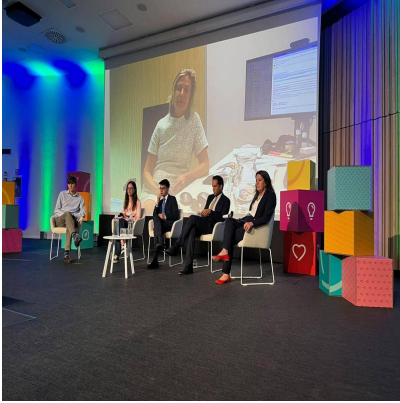




Sostenibilit  , indagine: per 46% Under 30 digitale ha stesso impatto combustibili fossili

Descrizione

(Adnkronos)    Anche il digitale lascia la sua impronta: per il 46% degli Under 30 italiani ha lo stesso impatto dei combustibili fossili. E   quanto emerge dall  ultimo Osservatorio Giovani & Sostenibilit   promosso da Angelini Industries, gruppo multi-industriale attivo nei settori della salute, della tecnologia industriale e del largo consumo, in collaborazione con Quorum/YouTrend e Csa Research. Giunto quest  anno alla sua terza edizione, l  Osservatorio nasce dalla volont   di Angelini Industries di mettersi all  ascolto dei giovani, indagando e monitorando nel tempo l  evoluzione di aspettative, comportamenti e sensibilit   degli Under 30 rispetto alle tematiche Esg. Nell  edizione di quest  anno viene esplorato anche il rapporto tra i giovani e il cosiddetto   bioma digitale  , inteso come l  ecosistema integrato e interconnesso in cui convivono ambiente naturale e dimensione tecnologica.

Secondo l  Osservatorio, in Italia quasi un Under 30 su due (il 46%), considera gli impatti ambientali della tecnologia tanto gravi, quanto quelli associati ai combustibili fossili o alla deforestazione; una quota che scende al 41% nel resto della popolazione. Per i giovani, la prima azione da intraprendere consiste nel ridurre i consumi energetici dei nuovi dispositivi (45%). Per farlo il 64% dei giovani intervistati utilizza i propri device in maniera efficiente, mentre    presente, seppur in misura minore, anche la propensione verso soluzioni sostenibili e circolari come l  acquisto di smartphone e computer usati o rigenerati (22%).

Ampliando lo sguardo al rapporto dei giovani con la sostenibilit   , il 57% degli Under 30 la considera legata principalmente alla riduzione dell  impatto ambientale delle attivit   umane (un dato in aumento di 6 punti percentuali rispetto al 2025) e oltre un giovane su tre (il 34%) ritiene che significhi agire per promuovere congiuntamente tutela ambientale e benessere sociale. Quest  ultima quota registra una crescita di 8 punti percentuali rispetto alla precedente edizione dell  Osservatorio, quando si attestava al 26%. Un approccio, quello dei giovani alla sostenibilit   , che si riflette anche nelle scelte d  acquisto: la percentuale di giovani disposti a pagare un po   di pi  ¹, a parit   di qualit   , per un prodotto veramente sostenibile si attesta sul 60%, a fronte del 42% del resto della popolazione. Anche rispetto al boicottaggio verso i marchi ritenuti socialmente iniqui si registra un notevole scarto generazionale: il 47% degli Under 30 dichiara di averlo fatto, contro il 35% degli Over

30. Emerge perÃ² anche una componente scettica con un 56% degli intervistati convinto che gli obiettivi di sostenibilitÃ siano destinati a non essere realizzati.

âI giovani ci stanno dicendo che la sostenibilitÃ , per essere credibile, deve essere concreta â spiega Sergio Marullo di Condojanni, Ceo di Angelini Industries â Meno astratta, meno ideologica e piÃ¹ capace di incidere sulla vita reale delle persone. Per le imprese questo significa affrontare una sfida decisiva: trasformare sostenibilitÃ , innovazione e competitivitÃ in dimensioni sempre piÃ¹ integrate di uno stesso percorso di crescita responsabileâ. âI giovani Under 30 superano una visione esclusivamente âgreenâ della sostenibilitÃ â commenta Isabella Falautano, Chief Sustainability & Holding Communication Officer di Angelini Industries â Accanto alla tutela ambientale cresce, infatti, lâattenzione agli aspetti sociali, in unâottica di responsabilitÃ condivisa e sviluppo collettivo. Allo stesso tempo emerge una nuova consapevolezza: la responsabilitÃ non Ã¨ piÃ¹ delegabile ma condivisa e si esprime attraverso lâiniziativa individuale e forme diffuse di autoâattivazioneâ.

