

# BI ECONOMIA

Prima indagine diretta a livello territoriale sulle imprese italiane e sulle filiere produttive della bioeconomia



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE



Cluster Italiano della Bioeconomia circolare

# BIOECONOMIA

Il Report *"BIOECONOMIA. Prima indagine diretta a livello territoriale sulle imprese italiane e sulle filiere produttive della bioeconomia"* è frutto dell'attività di un gruppo di lavoro interistituzionale con il coordinamento scientifico di Gaetano Fausto Esposito, direttore generale del Centro Studi Guglielmo Tagliacarne e Amedeo Lepore, professore ordinario di Storia Economica dell'Università della Campania Luigi Vanvitelli e componente degli organismi di direzione di SVIMEZ e Cluster Spring, con il supporto strategico di Mario Bonaccorso, segretario generale del Cluster Italiano della Bioeconomia Circolare Spring, Giuseppe Tripoli, segretario generale di Unioncamere, Luca Bianchi, direttore generale di SVIMEZ ed in collaborazione con la Fondazione ASTRID.

All'impostazione e alla definizione dell'indagine hanno preso parte: Centro Studi Guglielmo Tagliacarne (Marco Pini, Annapia Ragone, Alessandro Rinaldi), Cueim (Gaetano Zarlenga), Infocamere (Antonello Meloni), Intesa Sanpaolo Direzione Studi e Ricerche (Laura Campanini, Serena Fumagalli, Stefania Trenti), Cluster Spring (Leonardo Gaiani, Giulia Gregori), Symbola (Caterina Ambrosini, Domenico Sturabotti), SVIMEZ (Stefano Palermo), SRM (Salvio Capasso, Autilia Cozzolino), Università della Campania Luigi Vanvitelli – Dipartimento di Economia (Maria Rosaria Alfano, Claudia Cantabene), Università Suor Orsola Benincasa (Domenico Salvatore), Materias (Valentina Battista).

La realizzazione del presente Report è stata curata da Marco Gentile, Silvia Petrone, Marco Pini, Annapia Ragone del Centro Studi Guglielmo Tagliacarne con il contributo di Carmelo Petraglia Università della Basilicata - Dipartimento di Matematica, Informatica ed Economia. L'approfondimento sul "Profilo sociale delle imprese biobased" è stato curato da Claudia Cantabene, Alessandro De Iudicibus dell'Università della Campania Luigi Vanvitelli - Dipartimento di Economia. Il focus sul settore Tessile-abbigliamento è stato realizzato da Laura Campanini, Serena Fumagalli e Stefania Trenti di Intesa San Paolo, Direzione Studi e Ricerche. L'ideazione e realizzazione grafica sono di Marianna Sposato e Diego Herrera Simula del Centro Studi Guglielmo Tagliacarne.



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE



Cluster Italiano della Bioeconomia circolare



# ndice

Premessa	pag. 2
Nota metodologica	pag. 3
Executive summary	pag. 5
Profilo delle imprese bio	pag. 7
Scenari della Bioeconomia	pag. 20
Vantaggi e performance economiche	pag. 31
Fonti di finanziamento e policy	pag. 40
Profilo sociale delle imprese biobased	pag. 46
FOCUS SETTORIALE: Le imprese biobased del Tessile-abbigliamento	pag. 52



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE



SPRING  
Cluster Italiano della Bioeconomia circolare

# Premessa

L'indagine sulle imprese manifatturiere italiane della bioeconomia che è descritta e commentata in questo Report, è la prima del suo genere in Italia.

Un campione di 2000 imprese manifatturiere – dall'alimentare alle imbarcazioni – che, attraverso un questionario (come specificato nella nota metodologica che segue), contribuisce a delineare i contorni e le prospettive di un fenomeno che pone l'Italia al terzo posto in Europa<sup>1</sup>.

Il tema della Bioeconomia è oggetto di un protocollo di intesa tra Unioncamere e Cluster Italiano della Bioeconomia Circolare Spring.

L'indagine ha lo scopo di ricostruire i diversi aspetti di questo fenomeno, per delineare le caratteristiche del meta-settore e anche alcuni aspetti distintivi rispetto alle altre imprese.

Le tematiche prese in considerazione sono state, oltre agli aspetti di ordine congiunturale, le tecnologie, le materie prime, le caratteristiche dei prodotti e dei processi, l'innovazione, gli investimenti in Ricerca & Sviluppo, il capitale umano, il credito e la finanza e la domanda di policy.

La necessità di approfondire la conoscenza attraverso l'indagine, trova riscontro nei documenti più attuali di programmazione e pianificazione delle strategie per la Bioeconomia<sup>2</sup>, che individuano gli elementi, le caratteristiche e quello che esse possono generare sul sistema economico, nonché gli aspetti che possono contribuire a svilupparla, soprattutto nelle sue caratteristiche di circolarità.

<sup>1</sup> Piano d'Azione Esecutivo (2020-2025) sulla Strategia Italiana per la Bioeconomia. 2021)

<sup>2</sup> CCBB Gruppo di Coordinamento Nazionale per la Bioeconomia, istituito presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE



Cluster Italiano della Bioeconomia circolare

# Nota metodologica

I risultati del presente Report sono frutto di analisi sui dati di un'indagine svolta su un campione di 2.000 imprese della bioeconomia con 10 addetti e oltre.

Le caratteristiche settoriali, dimensionali e geografiche del campione sono le seguenti:

Distribuzione settoriale	v.a.
Alimentare, bevande e tabacco	270
Tessile	179
Abbigliamento	159
Concia e pelletteria/calzature	156
Legno e prodotti in legno	178
Carta e prodotti in carta	158
Chimica	147
Farmaceutica	22
Gomma e plastica	197
Mobili	210
Edilizia	220
Aerospazio	8
Automotive, motocicli e biciclette	77
Navi e imbarcazioni	20

Distribuzione per classe di addetti	v.a.
10-19 addetti	461
20-49 addetti	790
50-249 addetti	654
250 e oltre addetti	96

Distribuzione per macro area	v.a.
Nord-Ovest	653
Nord-Est	631
Centro	447
Mezzogiorno	270



# N<sub>ota metodologica</sub> (segue)

Per **imprese della bioeconomia** si intendono le imprese che producono beni utilizzando totalmente o in parte risorse biologiche e/o materie prime di origine naturale.

Parte delle analisi si sono basate su due diversi punti di osservazione delle imprese della bioeconomia.

Secondo le caratteristiche di nascita

- *imprese born biobased*: imprese nate con caratteristiche di bioeconomia;
- *imprese neo biobased*: imprese che si sono trasformate in bioeconomia successivamente alla nascita

Secondo l'intensità della bioeconomia

- *imprese full biobased*: imprese che producono beni utilizzando "totalmente" risorse biologiche e/o materie prime di origine naturale;
- *imprese semi biobased*: imprese che producono beni utilizzando "parzialmente" risorse biologiche e/o materie prime di origine naturale.



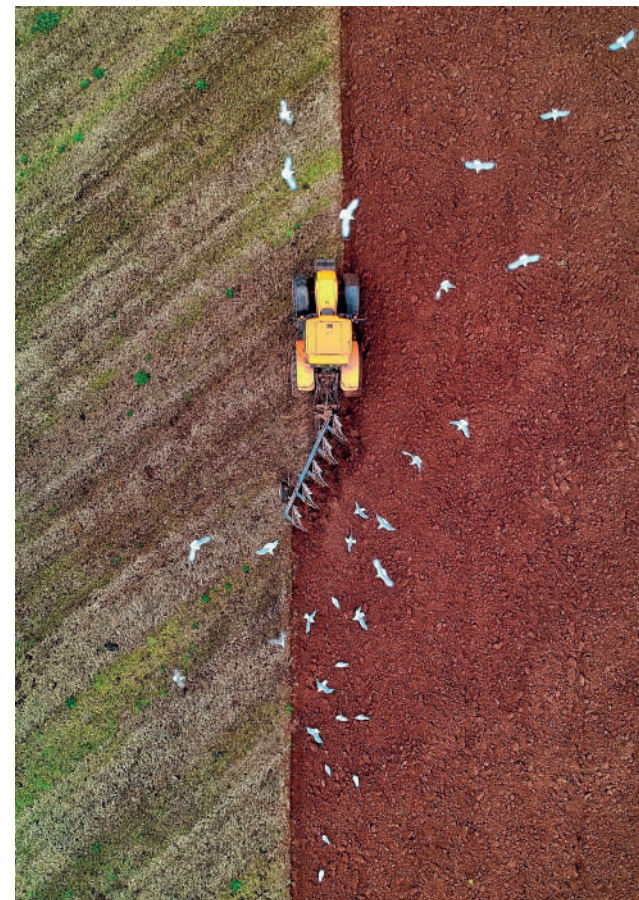


# Executive summary

La bioeconomia può influire in maniera significativa sulla transizione ecologica e contribuire alla scelta sostenibile dei sistemi produttivi nazionali.

La "Prima indagine diretta a livello territoriale sulle imprese italiane e sulle filiere produttive della bioeconomia" delinea i contorni della stessa, contribuendo alla lettura analitica di alcuni fenomeni che la riguardano, in particolare:

- ✓ le imprese biobased si concentrano nei settori tipicamente Made in Italy (Alimentari, bevande e tabacco 13,5%; Tessile 8,9%; Abbigliamento 7,9%) e sono principalmente di media e piccola dimensione (il 45,6% di esse ha tra 20 e 49 addetti);
- ✓ sono born biobased il 61,7% e neo biobased il 38,3% delle imprese (con il termine **Born Biobased** si identificano le imprese nate con caratteristiche di bioeconomia. Con il termine **Neo Biobased** quelle che si sono trasformate. In tal modo, il presente studio, introduce una originale lettura *genetica* del fenomeno);
- ✓ sono semi biobased l'80,8% e full biobased il 19,2% delle imprese, (con il termine **Full Biobased** e **Semi Biobased** si identificano le imprese la cui produzione è totalmente o parzialmente biobased, s'introduce in questo modo una valutazione di *intensità* del fenomeno);
- ✓ le neo biobased sono concentrate nella classe tra 20 e 49 addetti (46,5% e 45% tra le born biobased);
- ✓ le imprese full biobased rappresentano la quota maggiore di coloro che intendono aumentare la produzione biobased nei prossimi tre anni (48,7%), le semi biobased lo faranno in misura minore (34,5%). Nell'insieme sono propense a crescere ed investire nel settore più di un terzo delle imprese della Bioeconomia (37,2 %);



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GIUGLIAMO TAGLIACARNE



Quartier italiano della Bioeconomia circolare

# xecutive summary (segue)

- ✓ nelle imprese full biobased sono più rappresentati settori vocati in maniera chiara all'impiego di materia prima naturale (Alimentare, bevande e tabacco 31%; Legno e prodotti in legno 16,7%). Sono più concentrate nelle semi biobased imprese di settori quali la Gomma e plastica che, sebbene in impianti di produzione non esclusivi, sono l'11,4% e, come messo in evidenza dall'Action Plan nazionale sulla Bioeconomia, rappresentano la frontiera dell'impiego di biomasse basate su materia prima proveniente da specie agricole dedicate (non alimentari), impiantate su aree marginali e vocate allo sviluppo di biodiversità, nonché di rifiuti a matrice organica provenienti da attività agroalimentari, forestali e marine<sup>1</sup>. L'industria di produzione di bioplastica (e di manufatti di bioplastica) rappresenta una preziosa opportunità per molte aree rurali, montane e costiere del nostro Paese sotto il profilo economico e ambientale e per lo sviluppo in chiave circolare della bioeconomia;
- ✓ le imprese della gomma e plastica (12,7%) sono anche "*geneticamente*" born biobased. Tale consistenza potrebbe essere dovuta alla maggiore sensibilità verso i temi della sostenibilità ed anche dalla necessità di ridurre l'impiego di fossili in ragione anche della crisi da approvvigionamento delle materie prime coerentemente con il principio per cui la bioeconomia è un acceleratore di innovazione sostenibile espresso nell'Action Plan nazionale sulla Bioeconomia;
- ✓ reputazione (74,9%), sostenibilità ambientale (73,1%) e efficientamento della produzione (54,5%) sono tra i vantaggi indicati dalle imprese. Il vantaggio maggiore, tuttavia, non è legato ad una logica strettamente economica o ambientalista, quanto piuttosto al giudizio ed alla sensibilità dell'opinione pubblica dalla quale deriva una indicazione che orienta il business dell'impresa;
- ✓ la scelta biobased oltre che derivare da una naturale evoluzione del settore (74,80%) è principalmente una richiesta del mercato di riferimento (67,00%) ed un processo innovativo dell'azienda (64,8%). Si tratta di una scelta consapevole nella direzione della competitività sui mercati e dell'innovazione;
- ✓ le imprese biobased investono nella formazione (68,1%), in linea con l'"Action plan, Azione 4 : Promuovere l'impegno, l'istruzione, l'aggiornamento delle competenze, la formazione e l'imprenditorialità a ogni livello della Bioeconomia.



<sup>1</sup> Piano d'Azione Esecutivo (2020-2025) sulla Strategia Italiana per la Bioeconomia



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE



SPRING

Cluster italiano della Bioeconomia circolare





# Profilo delle imprese bio



# 1.1 Profilo delle imprese bio



Le imprese bio: in quali settori e di quali dimensioni

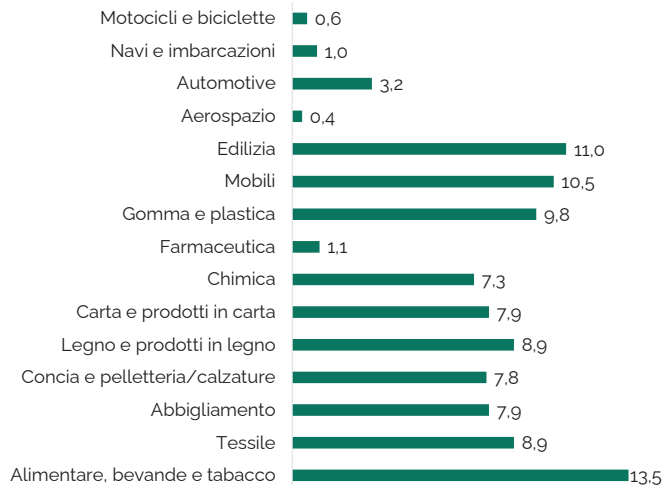
## Bioeconomia: Made in Italy e medio-piccola impresa

Le imprese bio si concentrano maggiormente nei settori Alimentare, Edilizia e Mobili, con incidenze lievemente superiori al 10% del totale delle imprese con queste caratteristiche (rispettivamente 13,5%, 11,0% e 10,5%). Con quote poco al di sotto del 10% ci sono i settori Gomma e plastica, Legno e prodotti in legno, Tessile, Carta e prodotti in carta, Abbigliamento e Concia e pelletteria/calzature.

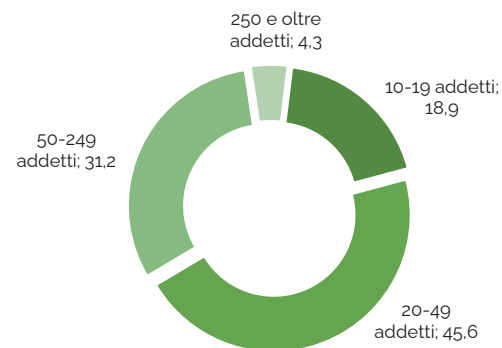
Secondo la dimensione, circa i due terzi delle imprese sono piccole, suddivise tra un 18,9% con 10-19 addetti e un 45,6% con 20-49 addetti (medio-piccola). Il 31,2% sono medie imprese (50-249 addetti) e il restante 4,3% è composto da grandi imprese (250 addetti e oltre).

FONTE: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

Distribuzione percentuale delle imprese bio, per settore



Distribuzione percentuale delle imprese bio, per classe di addetti



# 1.2 Profilo delle imprese bio



Le risorse biologiche utilizzate: quantità e tipologie

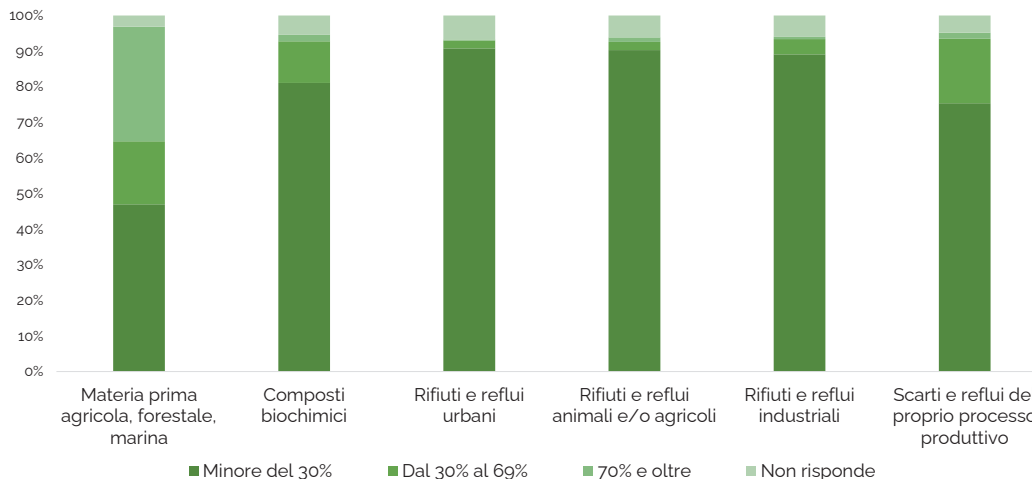
**Le risorse biologiche contribuiscono fino a quasi un terzo del totale della materia prima impiegata**

Le risorse biologiche riescono a coprire il 31% del totale della materia prima impiegata da parte delle imprese bio.

Nella maggior parte delle imprese (80% e oltre) l'impiego di risorse biologiche copre fino al 29% della materia prima totale utilizzata. Questo per quasi tutti i casi di tipologie di risorse: unica eccezione è la materia prima agricola, forestale, marina, per la quale meno della metà delle imprese ha una copertura inferiore al 30% ma ben un terzo circa copre con questa risorsa oltre il 70% della materia prima totale impiegata.

FONTE: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

**Distribuzione percentuale delle imprese secondo l'incidenza delle risorse biologiche sull'impiego complessivo di materia prima, per tipologia di risorsa biologica**



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GIUSEPPE TAGLIACARNE



Cluster Italiane della Bioeconomia Italiana

# 1.3 Profilo delle imprese bio



## Le risorse biologiche utilizzate: provenienza

### La geografia degli approvvigionamenti: prevale il mercato nazionale, ma esiste anche una certa dipendenza estera

Per circa il 60% delle imprese la provenienza delle risorse biologiche è nazionale (extra-locale). Il mercato più strettamente locale è fonte di approvvigionamento per poco più di un quarto delle aziende. Tuttavia, circa il 40% delle imprese (la domanda sulla provenienza è a risposta multipla) si approvvigiona all'estero. In tutti e tre i casi non si rilevano significative distinzioni tra le singole tipologie di risorse biologiche.

