



ENGIE GREEN FRIDAY FORUM 2020 Sostenibilità e Covid-19 al centro del dibattito

Presentati i risultati dello studio 2020 Cittadini più attenti alla sostenibilità e impegnati nel cambiare le proprie abitudini Le aziende confermano gli investimenti green e aumentano gli strumenti per ridurre l'impatto ambientale

Oltre il 68% degli italiani ha modificato i propri comportamenti a favore della sostenibilità (+ 12.4% vs 2019); il Governo (41%) e le aziende (15%) hanno un ruolo determinante nel guidare il cambiamento; il 74% degli italiani ha fiducia nella digitalizzazione e nelle nuove tecnologie per migliorare la sostenibilità ambientale

Segnale positivo anche dalle aziende: resta elevata e cresce la sensibilità sui temi relativi a inquinamento e cambiamenti climatici; aumentano le aziende che dichiarano di misurare la propria CO₂. Il 40% delle aziende che aveva programmato interventi volti al miglioramento dell'efficienza energetica, ha confermato tali interventi anche a seguito dell'emergenza Covid-19

20 Novembre 2020

"Più per meno CO₂", ovvero dobbiamo agire, tutti insieme, per invertire la rotta, ridurre le CO₂, fermare il surriscaldamento globale e migliorare la qualità della vita nelle nostre città.

Questo il tema centrale dell'ENGIE Green Friday dello scorso anno. Un anno dopo, e con la pandemia in corso, questo intento non ha perso valore, anzi. Lo studio Euromedia Research commissionato da ENGIE Italia ha indagato se e come l'emergenza Covid-19 ha cambiato percepito e sensibilità di cittadini e aziende rispetto ai cambiamenti climatici e ambientali.

Un dibattito tra esperti, opinion leader e scienziati per affrontare una doppia sfida: ambientale e sociale.

Con il Covid cittadini e imprese più consapevoli dell'impatto ambientale

Lo studio Euromedia evidenzia una maggiore presa di coscienza rispetto alla sostenibilità da parte di cittadini: ben il 68% ha infatti dichiarato di aver modificato i propri comportamenti,





cercando di ridurre le proprie emissioni inquinanti, dopo l'arrivo della pandemia. Un incremento del +12,4% rispetto ai riscontri ricevuti un anno fa, prima del Covid. Il 40% delle aziende (soprattutto nel manifatturiero), nonostante l'impatto economico dovuto all'emergenza, ha continuato nei propri programmi finalizzati al miglioramento dell'efficienza energetica, dato rilevato su un campione (43%) che aveva intrapreso una *green roadmap* pre pandemia. Il 48% delle Aziende, inoltre, è consapevole che i cambiamenti climatici influenzeranno significativamente la propria attività e il proprio settore nei prossimi 5 anni.

*“Il modo con cui il Covid-19 ha stravolto le nostre vite e abitudini ha evidentemente portato una riflessione collettiva sulla fragilità dell'uomo e del pianeta e sull'importanza delle nostre scelte - sottolinea **Alessandra Ghisleri, Direttrice di Euromedia Research** - a seguito della pandemia le persone sono più consapevoli dell'impatto negativo delle attività dell'uomo sull'ambiente, e quasi la totalità degli italiani (92,7%) ha deciso di modificare in modo virtuoso i propri comportamenti”.*

*“Dieci mesi fa la più grande sfida di fronte all'umanità era la stessa di oggi: contrastare i cambiamenti climatici e salvaguardare il pianeta. Vedevamo però le cose con occhi diversi, sembravano problemi molto più lontani di quanto non lo fossero davvero. - afferma **Barbara Gallavotti, Biologa e autrice** - L'emergenza del Covid ci ha fatto toccare con mano quanto la nostra specie continui ad essere fragile, ma ci ha anche costretti a sperimentare soluzioni che avremmo detto quasi impraticabili, ci ha dimostrato quanto rapidamente possono cambiare le nostre abitudini, e non ultimo ha messo in luce l'importanza di discutere dei temi di scienza sulla base di informazioni corrette”.*

Più azioni concrete contro i cambiamenti climatici

Dalle risposte emergono, quindi, le azioni concrete adottate dai cittadini e aziende per ridurre l'impatto sul pianeta. Le più diffuse: per il 30% degli intervistati la scelta di prodotti ecosostenibili (km zero, marchi che garantiscono il rispetto dell'ambiente), per il 29% interventi in casa volti a una maggiore efficienza energetica (infissi, cappotto termico, sostituzione caldaia, termostato intelligente) e infine la scelta di mezzi di trasporto non inquinanti (come bici, mezzi elettrici o pubblici) per il 24% degli intervistati. Vi è anche un 9% che ha installato pannelli fotovoltaici e un 7% che sceglie un fornitore di energia che garantisca la produzione da fonti rinnovabili.

