

Osservatorio Giovani & Sostenibilità



III edizione

Una ricerca CSA
e YouTrend per
Angelini Industries



Angelini
Industries

Indice

Obiettivi e Metodologia

I e II edizione

III edizione

Obiettivi e Metodologia

L'Osservatorio Giovani & Sostenibilità è una iniziativa promossa da **Angelini Industries**, nata con l'obiettivo di **monitorare nel tempo l'evoluzione delle aspettative, dei comportamenti e delle sensibilità degli Under 30** in relazione alle tematiche ambientali, sociali e geopolitiche in continuo cambiamento.

Metodologia

PANEL

6

Monografie etnografiche

1.713

Interviste C.A.W.I. di cui:

975

popolazione italiana maggiorenne
(18-74 anni)

738

popolazione italiana Under 30

SOCIAL

1.000

Interviste C.A.W.I.

con reperimento digital a un campione della
popolazione italiana Under 30 iscritta ai
social network Instagram, Facebook, TikTok

Il percorso dell'Osservatorio negli anni

2024

2025

2026

Comportamenti

Analizzate **aspettative e comportamenti** dei Giovani su **6 diversi ambiti** legati alla sostenibilità

Analizzati gli **scostamenti** nei comportamenti dei Giovani, rispetto alla **prima edizione**

Analizzati gli **scostamenti** nei comportamenti dei Giovani, rispetto alla **seconda edizione**

Deep-dive

Focus dedicato al legame tra **sostenibilità e benessere**, in un **concetto olistico di "One Health"**

Focus dedicato al **rapporto tra gli Under 30 e gli impatti di sostenibilità della tecnologia**. Per la prima volta, ascoltata anche i giovanissimi **Under 14** della generazione Alpha

Le II edizione

Overview Osservatorio I edizione

Le prime
generazioni
nativamente
sostenibili si
raccontano...

UNDER 30

Comportamenti

60% disposto a **spendere di più**
per prodotti sostenibili

1 su 2 si definisce **ambientalista**
3 su 4 informati su temi ambientali
43% ha **boicottato** prodotti ritenuti iniqui

Prospettive Professionali

45% considera il buon
work-like balance
come priorità

40% desidera **sentirsi**
realizzato sul
lavoro

60% considera le
rinnovabili il
mestiere del
futuro

Responsabilità

78% considera la
«**Sostenibilità**» un **tema**
decisivo per **stare bene**

64% **lo Stato dovrebbe farsi carico**
dei costi della sostenibilità, con un
ruolo importante delle aziende

Overview Osservatorio II edizione

Under 30,
Sostenibilità e
benessere, in un
concetto olistico di
“One Health”.

3 dimensioni di analisi

MACRO

SOSTENIBILITÀ COME BUSSOLA DEL COMPORTAMENTO

Nativi digitali e nativi sostenibili, assegnano alla sostenibilità un'ampia gamma di significati.

1° posto la dimensione ambientale tra neo-frugalità e attivismo:

- 55% Under 30 fa accuratamente la raccolta differenziata
- 38% Under 30 riduce il consumo d'acqua
- 25% Under 30 rinuncia all'auto per mezzi pubblici e bici
- 50% Under 30 ha boicottato almeno una volta un prodotto ritenuto iniquo

MESO

SOSTENIBILITÀ NEI TERRITORI, COMUNITÀ E AFFETTI

- Cresce il **senso di appartenenza** all'Italia (+7%) e all'Europa (+4%) rispetto al 2024
- 67% Under 30 cerca **supporto emotivo** nella famiglia quando è in difficoltà, 50% negli amici

MICRO

SOSTENIBILITÀ COME COMPONENTE DEL BENESSERE INDIVIDUALE

- 54% Under 30 ha indicato la definizione corretta di «**One Health**»
- Elementi importanti del concetto di «One Health»:
 - 81,5% **salute mentale**
 - 73% **salute fisica**
 - 66% **benessere sociale della comunità ed equilibrio dell'ecosistema**
- 91% Under 30 crede che la crisi ambientale abbia effetti sulla salute
- 54% Under 30 pensa che il singolo individuo sia il 1° responsabile della propria salute fisica

III edizione

III edizione



Percezione
della
sostenibilità



Il Bioma Digitale:
ambiente
e tecnologia



Gen
Alpha

Sostenibilità ambientale, ma anche sociale

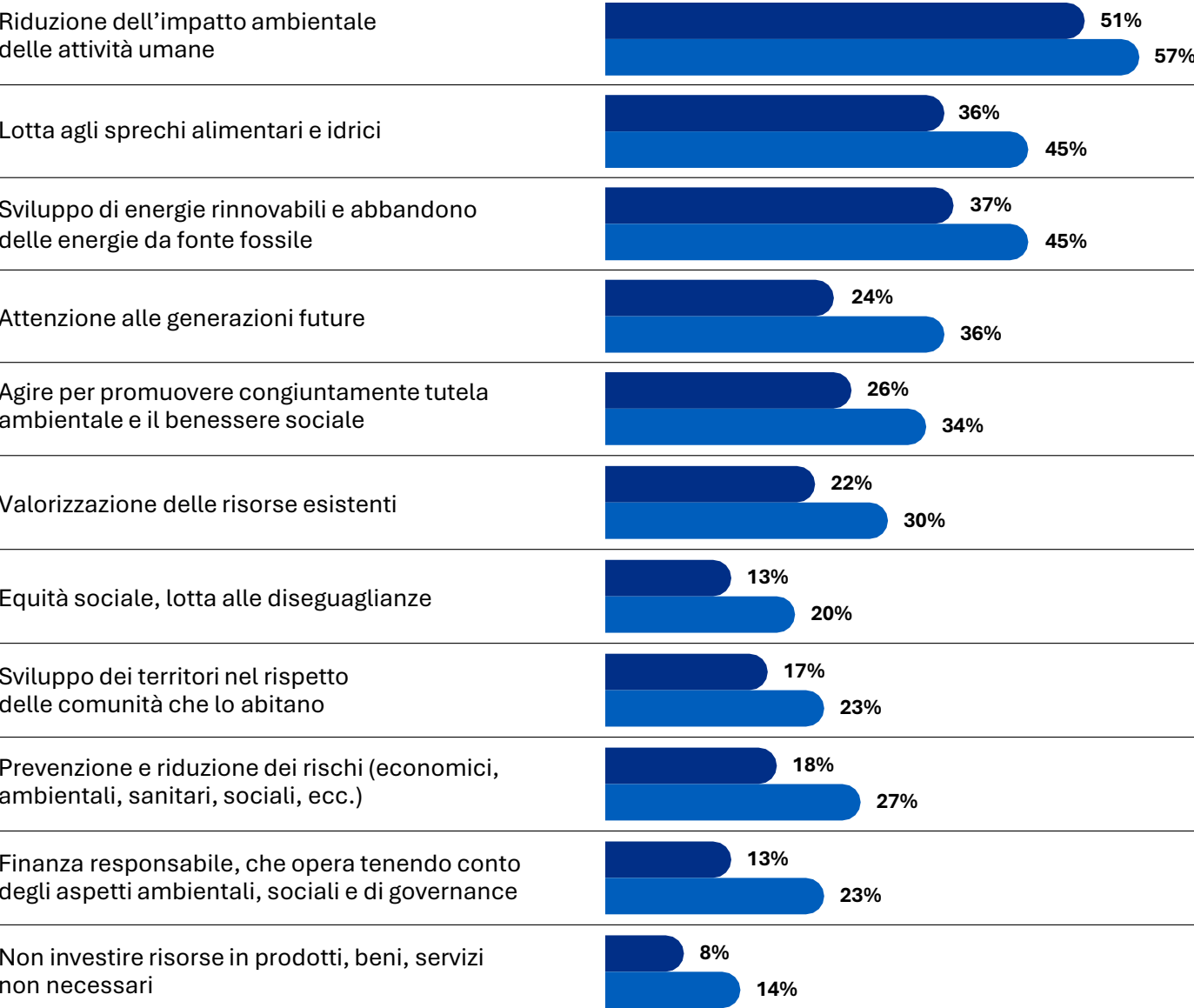
Le nuove generazioni mantengono una **visione della sostenibilità orientata alla dimensione ambientale**, ma emergono anche interpretazioni legate alla **sfera sociale**.



Si parla molto di sostenibilità oggi, cosa significa secondo te questa parola?