### Distribuzione percentuale delle imprese secondo la localizzazione geografica degli approvvigionamenti delle risorse biologiche, per tipologia di risorsa (domanda a risposta multipla)

	Nazionale (locale)	Nazionale (extra-locale)	Internazionale
Materia prima agricola, forestale, marina	28,1	61,5	43,5
Composti biochimici	27,3	60,7	42,2
Rifiuti e reflui urbani	26,8	59,8	41,3
Rifiuti e reflui animali e/o agricoli	26,7	60,1	41,8
Rifiuti e reflui industriali	26,8	60,0	41,8
Scarti e reflui del proprio processo produttivo	27,5	60,8	42,4

FONTE: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne. Indagine "Bioeconomia 2023"



# 1.4 Profilo delle imprese bio

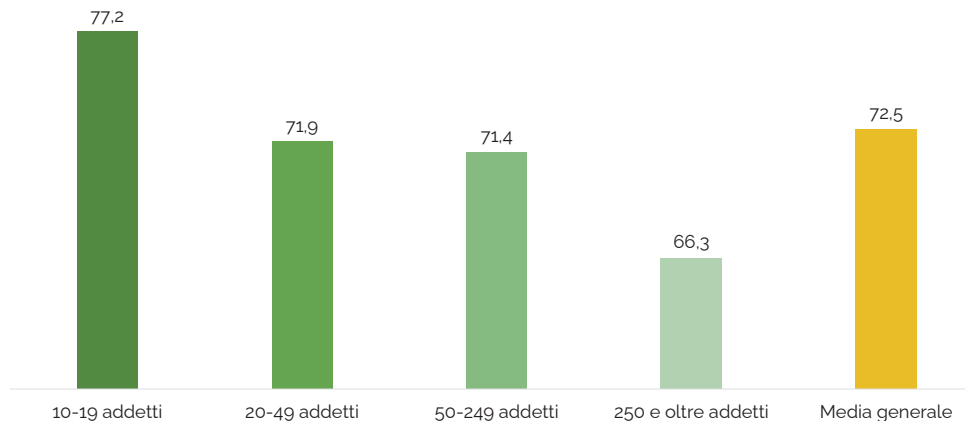


Quanti producono per il mercato finale: differenze dimensionali

## La bioeconomia, un'opportunità per le piccole imprese di confrontarsi sul mercato finale

Il 72,5% delle imprese produce per il mercato finale, dimostrandosi superiore alla media generale delle imprese (67,3%)\*. Nella bioeconomia 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. I settori dove ci sono più imprese che producono per il mercato finale sono Abbigliamento (87,4%), Alimentare, bevande e tabacco (86,7%), Edilizia (86,4%) e Mobilio (81,9%).

Imprese che producono per il mercato finale, per classe dimensionale



FONTE: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

\* indagine Unioncamere e Centro Studi Tagliacarne su un campione di 3.000 imprese manifatturiere, 2022

# 1.5 Profilo delle imprese bio

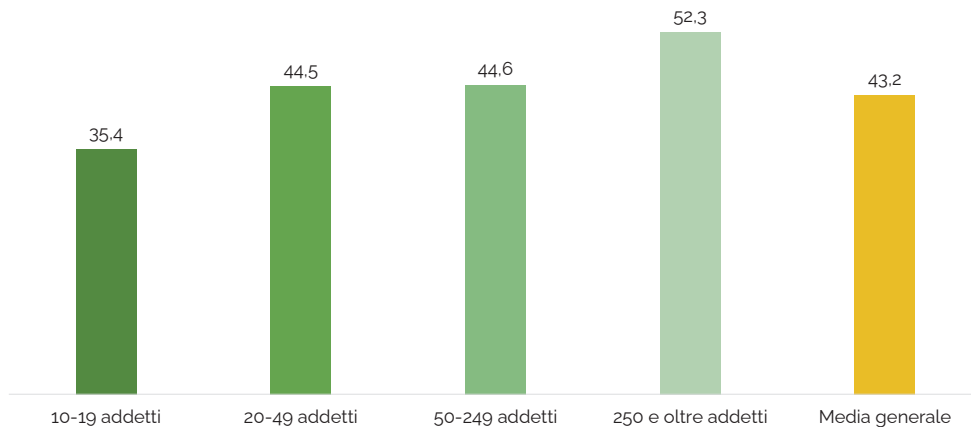


Quanti producono per altre aziende bio: differenze dimensionali

## Le grandi imprese più impegnate nella subfornitura

Il 43,2% delle imprese produce materie prime o semilavorati per altre aziende della bioeconomia. Un fenomeno che tende a crescere all'aumentare della dimensione aziendale: si passa dal 35,4% delle imprese con 10-19 addetti a circa il 45% di quelle nelle classi 20-49 e 50-249, per toccare il picco del 52,3% nella classe 250 addetti e oltre.

Imprese che producono per altre aziende bio, per classe dimensionale



FONTE: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne. Indagine "Bioeconomia 2023"

# 1.6 Profilo delle imprese bio



Due modi di vedere le imprese bio: 'genetica' e 'intensità'

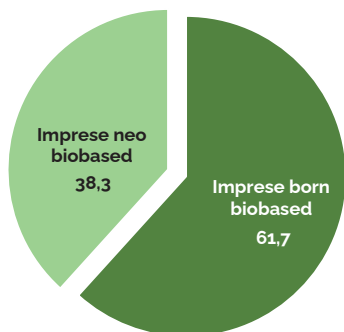
**'Genetica': la maggior parte delle imprese bio sono born biobased. 'Intensità': la maggior parte sono semi biobased**

Nel 61,7% dei casi le imprese sono born biobased (cioè nate con caratteristiche di bioeconomia); il rimanente 38,3% sono neo biobased (cioè che hanno orientato le proprie produzioni verso modalità biobased successivamente alla nascita).

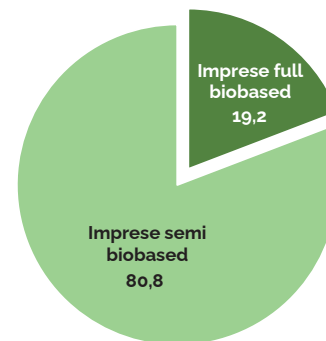
Le imprese full bio (cioè quelle che producono utilizzando 'totalmente' risorse biologiche e/o materie prime di origine naturale) sono il 19,2%, mentre le semi biobased (cioè che producono utilizzando 'parzialmente' risorse biologiche e/o materie prime di origine naturale) sono l'80,8%

FONTE: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

Distribuzione percentuale delle imprese secondo la 'genetica': born biobased e neo biobased



Distribuzione delle imprese secondo l'intensità: full biobased e semi biobased



# 1.7 Profilo delle imprese bio

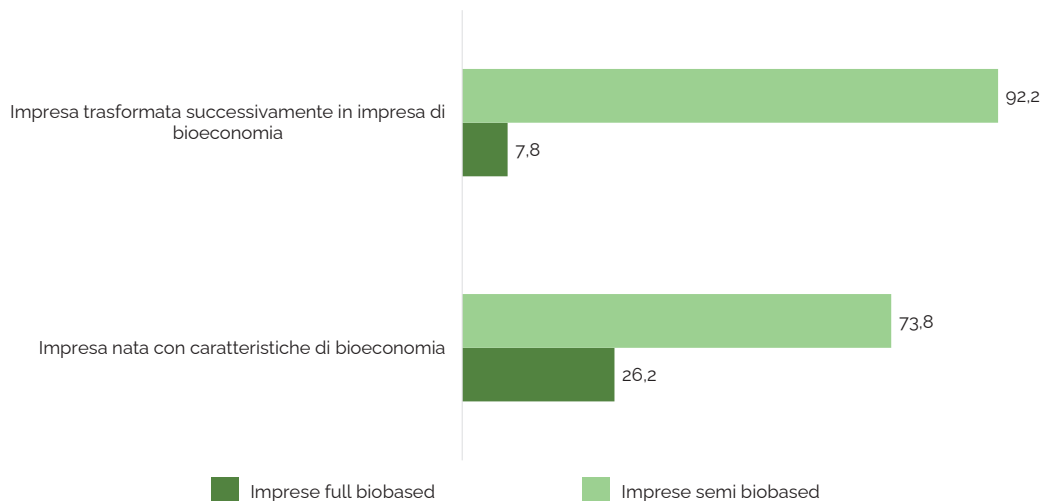


Quando 'genetica' e 'intensità' si incrociano

**Quando si nasce bio è più probabile essere full biobased che semi biobased**

Le imprese full biobased sono maggiormente presenti tra le born biobased (rappresentando circa un quarto del totale: 26,2%) e meno presenti nelle neo biobased (sono solo il 7,8%). Viceversa, le imprese semi biobased sono più presenti nelle imprese neo biobased e meno nelle born biobased (92,2% vs 73,8%)

**Distribuzione percentuale delle imprese tra full biobased e semi biobased all'interno delle born biobased e delle neo biobased**



FONTE: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"



# 1.8 Profilo delle imprese bio

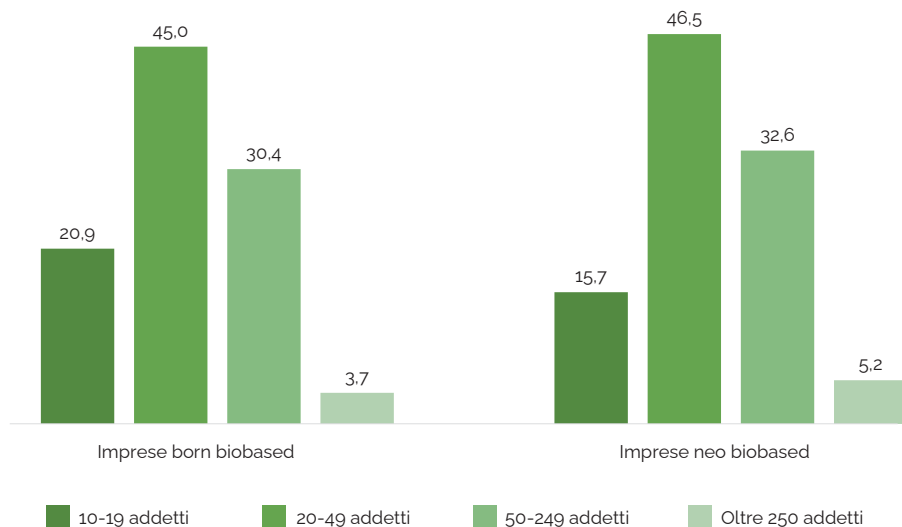


Imprese born biobased e neo biobased: differenze dimensionali

## Più piccole imprese nelle born biobased rispetto alle neo biobased

La distribuzione per classe di addetti delle imprese born biobased e neo biobased è piuttosto simile, a meno di una specificità: tra le prime la presenza di imprese di minore dimensione (10-19 addetti) è più marcata (20,9%, contro 15,7% delle neo biobased).

Distribuzione percentuale delle imprese per classe dimensionale, nelle imprese born biobased e in quelle neo biobased



FONTE: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GIUSEPPE TAGLIACARNE



SPRING  
Cluster italiano della Bioeconomia Italiana

# 1.9 Profilo delle imprese bio

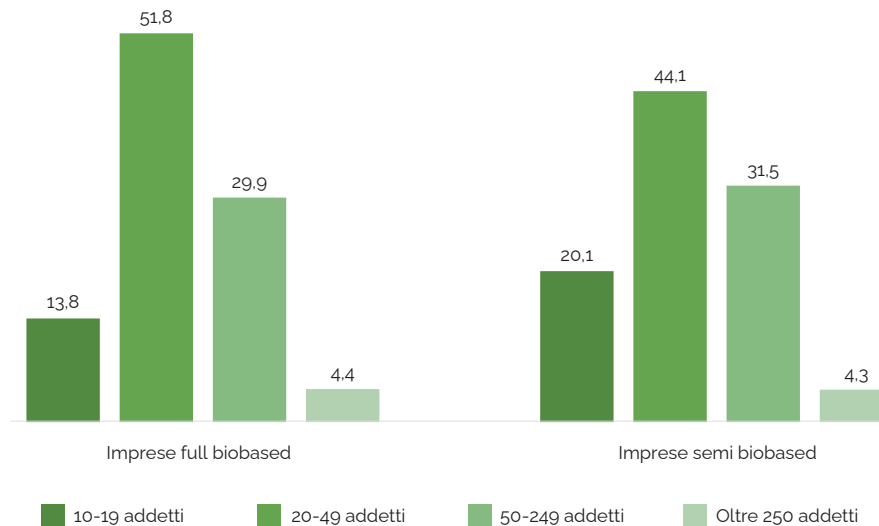


Imprese full e parzialmente bio: differenze dimensionali

**Le piccole imprese più presenti nelle semi biobased, le medio piccole nelle full 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%).

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



FONTE: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMERCIO  
GIUSEPPE TAGLIACARNE



Cluster Italiani della Bioeconomia Italiana

# 1.10 Profilo delle imprese bio

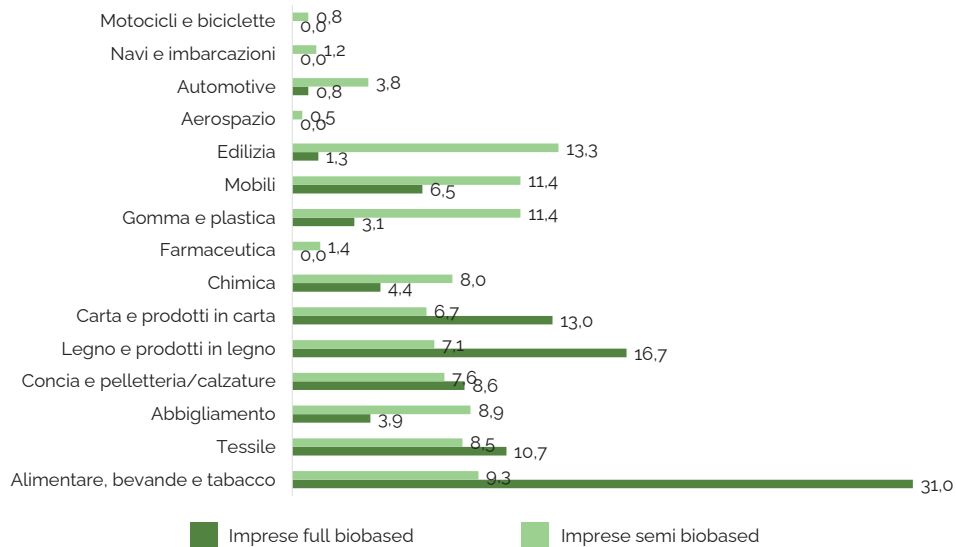


## Imprese full biobased e semi biobased: differenze settoriali

### Full biobased più presenti nell'Alimentare, le semi biobased nella Gomma e plastica, Chimica, Abbigliamento, Edilizia

Le imprese full biobased, rispetto a quelle semi biobased, sono particolarmente concentrate nel settore Alimentare, dove operano quasi un terzo di esse (31% vs 9,3% delle semi biobased), così come in quello del Legno e prodotti in legno (16,7% vs 7,1%) e in quello della Carta e prodotti in carta (13,0% vs 6,7%). Mentre i settori dove è più elevata la concentrazione delle semi biobased, rispetto alle full biobased, sono quelli della Gomma e plastica (11,4% vs 3,1%), della Chimica (8,0% vs 4,4%), dell'Abbigliamento (8,9% vs 3,9%) e dell'Edilizia (13,3% vs 1,3%).

Distribuzione percentuale delle imprese full biobased e semi biobased, per settore



FONTE: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

# 1.11 Profilo delle imprese bio

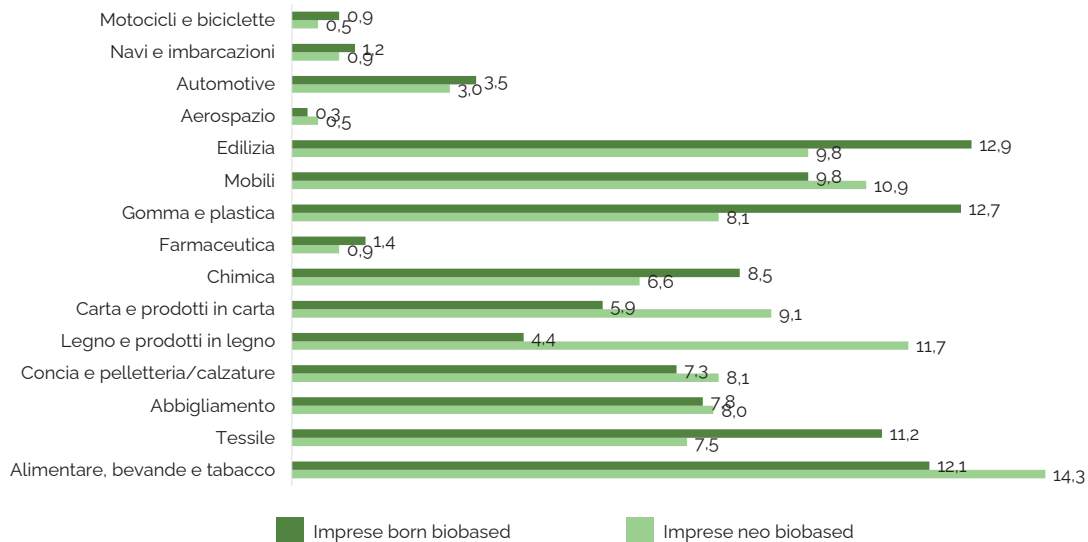


## Imprese born biobased e neo biobased: differenze settoriali

**Born biobased più presenti nel Tessile, Chimica, Gomma-plastica, Edilizia, neo biobased nel Legno, Carta e Alimentare**

Le imprese born biobased, rispetto a quelle neo biobased, si concentrano maggiormente nei settori Tessile (11,2% vs 7,5%), Chimica (8,5% vs 6,6%) Gomma e plastica (12,7% vs 8,1%) e Edilizia (12,9% vs 9,8%). Mentre le imprese neo biobased, rispetto alle born biobased, operano maggiormente nei settori del Legno e prodotti in legno (11,7% vs 4,4%) e Carta e prodotti in carta (9,1 vs 5,9%), e Alimentare (14,3% vs 12,1%).

Distribuzione percentuale delle imprese born biobased e neo biobased, per settore



FONTE: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"



# 1.12 Profilo delle imprese bio

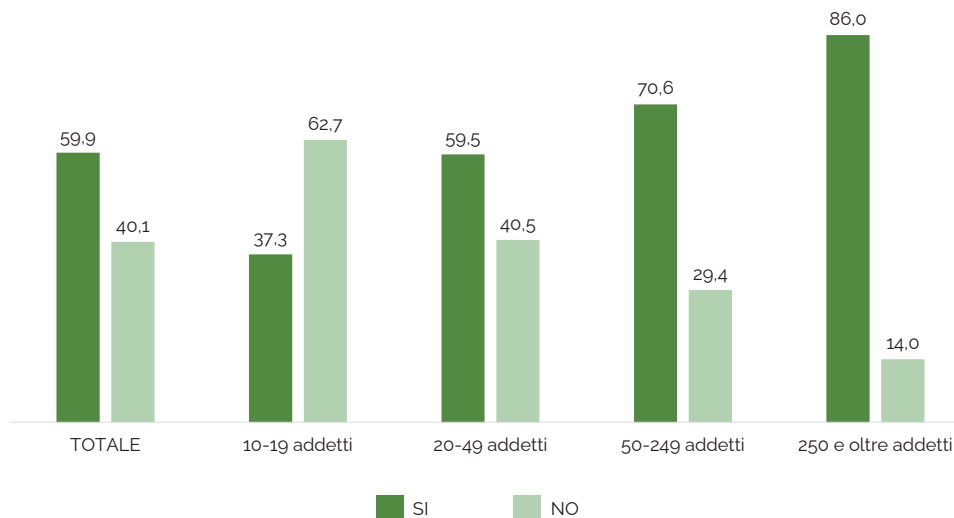


## Attività di export delle imprese biobased

### L'attività di export resta una prerogativa delle imprese di maggiori dimensioni

Il 60% circa delle imprese biobased ha esportato i propri prodotti all'estero. Esporta l'86,0% delle imprese con 250 e oltre addetti, a fronte del 37,3% delle aziende con 10-19 addetti.