Nonostante la diffusa disillusione, infatti, i giovani Under 30 non si tirano indietro: il 42% di loro Ã¨ convinto che spetti proprio alle nuove generazioni dare lâimpulso maggiore alla sostenibilitÃ , mentre, rispetto alla rilevazione dello scorso anno, passa dal 37% al 34% la quota di chi affida questa responsabilitÃ alla politica e alle grandi potenze globali. Allo stesso tempo, sempre piÃ¹ giovani ritengono che il motore del cambiamento debba essere lâazione dei singoli cittadini (dal 34% al 37%) mettendo in atto un sistema di âleadership diffusaâ e âauto-attivismoâ, accompagnata da un ruolo sempre piÃ¹ centrale attribuito allâinnovazione tecnologica, che sale dal 17% al 20%.

La ricerca dedica, infine, un approfondimento specifico anche alla Generazione Alpha, ovvero i nati a partire dal 2010. Rispetto agli Under 30, i piÃ¹ giovani mostrano una minore conoscenza teorica sui temi della sostenibilitÃ , privilegiando un approccio piÃ¹ pratico e concreto, basato sullâesperienza diretta e sullâosservazione della realtÃ circostante. Dallâanalisi del rapporto con gli strumenti digitali emerge come la tecnologia sia ormai parte integrante della loro routine: il 94% possiede uno smartphone, mentre Ã¨ meno diffuso il Pc (posseduto dal 73% del campione contro lâ82% degli Under 30) e il 66% usa il tablet. Anche lâintelligenza artificiale risulta ampiamente diffusa: il 62% dichiara di averne fatto uso, una percentuale vicina a quella degli Under 30 (67%) e nettamente superiore alla media della popolazione italiana (56%). Lâla viene impiegata soprattutto per motivi di studio, con un forte ricorso a strumenti grafici e generatori di immagini, a conferma di un approccio pragmatico e sempre piÃ¹ integrato dei dispositivi digitali nelle attivitÃ di ogni giorno.

Lâattenzione alla sostenibilitÃ Ã¨ uno dei driver fondamentali delle attivitÃ che Angelini Industries, attraverso le sue controllate, porta avanti, come rendicontato volontariamente nel bilancio di sostenibilitÃ 2025, revisionato da societÃ indipendente. Il documento racconta lâapproccio alla sostenibilitÃ del Gruppo, le performance Esg e, tra le altre cose, fa il punto sullâattuazione del piano Esg triennale avviato dal Gruppo nel 2024 articolato in 14 obiettivi concreti legati ad aspetti ambientali, sociali e di governance.

Nel 2025 il Gruppo ha giÃ raggiunto importanti traguardi rispetto agli obiettivi fissati dal Piano Esg, ad esempio: ai manager responsabili di funzioni interessate da aspetti di sostenibilitÃ sono stati assegnati obiettivi legati a indicatori Esg, mentre si conferma, anno dopo anno, lâobiettivo âzero infortuni gravi sul lavoroâ e le ore di formazione erogate pro capite ai dipendenti del Gruppo sono in media 41,4 ore, un dato che supera di quasi il 90% la media europea, pari a 21,87 ore. In totale le ore di

formazione ammontano ad oltre 155mila, il 6% delle quali erogate attraverso Angelini Academy, che nel 2026 Ã¨ diventata una societÃ autonoma di open education, ampliando il proprio impegno con borse di studio e iniziative dedicate a giovani talenti nelle scienze della vita e nella robotica industriale. Sono state, inoltre, avviate iniziative di sustainable procurement e al 31 dicembre 2025 il 66% dei fornitori Ã¨ stato valutato secondo criteri Esg, con lâ??obiettivo di arrivare ad oltre il 90% entro il 2027. Inoltre, il Gruppo ha raggiunto il 100% di approvvigionamento di energia elettrica rinnovabile certificata per le sedi italiane, ridotto del 25% le emissioni di CO2 rispetto al 2024 e aumentato del 28% lâ??energia rinnovabile autoprodotta, pari a 9.292 Gj.

Il progetto grafico dellâ??edizione 2025 del Bilancio di sostenibilitÃ di Angelini Industries Ã¨ accompagnato dalle immagini realizzate dalla Scuola di fotografia Bauer di Milano. Gli scatti raccontano le sedi e gli spazi delle aziende di Angelini Industries come â??luoghi dellâ??animaâ??, ovvero come luoghi portatori di significato, identitÃ e connessione con lâ??ecosistema che li circonda, un riflesso dellâ??identitÃ e dei valori del Gruppo, al suo interno e nelle relazioni con il territorio.

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Ottobre 1, 2026

Autore

redazione