Risposta multipla

PANEL



SOCIAL



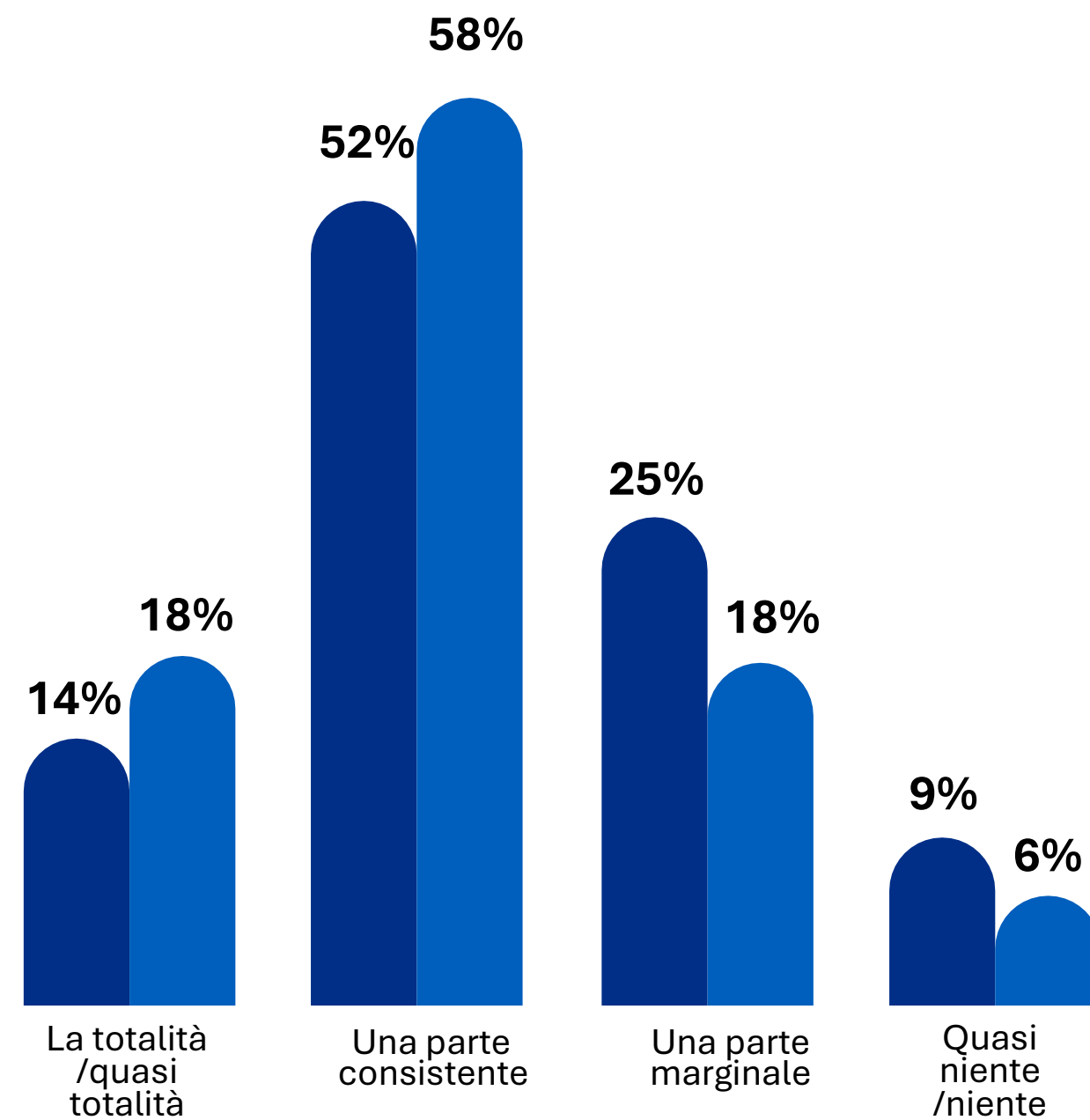
Sostenibilità è stare bene, ma emerge un clima di sfiducia

Continua a restare alta la **percezione che il benessere individuale dipenda dalla sostenibilità...**

PANEL

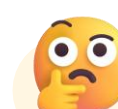


Quanto del tuo benessere futuro dipende dalla sostenibilità?

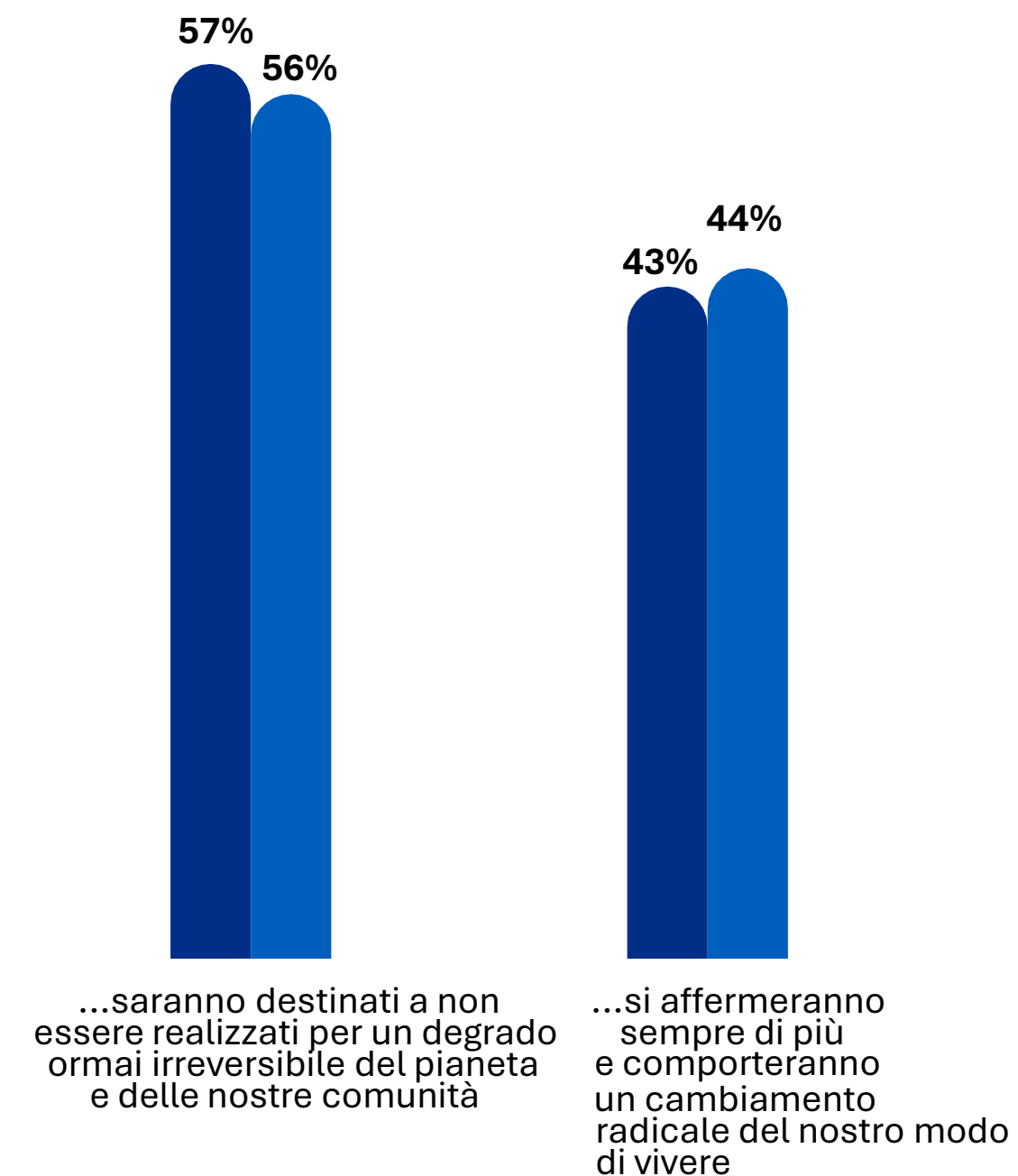


ma le **aspettative** sulla **realizzazione di obiettivi legati alla sostenibilità** risentono del **clima di sfiducia...**

PANEL



In futuro gli obiettivi legati alla sostenibilità...



Clima di sfiducia che si riflette sulle scelte di acquisto

Nel totale popolazione il clima di sfiducia si traduce in scelte d’acquisto «sostenibili» più caute.

Negli Under 30 la propensione a pagare un premium price per la sostenibilità resta stabile (60%).

Sempre 1 giovane su 2 si dichiara disposto a fare boicottaggio.

Saresti disposto a pagare un po’ di più, a parità di qualità, per un prodotto veramente sostenibile?

Hai mai boicottato una marca o un prodotto perché ritenevi socialmente iniquo o pericoloso l’operato della loro azienda?

A parità di prezzo e qualità cambieresti la tua marca del cuore per una marca concorrente che da un punto di vista ambientale, economico e sociale fosse più sostenibile?

