COMUNICATO STAMPA

SOSTENIBILITÀ È QUALITÀ 2026

UN'INDAGINE DI IPSOS DOXA E FONDAZIONE SYMBOLA IN COLLABORAZIONE CON LA CAMERA DI COMMERCIO DI BRESCIA

I RINCARI ENERGETICI E L'INSTABILITÀ GEOPOLITICA SUPERANO L'EMERGENZA CLIMATICA TRA LE PRIORITÀ DEGLI ITALIANI: L'AUMENTO DEI PREZZI È LA PRINCIPALE PREOCCUPAZIONE

L'INTERESSE PER LA SOSTENIBILITÀ RESTA MOLTO ELEVATO: L'83% DEGLI ITALIANI SI DICHIARA INTERESSATO

LA QUALITÀ RESTA LA PRINCIPALE FORZA CHE SPINGE LA SOSTENIBILITÀ, MA NEL 2026 CEDE PESO ALLA PREOCCUPAZIONE E ALL'ETICA

L'OFFERTA PERDE CENTRALITÀ, MENTRE LA REPUTAZIONE TIENE: "CHI" PRODUCE CONTA OGGI QUANTO "COSA" PRODUCE

L'ALIMENTARE DI ORIGINE VEGETALE, CON IL 48%, SI CONFERMA IL SETTORE PERCEPITO COME PIÙ SOSTENIBILE, SEGUITO DA VITIVINICOLO, AL 35%, ED ENERGIA, AL 34%

IL 75% DEGLI ITALIANI RICONOSCE ALL'UNIONE EUROPEA UN RUOLO IMPORTANTE NEL GUIDARE LE POLITICHE DI SOSTENIBILITÀ DEI PAESI MEMBRI

ERMETE REALACCI, PRESIDENTE DELLA FONDAZIONE SYMBOLA: "LA SOSTENIBILITÀ NON SOLO È NECESSARIA MA RAPPRESENTA UNA GRANDE OCCASIONE PER RENDERE LA NOSTRA ECONOMIA E LA NOSTRA SOCIETÀ PIÙ A MISURA D'UOMO E PER QUESTO PIÙ CAPACI DI FUTURO. IN ITALIA IN PARTICOLARE LA SOSTENIBILITÀ È STRETTAMENTE CONNESSA CON LA COESIONE, LA BELLEZZA E L'INNOVAZIONE. L'INDAGINE CONDOTTA DA IPSOS E FONDAZIONE SYMBOLA IN COLLABORAZIONE CON LA CAMERA DI COMMERCIO DI BRESCIA CONFERMA LA CRESCENTE ATTENZIONE CHE C'È NEL NOSTRO PAESE ALLA SOSTENIBILITÀ. LA PERCEZIONE DI QUALITÀ DEI BENI PRODOTTI IN MODO SOSTENIBILE SPINGE IL CONSUMATORE VERSO ACQUISTI PIÙ RESPONSABILI E I TRE DRIVER CHE SPINGONO AD UNA MAGGIORE ATTENZIONE ALLA SOSTENIBILITÀ SONO LA QUALITÀ (53,6%), LA PREOCCUPAZIONE (33,6%), L'ETICA (12,8%). LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE È UNA SFIDA CHE GUARDA AL FUTURO PER IL BENE DEL TERRITORIO, DELLE COMUNITÀ. SCOMMETTERE SU UN'ITALIA CHE FA L'ITALIA È LA CHIAVE PER RAFFORZARE LA NOSTRA ECONOMIA".

NANDO PAGNONCELLI, PRESIDENTE IPSOS DOXA: "LA SOSTENIBILITÀ NON PERDE CENTRALITÀ, MA ENTRA IN UNA FASE PIÙ MATURA E PRAGMATICA. L'INTERESSE DEGLI ITALIANI RESTA MOLTO ELEVATO, ANCHE SE LE URGENZE ECONOMICHE E L'INSTABILITÀ INTERNAZIONALE MODIFICANO LE PRIORITÀ. LA QUALITÀ CONTINUA A ESSERE IL PRINCIPALE MOTORE DELLE SCELTE SOSTENIBILI, MA CRESCONO IL PESO DELLA PREOCCUPAZIONE E DELL'ETICA. PER LE IMPRESE DIVENTA QUINDI DECISIVO COSTRUIRE FIDUCIA ATTRAVERSO COMPORTAMENTI COERENTI E CREDIBILI: OGGI "CHI" PRODUCE CONTA QUANTO "COSA" PRODUCE".