Le imprese della bioeconomia che esportano (in % per classe di addetti)



FONTE: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne. Indagine "Bioeconomia 2023"



# Scenari della Bioeconomia



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GIUGLIANO TAGLIARINE



SPRING  
Centro Studi della Bioeconomia Italiana

## 2.1 Scenari della Bioeconomia



Perché essere bio: market driven o business-driven?

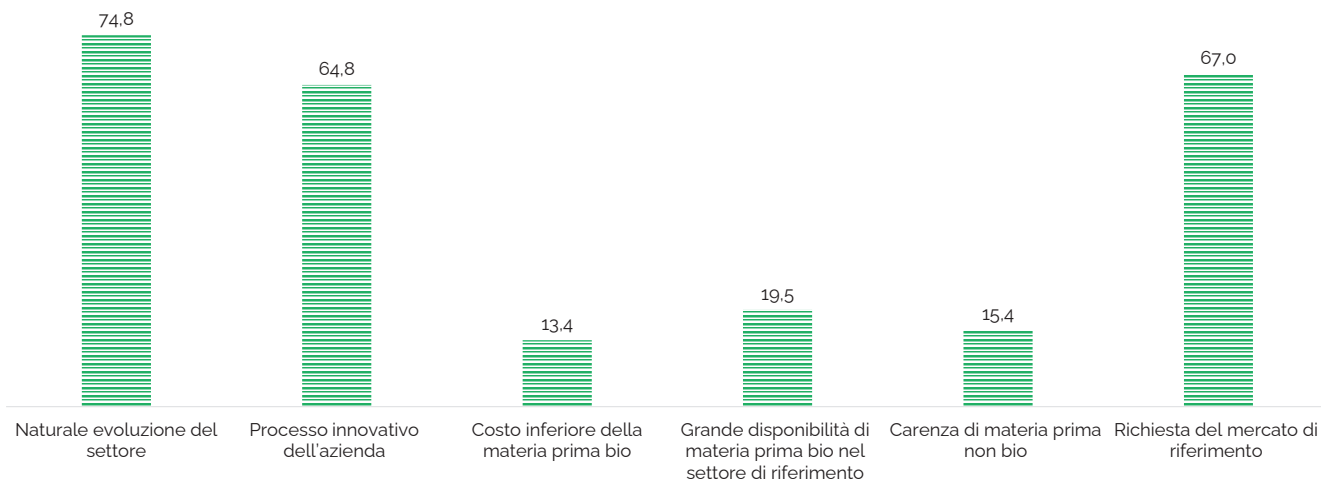
### Il bio come scelta di competitività sui mercati e di innovazione

Le prime due motivazioni che hanno determinato lo sviluppo di prodotti a base bio, che potremmo definire *market driven*, sono la naturale evoluzione del settore (riguarda il 74,8%) e la richiesta del mercato di riferimento (67,0%). Ma bio è anche una scelta di innovazione, perché la terza motivazione fa riferimento alla volontà di innovare il processo produttivo (64,8%). Più contenuti gli aspetti legati alla convenienza di costo, alla carenza di materia prima non bio e alla grande disponibilità di materia prima bio nel settore di riferimento (in tutti e tre i casi meno del 20%).

FONTE: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

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

Motivazioni alla base dello sviluppo dei prodotti a base bio (domanda a risposta multipla)



## 2.2 Scenari della Bioeconomia

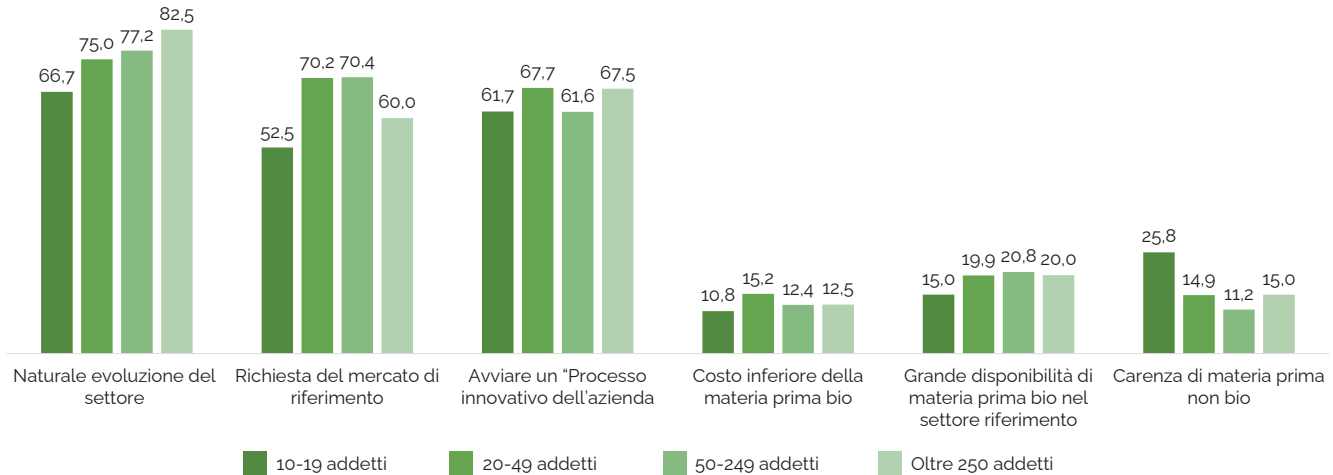


Perché essere bio: differenze dimensionali

**Evoluzione del settore e richieste del mercato spingono al bio maggiormente le imprese più grandi, mentre la volontà di innovare appartiene a tutte le imprese**

Le motivazioni *market driven* aumentano al crescere della dimensione aziendale: la naturale evoluzione del settore guida il 66,7% delle piccole imprese 10-19 addetti contro circa l'80% nelle imprese 50-249 e 250 addetti e oltre. Tendenza simile riguarda la motivazione legata alla richiesta del mercato di riferimento, che incide per il 52,5% nelle imprese 10-19 addetti e sale al 70% in quelle di dimensioni maggiori (20-49 e 50-249 addetti). Riguardo invece alle motivazioni *business driven*, con particolare riferimento alla volontà di avviare un processo innovativo, non si rilevano particolari differenze tra le diverse classi dimensionali.

**Motivazioni alla base dello sviluppo dei prodotti a base bio, per classe di addetti (domanda a risposta multipla)**



FONTE: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

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

## 2.3 Scenari della Bioeconomia



### I vantaggi del biobased

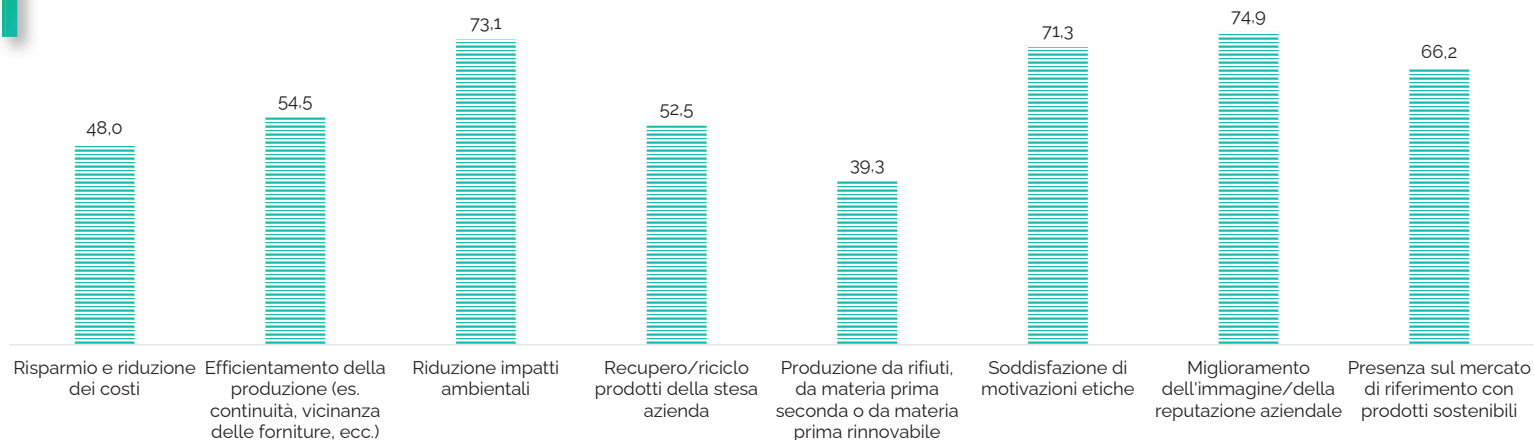
**Etica, competitività e sostenibilità ambientale i principali vantaggi... ma anche maggiore efficienza dei processi produttivi**

I vantaggi del biobased hanno motivazioni diverse: si va da quella legata a questioni etiche ("Soddisfazione di motivazioni etiche": 71,3%) a quella connessa con la competitività, come il "Miglioramento dell'immagine e della reputazione aziendale" (74,9%), passando per quella legata all'impronta ambientale, come la "Riduzione degli impatti ambientali" (73,1%). Pur pesando relativamente meno, merita comunque sottolineare che 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%).

**FONTE:** Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

**NOTA:** per una lettura più complessiva le risposte, rispettivamente Molto/Abbastanza e Poco/Per niente sono state accorpate.

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



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GIULIARNO TAGLIACARNE



Cluster Italiani della Bioeconomia Italiana

## 2.4 Scenari della Bioeconomia



I vantaggi del bio: imprese born biobased vs neo biobased; full biobased vs semi biobased (1)

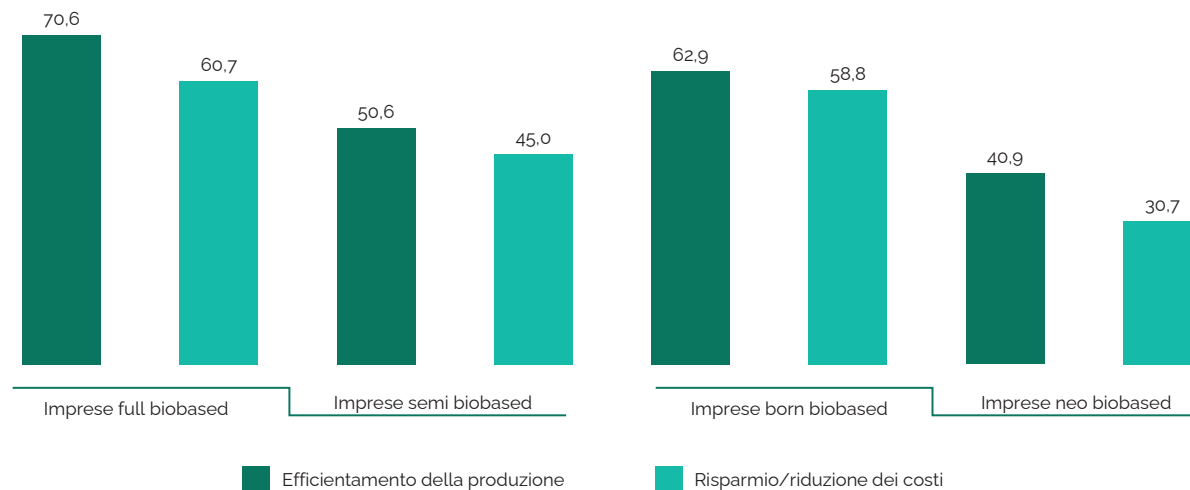
**Nascere bio ed essere full biobased permette di ottenere più vantaggi dalla bioeconomia in termini di efficienza e riduzione dei costi**

Efficientamento energetico e risparmio/riduzione dei costi sono vantaggi segnalati più frequentemente dalle imprese full biobased rispetto a quelle semi biobased: rispettivamente, 70,6% vs. 50,6%; 60,7% vs. 45,0%. Ciò vale anche per le imprese born biobased rispetto alle neo biobased: rispettivamente, 62,6% vs 40,9%; 58,8% vs 30,7%.

**Vantaggi generati dalla produzione a base bio: born biobased vs neo biobased, full biobased vs semi biobased (domanda a risposta multipla)**

**FONTE:** Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

**NOTA:** per una lettura più complessiva le risposte, rispettivamente Molto/Abbastanza e Poco/Per niente sono state accorpate.



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMERCIO  
GIUSEPPE TAGLIACARNE



Cluster Italiani della Bioeconomia Italiana

## 2.5 Scenari della Bioeconomia



I vantaggi del bio: imprese born biobased vs neo biobased; full biobased vs semi biobased (2)

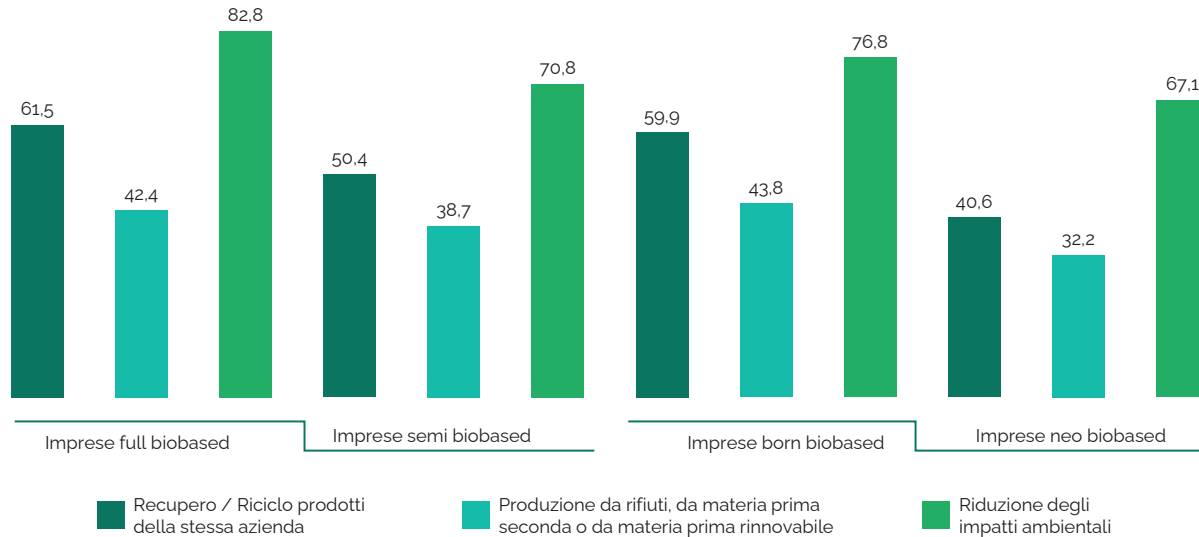
... anche in termini di capacità di riciclo e riduzione dell'impatto ambientale...

Essere totalmente bio porta vantaggi anche in termini di recupero/riciclo dei prodotti e riduzione degli impatti ambientali, perché in entrambi i casi questi due aspetti sono segnalati più frequentemente dalle imprese full biobased rispetto alle semi biobased: rispettivamente, 61,5% vs 50,4%; 82,8% vs 70,8%. Ciò vale anche per le imprese born biobased rispetto a quelle neo biobased: rispettivamente, 59,9% vs 40,6%; 76,8% vs 67,1%

Vantaggi generati dalla produzione a base bio: born biobased vs neo biobased, full biobased vs semi biobased (domanda a risposta multipla)

**FONTE:** Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

**NOTA:** per una lettura più complessiva le risposte, rispettivamente Molto/Abbastanza e Poco/Per niente sono state accorpate.



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GIULIO TAGLIACARNE

SPRING  
Cluster Italiano della Bioeconomia Italiana

## 2.6 Scenari della Bioeconomia

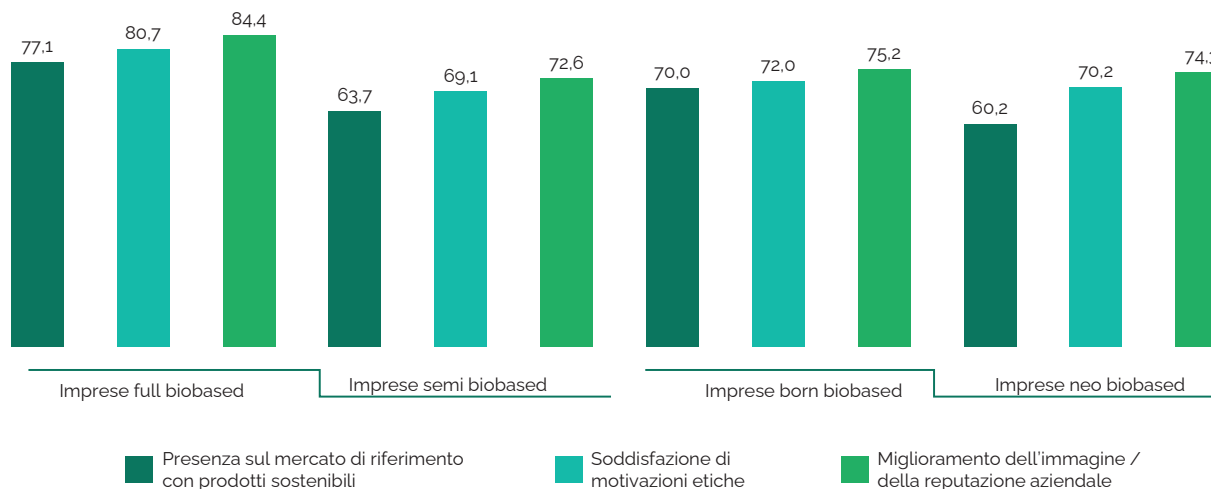


I vantaggi del bio: imprese born biobased vs neo biobased; full biobased vs semi biobased (3)

... e anche in termini di competitività sul mercato

Le imprese full biobased, rispetto alle semi biobased, riescono ad ottenere maggiori vantaggi dalla presenza sul mercato con prodotti sostenibili (77,1% vs 63,7%), dal miglioramento dell'immagine/reputazione aziendale (84,4% vs 72,6%), e dalla soddisfazione di motivazioni etiche (80,7% vs 69,1%). Il primo dei tre vantaggi è più presente anche nelle imprese born biobased rispetto alle neo biobased (rispettivamente, 70,0% vs 60,2%), mentre sui vantaggi relativi alla soddisfazione di motivazioni etiche e miglioramento dell'immagine/reputazione non emergono particolari differenze tra queste due tipologie di imprese.

Vantaggi generati dalla produzione a base bio: born biobased vs neo biobased, full biobased vs semi biobased (domanda a risposta multipla)



**FONTE:** Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

**NOTA:** per una lettura più complessiva le risposte, rispettivamente Molto/Abbastanza e Poco/Per niente sono state accorpate.



## 2.7 Scenari della Bioeconomia



Quali vantaggi per quali settori dalla scelta biobased

L'Efficientamento della produzione" è un vantaggio che appare più rilevante per le imprese di minore dimensione e maggiormente percepito in alcuni settori: Alimentare, bevande e tabacco (dal 61,1% delle imprese), Legno e prodotti in legno (66,3%), Carta e prodotti in carta (62%). Viceversa, "Risparmio e riduzione dei costi", è indicato dalla maggioranza delle imprese di maggiori dimensioni (con oltre 50 addetti). Tra i tre settori indicati in precedenza, solo Legno e prodotti in legno registra una quota di imprese consistente (60,1%) per la quale questo secondo vantaggio di natura economica si manifesta.