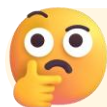
“Probabilmente” e “sicuramente sì”	I edizione (2024)	II edizione (2025)	III edizione (2026)
Totale	54%	46%	42%
Under30	60%	60%	59%

“Probabilmente” e “sicuramente sì”	I edizione (2024)	II edizione (2025)	III edizione (2026)
Totale	37%	40%	35%
Under30	43%	51%	47%

“Probabilmente” e “sicuramente sì”	I edizione (2024)	II edizione (2025)	III edizione (2026)
Totale	71%	71%	65%
Under30	70%	80%	75%

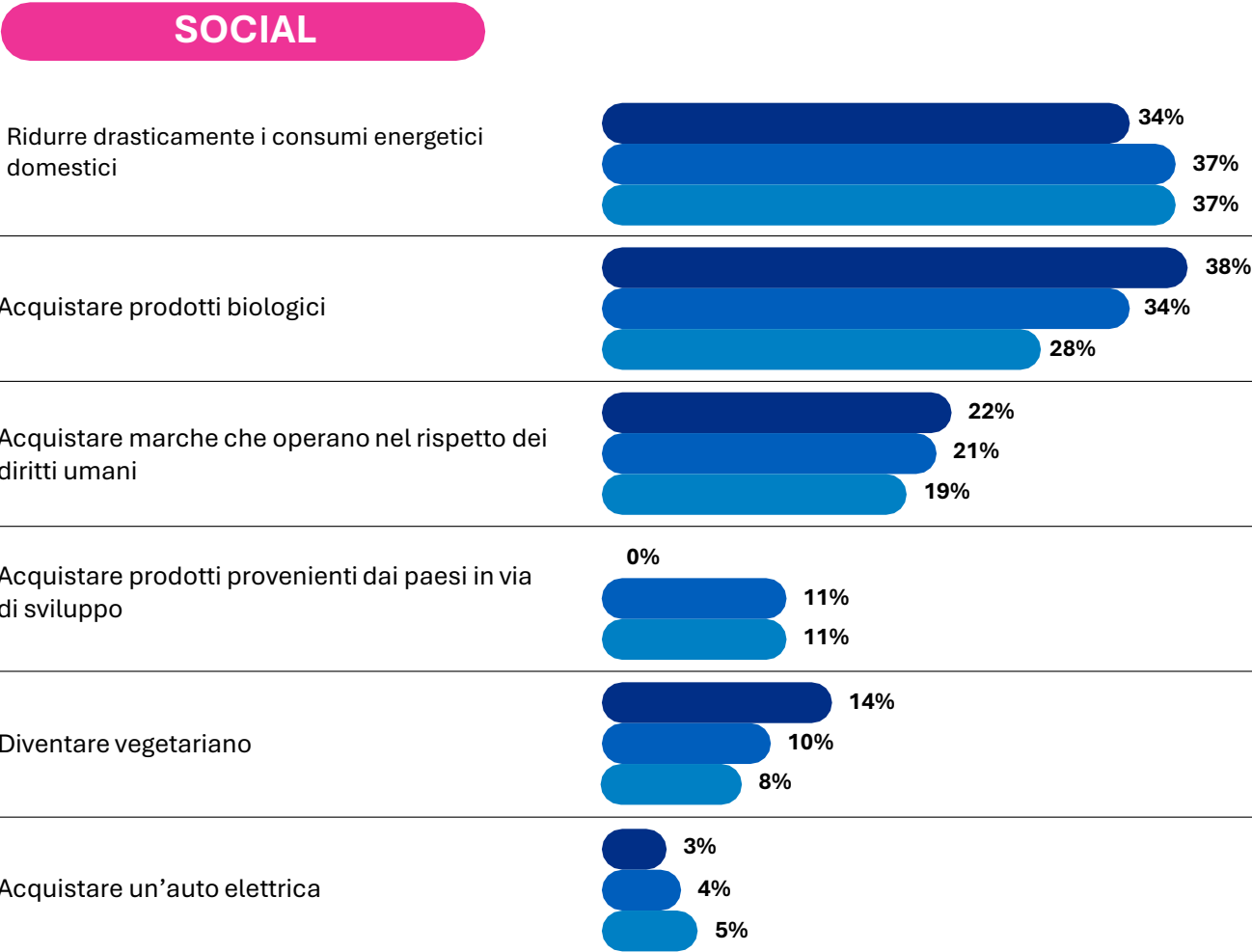
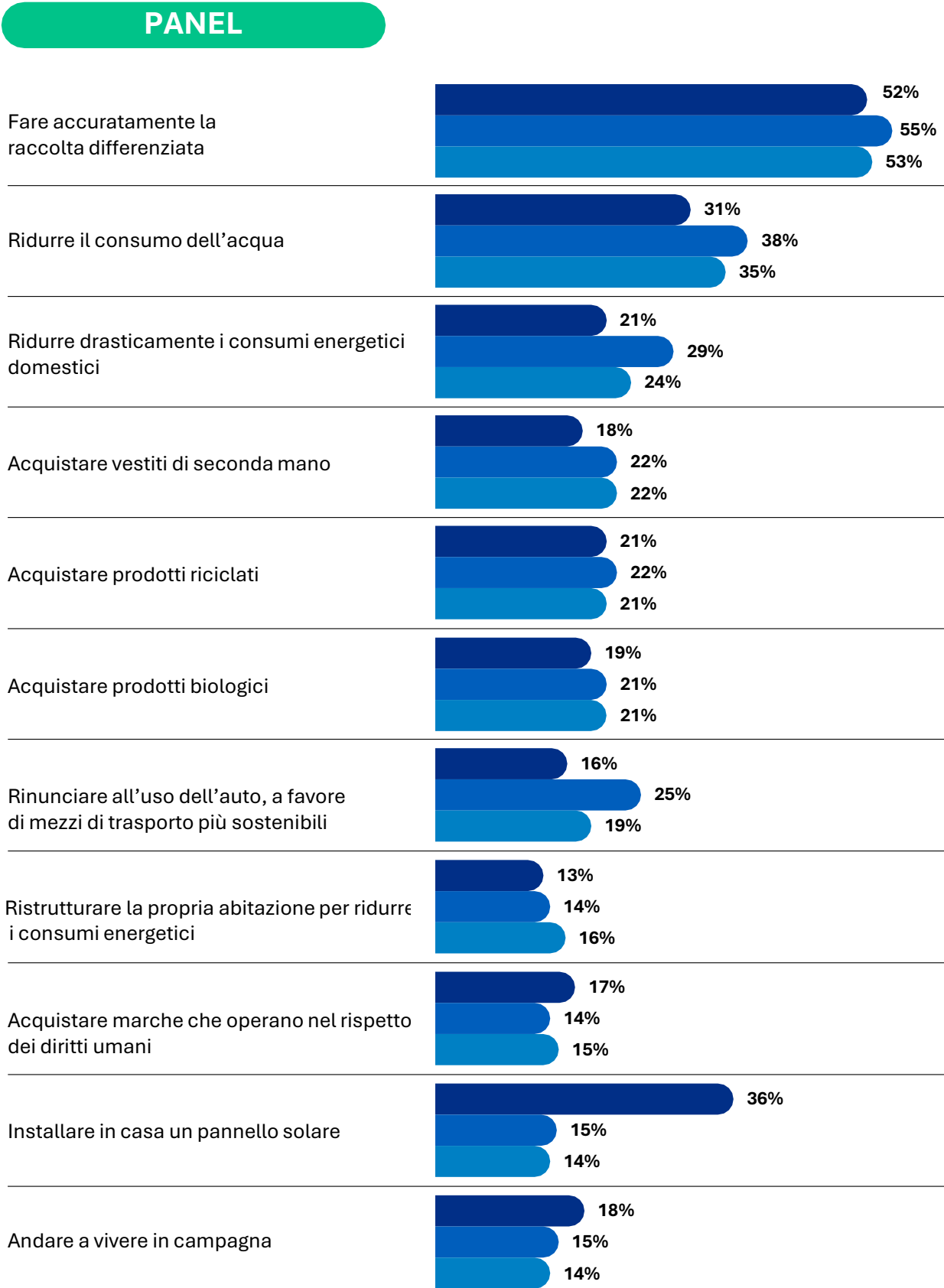
Sustainable Realism: ok a comportamenti sostenibili che non implichino rinunce o extra-costi

La riduzione della fiducia nella capacità del sistema di tradurre gli sforzi individuali in cambiamenti reali e duraturi, genera demotivazione che si ripercuote in una contrazione dei comportamenti a sostegno della sostenibilità. Il 2025 è stato segnato da un mix di «fuga dal sacrificio» e «pragmatismo economico».



Hai già adottato alcune di queste abitudini? Se no, saresti disposto ad adottarle nel caso ti venisse proposto?