ROBERTO SACCONE, PRESIDENTE DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI BRESCIA: "I DATI DEL RAPPORTO CONFERMANO COME LA SOSTENIBILITÀ SIA ORMAI ENTRATA IN UNA FASE MATURA: NON PIÙ UNA TENDENZA PASSEGGERA O UNA NARRAZIONE DI FACCIATA - DICHIARA ROBERTO SACCONE, PRESIDENTE DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI BRESCIA - MA UNA DIMENSIONE DOVE LA REPUTAZIONE E L'ETICA SI SPOSANO CON LE OPPORTUNITÀ ECONOMICHE DI CHI PRODUCE. QUESTA DINAMICA TROVA PIENO RISCONTRO NEL TESSUTO PRODUTTIVO BRESCIANO, DOVE QUASI L'80% DELLE IMPRESE MANIFATTURIERE CONSIDERA LA SOSTENIBILITÀ STRATEGICA PER IL PROPRIO BUSINESS, CON LIVELLI ALTISSIMI DI ADOZIONE DI RINNOVABILI, RICICLO DEGLI SCARTI E ATTENZIONE ALLE FILIERE LOCALI".

ALVISE BIFFI, PRESIDENTE ASSOLOMBARDA: "I DATI DI IPSOS DOXA E FONDAZIONE SYMBOLA CI RESTITUISCONO UN'INDICAZIONE IMPORTANTE: LA SOSTENIBILITÀ È ENTRATA STABILMENTE NEI CRITERI DI SCELTA DEGLI ITALIANI E, SOPRATTUTTO, SI STA AFFERMANDO COME UN FATTORE SEMPRE PIÙ RILEVANTE PER LA COMPETITIVITÀ DEL SISTEMA INDUSTRIALE. È UN'EVOLUZIONE CHE RICHIEDE ALLE IMPRESE DI MISURARSI CON ASPETTATIVE NUOVE, MA ANCHE DI POTER CONTARE SULLE CONDIZIONI NECESSARIE PER AFFRONTARE QUESTA TRASFORMAZIONE. OGGI LA SFIDA DELLA SOSTENIBILITÀ INDUSTRIALE SI CONFRONTA CON UN PROBLEMA MOLTO CONCRETO: IL COSTO DELL'ENERGIA. IL CARO ENERGIA E L'INSTABILITÀ GEOPOLITICA RAPPRESENTANO UN FATTORE DI FORTE PRESSIONE PER LE IMPRESE. L'ITALIA SCONTA UNO SVANTAGGIO COMPETITIVO STRUTTURALE E L'EUROPA NON PUÒ AMBIRE A ESSERE UNA POTENZA INDUSTRIALE SE CONTINUA A SOSTENERE COSTI ENERGETICI SIGNIFICATIVAMENTE PIÙ ELEVATI RISPETTO AI SUOI CONCORRENTI. LA TRANSIZIONE DEVE ESSERE PRAGMATICA, FONDATA SU UN MIX ENERGETICO EQUILIBRATO, SENZA PRECLUSIONI TECNOLOGICHE, E ACCOMPAGNATA DA REGOLE EUROPEE PIÙ SEMPLICI, CAPACI DI RIDURRE GLI ONERI PER LE IMPRESE SENZA INDEBOLIRE GLI OBIETTIVI AMBIENTALI".

Milano, 18 novembre 2026. Il report "Sostenibilità è qualità", arrivato alla quarta edizione, promosso da Ipsos Doxa e Fondazione Symbola in collaborazione con la Camera di Commercio di Brescia è stato presentato oggi da Ermete Realacci, presidente della Fondazione Symbola; Alvise Biffi, presidente Assolombarda; Roberto Saccone, presidente della Camera di Commercio di Brescia; Nando Pagnoncelli, presidente Ipsos Doxa; Antonio Calabrò, presidente Fondazione Assolombarda; Regina De Albertis, vicepresidente Assimpredil ANCE.

Negli ultimi anni si è assistito ad una costante crescita dell'importanza che i cittadini attribuiscono al tema della sostenibilità, entrato ormai nella quotidianità delle persone. Molti cittadini sono sempre più informati, più consapevoli e attivi, e quindi più disponibili a mettere in discussione abitudini consolidate, stili di vita e modelli di consumo ancorati al passato. Che cosa determina una maggiore attenzione verso la sostenibilità? Come si spiega il cambiamento di atteggiamento e di prospettiva che sta interessando anche il nostro Paese?

La ricerca svolta da Ipsos Doxa e Fondazione Symbola conferma alcune tendenze riguardo ai motivi che orientano le persone verso pratiche sostenibili. Allo stesso tempo, i risultati sottolineano un importante cambiamento nelle motivazioni di fondo: la Qualità, pur restando predominante, cede spazio a dimensioni legate alla Preoccupazione e all'Etica. Questa evoluzione segnala il passaggio verso una fase di maggiore consapevolezza, nella quale la responsabilità individuale e il senso di urgenza acquistano importanza accanto all'evoluzione dell'offerta.