**FONTE:** Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

**NOTA:** per una lettura più complessiva le risposte, rispettivamente Molto/Abbastanza e Poco/Per niente sono state accorpate.

	Efficientamento della produzione	Risparmio e riduzione dei costi	Riduzione degli impatti ambientali	Recupero / Riciclo prodotti della stessa azienda	Produzione da rifiuti, da materia prima seconda o da materia prima rinnovabile	Soddisfazione di motivazioni etiche	Miglioramento dell'immagine / della reputazione aziendale	Presenza sul mercato di riferimento con prodotti sostenibili
Alimentare, bevande e tabacco	61,1	48,5	71,5	47,0	30,7	72,6	77,0	67,8
Tessile	47,5	36,9	73,7	56,4	42,5	74,9	78,2	67,0
Abbigliamento	51,6	43,4	69,8	49,7	36,5	69,8	73,6	67,3
Concia e pelletteria/calzature	53,8	51,9	72,4	47,4	36,5	71,2	76,9	60,3
Legno e prodotti in legno	66,3	60,1	82,6	68,0	48,9	82,6	82,6	80,3
Carta e prodotti in carta	62,0	49,4	84,8	58,9	45,6	74,1	84,2	87,3
Chimica	51,0	50,3	72,1	48,3	38,1	72,1	75,5	72,1
Farmaceutica	68,2	59,1	72,7	27,3	27,3	68,2	77,3	72,7
Gomma e plastica	52,3	52,8	76,6	63,5	49,2	73,1	74,1	66,0
Mobili	53,3	42,9	72,9	51,4	38,1	72,4	72,9	61,4
Edilizia	43,2	40,0	62,7	42,7	36,4	58,6	63,2	48,2
Aerospazio	62,5	100,0	87,5	62,5	37,5	87,5	75,0	62,5
Automotive	60,9	57,8	65,6	50,0	39,1	60,9	64,1	56,2
Navi e imbarcazioni	35,0	35,0	60,0	35,0	20,0	65,0	55,0	25,0
Motocicli e biciclette	53,8	61,5	61,5	61,5	30,8	46,2	69,2	61,5



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GIUSEPPE TAGLIACARNE



Cluster Italiani della Bioeconomia Italiana

## 2.8 Scenari della Bioeconomia

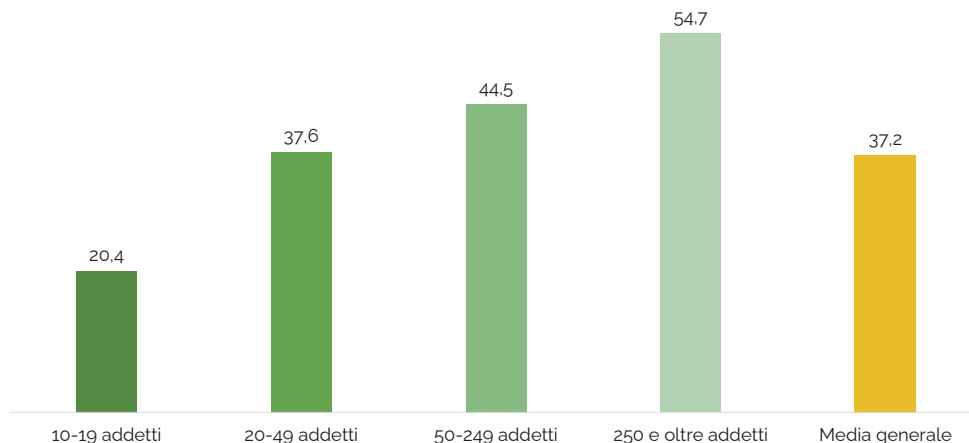


Sarà un futuro più biobased? Differenze dimensionali

**Rischio di allargamento del «bio divide» tra piccole e grandi: imprese medio-grandi più propense ad ampliare in futuro la produzione bio rispetto alle piccole.**

Il 37% delle imprese amplierà la produzione biobased nei prossimi tre anni. Una scelta che tende ad aumentare al crescere della dimensione aziendale: si passa dal 20,4% nelle piccole imprese (10-19 addetti) al 44,5% nelle medie (50-249 addetti), fino a toccare il 54,7% nelle grandi (250 addetti e oltre). Nelle medio-piccole imprese (20-49 addetti) la quota (37,6%) si assesta sulla media generale.

**Quota percentuale di imprese che prevede di ampliare nei prossimi tre anni la produzione biobased, per classe dimensionale**



**FONTE:** Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GIUSEPPE TAGLIACARNE



Cluster Italiano della Bioeconomia Italiana

## 2.9 Scenari della Bioeconomia

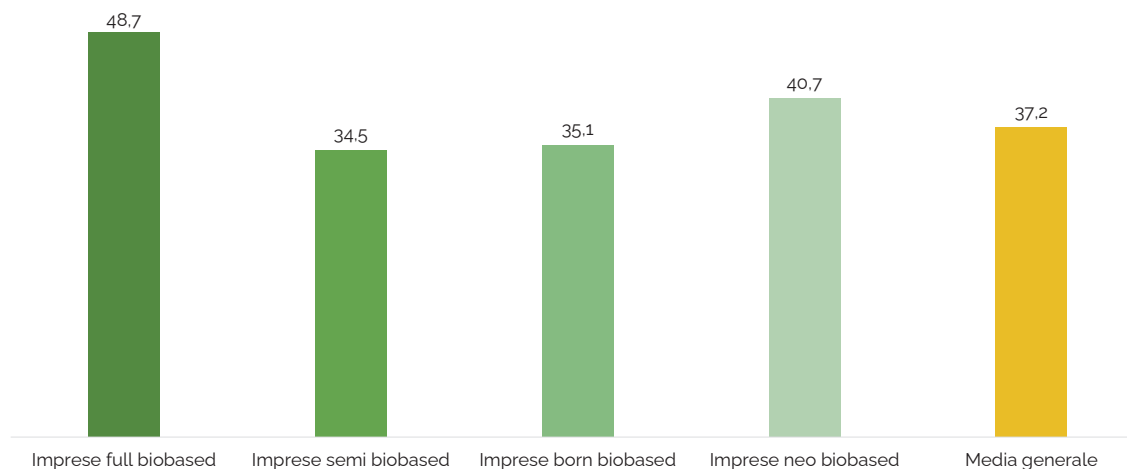


Sarà un futuro più biobased? Differenze tra tipologie di imprese

### Full biobased e neo biobased puntano di più ad aumentare in futuro la produzione bio

La quota di imprese che prevede un ampliamento nei prossimi tre anni della produzione biobased è maggiore tra le imprese full biobased rispetto alle semi biobased (48,7% vs 34,5%), così come tra le imprese neo biobased rispetto alle born biobased (40,7% vs 35,1%).

Quota percentuale di imprese che prevede di ampliare nei prossimi tre anni la produzione biobased, per tipologia di impresa



FONTE: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GIUSEPPE TAGLIACARNE



SPRING  
Cluster Italiani della Bioeconomia Italiana

## 2.10 Scenari della Bioeconomia

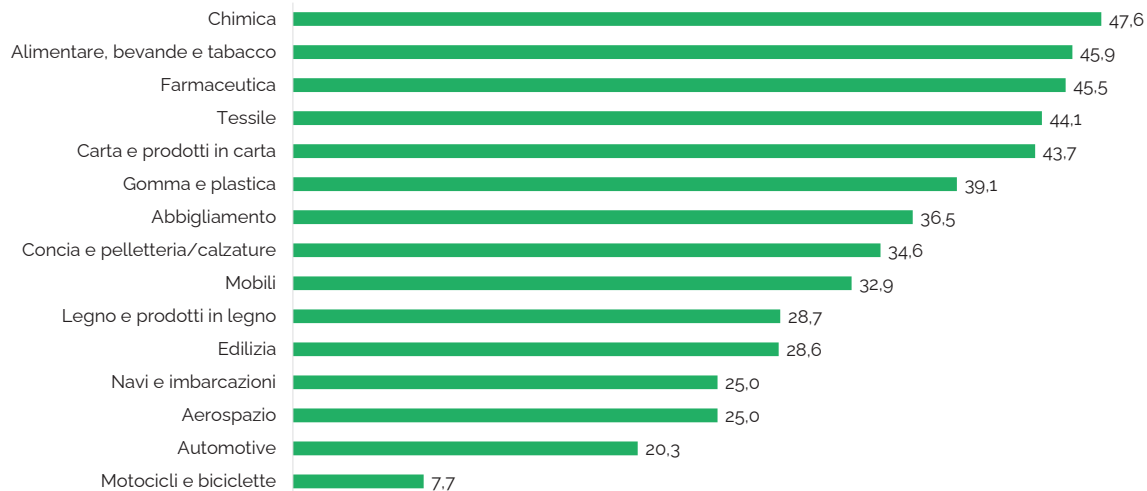


Sarà un futuro più biobased? Differenze settoriali

**Aumentare la produzione biobased è una scelta strategica e trasversale ai settori, che va al di là delle connotazioni tipiche dei processi produttivi**

La propensione ad aumentare la produzione biobased assume una maggiore diffusione sia nel Made in Italy più tradizionale (e a più bassa intensità tecnologica), come Alimentare, bevande e tabacco (il 45,9% prevede un aumento nei prossimi tre anni), Tessile (44,1%), Carta e prodotti in carta (43,7%), sia nei settori ad «alta scala» (e a più alta intensità tecnologica) come la Chimica (47,6%) e la Farmaceutica (45,5%).

**Quota percentuale di imprese che prevede di ampliare nei prossimi tre anni la produzione biobased, per settore**



**Fonte:** Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GIUSEPPE TAGLIACARNE



SPRING

Cluster italiano della Bioeconomia Italiana



# Vantaggi e performance economiche

3

# 3.1 Vantaggi e performance economiche



Does it pay to be bio? Fatturato e resilienza

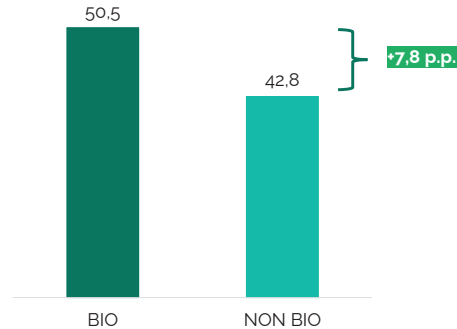
## Il bio spinge il fatturato e la resilienza...

Le Imprese biobased (BIO) registrano migliori performance rispetto alle non biobased (NON BIO) sia in termini di fatturato (il 50,5% delle imprese BIO ha registrato un aumento del fatturato nel 2022 vs il 42,8% delle NON BIO) che di resilienza (il 34,8% delle imprese BIO ha superato nel 2022 i livelli produttivi pre-Covid vs il 25,1% delle NON BIO)\*.

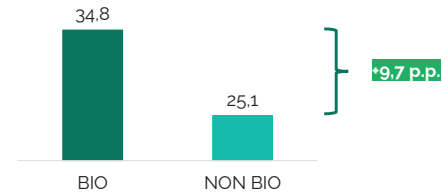
**FONTE:** Elaborazioni Centro Studi Tagliacarne su indagine "Bioeconomia 2023" Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne

\* indagine Unioncamere e Centro Studi Tagliacarne su un campione di 3.000 imprese manifatturiere, 2022

**FATTURATO:** Quota percentuale di imprese con aumento del fatturato nel 2022, imprese bio vs non bio



**RESILIENZA:** Quota percentuale di imprese che hanno superato nel 2022 i livelli produttivi pre-Covid, imprese bio vs non bio



## 3.2 Vantaggi e performance economiche



Does it pay to be bio? Export

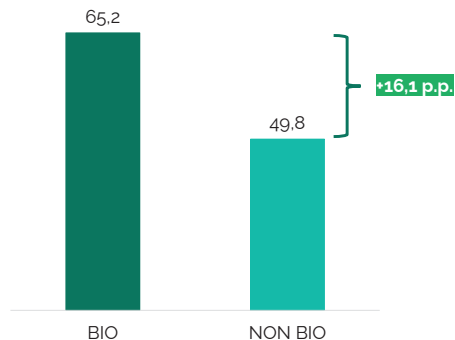
... e anche la capacità di esportare e far crescere le vendite estere

Le imprese biobased sono più aperte ai mercati esteri: il 65,2% esporta all'estero (vs il 49,8% delle non biobased). Inoltre, tra le imprese esportatrici, il 39,8% delle imprese BIO ha visto un aumento dell'export nel 2022 (vs il 29,8% delle NON BIO)\*.

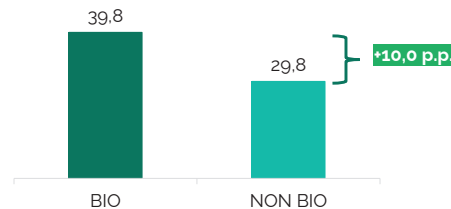
FONTE: Elaborazioni Centro Studi Tagliacarne su indagine "Bioeconomia 2023" Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne

\* indagine Unioncamere e Centro Studi Tagliacarne su un campione di 3.000 imprese manifatturiere, 2022

**IMPRESSE ESPORTATRICI: Quota percentuale di imprese esportatrici (sul totale imprese), imprese bio vs non bio**



**AUMENTO EXPORT: Quota percentuale di imprese (sul totale delle esportatrici) con export in aumento nel 2022, imprese bio vs non bio**



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GIUGLIARNO TAGLIACARNE



SPRING  
Cluster Italiani della Bioeconomia Italiana

# 3.3 Vantaggi e performance economiche



Il bio nella duplice transizione

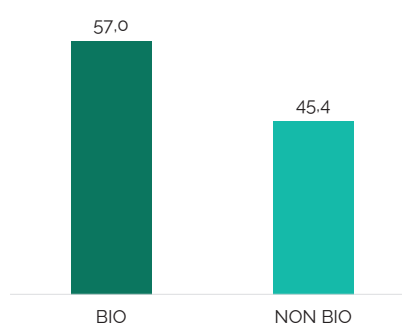
## Bio non è solo transizione green ma anche transizione digitale

Il 57,0% delle imprese biobased ha investito nelle tecnologie 4.0 nel periodo 2017-2021 e/o vi sta investendo nel periodo 2022-2024 (vs il 45,4% delle imprese non biobased). Il 68,1% delle imprese BIO (vs il 36,6% delle NON BIO) ha investito in processi e prodotti a maggior risparmio energetico, idrico e/o a minore impatto ambientale. L'anima green delle imprese BIO trova riscontro anche in due evidenze: i) 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); ii) il 15,8% delle imprese BIO (vs il 3,9% delle NON BIO) redige una rendicontazione di sostenibilità\*.

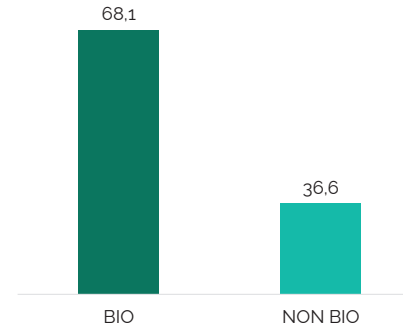
**FONTE:** Elaborazioni Centro Studi Tagliacarne su indagine "Bioeconomia 2023" Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne

\* indagine Unioncamere e Centro Studi Tagliacarne su un campione di 3.000 imprese manifatturiere, 2022

**TRANSIZIONE DIGITALE: Quota percentuale di imprese che investono in tecnologie 4.0, imprese bio vs non bio**



**TRANSIZIONE GREEN: Quota percentuale di imprese in processi e prodotti a maggior risparmio energetico, idrico e/o a minore impatto ambientale, imprese bio vs non bio**



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GIUSEPPE TAGLIACARNE



Cluster italiano della Bioeconomia Sostenibile



# 3.4 Vantaggi e performance economiche



L'attenzione al capitale umano

La dimensione umano-centrica delle imprese biobased: più impegnate nel welfare aziendale e nella formazione

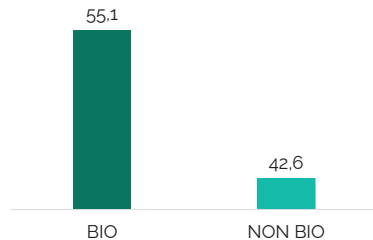
Il 55,1% delle imprese biobased investe in attività che favoriscono la salute e/o il benessere dei lavoratori (welfare aziendale) e la conciliazione casa-lavoro oltre a quanto specificatamente previsto dalla legge (vs il 42,6% delle non biobased). Attenzione al lavoro non solo dal punto di vista sociale, ma anche professionale: il 62,2% delle imprese BIO ha avviato percorsi formativi per i propri dipendenti nel biennio 2017-19 e sta continuando a farlo anche nel biennio 2022-24 (vs il 55,1% delle NON BIO).

Fonte: Elaborazioni Centro Studi Tagliacarne su indagine "Bioeconomia 2023" Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne

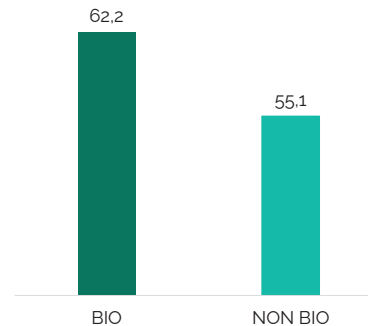
\* indagine Unioncamere e Centro Studi Tagliacarne su un campione di 3.000 imprese manifatturiere, 2022

\*\*In almeno una tipologia tra: re-skilling, up-skilling, intrapreneurship, manageriale

WELFARE AZIENDALE: Quota percentuale di imprese che investono in attività di welfare aziendale, imprese bio vs non bio



WELFARE AZIENDALE: Quota percentuale di imprese che investono in formazione\*\*, imprese bio vs non bio



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMERCIO  
GIUSEPPE TAGLIACARNE



Cluster italiano della Bioeconomia circolare

# 3.5 Vantaggi e performance economiche

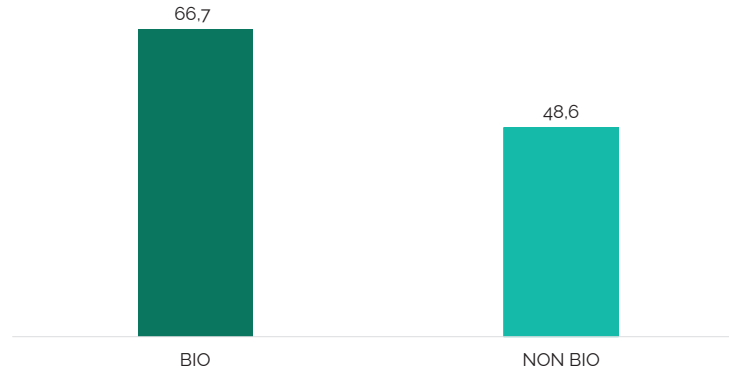


## L'Open Innovation

### La "visione aperta" delle imprese biobased: puntano di più sull'Open Innovation

Il 66,7% delle imprese biobased ha adottato un modello "aperto" di innovazione (vs il 48,6% delle non biobased). La propensione a fare innovazione collaborando con università, fornitori e clienti è fondamentale per la crescita delle imprese potendo contare su una maggiore accumulazione di conoscenza\*.

