

GIORNATA MONDIALE DELL'AMBIENTE

## Cambiamento climatico: il digitale che gli italiani non usano

***Secondo la ricerca « Sustainable Environment », gli italiani sono preoccupati per l'ambiente, ma 5 su 6 non sfruttano la tecnologia disponibile***

1. 1 italiano su 4 ritiene che siano differibili alle prossime generazioni i temi legati al cambiamento climatico
2. I Millennials (31%) sono i più attendisti, convinti che ci sia ancora tempo per affrontare il problema climatico
3. Il 77% Baby Boomer, al contrario, ritiene che il problema del cambiamento climatico non sia più procrastinabile

**Roma, 29 maggio 2025** – In occasione della Giornata Mondiale dell'Ambiente del 5 giugno, l'**Osservatorio** della [Fondazione per la Sostenibilità Digitale](#) - la prima Fondazione di ricerca riconosciuta in Italia dedicata ad approfondire i temi della sostenibilità digitale nei suoi impatti ambientali, economici e sociali - presenta oggi i risultati della ricerca "**Sustainable Environment 2025**". La ricerca di quest'anno ha analizzato e messo a confronto le percezioni e i comportamenti di 4 generazioni di italiani - **Generazione Z** (18-28 anni), **Millennial** (29-44 anni), **Generazione X** (45-60 anni) e **Baby Boomer** (61-75 anni) - sul ruolo della tecnologia come strumento di sostenibilità in relazione alla conservazione dell'ambiente e al contrasto al cambiamento climatico.

*"I risultati della ricerca mostrano come il nostro Paese sia ancora poco preparato ad affrontare la grande sfida ambientale che ci riguarda tutti."* – ha affermato **Stefano Epifani, Presidente della Fondazione per la Sostenibilità Digitale**. *"Questo scenario è preoccupante e sottolinea l'urgenza, da parte delle Istituzioni, di supportare i cittadini attraverso un'adeguata formazione e la messa a disposizione degli strumenti tecnologici e culturali necessari. Purtroppo, finora le Istituzioni stanno dimostrando carenza sia di impegno concreto sia di una visione strategica efficace."*

### La ricerca: dati complessivi

#### Cambiamento climatico: quale consapevolezza?

La ricerca mette in evidenza come non sia affatto scontato che l'ambientalismo e la lotta al cambiamento climatico siano appannaggio dei più giovani. Anzi, i dati raccolti mettono in evidenza come la percezione della gravità della crisi ambientale superi le barriere generazionali:

- quasi **un italiano su quattro (circa il 27%)** continua a pensare che il cambiamento climatico, per quanto grave, **non richieda un intervento urgente e immediato**. Un dato significativo, ma ancora più preoccupante se consideriamo che, contrariamente alle aspettative, questa percentuale non migliora tra i giovani.

- **i Millennials (31%) guidano una visione attendista**, convinti che ci sia ancora tempo per affrontare il problema.
- tra i giovanissimi della **Generazione Z** la situazione non è migliore. Il **27%**, esattamente in linea con la media delle altre generazioni, **ritiene ancora possibile agire con calma**.
- **i Baby Boomers** mostrano una sensibilità lievemente maggiore al cambiamento climatico, con il **77% che dichiara il problema non più procrastinabile**.

## Rapporto con la tecnologia: gli ambientalisti i più spaventati, ma non tra i più giovani

**Coloro i quali hanno visioni ambientaliste più radicate tendono ad essere più diffidenti e spaventati nei confronti della tecnologia.**

Esiste però una marcata differenza se si analizza il dato da una prospettiva generazionale: nelle generazioni più giovani (**Generazione Z e Millennials**) **chi esprime maggiore vicinanza a posizioni ambientaliste tende anche ad essere più digitalizzato**. Al contrario, nelle generazioni più mature (**Generazione X e Baby Boomers**), **l'ambientalismo spesso si accompagna ad una forte diffidenza verso le soluzioni digitali**.

## App ambientali: quanto le usiamo davvero?

Le tecnologie digitali possono aiutare a vivere in modo più sostenibile e rispettoso del pianeta, soprattutto nella gestione dei rifiuti e nel monitoraggio della qualità dell'ambiente. Ma quanto sono davvero conosciute e usate queste app? I dati raccontano un'Italia ancora poco digitale su questo fronte, anche se con qualche segnale positivo tra i più giovani.

[App per l'assistenza nella raccolta differenziata](#) (ad esempio con indicazioni su come differenziare): **solo il 17% degli italiani usa app** per la raccolta differenziata (6% regolarmente, 11% saltuariamente), **mentre l'83% non le utilizza**. L'adozione cresce tra le generazioni più giovani: la Gen Z è la più attiva (25%), seguita da Gen X (18%), Baby Boomer (12%) e Millennial (9%). Tra i Boomer, il 59% non conosce queste app, ma quando le scopre, circa la metà inizia a usarle almeno saltuariamente. Il vero ostacolo, quindi, non è la mancanza di interesse, ma la scarsa informazione e le competenze digitali insufficienti.

