

Bene sul fronte ambientale e sociale, indietro la parità di genere.



Giovani chiedono di più a imprese e istituzioni. Il 75% degli italiani ha un atteggiamento proattivo e impegnato verso gli obiettivi di sostenibilità ambientale e sociale che investono la vita quotidiana.

Stessa tendenza, anche se con una percentuale più bassa (58%), è evidente nei giudizi delle lavoratrici e dei lavoratori dipendenti in ambito professionale. È quanto emerge dalla prima indagine nazionale "La cultura della sostenibilità in Italia", realizzata da Esg Culture Lab, Osservatorio sul valore del capitale umano nella trasformazione sostenibile, creato da Eikon Strategic Consulting Italia, in collaborazione con il Gruppo Adnkronos.

La ricerca è stata presentata oggi a Roma presso il palazzo dell'Informazione con una tavola rotonda che ha coinvolto le 7 aziende partner del progetto: Banca Ifis, Enel, Gruppo Fs, Ibsa Farmaceutici Inwit, Philip Morris Italia e Poste Italiane. L'indagine ha riguardato un campione rappresentativo della popolazione italiana di 1.600 persone, tra i 18 e i 65 anni. Nella valutazione sul coinvolgimento della propria azienda o organizzazione si conferma una percezione positiva (62%), anche se emerge una polarizzazione tra il 31% che giudica la propria azienda "focalizzata" sugli obiettivi e un 20%

che la descrive ''indifferente''. Il dato sull'indifferenza fa il paio con il giudizio sul coinvolgimento delle Istituzioni, che il campione intervistato considera meno virtuose. Positivo il 53% delle valutazioni. In generale i giudizi migliorano sia per le aziende che per le Istituzioni quando si parla di ambiente.

Nell'area sociale e di governance, positiva, per le aziende, la valutazione della qualità della formazione continua e dell'innovazione tecnologica. Critici i giudizi sulle pari opportunità di carriera, soprattutto da parte del campione femminile. Per le istituzioni emergono le valutazioni critiche dei più giovani in relazione all'attenzione verso l'occupazione. In tutta la ricerca è forte la polarizzazione dei giudizi tra under 30 e over 50: emerge una sfiducia delle fasce più giovani che si aspettano da aziende e Istituzioni un maggiore coinvolgimento.