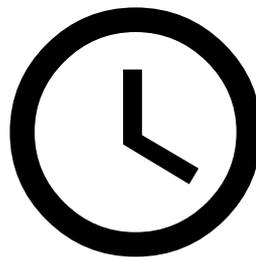


La carta della sostenibilità è in mano ai giovani



Sono informati sulla necessità di cambiare rotta per salvaguardare l'ambiente e decisi a costruire un futuro migliore, anche attraverso mestieri green poco noti. È quanto emerge da una ricerca promossa da Sofidel

30 GIUGNO 2021



2 MINUTI DI LETTURA

Decise a costruire un futuro migliore per l'ambiente e la società, le nuove generazioni sono la speranza del pianeta. L'87% di loro, infatti, si sente protagonista del cambiamento. È lo scenario che emerge dalla prima ricerca "Sviluppo sostenibile: giovani, vita e lavoro", promossa da Sofidel in collaborazione con l'Osservatorio Giovani dell'Istituto Toniolo. Il rapporto viene presentato oggi nel corso di una tavola rotonda virtuale, alla quale intervengono Alessandro Rosina, coordinatore scientifico dell'Osservatorio, Chiara Mio, professoressa di Sostenibilità presso l'Università Ca' Foscari di Venezia, e Luigi Lazzareschi, amministratore delegato del Gruppo Sofidel.

L'azienda, leader globale nella produzione di carta per uso domestico e igienico, lancia anche la campagna "#LaNostraCartaMigliore": un programma di azioni per sostenere un modello sostenibile di sviluppo e valorizzare il ruolo dei giovani in questa sfida. Un invito ad agire – a sfoderare, appunto, le proprie carte migliori – rivolto a imprese, istituzioni e cittadini, perché tutti devono contribuire alla ripresa dopo la pandemia.

E per offrire esempi Sofidel ha realizzato la [serie podcast "Il mio futuro è green: le professioni verdi"](#), otto episodi con le testimonianze di altrettanti ragazzi e ragazze. La voce narrante dell'attore Stefano Fresi si alterna alla loro, facendo scoprire mestieri poco noti.

Ci sono gli esperti in *forest therapy*, turismo sostenibile e cambiamenti climatici; la specialista in energie rinnovabili, l'arboricoltore *tree-climber* o il geologo che studia le conseguenze degli incendi sull'inquinamento. Ancora: l'analista della sostenibilità o il naturalista che fotografa gli animali e si occupa di divulgazione scientifica. Racconti che si possono ascoltare su Spotify, Apple Podcast e Spreaker.

Del resto, se una rilevazione condotta nel 2018 da Ipsos e Osservatorio Giovani tra persone di età compresa tra 18 e 34 anni evidenziava come quasi il 45% non fosse informato sul tema della sostenibilità, ora quel valore è sceso sotto il 35%. Secondo il rapporto 2021, ad avere una conoscenza solida è il 15,8%, ma si sale al 21,4% tra i più giovani e al 24,1 tra i laureati. Non solo. L'82% afferma di ascoltare gli scienziati, mentre l'84% è aperto alla svolta e il 60% dei più piccoli è intenzionato a partecipare attivamente al bene comune. Il 77% dice di cogliere ogni occasione per stare a contatto con la natura e il 79% di voler abitare, un domani, in mezzo alla natura.

La cosiddetta Generazione Z è attenta pure ai consumi: circa tre intervistati su quattro sono disposti a pagare di più i prodotti sostenibili (il 56% se il prezzo non è troppo più alto, il 17,8% persino se il costo è molto più elevato). Uno su tre, poi, vorrebbe una professione che consenta di stare a contatto con la natura. Sebbene contino il tipo di contratto e la retribuzione, il 60% preferisce impieghi all'interno di aziende con valori che condivide. Particolare importanza viene attribuita all'impegno delle imprese in tre ambiti: benessere dei lavoratori, dimensione etica e sostenibilità ambientale.

"Per intelligenza, sensibilità e consapevolezza – commenta Lazzareschi – i giovani rappresentano una risorsa preziosa. Sono quelli che rischiano di più, eppure hanno compreso la posta in gioco e hanno saputo vedere opportunità nella trasformazione in atto. Sono coraggiosi, capaci d'immaginare strade innovative per diventare artefici di un mondo più giusto e più sano. Con un gesto di fiducia, abbiamo offerto loro spazio e abbiamo optato per un mezzo che sentissero vicino per linguaggio e cultura: i podcast, con storie che sono fonte d'ispirazione e motivazione".

Nel proprio business, Sofidel si è data cinque priorità: riduzione delle emissioni del 40% entro il 2030, rispetto al 2018, attraverso la crescente quota di energia rinnovabile; coinvolgimento dei fornitori nella lotta alla crisi climatica e nell'incremento della sostenibilità; uso esclusivo di cellulosa certificata; dimezzamento dell'incidenza della plastica entro il 2030, rispetto al 2013, con l'introduzione di confezioni in carta *kraft*, bioplastica e plastica riciclata; sostegno ai giovani grazie a progetti educativi avviati insieme all'Università di Pisa, a scuole superiori e al Wwf.