[App per la prenotazione del ritiro di rifiuti ingombranti](#): queste app non sono ancora molto diffuse. **Il 79% degli italiani, infatti, non le utilizza, e solo il 7% lo fa regolarmente**. I giovani della Gen Z sono i più attivi nell'uso saltuario (19%), ma usano queste app in modo continuativo solo nel 5% dei casi, una percentuale molto bassa, superata solo dai Baby Boomer. Le persone tra i 40 e i 50 anni mostrano un approccio più pratico: l'8% le usa con costanza, soprattutto quando il servizio è utile e immediato (come il ritiro gratuito a domicilio), dimostrando una maggiore tolleranza verso i diversi passaggi burocratici.

[App per prenotare l'accesso all'isola ecologica](#): **non è utilizzata dall'86% degli italiani, mentre a servirsene regolarmente è solo il 5% dei nostri connazionali**.

La conoscenza di queste app è particolarmente bassa tra gli over 60, con il 54% dei Baby Boomer che dichiara di non conoscerle, rispetto al 37% dei Millennials, al 38% della Gen X e al 30% della Gen Z. Tra i più giovani, l'interesse è maggiore: il 17% le usa occasionalmente, ma solo il 7% le utilizza come routine quotidiana. Tra i Baby Boomer, invece, solo il 2% ne fa un uso abituale, il valore più basso tra tutte le generazioni considerate, mentre Gen Z e Millennials si attestano al 5% e la Gen X al 7%.

App che controllano la qualità dell'acqua: sono utilizzate regolarmente solo dal 2% della popolazione e raramente dell'8% degli intervistati.

I Baby Boomer sono i meno informati, con il 63% che non conosce queste app, seguiti dalla Gen X (48%), Millennials (41%) e Gen Z (37%). Tra i giovani sotto i 28 anni, il 75% sa che esistono, ma solo il 4% le usa regolarmente. Tra gli over 60, il 63% non le conosce e solo l'1% le utilizza con continuità. Inoltre, il 14% dei più giovani conosce l'app ma non la può usare perché non è disponibile nella propria zona, segnalando una carenza di soluzioni locali e una comunicazione frammentata.

App che controllano la qualità dell'aria: sono utilizzate regolarmente solo dal 3% della popolazione e raramente dell'9% degli intervistati.

Tra i Baby Boomer, il 59% non le conosce, il doppio rispetto al 30% della Gen Z. Quando la preoccupazione per l'ambiente è più alta, aumenta l'uso occasionale delle app (15% Gen Z, 10% Millennials), ma l'uso quotidiano resta basso (6% Gen Z, 3% Millennials). Tra gli over 60, il 59% non ne ha mai sentito parlare e solo il 3% le usa regolarmente. L'interesse per l'ambiente cresce dopo i 30 anni, ma non si traduce in un maggiore uso delle app, probabilmente a causa di problemi come la difficoltà d'uso e l'offerta digitale frammentata.

## Generazioni e ambiente fra tecnologia, valori e comportamenti concreti

La ricerca dell'Osservatorio evidenzia come i più giovani, come la Generazione Z, riescano a trasformare in modo coerente i valori ambientali in azioni concrete. Al contrario, nelle generazioni più adulte, come i Baby Boomer, si rileva una distanza tra ciò che si considera importante e ciò che si fa realmente nella vita di tutti i giorni.

In questo contesto, la tecnologia gioca un ruolo fondamentale. Per i più giovani rappresenta un alleato naturale per la sostenibilità, mentre per le generazioni più mature, resta spesso una risorsa difficile da utilizzare.

Di seguito, vengono descritti i diversi atteggiamenti delle quattro generazioni riguardo ai temi ambientali e all'uso degli strumenti digitali per affrontarli:

**GenZ:** Per la Generazione Z il cambiamento climatico è un problema molto serio, da affrontare subito. Sentono una responsabilità personale e cercano di vivere in modo sostenibile ogni giorno. Usano la tecnologia per informarsi, studiare e fare scelte più ecologiche. App e strumenti digitali li aiutano a ridurre il loro impatto sull'ambiente. Per loro, la tecnologia è un aiuto importante per costruire un futuro migliore.

**Millennial:** I Millennial sanno che il cambiamento climatico è un problema serio e urgente, ma fanno fatica a trasformare questa consapevolezza in azioni quotidiane. Vedono la sostenibilità come un valore importante, ma ancora un po' lontano dalla loro vita di tutti i giorni. Usano spesso la tecnologia, ma più per comodità che per motivi ambientali. Cominciano però a capire che il digitale può aiutarli a vivere in modo più sostenibile. App e strumenti per ridurre sprechi e consumi sono usati, ma non sempre con costanza.

**GenX:** La Generazione X sa che il cambiamento climatico è un problema serio, ma questa consapevolezza non si riflette sempre nelle scelte di tutti i giorni. Usano la tecnologia soprattutto per semplificare la vita, non tanto per motivi ambientali. Anche se riconoscono che il digitale potrebbe aiutare l'ambiente, non lo usano attivamente in questo senso. Le app per la sostenibilità sono poco conosciute o poco utilizzate. Per ora, danno più importanza alla praticità che all'impatto a lungo termine.