Le urgenze economiche e le crisi internazionali hanno ridefinito la gerarchia delle priorità nazionali, spostando l'attenzione dall'ambiente verso questioni più immediate legate al costo della vita e alla sicurezza. L'aumento dei prezzi, dei costi energetici, delle bollette e dei carburanti rappresenta oggi la principale preoccupazione degli italiani. Nonostante questo, l'attenzione per la sostenibilità rimane elevata: l'83% degli italiani si dichiara molto o abbastanza interessato al tema segno che la sostenibilità è ormai integrata nella coscienza collettiva, seppur con modalità di partecipazione più pragmatiche e meno ideologiche rispetto al passato.

Parallelamente, emerge una crescente polarizzazione delle posizioni. La società appare divisa tra sostenitori convinti e scettici in aumento, con una fascia intermedia di "aperti pragmatici" che si assottiglia. Questa polarizzazione riflette le tensioni economiche attuali e la difficoltà di conciliare ideali e convenienza.

Rispetto alla propria tensione alla sostenibilità, in termini di familiarità con il concetto e di attitudine ad adottare comportamenti sostenibili, si possono identificare quattro gruppi tipologici:
1.Sostenitori: individui che comprendono la sfida della sostenibilità e adattano attivamente i propri comportamenti. Considerano la sostenibilità un imperativo morale e un motore di progresso e traducono questa convinzione in azioni concrete e scelte di consumo coerenti.
2. Aperti: coloro che riconoscono la rilevanza della sostenibilità, ma faticano a tradurre questa consapevolezza in azioni concrete. Cercano un equilibrio tra ideali e convenienza economica e tendono ad affidarsi a marchi conosciuti, in grado di guidarli nelle scelte.
3.Scettici: riconoscono i cambiamenti climatici ma nutrono dubbi sull'efficacia delle pratiche sostenibili e sull'autenticità dell'impegno delle aziende, spesso percepito come una leva di marketing.
4.Indifferenti: mostrano scarso interesse per i temi della sostenibilità, percependoli distanti dalle proprie possibilità d'azione e dalle proprie priorità.

Nel corso del tempo, si osserva un lieve incremento numerico dei Sostenitori che raggiungono il 27%, rispetto al 26% del 2025. Gli aperti sono il 37%; gli scettici il 21%; gli indifferenti il 15%.

La ricerca mostra inoltre come la reputazione aziendale mantenga un ruolo strategico all'interno della dimensione della Qualità: l'identità e la credibilità del produttore assumono oggi un peso comparabile a quello delle caratteristiche del prodotto stesso. La reputazione dell'azienda diventa il fattore chiave di fiducia che orienta le scelte, una volta soddisfatte le aspettative rispetto agli attributi tecnici dell'offerta.

Il rapporto, oltre ai temi di carattere generale, approfondisce alcuni settori di particolare interesse per l'economia nazionale, in particolare il settore agroalimentare.
L'alimentare di origine vegetale, con il 48%, si conferma al primo posto tra i settori percepiti come più sostenibili. Segue il viti-vinicolo (35%) che supera l'energetico (34%) al secondo posto degli anni precedenti, turismo e viaggi (22%) e il farmaceutico cosmetico (22%).

L'Unione Europea ha per gli italiani un ruolo importante nel guidare le politiche di sostenibilità nei Paesi membri e per oltre 4 italiani su 10 la spinta dell'Unione verso la sostenibilità potrà rappresentare un vantaggio competitivo a livello globale per l'Europa. Resta tuttavia un 30% di cittadini scettici che teme contraccolpi economici. Aumenta la convinzione che le questioni internazionali, come i cambiamenti climatici e gli accordi ambientali, influenzino i comportamenti d'acquisto, suggerendo una crescente interconnessione tra dinamiche globali e scelte di consumo (una percezione condivisa dal 62% degli italiani).

"La sostenibilità non solo è necessaria – dichiara **Ermete Realacci, presidente della Fondazione Symbola** - ma rappresenta una grande occasione per rendere la nostra economia e la nostra società più a misura d'uomo e per questo più capaci di futuro. In Italia in particolare la sostenibilità è strettamente connessa con la coesione, la bellezza e l'innovazione. l'indagine condotta da Ipsos Doxa e Fondazione Symbola in collaborazione con la Camera di Commercio di Brescia conferma la crescente attenzione che c'è nel nostro paese alla sostenibilità. La percezione di qualità dei beni prodotti in modo sostenibile spinge il consumatore verso acquisti più responsabili e i tre driver che spingono ad una maggiore attenzione alla sostenibilità sono la qualità (53,6%), la preoccupazione (33,6%), l'etica (12,8%). la sostenibilità ambientale è una sfida che guarda al futuro per il bene del territorio, delle comunità. scommettere su un'Italia che fa l'Italia è la chiave per rafforzare la nostra economia".