Quota percentuale di imprese che puntano sull'Open innovation\*\*, imprese bio vs non bio



**FONTE:** Elaborazioni Centro Studi Tagliacarne su indagine "Bioeconomia 2023" Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne

\* indagine Unioncamere e Centro Studi Tagliacarne su un campione di 3.000 imprese manifatturiere, 2022

\*\* che creano partnership per la co-innovazione con Università, clienti e fornitori



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GIUSEPPE TAGLIACARNE



Cluster italiano della Bioeconomia circolare  
Centro italiano della Bioeconomia circolare

## 3.6 Vantaggi e performance economiche

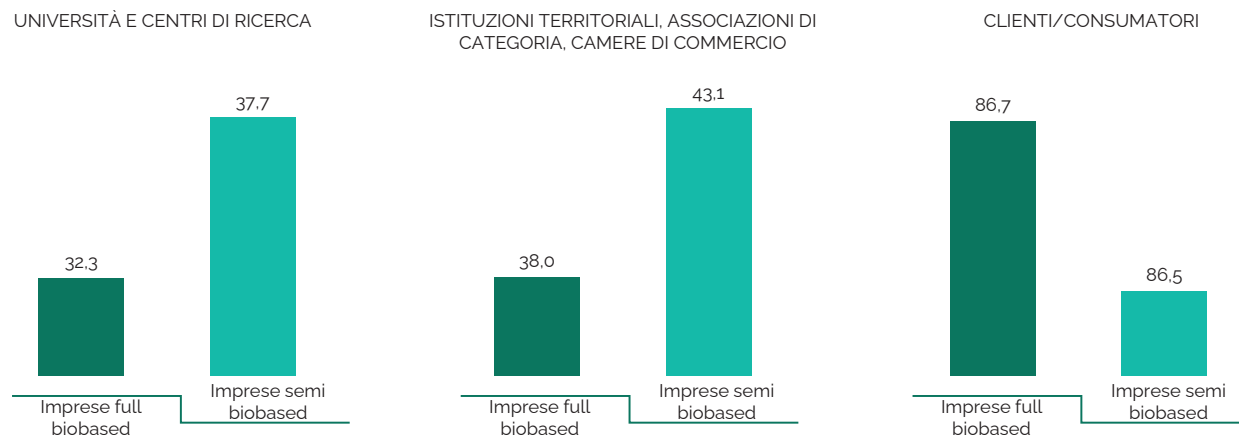


La spinta dell'Open Innovation al bio (1)

**Università e Istituzioni territoriali giocano un ruolo importante per lo sviluppo della bioeconomia soprattutto nelle imprese semi biobased. Determinante il ruolo dei consumatori**

Circa un terzo delle imprese ritiene importante la collaborazione con Università e centri di ricerca, con un lieve accento per le imprese semi biobased rispetto alle full biobased (37,7% vs 32,3%). Circa quattro imprese su dieci ritengono importanti le collaborazioni con le Istituzioni territoriali/associazioni di categoria/Camere di commercio, confermando la maggiore importanza attribuita dalle imprese semi biobased (43,1% vs 38,0%). Ma la collaborazione più determinante per lo sviluppo del bio è quella con i clienti/consumatori: quasi nove imprese su dieci attribuiscono ad essa un'importanza abbastanza o molto elevata.

**Quota percentuale di imprese che dichiarano importanti le collaborazioni con soggetti esterni per sviluppare la produzione bio, per tipologia di impresa bio e soggetto esterno**



**FONTE:** Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

**NOTA:** per una lettura più complessiva le risposte, rispettivamente Molto/Abbastanza e Poco/Per niente sono state accorpate.

# 3.7 Vantaggi e performance economiche

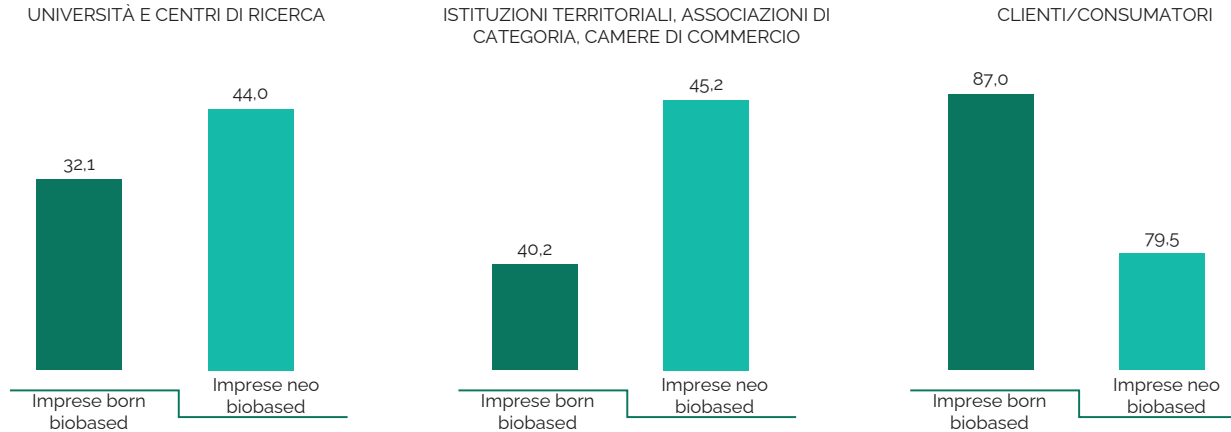


## La spinta dell'Open Innovation al bio (2)

### Università e Istituzioni territoriali giocano un ruolo importante per lo sviluppo della bioeconomia anche nelle imprese neo biobased

Le imprese neo biobased, rispetto alle born biobased, riconoscono una maggiore importanza alle collaborazioni con Università e centri di ricerca (il 44% vi attribuisce molta/abbastanza importanza vs 32,1%) così come riguardo alle collaborazioni con Istituzioni territoriali/associazioni di categoria/Camere di commercio (45,2% vs 40,2%). Mentre i rapporti si invertono nel caso delle collaborazioni con clienti/consumatori, a cui sono invece le imprese born biobased ad attribuire più elevata importanza (87,0% vs 79,5%).

### Quota percentuale di imprese che dichiarano importanti le collaborazioni con soggetti esterni per sviluppare la produzione bio, per tipologia di impresa bio e soggetto esterno



FONTE: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

NOTA: per una lettura più complessiva le risposte, rispettivamente Molto/Abbastanza e Poco/Per niente sono state accorpate.

## 3.8 Vantaggi e performance economiche



Dalla Ricerca & Sviluppo (R&S) all'innovazione: biobased vs non biobased

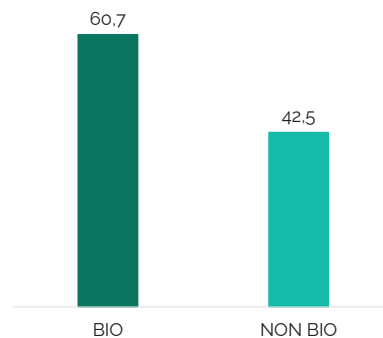
### La forza innovativa delle imprese biobased: dalla R&S fino alla brevettualità

Il 60,7% delle imprese biobased ha effettuato investimenti in R&S nel periodo 2017-19 e sta continuando ad investire nel triennio 2022-24 (vs il 42,5% delle non biobased). La maggior propensione delle imprese BIO nell'investire in R&S si riflette anche nella più elevata capacità di depositare nuovi brevetti, lo sbocco più "solido e competitivo" dell'attività innovativa aziendale: il 28,4% delle imprese BIO ha depositato un brevetto vs il 15,3% delle NON BIO\*.

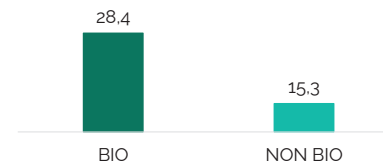
FONTE: Elaborazioni Centro Studi Tagliacarne su indagine "Bioeconomia 2023" Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne

\* indagine Unioncamere e Centro Studi Tagliacarne su un campione di 3.000 imprese manifatturiere, 2022

**R&S: Quota percentuale di imprese che investono in R&S, imprese bio e non bio a confronto**



**BREVETTUALITÀ: Quota percentuale di imprese che hanno depositato un brevetto, imprese bio e non bio a confronto**



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMERCIO  
GIUSEPPE TAGLIACARNE



SPRING  
Cluster italiano della Bioeconomia circolare



# Fonti di finanziamento e policy

# 4



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GIUGLIAMO TAGLIACARNE



SPRING  
Centro Studi della Direzione Provinciale

# 4.1 Fonti di finanziamento e policy



Le fonti di finanziamento: quali e differenze dimensionali

**Prevalgono l'autofinanziamento e il credito bancario. Minore propensione delle piccole imprese a sfruttare i finanziamenti pubblici**

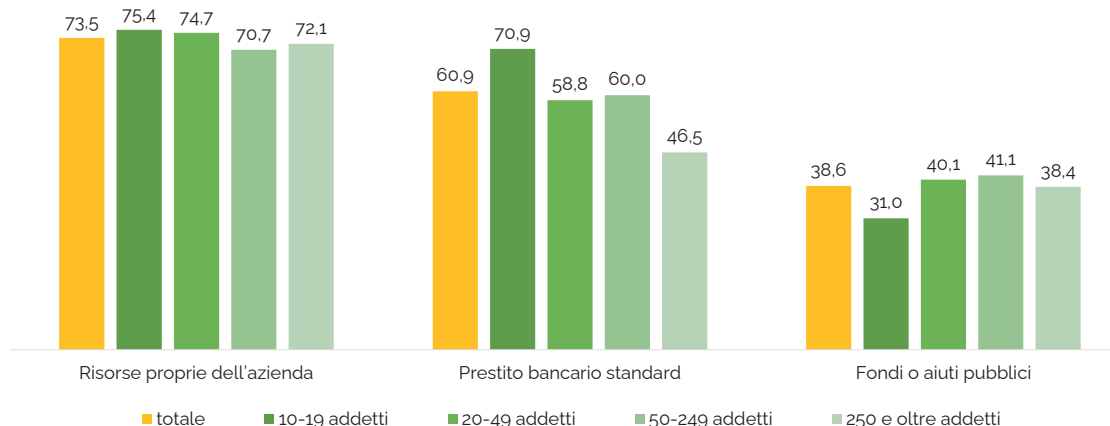
Risorse proprie e prestiti bancari sono le fonti di finanziamento a cui ricorrono maggiormente le imprese: il 73,5% nel primo caso e il 60,9% nel secondo caso. Emergono alcune specificità secondo la dimensione aziendale, soprattutto quando si tratta di prestiti bancari: le imprese grandi tendono a ricorrervi meno (46,5%) rispetto soprattutto alle piccole imprese tra i 10 e i 19 addetti (70,9%). Le stesse piccole imprese, peraltro, sembrano poter contare meno su fondi e aiuti pubblici (31% vs circa 40% nel caso delle imprese di dimensioni più elevate). Altre tipologie di forme di finanziamento, come i green bonds, l'emissione di nuove azioni e finanziamenti alternativi (es. crowdfunding) mostrano livelli di diffusione veramente minimi\*.

La produzione biobased non sembra essere ancora un fattore di agevolazione nell'accesso al credito: solo il 28,7% delle imprese la ritiene come un elemento significativo nella fase di accesso al credito.

**Fonte:** Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

\* I dati non sono riportati sul grafico per la presenza di valori molto ridotti.

**Tipologie di finanziamento alle quali fanno ricorso le imprese, per classe dimensionale (domanda a risposta multipla)**



## 4.2 Fonti di finanziamento e policy



Le policy: cosa chiedono le imprese

**Le policy più richieste: sostegno finanziario per riconversioni produttive, strategia nazionale, formazione e cultura della bioeconomia**

Il sostegno finanziario per la riconversione delle aziende tradizionali è la policy più richiesta dalle imprese, da oltre quattro su dieci (44,4%), a cui segue in seconda posizione un intervento sempre connesso alla finanza, quale il sostegno finanziario alla ricerca e diffusione di tecnologie, richiesto da tre imprese su dieci (31,5%). Sempre circa tre imprese su dieci ritengono necessaria la definizione di una strategia complessiva nazionale (30,3%), così come un supporto alla formazione specifica (29,0%) e una sensibilizzazione dei consumatori/opinione pubblica (28,7%). Interessante notare che poco più di un'impresa su quattro (26,4%) avverte la necessità di potenziare la diffusione della cultura della bioeconomia all'interno delle aziende.

FONTE: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

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



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GIUSEPPE TAGLIACARNE



SPRING  
Cluster italiano della Bioeconomia Italiana



## 4.3 Fonti di finanziamento e policy

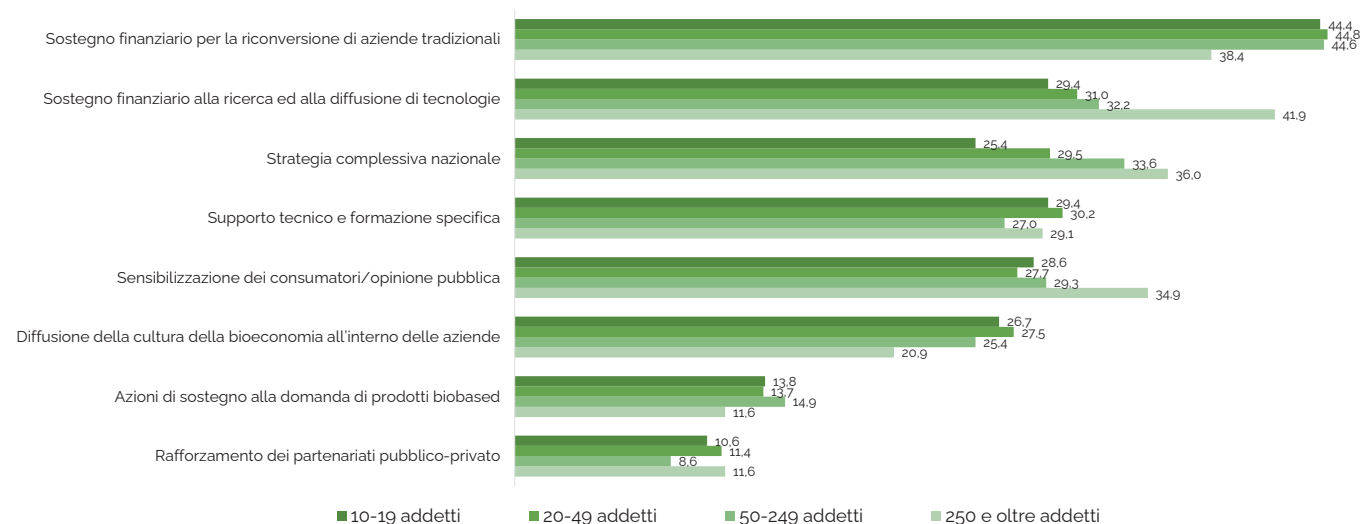


Le policy: cosa chiedono le piccole, le medie imprese e le grandi imprese

**Le grandi imprese: sostegno finanziario per investimenti in tecnologie, strategia nazionale e sensibilizzazione dei consumatori. Le medie e piccole imprese: sostegno per le riconversioni aziendali e maggiore diffusione della cultura della bioeconomia**

Oltre il 40% delle grandi imprese chiede un sostegno finanziario per la ricerca e la diffusione di tecnologie, contro circa il 30% nel caso delle medie e piccole imprese. Le grandi imprese si distinguono anche per esprimere con più forza la necessità di una strategia complessiva nazionale (36,0% vs 25,4% delle piccole 10-19 addetti) così come di una maggiore sensibilizzazione dei consumatori/opinione pubblica (34,9% vs meno del 30% in tutte le altre classi dimensionali). Le piccole e medie imprese, invece, si caratterizzano per richiedere maggiormente un sostegno per le riconversioni aziendali (circa 45% vs 38,4% delle grandi) e un rafforzamento della diffusione della cultura della bioeconomia all'interno delle aziende (25,4-27,5% vs 20,9% delle grandi).

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



Fonte: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

## 4.4 Fonti di finanziamento e policy

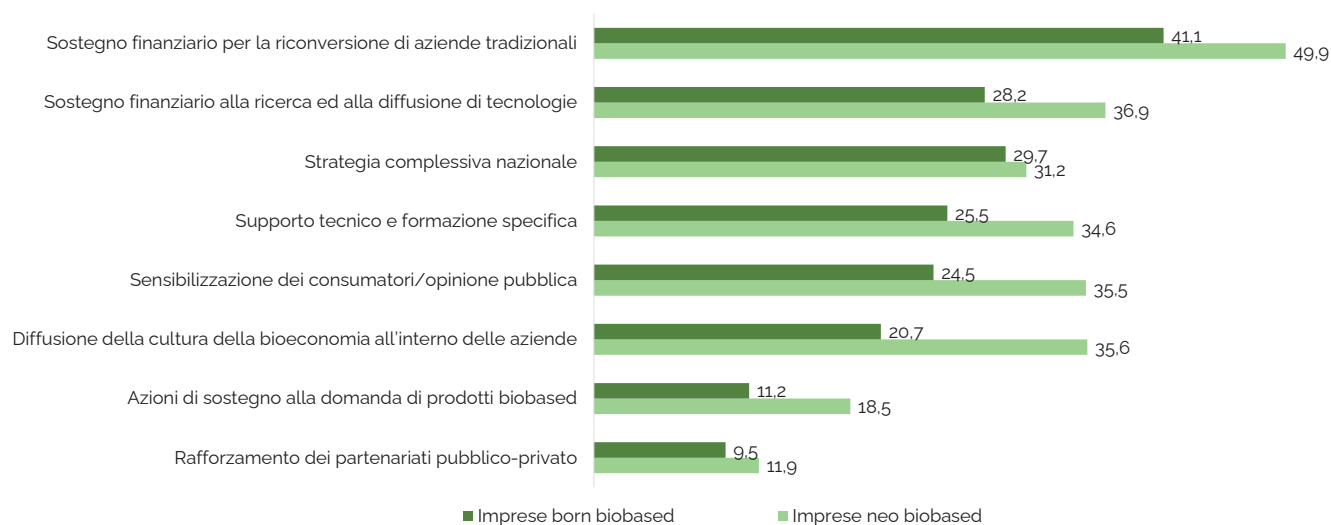


Le policy: born biobased vs neo biobased

**Più supporto per le neo biobased rispetto alle born biobased: policy sia dal lato dell'offerta (maggiore cultura aziendale e formazione) che da quello della domanda (sensibilizzazione consumatori)**

Le imprese neo biobased, rispetto alle born biobased, manifestano con più frequenza necessità di policy: con particolare riguardo al supporto per la diffusione della bioeconomia nelle aziende (35,6% vs 20,7%), maggiore sensibilizzazione dei consumatori (35,5% vs 24,5%) e supporto per la formazione (34,6% vs 25,5%).