Segnali positivi anche sul fronte delle imprese: oltre la metà (52%) ha messo in campo iniziative per una maggiore sostenibilità (es. lavoro a distanza per ridurre gli spostamenti, attività informativa sul tema delle CO2) e, per il 60,4%, queste misure hanno prodotto effetti positivi dal punto di vista sia ambientale che di maggiore benessere lavorativo, tant'è che il 91,7% ritiene che saranno mantenute anche dopo la fine dell'emergenza Covid-19.

Aziende e cittadini vogliono mobilitarsi ma chiedono incentivi e agevolazioni

La leva principale, però, nonostante il maggiore interesse per la sostenibilità sia lato cittadini che aziende, rimane l'aspetto economico. Le aziende chiedono infatti in maggioranza contributi a fondo perduto (33,5%) e sgravi fiscali (22%), seguiti (19%) da incentivi statali e un quadro normativo più chiaro.





Anche i **cittadini** sono più propensi ad agire se possono mettere in campo **azioni a costo zero** o che prevedano un risparmio o un incentivo. Per la maggior parte degli intervistati, infatti, fare scelte sostenibili comporta costi maggiori: ad esempio, seppure nella realtà non sia così, per più della metà degli intervistati (52,8%) costa di più scegliere energia proveniente da fonti rinnovabili. Un dato comunque lievemente calo rispetto al 2019 (56,3%). Una convinzione ancora più forte fra i giovani (60,6%), ma meno diffusa nel sud (49%).

Il Covid - acceleratore della digitalizzazione quale strumento per un Paese più sostenibile

Un altro aspetto che la pandemia ha reso evidente e sul quale ha portato una forte accelerazione è certamente l'adozione di **tecnologie digitali**, divenute in molti casi improvvisamente **indispensabili per permettere la continuità aziendale**. Del ruolo fondamentale delle tecnologie digitali per una maggiore sostenibilità **sono convinte il 69,2% delle aziende** (con una quota maggiore, al 72,2% se guardiamo al solo settore dei servizi). Il digitale è considerato ancora più importante per il monitoraggio delle attività in ottica di rispetto dell'ambiente (79%, che raggiunge l'81,3% nei servizi).

*“Le città sono i principali motori della nostra aggressione all'ambiente – dichiara **Stefano Mancuso**, botanico, accademico e saggista - Attualmente intorno al 70% del consumo globale di energia e oltre il 75% del consumo mondiale di risorse naturali sono a carico dei centri urbani, i quali producono il 75% delle emissioni di carbonio e il 70% dei rifiuti. Abbiamo urgente necessità di cambiare la nostra idea di città e questa pandemia è un'opportunità per ripensare la convivenza con la natura. Dobbiamo puntare a una smart city che in realtà sarà una **città giungla**, intesa non come un luogo pericoloso, al contrario: un luogo partecipe dell'ambiente naturale che, consapevolmente e attraverso gli alberi, contribuisce a trasformare i nostri centri urbani altamente tecnologizzati e connessi in una nicchia ecologica duratura”.*

Governo, pubblica amministrazione e aziende devono guidare il cambiamento attraverso infrastrutture, digitalizzazione e tecnologia

Secondo il parere degli intervistati il maggior potere nel rallentare il riscaldamento globale è in mano a **istituzioni e aziende**. I **cittadini vedono la possibilità di un cambiamento** a favore della sostenibilità grazie all'intervento del **Governo (41%), istituzioni locali (25%) e aziende (15%)**. Significativo come solo l'8% ritenga che la pubblica istruzione possa avere un ruolo importante in questo senso.

Gli interventi che maggiormente si aspettano sono la riqualificazione energetica di scuole ed edifici pubblici (20,5%), l'utilizzo per queste strutture di fonti di energia verde, quali i pannelli fotovoltaici (13,5%); l'aumento di aree verdi (16,5%) e mezzi di trasporto pubblico elettrici o ibridi (15,2%).

*“Già nel Piano Strategico triennale per la Ricerca e l'Innovazione di Regione Lombardia – spiega il vicepresidente di Regione Lombardia **Fabrizio Sala** – è stata individuata la sostenibilità ambientale come uno degli ambiti principali che incidono sullo sviluppo del nostro territorio. Tema trattato anche nella recente consultazione pubblica sulla prossima Strategia di Specializzazione Intelligente svolta sulla Piattaforma Open Innovation, a cui hanno partecipato oltre 650 soggetti. Ne è emerso che, negli ambiti trattati, la sostenibilità ambientale è considerata tra i primi fabbisogni in termini di innovazione che diventeranno prioritari nel periodo post Covid e post emergenza – ha aggiunto il Vicepresidente – Con le nostre politiche*





regionali ci stiamo sempre più muovendo verso un modello di innovazione responsabile anche attraverso misure come la nostra recente Call Hub per la Ricerca e l'innovazione, che vede finanziati 8 progetti nell'ambito della sostenibilità che intervengono su numerosi problemi ambientali che coinvolgono il mondo occidentale" ha concluso Sala.