Risposta multipla



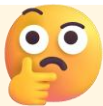
● Prima rilevazione (2024) ● Seconda rilevazione (2025) ● Terza rilevazione (2026)

Risposta multipla senza un limite di risposte

PANEL

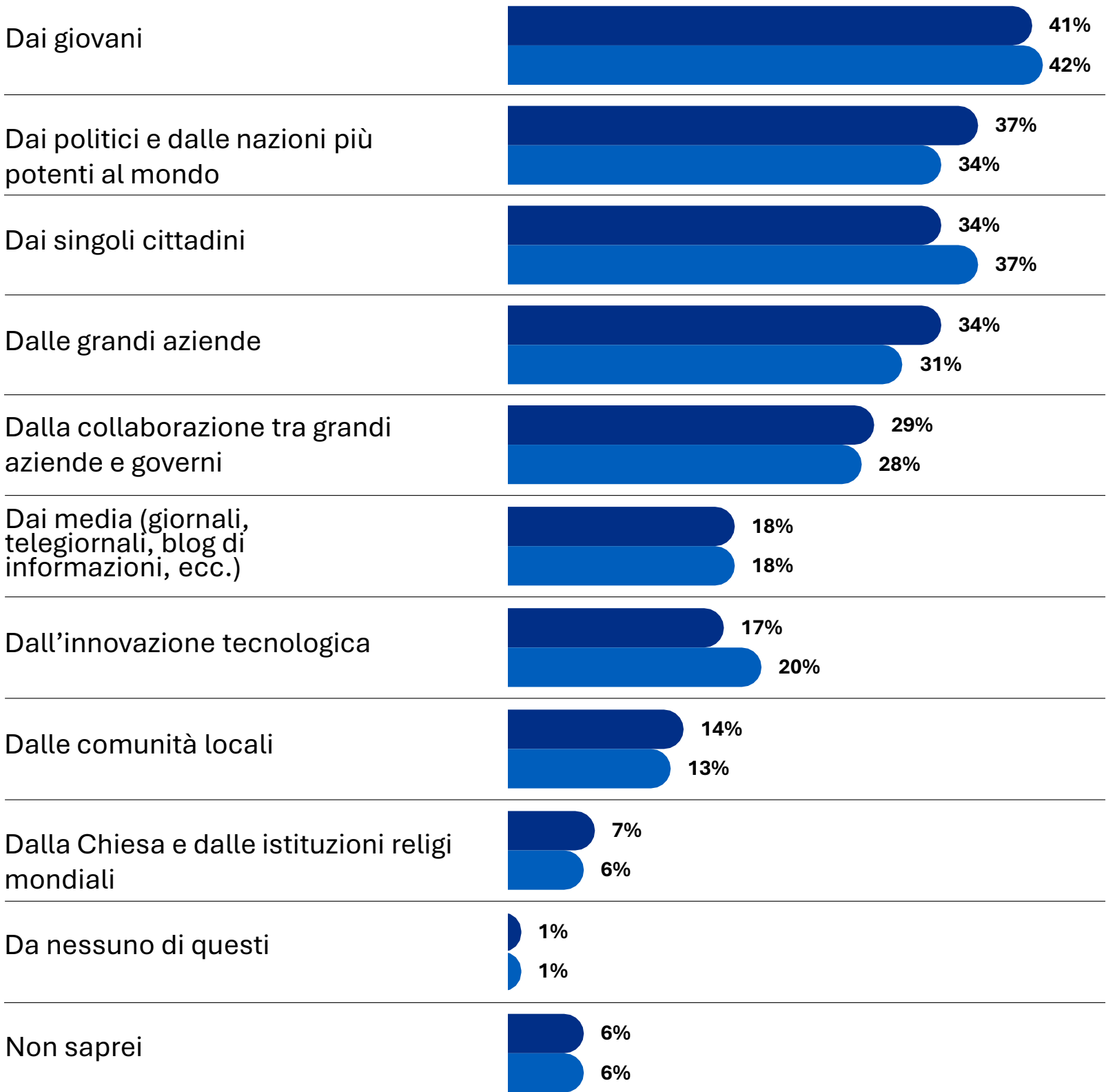
Cambiamenti possibili grazie a una leadership diffusa: giovani al 1° posto

Nonostante il clima di sfiducia, c'è **consapevolezza generazionale sul ruolo degli attori della sostenibilità: oggi il 42% identifica nei giovani la spinta più forte al cambiamento**. Passaggio cruciale: **dalla delega istituzionale a una leadership diffusa**, dove le nuove generazioni non sono più solo spettatrici, ma i veri decisori dei nuovi standard di sostenibilità.



Da chi ti aspetti nasca la spinta più forte a sostegno della sostenibilità?

Risposta multipla



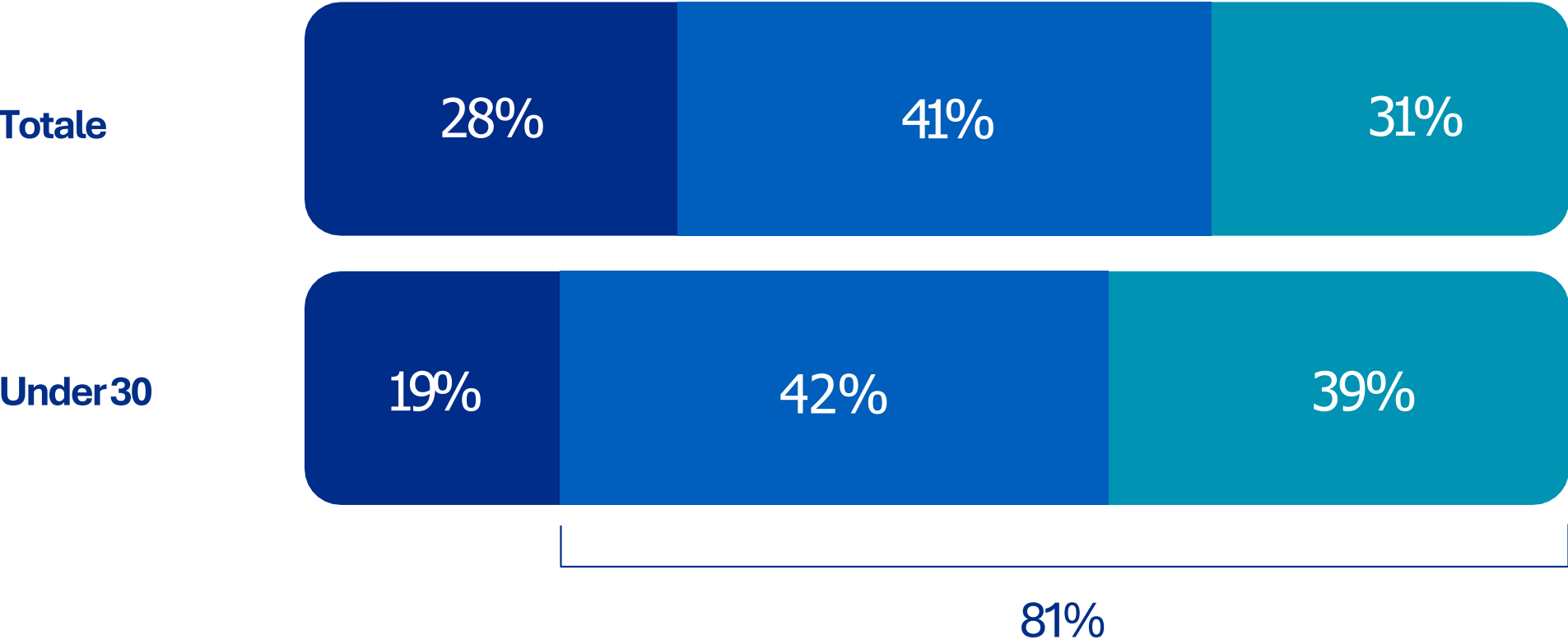
PANEL

Micro-scelte, Macro-impatto: l'impronta dei Giovani sul domani sostenibile

Gli Under 30 sono convinti che ci sia un'importante **responsabilità individuale** e che le proprie **scelte quotidiane** possano generare un impatto concreto **medio-alto (81%)**.



Quanto pensi che il tuo comportamento quotidiano possa fare la differenza per la sostenibilità?



Voto medio	I edizione (2024)	II edizione (2025)	III edizione (2026)
Totale	7,1	6,8	6,6
Under30	7,2	7,0	6,9

La **percezione** dell'importanza dei comportamenti individuali resta **stabile nel triennio**.

Percezione della sostenibilità

Dimensione ambientale, ma anche sociale

La sostenibilità è legata principalmente **alla riduzione dell'impatto ambientale delle attività umane** ma sta emergendo un'attenzione anche alla **dimensione sociale**, che registra una crescita di 8 punti percentuali rispetto alla precedente edizione dell'Osservatorio.

Sostenibilità è stare bene, ma c'è sfiducia

1 giovane su 2 pensa che il proprio **benessere dipenda dalla sostenibilità** ma c'è **sfiducia sulla realizzazione degli obiettivi** collegati.

Nonostante il clima di sfiducia i giovani si dicono ancora **disposti a pagare un premium price** per un prodotto veramente sostenibile.

Sustainable Realism

Nella scelta di adottare comportamenti in favore della sostenibilità si registra una propensione al **Sustainable Realism**, caratterizzato da «**fuga dal sacrificio**» e «**pragmatismo economico**».

Leadership diffusa e auto-attivismo

Emerge con forza una **consapevolezza generazionale**: la **responsabilità** non è più delegata ma **diffusa**, partendo dall'**auto-attivismo** e dall'importanza dell'iniziativa dei giovani.

