

<http://global.epson.com>

Environmental Vision 2050

<http://eco.epson.com/>

Epson Italia

Epson Italia, sales company nazionale, per l'anno fiscale 2019 (aprile 2019 – marzo 2020) ha registrato un fatturato di oltre 255 milioni di Euro e impiega circa 225 persone. <http://www.epson.it>

www.epson.it

Per ulteriori informazioni:

Epson Italia
Silvia Carena – PR & Social Media Manager
tel. 02.66.03.21
silvia_carena@epson.it
Via Viganò De Vizzi, 93/95
Cinisello Balsamo (MI)
www.epson.it

Attitudo - Giuseppe Turri
Ufficio stampa Epson Italia
Corporate e Prodotti IT
tel. 0362.18.29.080 - 335.73.90.945
giuseppe.turri@attitudo.it
Corso Italia 54
Bovisio Masciago (MB)
www.attitudo.it