**Policy richieste dalle imprese per aumentare la bioeconomia nel sistema imprenditoriale, born biobased vs neo biobased (domanda a risposta multipla)**



**Fonte:** Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

## 4.5 Fonti di finanziamento e policy

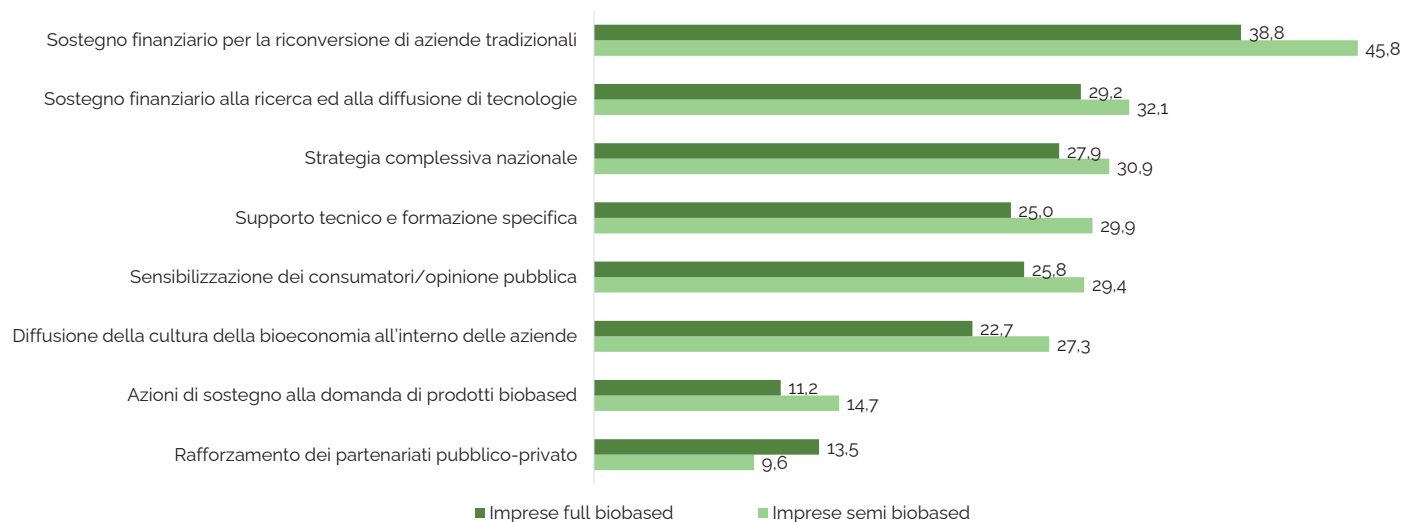


Le policy: full biobased vs semi biobased

**Più supporto per le semi biobased rispetto alle full biobased: non solo policy per le riconversioni aziendali, ma anche formazione e cultura aziendale della bioeconomia**

Le imprese semi biobased, rispetto alle full biobased, chiedono con maggiore intensità interventi di policy: in particolare, le differenze più ampie si riscontrano, non solo nel caso del sostegno finanziario per le riconversioni aziendali (45,8% vs 38,8%) come era verosimile attendersi, ma anche nel supporto alla formazione specifica (29,9% vs 25,0%) e nella diffusione della cultura della bioeconomia all'interno delle aziende (27,3% vs 22,7%).

**Policy richieste dalle imprese per aumentare la bioeconomia nel sistema imprenditoriale, full biobased vs semi biobased (domanda a risposta multipla)**



FONTE: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCO  
GIUGLIARNO TAGLIACARNE



SPRING  
Cluster italiano della Bioeconomia Italiana



# Profilo sociale delle imprese biobased



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GIUGLIARDO TAGLIACARNE



SPRING  
Centro Italiano della Sostenibilità Sociale

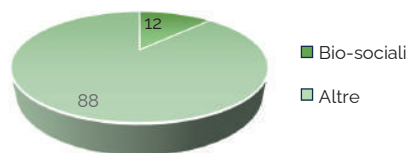
# 5.1 Profilo sociale delle imprese biobased



## Quali caratteristiche per quali imprese

Circa il 12% delle imprese ha caratteristiche di imprese bio-sociali\*

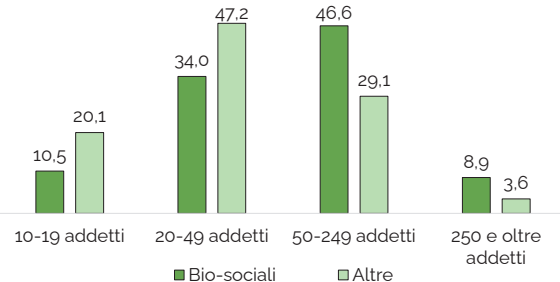
Le imprese sociali nel settore della bioeconomia



**FONTE:** Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

Le imprese bio-sociali rispetto alle non bio-sociali hanno una dimensione maggiore: il 34,0% ha tra i 20 e 49 addetti e il 46,6% tra 50 e 249 addetti contro, rispettivamente, il 47,2% e 29,1% delle altre

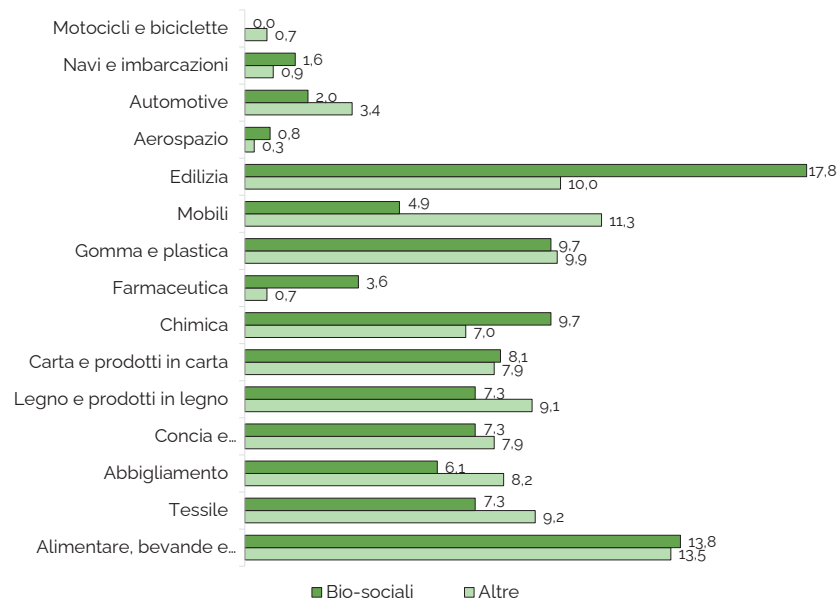
Imprese bio-sociali per classe di addetti



\* Si fa riferimento alle imprese che posseggono una o più certificazioni (di qualità, ambientali, sociali)

Le imprese bio-sociali sono presenti in quasi tutti i settori, con una percentuale maggiore rispetto alle altre imprese nell'edilizia, farmaceutica, chimica, carta e alimentari (valori in % rispetto al totale dei rispondenti)

Imprese bio-sociali per settore



## 5.2 Profilo sociale delle imprese biobased



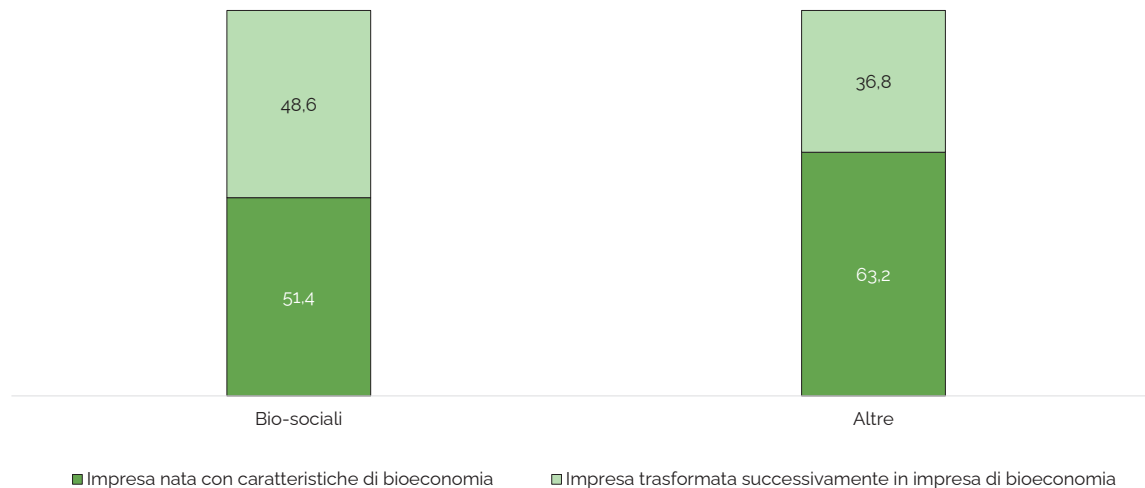
### Le motivazioni delle imprese bio-sociali

Le imprese bio-sociali mostrano una maggiore propensione a trasformarsi in impresa di bioeconomia: il 51,4% di queste è nata con caratteristiche di bioeconomia, il restante 48,6% è effetto di una trasformazione aziendale. Le motivazioni possono essere ricondotte soprattutto:

- al processo innovativo dell'azienda (circa il 59,0%);
- al costo inferiore della materia prima bio (86,7%);
- alla richiesta del mercato di riferimento (74,2%)

FONTE: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

Confronto imprese bio-sociali e le altre per tipologia di trasformazione aziendale



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GIUSEPPE TAGLIACARNE



SPRING  
Cluster italiano della Bioeconomia circolare

## 5.3 Profilo sociale delle imprese biobased



### Vantaggi e ostacoli per le imprese bio-sociali

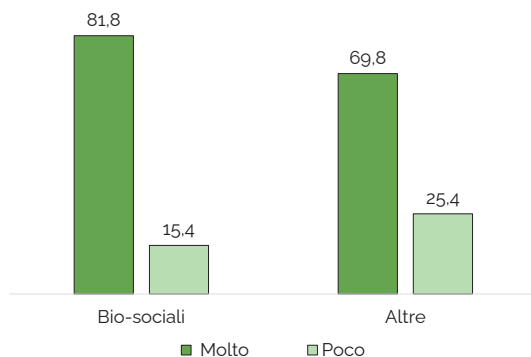
Le imprese bio-sociali sono simili alle altre nel definire i vantaggi dalla produzione biobased legati all'attività produttiva dell'impresa (riduzione dei costi, efficientamento della produzione, recupero/riciclo, ecc.).

Sono, invece, più sensibili delle altre imprese ai vantaggi di natura immateriale: circa l'82% ritiene che tra i vantaggi della produzione a base bio ci sia la soddisfazione di motivazioni etiche (contro il 69,8 % delle altre imprese), mentre l'80,6% ritiene che questo tipo di produzione generi un miglioramento di immagine per l'azienda.

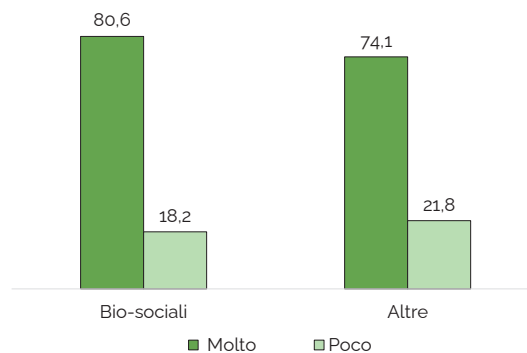
In linea con le altre, le imprese bio-sociali ritengono che i principali ostacoli alla produzione biobased siano i prezzi troppo alti delle materie prime, le difficoltà di approvvigionamento e di modifica dei processi produttivi, l'insufficiente qualità del materiale. Per oltre il 37% delle imprese bio-sociali l'eccessiva rigidità di regolamenti e autorizzazioni rappresenta un ostacolo.

FONTE: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

Vantaggi da soddisfazione di motivazioni etiche



Vantaggi da miglioramento dell'immagine/reputazione dell'azienda



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GIUSEPPE TAGLIACARNE



Cluster italiano della Bioeconomia circolare

## 5.4 Profilo sociale delle imprese biobased

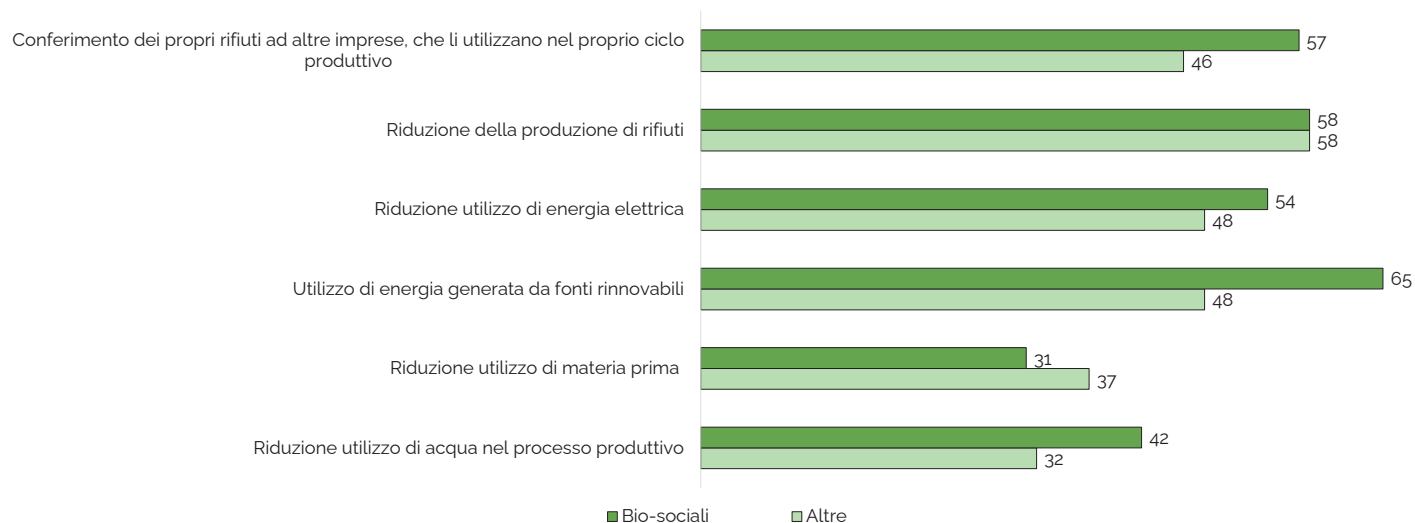


### Quali innovazioni per le imprese bio-sociali

Una percentuale maggiore di imprese bio-sociali (rispetto alle non sociali) ha ridotto l'utilizzo di acqua e di energia elettrica nel processo produttivo, ha incrementato l'utilizzo di energia da fonti rinnovabili e il conferimento di rifiuti ad altre imprese. L'unica voce in cui le imprese non bio sociali innovano di più è la riduzione dell'utilizzo di materia prima.

Ed hanno una maggiore propensione a tutelare la proprietà industriale: oltre il 27% di queste aziende è titolare di almeno un brevetto, il 43% circa di un marchio e il 14% di un disegno/modello

Tipologia di innovazione introdotta nel processo produttivo



FONTE: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"



## 5.5 Profilo sociale delle imprese biobased

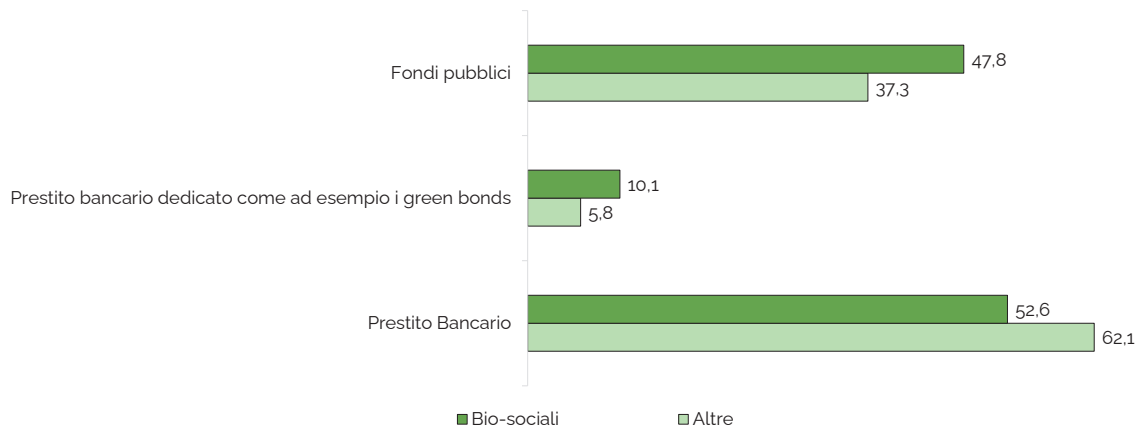


### Quali risorse finanziarie per le imprese bio-sociali

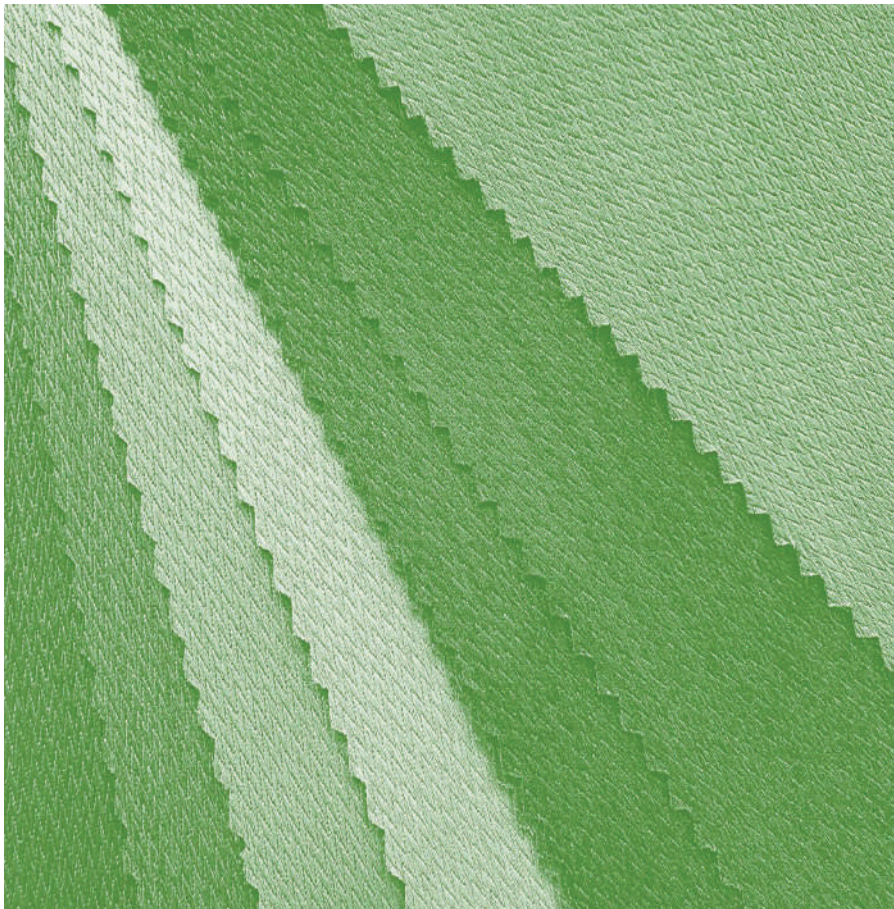
I fondi pubblici sono utilizzati maggiormente dalle imprese bio-sociali (47,8 % vs 37,3%), mentre il prestito bancario risulta essere lo strumento preferito dalle altre imprese del meta settore (62,1% vs 52,6%).

Le imprese bio-sociali mostrano una maggiore fiducia nella produzione biobased come elemento di vantaggio per un più facile accesso al credito: 41% di risposte positive delle imprese bio-sociali vs il 27% delle altre.

