

Rapporto **Symbola**: sostenibilità, sempre più sinonimo di qualità

In Camera di Commercio i risultati dell'indagine realizzata con Ipsos

LA PRESENTAZIONE

■ **BRESCIA.** «Essere buoni conviene». Con queste parole **Ermete Realacci**, presidente di Fondazione **Symbola**, apre la presentazione a Brescia del rapporto «Sostenibilità è Qualità 2025» realizzato per il III anno con Ipsos e la Camera di Commercio di Brescia.

Indagine nazionale, focalizzata sui comparti agroalimentare e edile, che però ben dà il polso di come il nostro Paese oggi consideri l'essere sostenibile un valore sempre più centrale. Come ribadisce il presidente Roberto Saccone ormai la sostenibilità «è vista come una opportunità più che come un vincolo», complici una crescente attenzione alla tematica da parte del consumatore, che predilige imprese che percorrono questa strada. «La sostenibilità non è più vista

come una scelta individuale ma responsabilità condivisa», rincara il presidente di Ipsos, Nando Pagnoncelli, che parla di «profondo mutamento culturale» che vede nel 2025 «un punto di svolta».

I dati. Lo spaccato disegnato dal rapporto evidenzia la crescita dell'importanza attribuita dai cittadini alla sostenibilità a 360 gradi così come delle tendenze sui motivi che spingono le persone verso pratiche sostenibili. I risultati sottolineano il ruolo predominante della qualità come principale motore della sostenibilità (69,6% del campione), seguita dalla crescente preoccupazione per i cambiamenti climatici e il futuro del pianeta (22%) e dall'etica (7,4%), come a dire che sempre più la sostenibilità «non è più solo questione ambientale ma un impegno com-

plesso che intreccia qualità percepita, preoccupazioni globali, principi morali».

Una svolta culturale che porta con sé anche l'incremento numerico dei sostenitori convinti, che crescono al 26% rispetto al 24% del 2024, mentre il 67% degli italiani mostra è positivo sul tema. Tra i settori più sostenibili spiccano produzioni alimentari vegetali, energia/utenze domestiche e vitivinicolo, confermando il trend del 2022. Guardando ai settori sotto la lente, nell'agroalimentare 6 italiani su 10 si considerano sostenibili nelle loro scelte di acquisto, con l'89% che è disposto a pagare di più per prodotto di origine animale di alta qualità e l'87% per prodotti vegetali. Rispetto ad altri Paesi europei, le aziende alimentari italiane si distinguono per la maggiore attenzione alla qualità (52%). Nell'edilizia, la sosteni-

bilità è sinonimo di qualità quando coniuga certificazioni ambientali, integrazione con il territorio e attenzione alla sicurezza dei lavoratori. L'88% è disposto a pagare di più per un immobile di qualità, con la sostenibilità che pesa per il 48%.

Le opinioni. «L'indagine conferma che anche se c'è qualcuno che come Trump pensa di poter prendere le distanze dalla sostenibilità, si troverà a fare i conti con consumatori che non saranno d'accordo», affonda il leader di Confindustria Lombardia Giuseppe Pasini che elogia la capacità dell'UE di «mantenere ferma la barra sul tema». I colleghi Laura Facchetti (presidente Coldiretti Brescia) e Oscar Scalmana (vicepresidente Confagricoltura Brescia) indulgiano sul ruolo giocato nella partita dall'agricoltura. «L'agricoltura è sempre oggetto di critica, ma siamo noi i tutori dell'ambiente».

ANGELA DESSI



In Camera di Commercio. Un momento della presentazione di ieri