III edizione



Percezione
della
sostenibilità



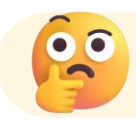
Il Bioma Digitale:
ambiente
e tecnologia

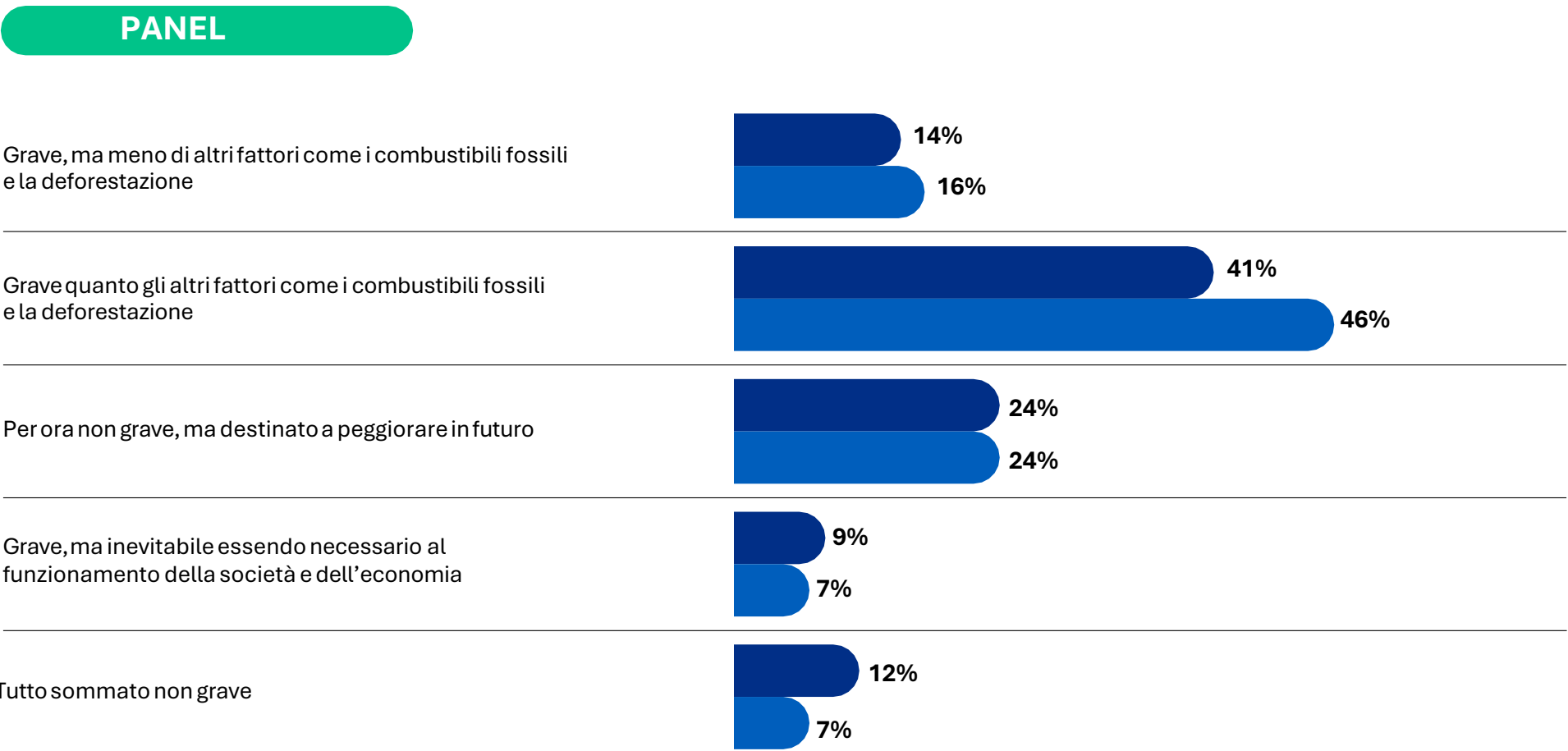


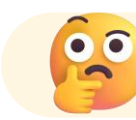
Gen
Alpha

Consapevolezza tecnologica: i giovani conoscono impatti e priorità

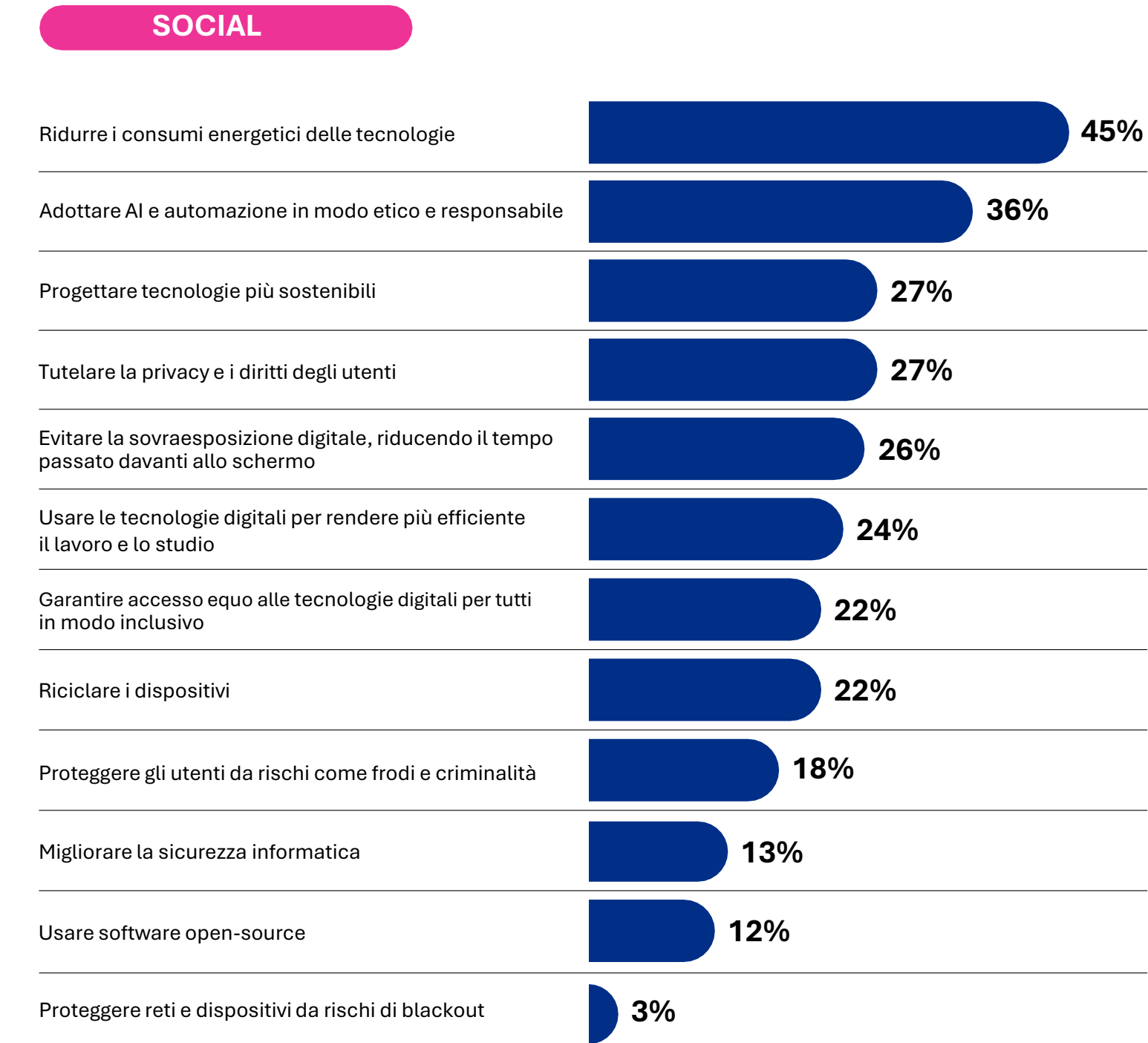
Con «**sostenibilità digitale**» si intende una modalità di sviluppo della tecnologia che metta al centro l’ambiente, l’economia e la società. Dalla ricerca: emerge una **chiara consapevolezza sull’impatto ambientale delle tecnologie** e sulle **priorità d’azione** per contenerne gli effetti.

 *Quanto valuti grave l’impatto delle nuove tecnologie sull’ambiente?*



 *Quali aspetti potrebbero contribuire a una maggiore sostenibilità digitale?*

Risposta multipla



SOCIAL

Buone pratiche, senza rinunciare all'IA



Hai già adottato una di queste abitudini?