"La sostenibilità - dichiara **Nando Pagnoncelli, presidente Ipsos Doxa** - non è più percepita come un tema straordinario o separato dalla quotidianità, ma come una dimensione ormai presente nelle scelte e nei valori degli italiani. L'83% si dichiara interessato, ma l'aumento del costo della vita e l'instabilità geopolitica stanno ridefinendo la gerarchia delle priorità e rendono l'approccio alla sostenibilità più concreto e pragmatico. Questo cambiamento emerge anche dalle motivazioni che orientano i comportamenti: la Qualità continua a rappresentare la spinta principale, ma cede parte del proprio peso alla Preoccupazione e all'Etica. All'interno della Qualità, la reputazione aziendale assume oggi un peso comparabile a quello delle caratteristiche dell'offerta. È un segnale importante per le imprese: non basta proporre prodotti sostenibili, occorre rendere riconoscibili e credibili gli impegni assunti, dimostrando coerenza tra ciò che si dichiara e ciò che si fa. La crescita degli Scettici, che raggiungono il 21%, e la riduzione degli Aperti, che scendono al 37%, indicano che una parte dei cittadini fatica a riconoscere i benefici concreti della transizione e a conciliarne gli obiettivi con le esigenze economiche quotidiane. La sfida consiste quindi nel rendere la sostenibilità un percorso concreto e accessibile, capace di coniugare qualità, responsabilità, competitività e convenienza".

"I dati del Rapporto confermano come la sostenibilità sia ormai entrata in una fase matura: non più una tendenza passeggera o una narrazione di facciata - dichiara **Roberto Saccone, presidente della Camera di Commercio di Brescia** - ma una dimensione dove la reputazione e l'etica si sposano con le opportunità economiche di chi produce. Questa dinamica trova pieno riscontro nel tessuto produttivo bresciano, dove quasi l'80% delle imprese manifatturiere considera la sostenibilità strategica per il proprio business, con livelli altissimi di adozione di rinnovabili, riciclo degli scarti e attenzione alle filiere locali. Tuttavia, non possiamo ignorare il rischio della polarizzazione emerso dall'indagine. A livello territoriale si avverte il pericolo di un divario tra la grande industria strutturata e il mondo dell'artigianato e delle microimprese, frenato dai costi energetici e dalla complessità degli investimenti. La sostenibilità non deve però diventare un fattore discriminante della capacità competitiva. Come Camera di Commercio siamo impegnati ad affiancare le realtà più piccole attraverso standard accessibili, supporto alle filiere e la diffusione di modelli cooperativi come le Comunità Energetiche Rinnovabili. Per Brescia e per il Paese la transizione ecologica e sociale non è un costo, ma la condizione essenziale di competitività e la forma più alta della nostra qualità manifatturiera".

“I dati di Ipsos Doxa e Fondazione Symbola ci restituiscono un’indicazione importante: la sostenibilità è entrata stabilmente nei criteri di scelta degli italiani e, soprattutto, si sta affermando come un fattore sempre più rilevante per la competitività del sistema industriale. È un’evoluzione - spiega **Alvise Biffi, presidente di Assolombarda** - che richiede alle imprese di misurarsi con aspettative nuove, ma anche di poter contare sulle condizioni necessarie per affrontare questa trasformazione. Oggi la sfida della sostenibilità industriale si confronta con un problema molto concreto: il costo dell’energia. Il caro energia e l’instabilità geopolitica rappresentano un fattore di forte pressione per le imprese. L’Italia sconta uno svantaggio competitivo strutturale e l’Europa non può ambire a essere una potenza industriale se continua a sostenere costi energetici significativamente più elevati rispetto ai suoi concorrenti. La transizione deve essere pragmatica, fondata su un mix energetico equilibrato, senza preclusioni tecnologiche, e accompagnata da regole europee più semplici, capaci di ridurre gli oneri per le imprese senza indebolire gli obiettivi ambientali. C’è poi un messaggio, che emerge tra i dati e che riguarda direttamente l’industria: conta sempre più chi produce, non solo cosa produce. Una reputazione che si costruisce con trasparenza e misurabilità: dati di filiera, tracciabilità, rendicontazione. Su questo terreno le imprese lombarde possono fare la differenza. Se oltre quattro italiani su dieci vedono nella sostenibilità un vantaggio competitivo per l’Europa, il nostro compito, come imprese e come istituzioni, è trasformarla in competitività reale e non in un costo in più”.

Il report si può scaricare su www.symbola.net