**Baby Boomer:** i Baby Boomer riconoscono che il cambiamento climatico è un problema reale, ma spesso non lo considerano una priorità rispetto ad altri temi. Usano la tecnologia con cautela e solo per bisogni essenziali, come comunicare o informarsi. L'uso di strumenti digitali per la sostenibilità è molto limitato, anche perché li trovano poco accessibili o troppo complicati. Capiscono che il digitale potrebbe aiutare, ma non si sentono abbastanza sicuri per usarlo. Se le tecnologie fossero più semplici e adatte a loro, sarebbero più motivati a contribuire in modo attivo alla tutela dell'ambiente.

**Metodologia utilizzata:** la rilevazione dei dati è stata effettuata dall'[Istituto Piepoli](#), che a marzo 2025 ha raccolto 1804 interviste con modalità CATI/CAMI su un campione rappresentativo di cittadini italiani e suddivisi in 4 cluster: Generazione Z (18-28 anni), Millennial (29-44 anni), Generazione X (45-60 anni) e Baby Boomer (61-75 anni).

###

L'elenco dei Partner e delle Università che attualmente fanno parte della Fondazione può essere consultato al seguente [link](#)

Per ulteriori informazioni o approfondimenti, visitare il sito: [www.sostenibilitadigitale.it](http://www.sostenibilitadigitale.it)

**Digital Sustainability Index™ (DiSI):** è un indice che misura il livello di consapevolezza dell'utente nell'uso delle tecnologie digitali quali strumenti di sostenibilità. Serve cioè per misurare le correlazioni tra tre elementi dell'individuo: il livello di digitalizzazione, inteso come rapporto tra la propria competenza percepita e quella desumibile da fattori oggettivi; il livello di sostenibilità, inteso come il rapporto tra consapevolezza sul tema nelle sue dimensioni ambientale, economica e sociale ed i conseguenti atteggiamenti e comportamenti; il livello di sostenibilità digitale, inteso come la propensione dell'individuo ad utilizzare consapevolmente le tecnologie digitali come strumenti a supporto della sostenibilità.

Nella costruzione dell'indice si sono considerati quattro profili di popolazione caratterizzati da specifiche attitudini verso il digitale e verso la sostenibilità, che danno luogo a quattro quadranti:

- Sostenibili digitali: ossia coloro i quali hanno atteggiamento e comportamenti orientati alla sostenibilità ed usano gli strumenti digitali;
- Sostenibili analogici: ossia coloro i quali hanno atteggiamento e comportamenti orientati alla sostenibilità ma non usano gli strumenti digitali;
- Insostenibili digitali: ossia coloro i quali hanno atteggiamento e comportamenti non orientati alla sostenibilità, ma usano strumento digitali;
- Insostenibili analogici: ossia coloro i quali hanno atteggiamento e comportamenti non orientati alla sostenibilità, né usano strumento digitali.

Digital Sustainability Index™ (DiSI) è un marchio registrato della Fondazione per la Sostenibilità Digitale.

#### **Informazioni su Fondazione per la Sostenibilità Digitale:**

La [Fondazione per la Sostenibilità Digitale](#) è la più importante Fondazione di Ricerca in Italia che analizza le correlazioni tra trasformazione digitale e sostenibilità con l'obiettivo di supportare istituzioni e imprese nella costruzione di un futuro migliore. La sua mission è quella di studiare le dinamiche indotte dalla trasformazione digitale, con particolare riferimento agli impatti sulla sostenibilità ambientale, culturale, sociale ed economica. In quest'ottica la Fondazione sviluppa attività di ricerca, fornisce letture ed interpretazioni della trasformazione digitale, offre indicazioni operative per gli attori coinvolti, intercetta i trend del cambiamento e ne analizza gli impatti rispetto allo sviluppo sostenibile. La Fondazione agisce attraverso una struttura costituita da esperti indipendenti, istituzioni, imprese e università.

Ai soci e partner della Fondazione si affianca la Rete delle Università che costituisce il sistema di competenze al quale fa riferimento la Fondazione per lo sviluppo dei suoi progetti e che rappresenta un esempio virtuoso di collaborazione tra istituzioni ed aziende nello sviluppo di progetti e di attività dedicati alla sostenibilità digitale. Tra le Università che fanno parte della Rete, **l'Università Sapienza di Roma, l'Università di Pavia, l'Università Ca' Foscari di Venezia, l'Università degli Studi di Cagliari, l'Università degli Studi di Palermo, l'Università degli Studi di Firenze, l'Università degli Studi di Trieste, l'Università di Perugia, L'Università per Stranieri di Perugia, l'Università di Siena, l'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, l'Università degli Studi di Torino, l'Istituto di Studi Politici "S. Pio V", l'Università degli Studi di Sassari, l'Università di Padova VSIX, l'Università del Salento, l'Università degli Studi della Tuscia, l'Alma Mater Studiorum di Bologna**

**Contatti per la stampa:**

**Prima Pagina Comunicazione**

Laura Castellazzi

Email: [laura@primapagina.it](mailto:laura@primapagina.it)

Cell: 3518739212