Utilizzo di risorse finanziarie per tipologia di risorsa



FONTE: Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"



# FOCUS SETTORIALE

**Le imprese biobased del  
Tessile-abbigliamento: un  
universo innovativo con  
un potenziale di sviluppo**

*a cura di* INTESA  SANPAOLO



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GIUGLIANO TAGLIACARNE



SPRING

Centro Italiano della Ricerca e Sviluppo

## Le imprese biobased del Tessile-abbigliamento



### Il profilo delle biobased nel settore Tessile-abbigliamento

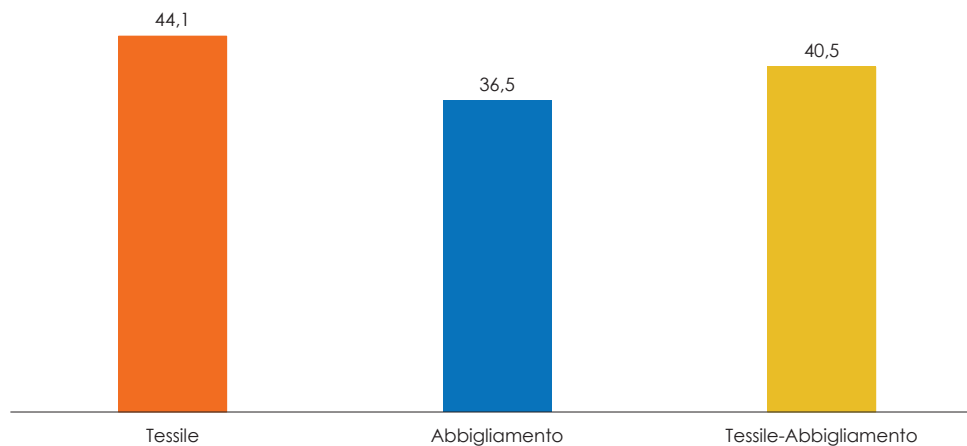
La quota di imprese che ampliarà la produzione biobased nei prossimi 3 anni è rappresentata dal 40,5% del tessile-abbigliamento nel suo insieme (44,1% tessile, 36,5% abbigliamento).

Più della metà (51,2%) delle imprese della filiera tessile-abbigliamento dichiara di investire in R&S.

Tra le imprese della filiera, circa il 70% ha investito in formazione.

**FONTE:** elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

Quota di imprese che ampliarà la produzione



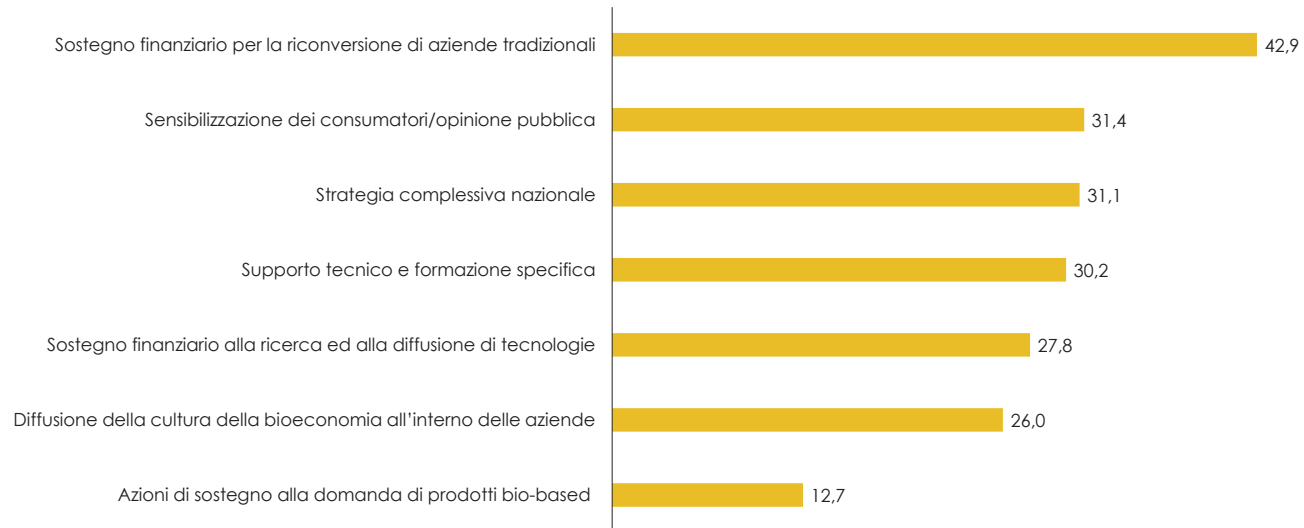
## Le imprese biobased del Tessile-abbigliamento



### Quali iniziative per accrescere e consolidare le aziende di bioeconomia

Il sostegno finanziario per la riconversione aziendale è di gran lunga (42,9%) considerato la prima forma di aiuto necessaria per aumentare le dimensioni del meta settore. Segue, tra le iniziative considerate utili, la sensibilizzazione dei consumatori e dell'opinione pubblica (31,4%).

#### Le iniziative per l'accrescimento ed il consolidamento



**FONTE:** elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

**NOTA:** per una lettura più complessiva le risposte, rispettivamente Molto/Abbastanza e Poco/Per niente sono state accorpate.

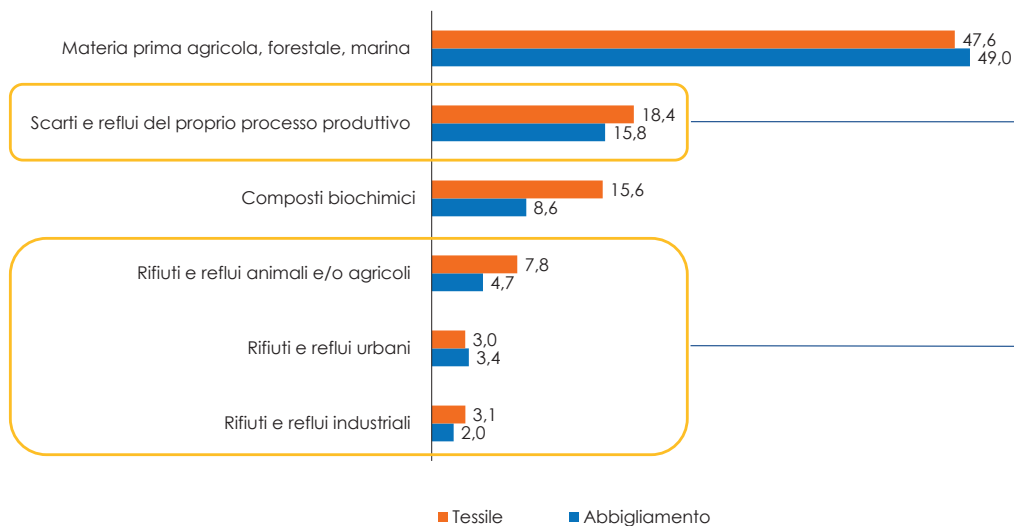
## Le imprese biobased del Tessile-abbigliamento



### Materie prime e processi produttivi

La materia prima agricola, forestale e marina è la risorsa biologica maggiormente impiegata (47,6% nel Tessile e 49,0% nell'Abbigliamento). Tuttavia, è rilevante l'utilizzo di scarti e reflui nel processo produttivo.

Materia prima di origine bio impiegata



Il 18,4% delle aziende tessili e il 15,8% di quelle dell'abbigliamento indicano come input biobased, utilizzato per almeno il 30% della produzione, gli scarti e i reflui del proprio processo produttivo.

Rilevante risulta essere anche l'utilizzo di rifiuti e reflui provenienti dall'esterno: per il 10% delle imprese dell'abbigliamento e il 13,9% di quelle tessili l'incidenza di tale input è superiore al 30%.

FONTE: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

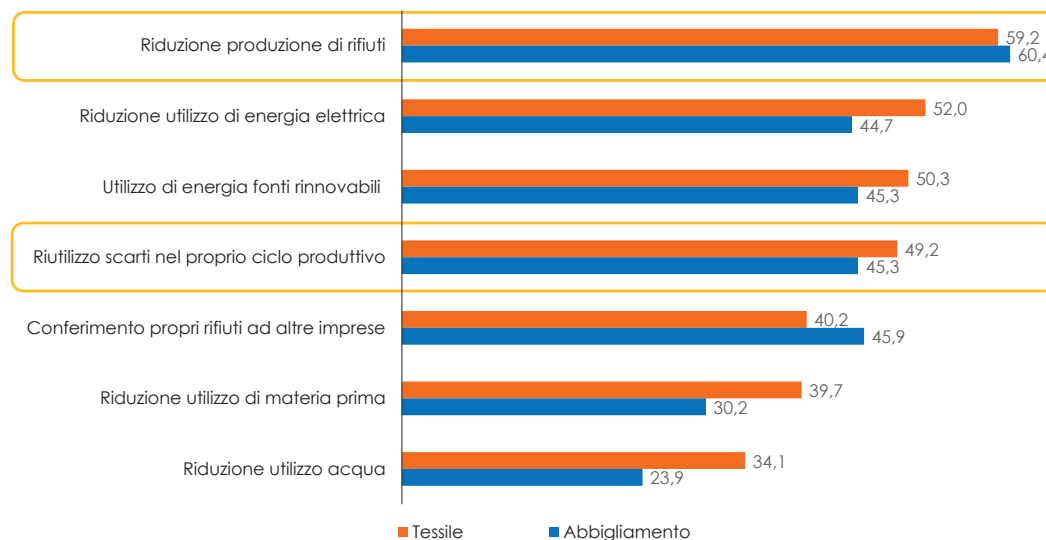
## Le imprese biobased del Tessile-abbigliamento



Quai innovazioni per la sostenibilità e la circolarità

L'innovazione è volta a ridurre l'impatto delle produzioni sull'ambiente e ad aumentare la circolarità nel settore.

Innovazioni adottate dalle imprese del Tessile-abbigliamento



La principale innovazione in tema di soluzioni biobased, introdotta da oltre la metà delle imprese (circa 60%), è la ricerca di soluzioni per la riduzione nella produzione di rifiuti.

Il riutilizzo degli scarti è indicato da quasi la metà delle imprese bioeconomiche della filiera tessile-abbigliamento (circa 47%) come ambito di innovazione.

FONTE: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Unioncamere, Cluster Spring e Centro Studi Tagliacarne, indagine "Bioeconomia 2023"

# BIOECONOMIA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE



SPRING  
Center for Innovation and Entrepreneurship



# BIOECONOMIA

La riproduzione e/o diffusione parziale o totale dei dati e delle informazioni presenti in questo Report è consentita esclusivamente con la seguente citazione completa della fonte:

**Rapporto "Bioeconomia 2023" realizzato da Unioncamere, Centro Studi Tagliacarne e Cluster Spring**

Tutto il materiale è consultabile e disponibile sui siti web:

- Unioncamere [www.unioncamere.gov.it](http://www.unioncamere.gov.it)
- Centro Studi Tagliacarne [www.tagliacarne.it](http://www.tagliacarne.it)
- Cluster Spring [www.clusterspring.it](http://www.clusterspring.it)



*«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.

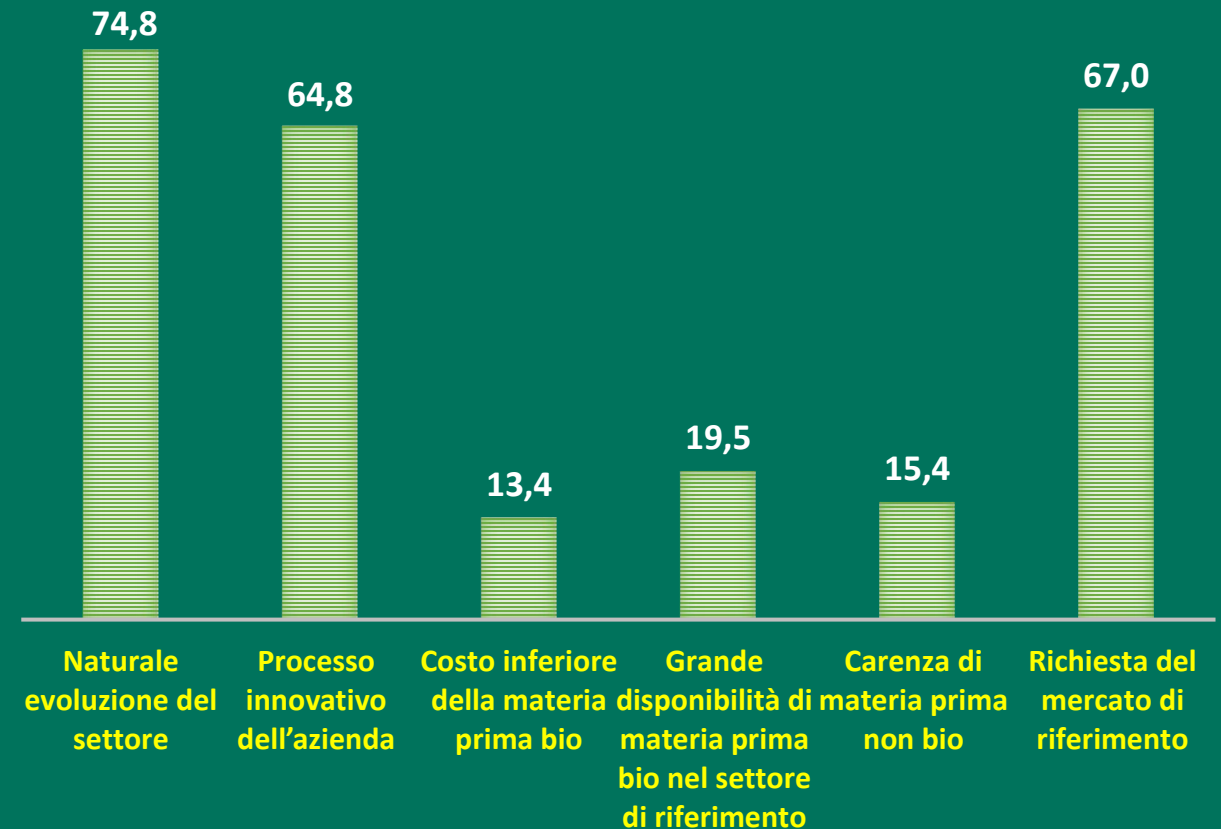
Minori gli aspetti legati alla convenienza di costo evidenziati da meno del **20%** delle imprese.

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.

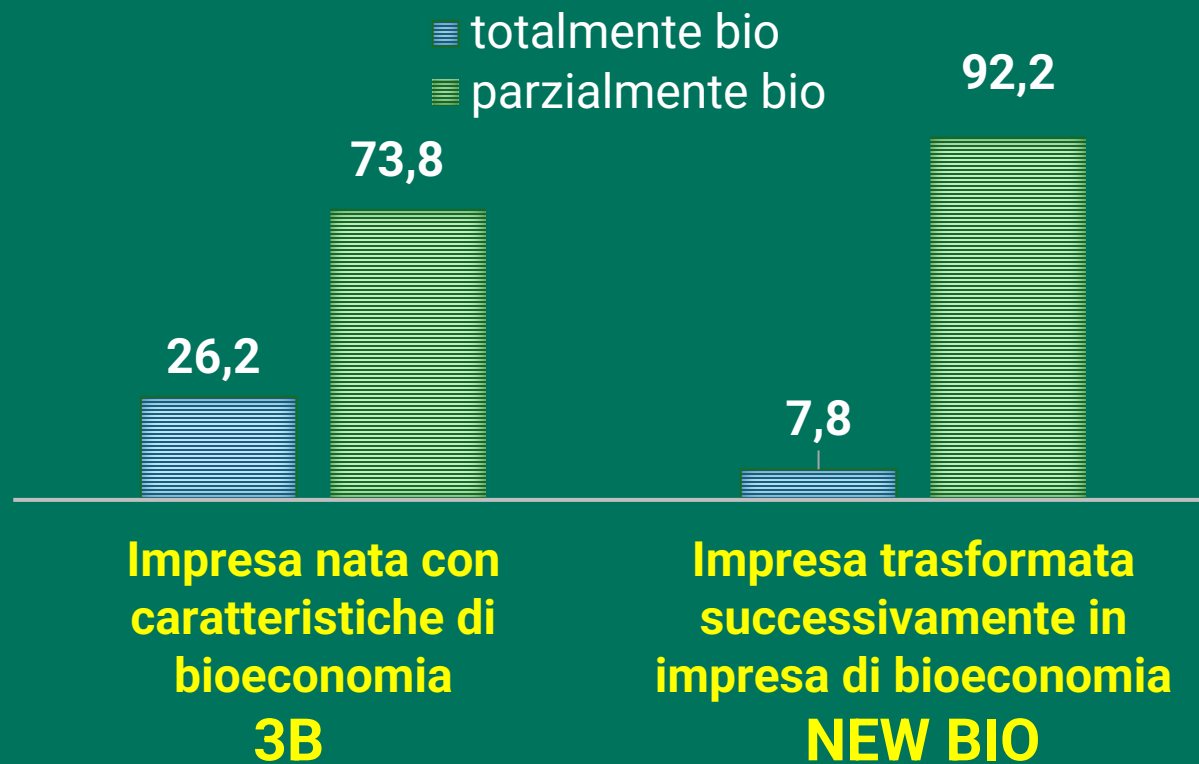


Le imprese che utilizzano **parzialmente** risorse biologiche e/o materie prime di origine naturale inclusi gli scarti sono l'**80,8%**. Tra queste prevalgono quelle successivamente trasformatesi in bio (92,2%)

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%).

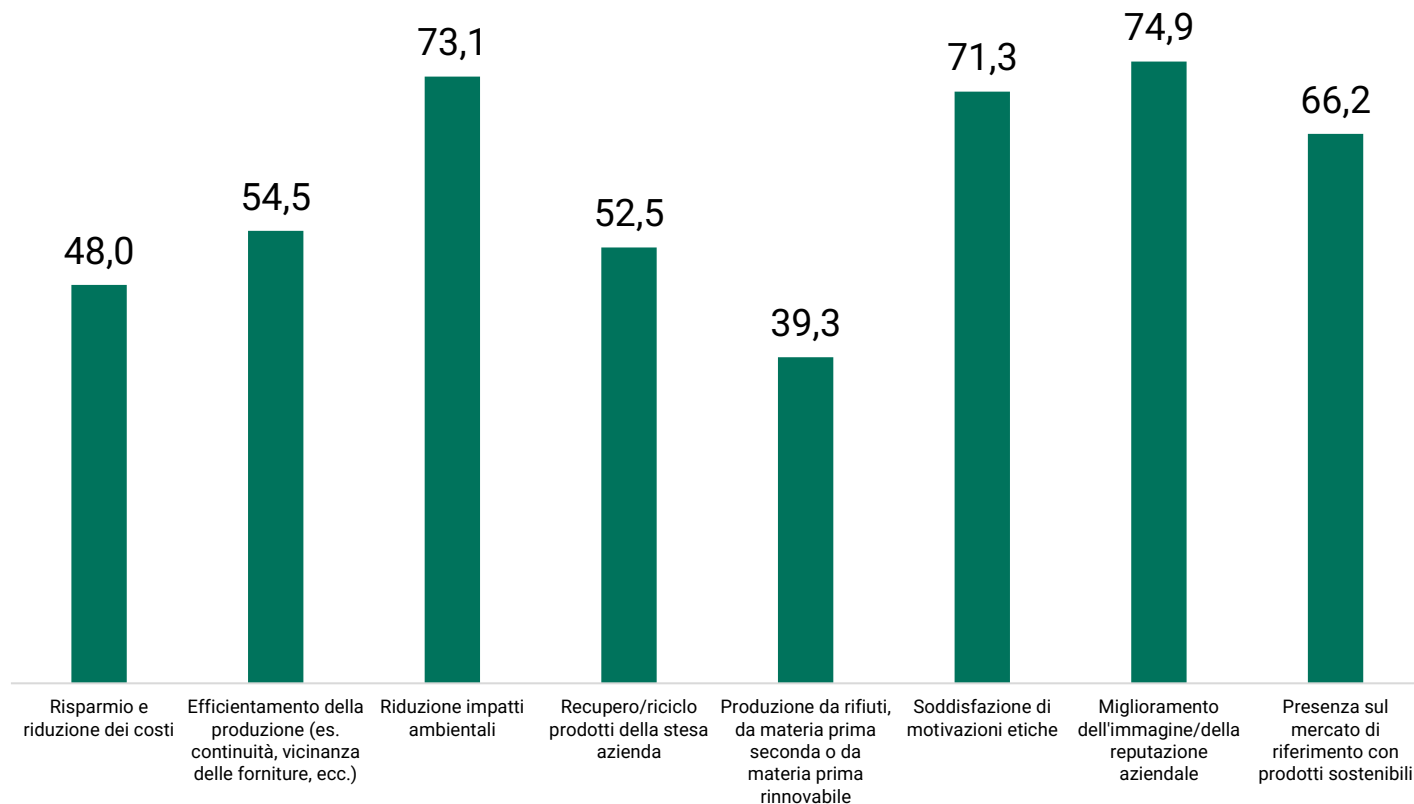
## LE IMPRESE FULL E QUELLE PARZIALMENTE BIO

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%).