Bright Break

Usare dispositivi elettronici in modo efficiente, es. riducendo luminosità

64%
UNDER 30

Second-Hand & Refurbished

Acquistare dispositivi usati o rigenerati

22%
UNDER 30

IA Pushback

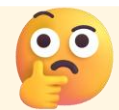
Evitare l'uso dell'Intelligenza Artificiale (IA)

15%
UNDER 30



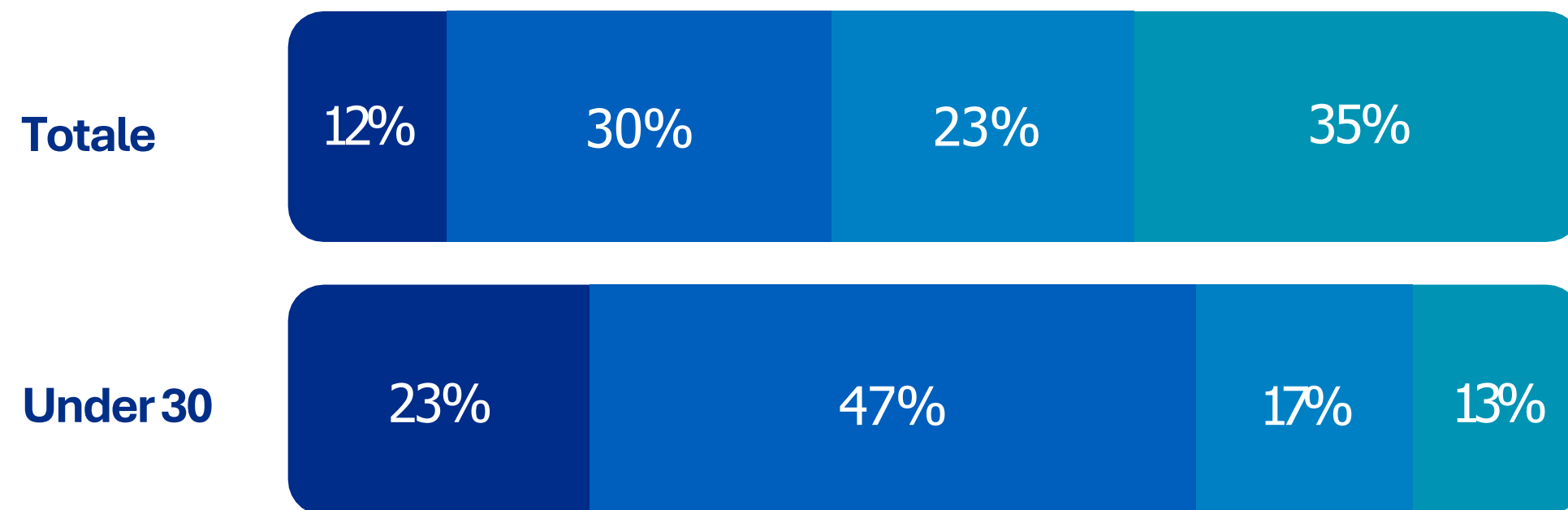
L'IA viene concepita come alleata...

Per i nativi digitali, l'**IA** non rappresenta una minaccia, ma il **motore pulsante di una nuova era**.
Per circa il **50%** la diffusione dell'IA porterà **più benefici che problemi**.

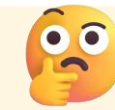


Quanto spesso utilizzi strumenti di intelligenza artificiale?

PANEL

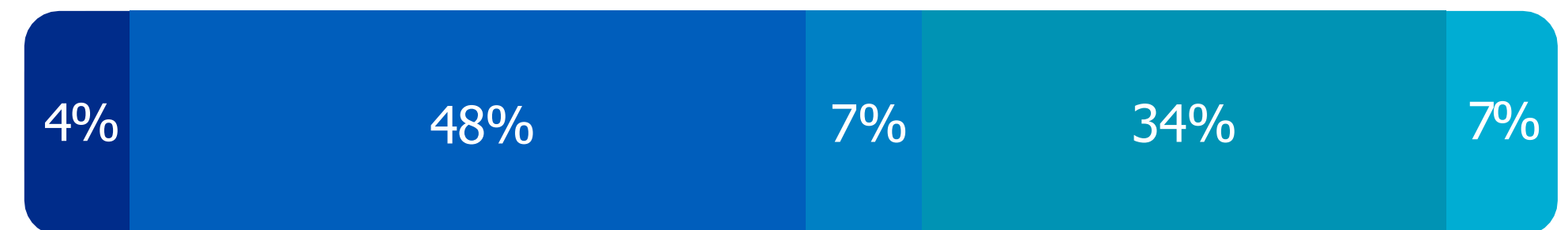


● Spesso ● Qualche volta
● Di rado ● Mai



Secondo te, la diffusione dell'intelligenza artificiale porterà più benefici o più problemi?

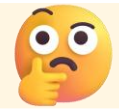
SOCIAL



● Non so ● Porterà quasi esclusivamente benefici ● Porterà più benefici che problemi ● Porterà più problemi che benefici ● Porterà quasi esclusivamente problemi

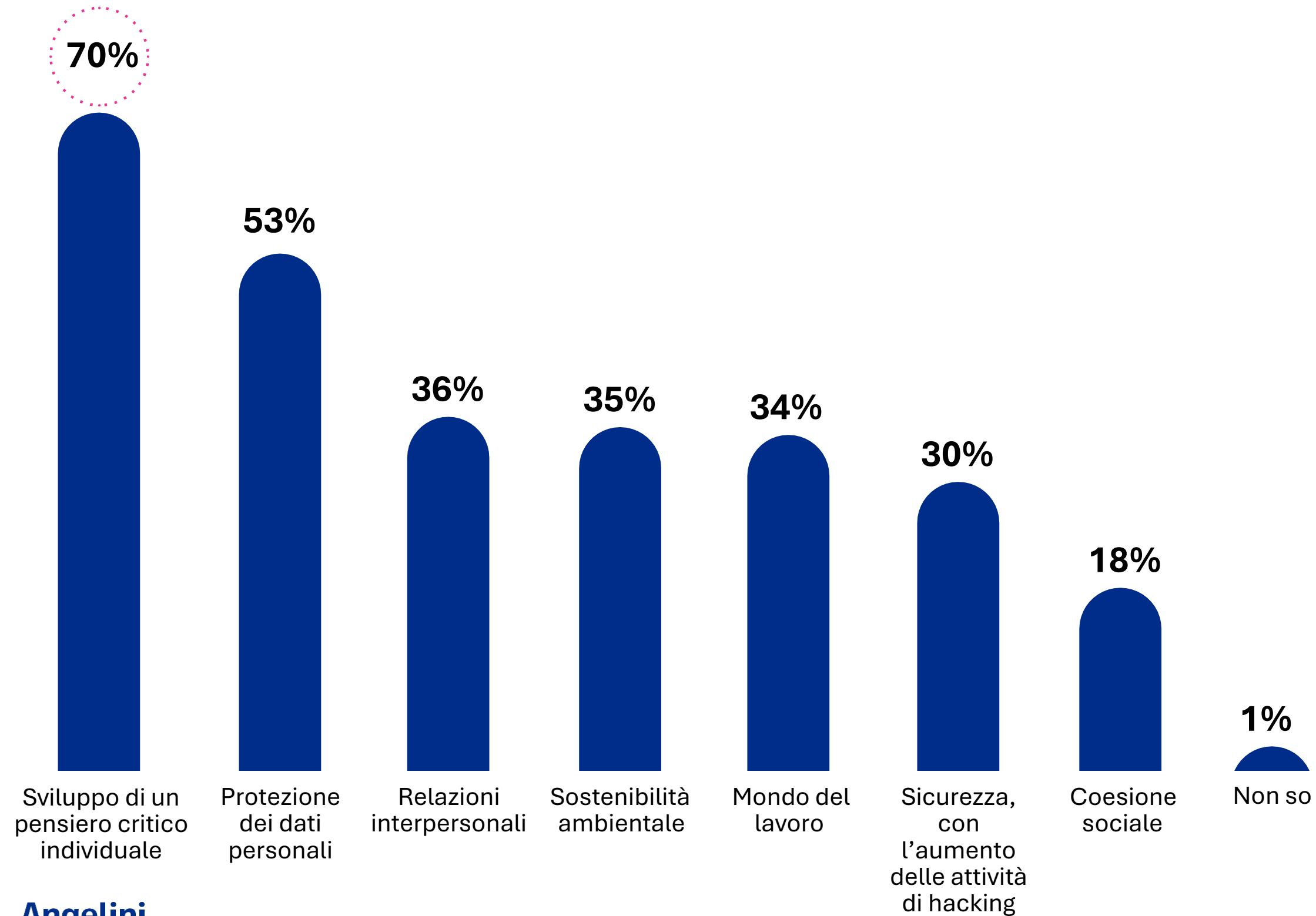
SOCIAL

...ma non esente da rischi



Dove potrebbero nascere i problemi principali legati all'uso dell'intelligenza artificiale?

Risposta multipla



La sfida non è tecnologica, ma culturale: imparare ad utilizzare l'IA come **uno strumento per ottimizzare il tempo necessario a svolgere attività time consuming.**

Giovani dichiarano di conoscere bene l'IA e di saperla usare

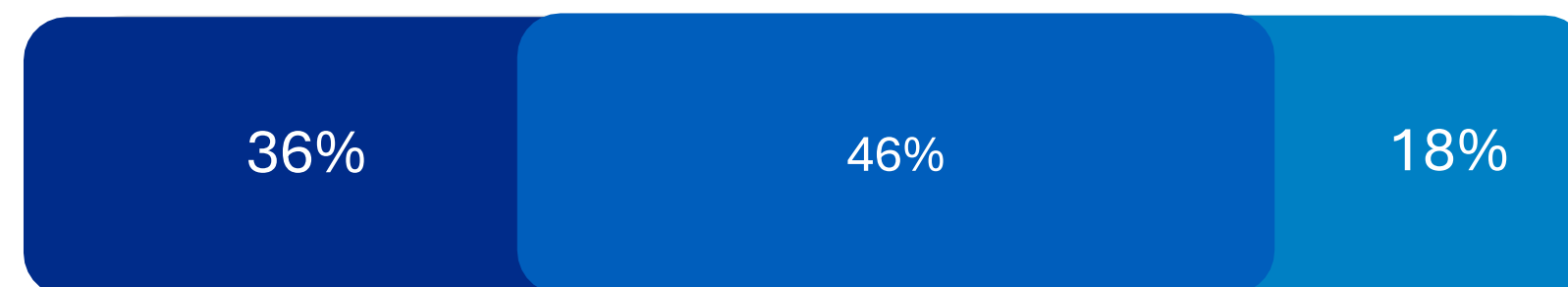
L'82% dei giovani dichiara di conoscere bene l'IA. Sui Social il 60% degli Under 30 dichiara di essere abbastanza / molto preparato sull'IA, che è vista come un «velocizzatore» e concreto supporto nelle attività.