*"Ogni anno noi di ENGIE realizziamo un evento che ha l'obiettivo di sollevare e alimentare la riflessione sulla riduzione delle emissioni di CO2 e più in generale sulla sostenibilità - **sottolinea Damien Térouanne, CEO di ENGIE Italia** - In questo anno difficile, la sostenibilità rimarca la sua centralità. Lo confermano: i risultati della ricerca da noi commissionata a Euromedia, la destinazione del 37% del Recovery Fund a investimenti green e Il Green New Deal europeo che punta a elevare il proprio impegno di riduzione dei gas serra almeno al 55% entro il 2030. L'ambizione di ENGIE - **prosegue Damien Térouanne** - è accelerare la transizione verso un'economia carbon neutral. Ritengo che l'attuale momento storico ed economico evidenzi chiaramente come la transizione energetica sia una scelta obbligata e urgente. E' necessario quindi ripensare al nostro sviluppo futuro: uno sviluppo più resiliente, durevole e sostenibile. Raggiungeremo l'obiettivo solo grazie alla combinazione di tutti gli sforzi: globali, dei singoli paesi, ma anche delle città, delle aziende così come a livello residenziale."*

A moderare l'ENGIE GREEN FRIDAY Forum **Tessa Gelisio**, esempio di cittadino attivo che agisce con consapevolezza per la diffusione dell'educazione ambientale. Gelisio è Presidente della Onlus ForPlanet.

Nell'ambito dell'ENGIE Green Friday, un'ulteriore iniziativa finalizzata alla sensibilizzazione sui temi della sostenibilità è stata lanciata da ENGIE: la campagna social "Quattro campioni dello sport su Tik Tok contro il cambiamento climatico". I nuotatori Marco Orsi e Arianna Talamona, la kitesurfer Francesca Bagnoli e il mountain runner Francesco Puppi, a partire dal 20 novembre, informeranno i giovanissimi attraverso la loro piattaforma social di riferimento Tik Tok creando contenuti video sui propri canali. Questi quattro atleti in qualità di ENGIE Planet Ambassador, con il loro impegno, incarnano i valori dello sport naturalmente connessi con la sostenibilità, il benessere, la natura, il rispetto e la visione. Essi sono stati scelti per raggiungere e sensibilizzare la GenZ attraverso una piattaforma estremamente efficace per raggiungere coloro che del futuro del pianeta ne trarranno maggior beneficio.

ENGIE

Il nostro gruppo è un punto di riferimento mondiale nell'energia e nei servizi a basse emissioni di carbonio. Il nostro obiettivo ("raison d'être") è agire per accelerare la transizione verso un mondo carbon-neutral, attraverso la riduzione del consumo di energia e soluzioni più rispettose dell'ambiente, in grado di conciliare le prestazioni economiche con un impatto positivo sulle persone e sul pianeta. Ci basiamo su quattro attività chiave (gas, energie rinnovabili, servizi) per offrire soluzioni competitive ai nostri clienti. Con i nostri 170.000 dipendenti, clienti, partner e stakeholder, siamo una comunità di Imaginative Builders, impegnati ogni giorno per un progresso più armonioso. Fatturato nel 2019: 60,1 miliardi di euro. Il Gruppo è quotato alle borse di Parigi e Bruxelles (ENGI) ed è rappresentato nei principali indici finanziari (CAC 40, DJ Euro Stoxx 50, Euronext 100, FTSE Eurotop 100, MSCI Europe) e non finanziari (DJSI World, DJSI Europe e Euronext Vigeo Eiris - World 120, Eurozone 120, Europe 120, France 20, CAC 40 Governance).





ENGIE ITALIA

In Italia proponiamo offerte globali sull'intera catena del valore dell'energia, dalla fornitura ai servizi, con particolare attenzione ai prodotti innovativi e alle soluzioni di efficienza energetica e di gestione integrata.

Con oltre 3.800 dipendenti in più di 60 uffici sull'intero territorio nazionale, siamo il primo operatore nei servizi energetici, il secondo nella vendita del gas (mercato all'ingrosso), il terzo operatore nel teleriscaldamento e nella pubblica illuminazione. ENGIE è presente in tutti i segmenti, dal residenziale al terziario, pubblico e privato, fino alla piccola e grande industria.

Contatti

ENGIE Italia

Simona Zingaretti

Simona.zingaretti@engie.com

Cinzia De Sanctis

Cinzia.desanctis@engie.com

Ufficio Stampa di ENGIE Italia

Noesis

Elena Cerutti, Bianca Geddes, Camila Konstantinou

T. 348.3175490 – 350.0093442 – 328.9049047

engie@noesis.net