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

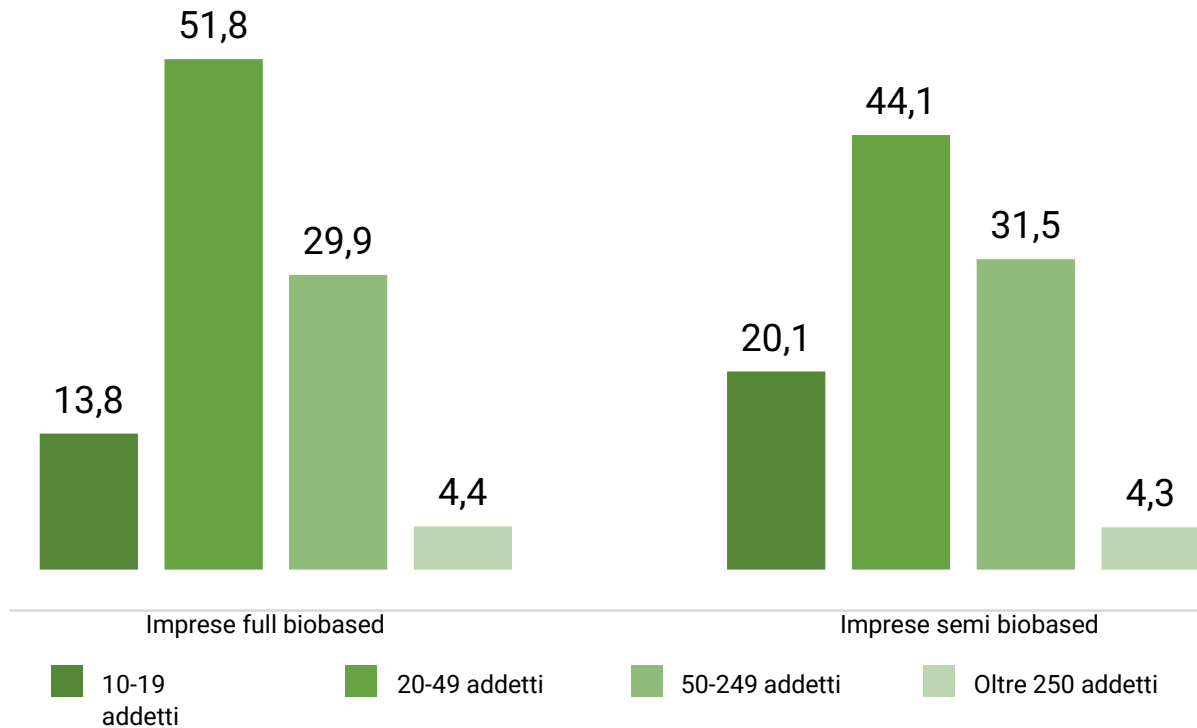
### Primi settori per presenza di PARZIALMENTE BIO e FULL BIO (valori %)



SEMI BIO FULL BIO

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

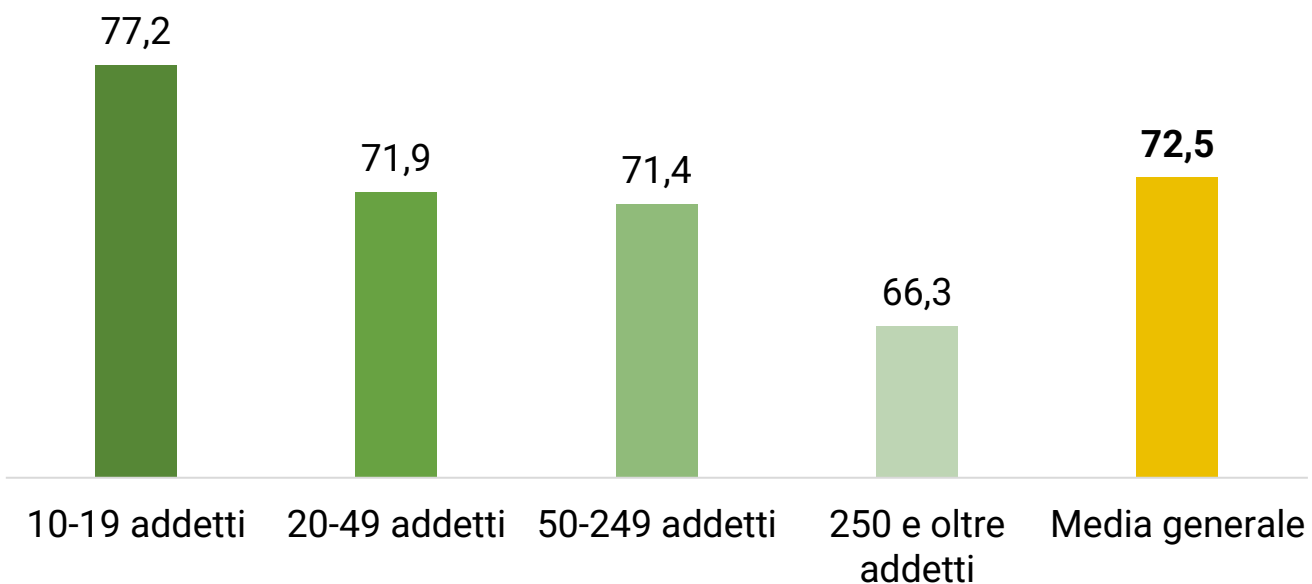
Distribuzione percentuale delle imprese per classe dimensionale, nelle imprese full biobased e semi biobased



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



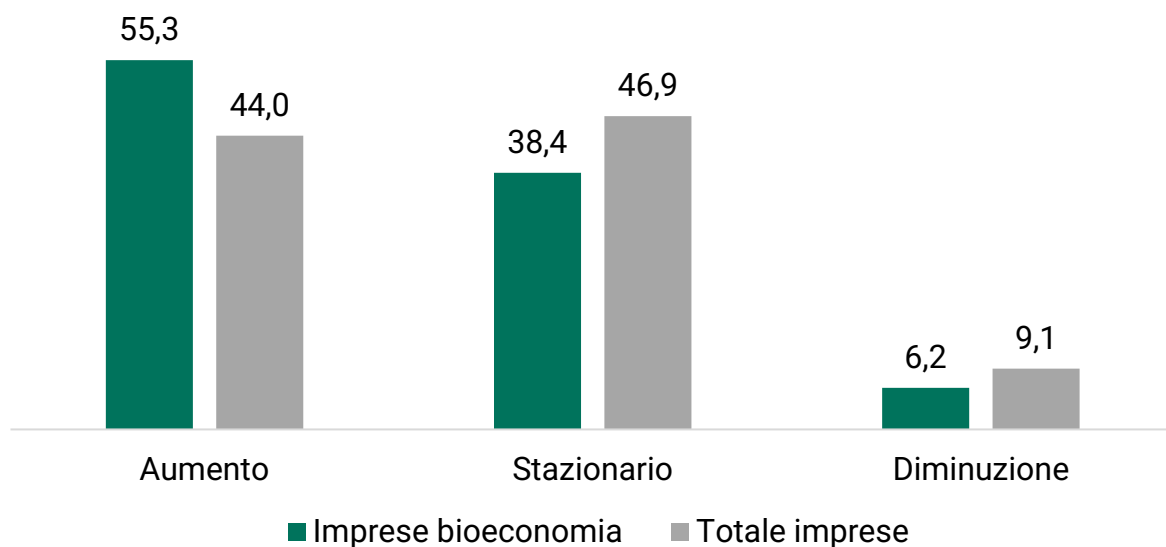
- Il 72,5% delle imprese produce per il mercato finale.
- Tale percentuale tende a diminuire all'aumentare della dimensione aziendale: dal 77,2% nella classe 10-19 addetti al 66,3% nella classe con 250 addetti e oltre.
- **Abbigliamento (87,4%), Alimentare, bevande e tabacco (86,7%), Edilizia (86,4%)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

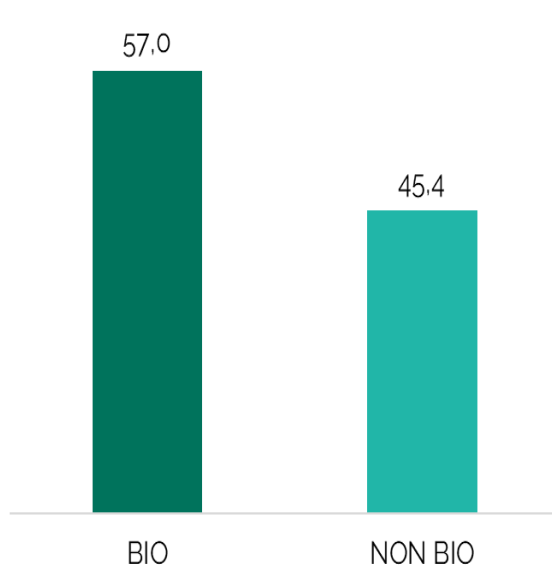
Solo il 6,2% delle bio **riduzione di fatturato** contro 9,2% del complesso delle imprese

# 9

## Il bio vince nella duplice transizione

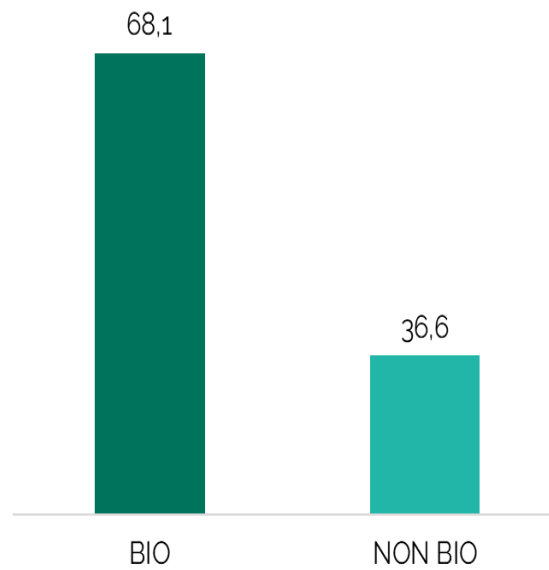
### TRANSIZIONE DIGITALE

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

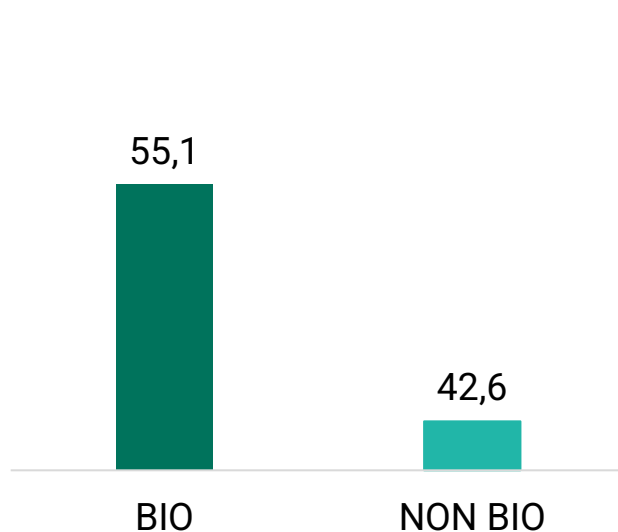


Inoltre:

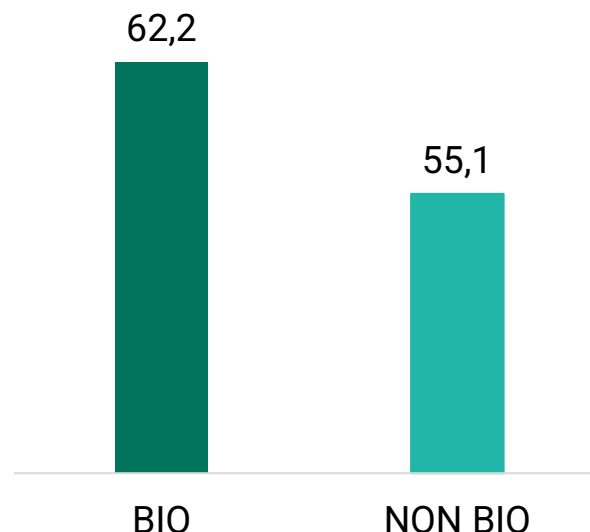
**il 20,7% delle imprese BIO (vs il 6,5% delle NON BIO) affida la gestione della sostenibilità ambientale a una o più figure preposte (manager della sostenibilità, comitato sostenibilità, comitato rischi e sostenibilità);**

# 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

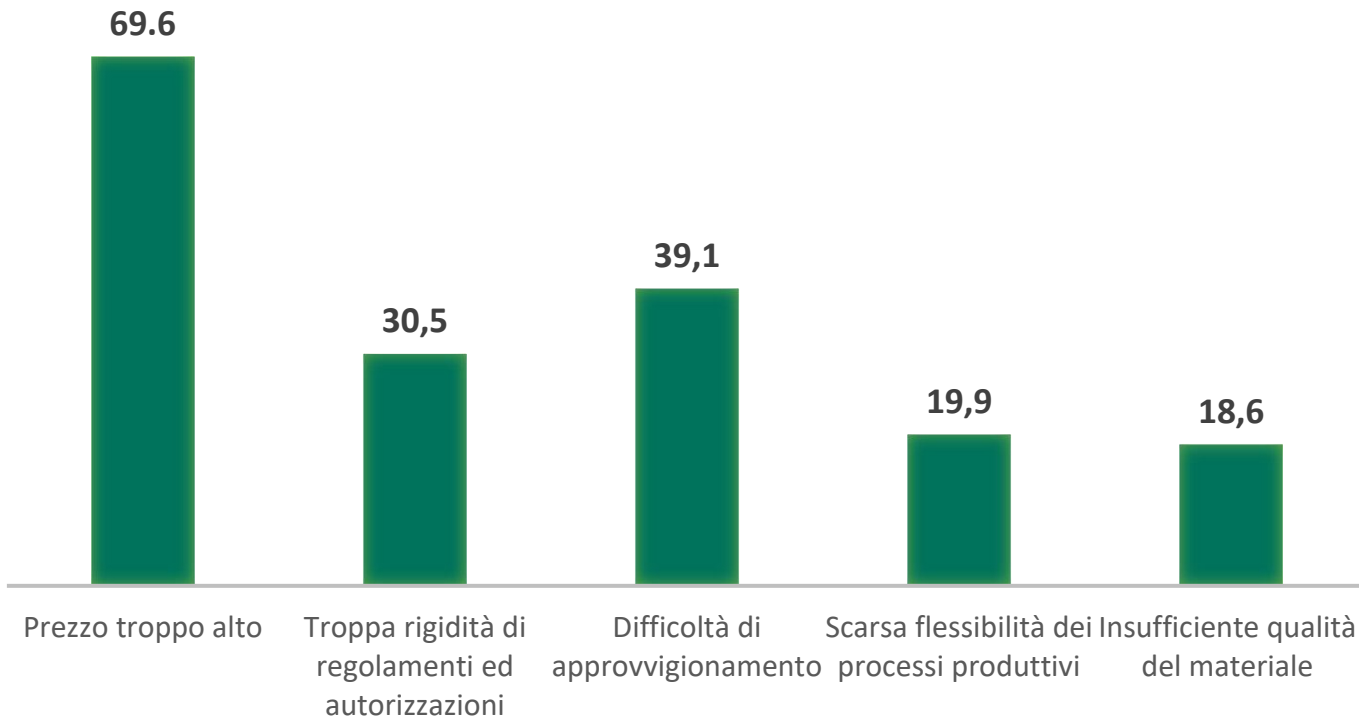
\*\* in almeno una tipologia tra re-skilling, up-skilling, intrapreneurship, manageriale

- 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.

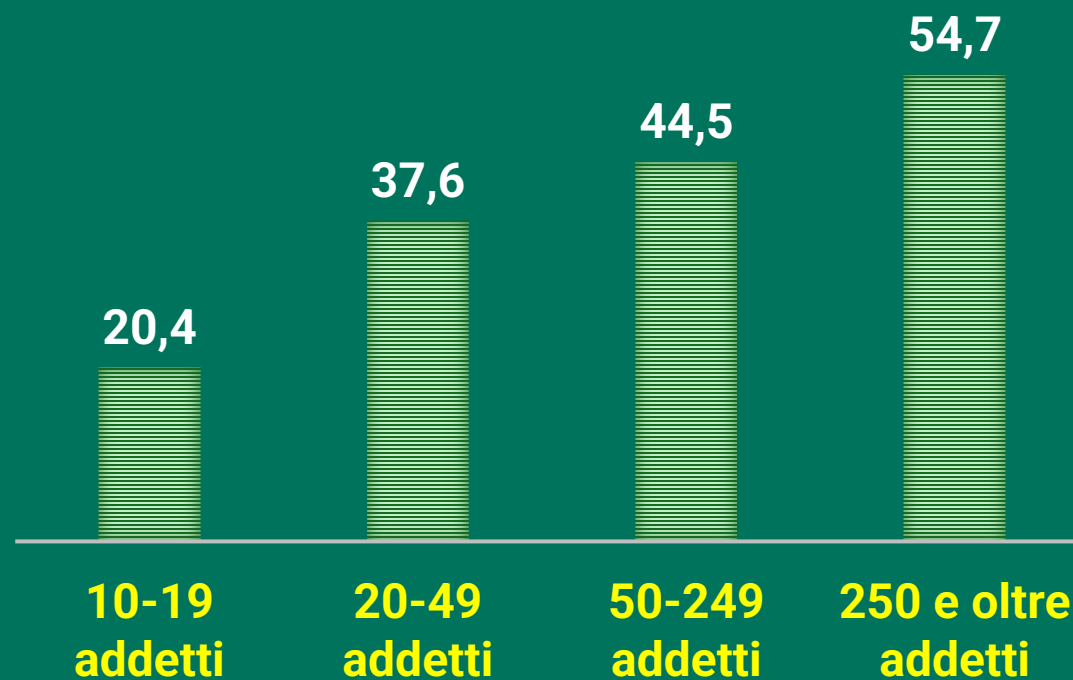


**37%** delle imprese della bioeconomia amplierà la produzione biobased nei prossimi tre anni. L'incidenza delle imprese è minima nella classe di addetti 10-19 (20,4%) – e massima tra quelle con oltre 250 addetti (54,7%).



## 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 Baccarone di Sicilia



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