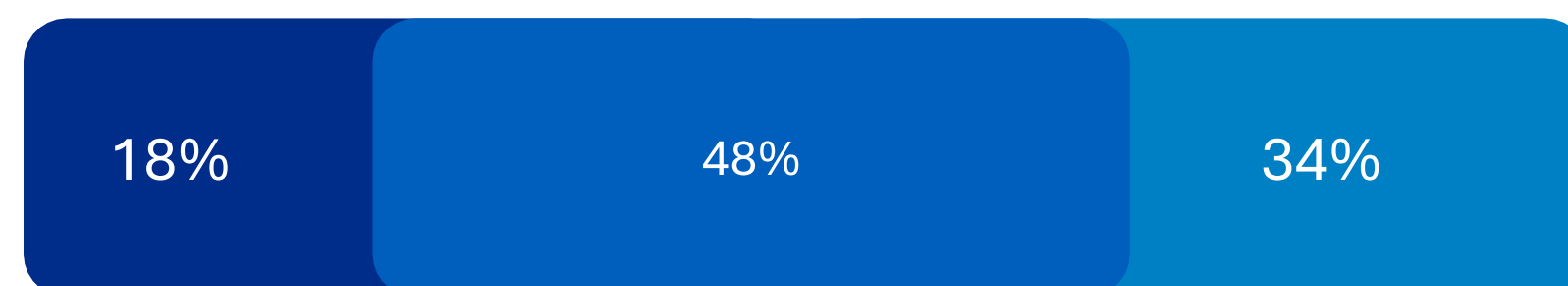
Quanto conosci e quanto sai dell'intelligenza artificiale?

PANEL

Totale



Under 30



82%



Quanto ti senti preparato sul tema dell'intelligenza artificiale?

SOCIAL

14%

46%

1%

35%

4%

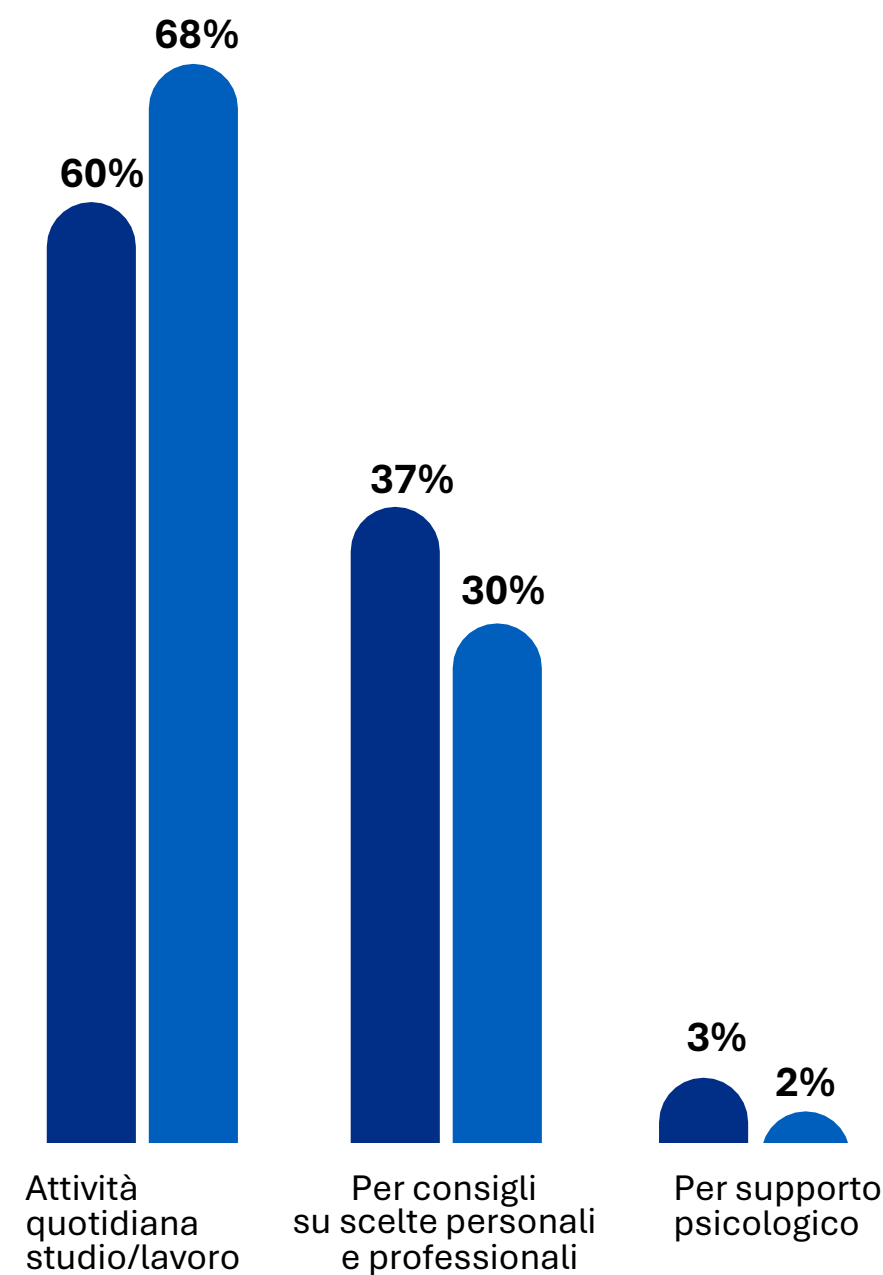
Preferenza di utilizzo in ambito accademico e professionale

L'IA si consolida **come motore di produttività quotidiana**, raggiungendo un picco di utilizzo del **68%** tra gli **Under30**.



In quale ambito utilizzi strumenti o applicazioni basate sull'IA?

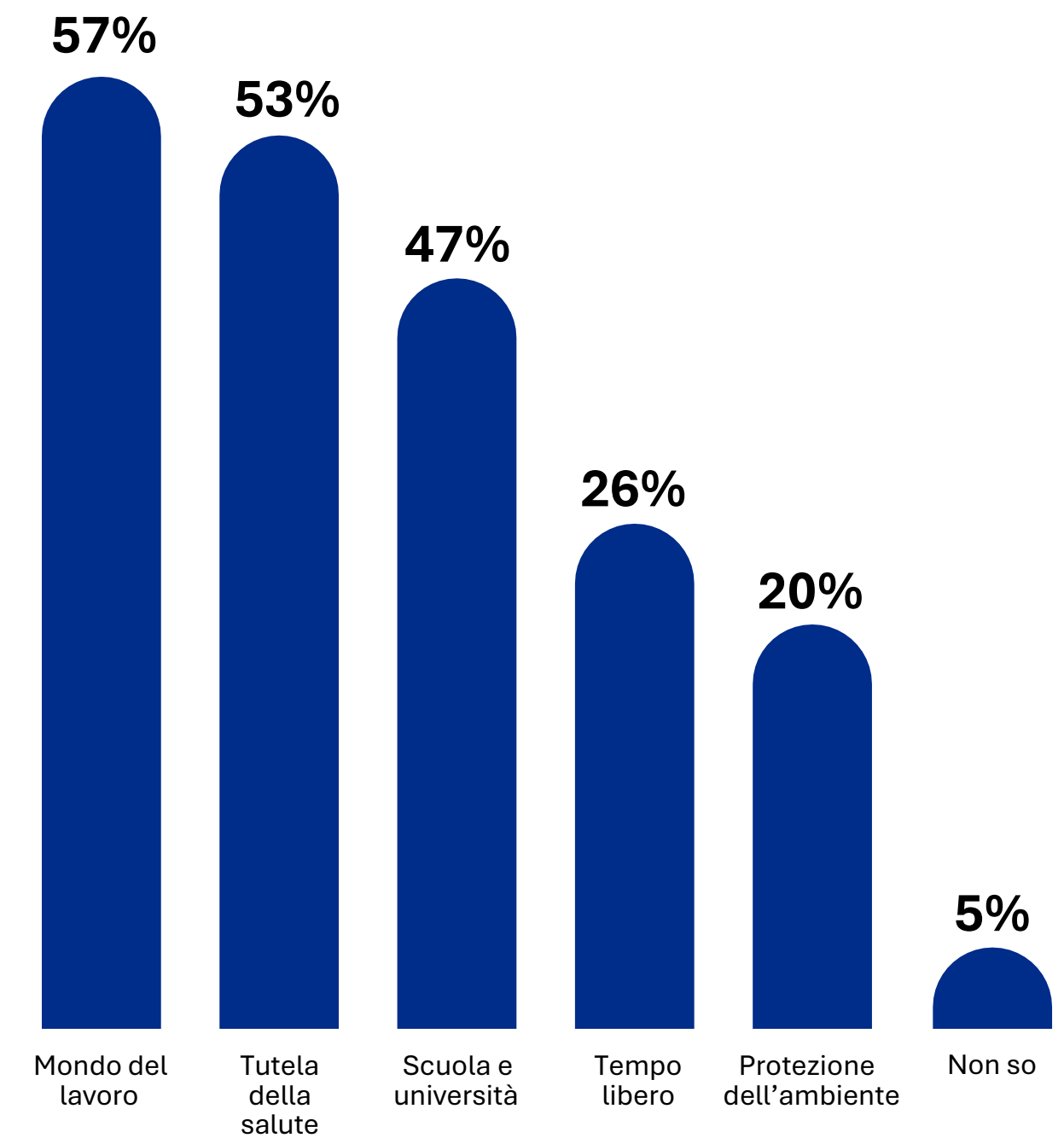
PANEL



Quali ambiti potrebbero beneficiare maggiormente dell'uso intelligenza artificiale?

Risposta multipla

SOCIAL



SOCIA

Tra ottimismo e sfide: IA richiederà lo sviluppo di nuove competenze



L'intelligenza artificiale porterà a un aumento o a una diminuzione complessiva del numero di posti di lavoro?

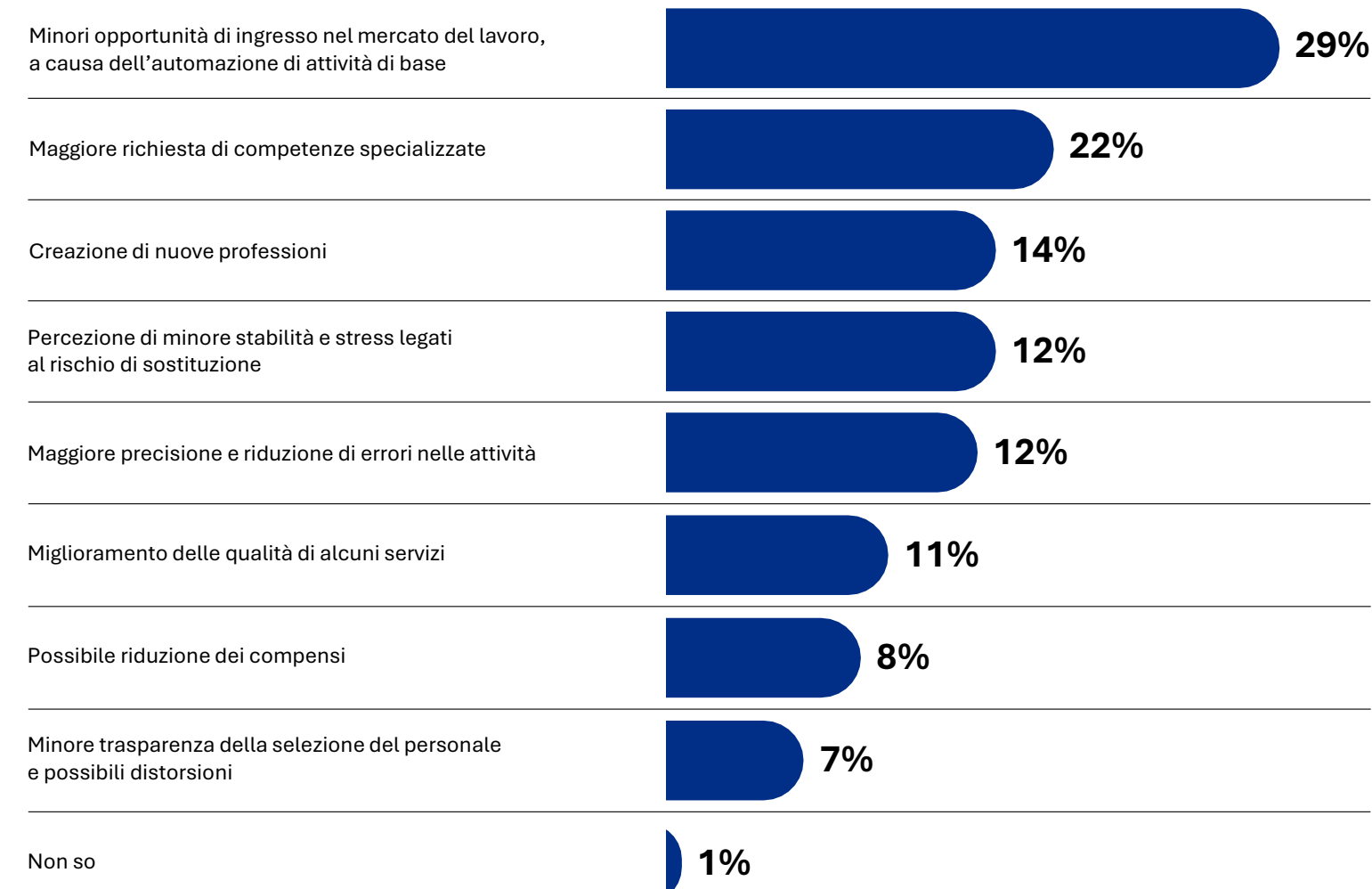


- Porterà ad un aumento dei posti di lavoro
- I posti di lavoro resteranno più o meno gli stessi, anche se cambieranno le mansioni
- Non so
- Porterà ad una diminuzione dei posti di lavoro



Quali potrebbero essere i 2 principali effetti che l'intelligenza artificiale potrebbe avere sul mondo del lavoro?

Risposta multipla



Gli Under 30 non temono che l'IA toglierà posti di lavoro, ma cambierà la figura del lavoratore: La vera sfida risiederà nell'**adattabilità**: la capacità di **collaborare con sistemi intelligenti** diventerà il requisito fondamentale per ogni nuova posizione lavorativa nel 2026.

La combinazione vincente unisce il **pensiero critico e l'empatia con la competenza tecnica** nel gestire i flussi di dati dell'IA. L'ingresso nel mondo del lavoro è più complesso; i giovani richiedono **percorsi di mentoring per navigare le nuove gerarchie digitali**.

«Esprimere idee» e «ottimizzare il tempo» le competenze più ambite nei prossimi 6 mesi

 Nei prossimi 6 mesi, quali sono le competenze che ti piacerebbe imparare o approfondire?

		PANEL		SOCIAL
		Totale	Under30	Under30
	Esprimere idee ed emozioni in modo originale e artistico			
	Organizzare il tempo per ottimizzare quantità e qualità delle attività			
	Comunicare in modo efficace			
	Affrontare e risolvere situazioni complesse in modo logico, creativo ed efficiente			

Bioma Digitale: ambiente e tecnologia

Consapevolezza tecnologica

L'ambiente naturale e l'infrastruttura tecnologica si fondono in un'unica realtà interconnessa, definibile come «**Bioma digitale**».

C'è chiara consapevolezza sugli **impatti ambientali del digitale** definiti **gravi quanto quelli dei combustibili fossili**.

Priorità d'azione e comportamenti virtuosi

Per i giovani è prioritario agire sulla riduzione dei consumi energetici delle nuove tecnologie e su **tecnologie circolari** (responsabilità tech e *twin transition*), ma c'è indisponibilità a rinunciare all'utilizzo dell'IA.

AI: Alleata... ma non esente da rischi

L'**IA** viene percepita dai giovani come **alleata**, ma **non esente da rischi** (pensiero critico, privacy, etc.). Gli Under30 affermano di essere **saperla padroneggiare** e la utilizzano soprattutto in ambito **accademico** e **professionale**.

Tra ottimismo e sfide

Si riscontra un **generale ottimismo** verso l'adozione dell'IA.
Per i giovani l'IA porterà **più benefici che problemi**. Non ridurrà posti di lavoro ma contribuirà fortemente allo sviluppo di **nuove competenze**.

III edizione



Percezione
della sostenibilità



Il Bioma Digitale:
ambiente
e tecnologia



Gen Alpha

GenAlpha

Sustainable Mind

- **43%** Gen Alpha è **informato sulla sostenibilità** (vs 56% Under30)
- Manifestano un approccio concreto, che passa attraverso l'esperienza

“ *Penso alla sostenibilità quando vedo la spiaggia rovinata e non posso fare il bagno.* ”

Digital Soul

- **94%** Gen Alpha possiede uno **smartphone** (= rispetto a U30)
- **73%** Gen Alpha possiede un **pc** (vs l'82% U30)
- **66%** Gen Alpha possiede un **tablet** (vs 60% U30)
- **62%** Gen Alpha **utilizza abitualmente l'AI** (vs 67% Under 30)

Osservatorio Giovani & Sostenibilità

CONTATTI:



angeliniindustries.com



sustainability@angeliniholding.com

Una ricerca di Angelini Industries condotta da CSA e Quorum/Youtrend



youtrend

