COMUNICATO STAMPA

Agos Insights 2025

Presentata la 4^ edizione dell'Osservatorio sui consumi sostenibili
Per i giovani la sostenibilità è un valore acquisito
Si affermano nuove tendenze e abitudini con attenzione al potere d'acquisto

Milano, 23 ottobre 2025 – La sostenibilità entra nel portafoglio degli italiani, ma a patto che sia compatibile con il proprio potere d'acquisto. Questa è la tendenza chiave emersa dalla **4^ edizione di Agos Insights**, la ricerca annuale di Agos realizzata in collaborazione con **Eumetra**, che analizza l'evoluzione dei comportamenti di consumo in Italia.

L'edizione 2025, dal titolo ***"I nuovi consumi sostenibili"***, presentata oggi presso la sede **Agos Green Life 280 a Milano**, ha messo in luce un cittadino sempre più consapevole, pragmatico e alla ricerca di un ponte tra valori etici e realtà economica. L'identikit che emerge è quello di un **profilo "attento alle scelte sostenibili** e focalizzato su **riduzione degli sprechi, preferenza per prodotti durevoli** e **affinità con la coerenza del brand**.

La ricerca fotografa un **Paese dove la sostenibilità è ormai un valore acquisito, soprattutto nei giovani, ma che sempre più spesso si contrappone ad altre priorità come i limiti al potere d'acquisto e l'incertezza macroeconomica.**

Le nuove generazioni, storicamente in prima linea nel promuovere la sostenibilità, mantengono una sensibilità molto elevata (oltre l'80% dei 18-34enni considera la sostenibilità importante). **Allo stesso tempo i giovani si distinguono per una maggiore apertura al cambiamento**: sono più interessati a modelli di consumo circolare, come l'acquisto di prodotti usati e soluzioni innovative in ambito abitativo e di mobilità, seppur con qualche incertezza nella traduzione dei valori in azioni concrete.

La **Generazione Z** resta la fascia più pronta a sperimentare alternative sostenibili e a recepire nuove modalità di consumo e di vita. Un segnale che, nonostante la fase di rallentamento, la sostenibilità continua a rappresentare una leva di cambiamento potenzialmente decisiva per il futuro.

Sul fronte della **mobilità**, l'auto di proprietà resta centrale: l'84% degli italiani ne possiede una e l'88% utilizza sempre lo stesso veicolo. Le formule alternative – come car sharing o abbonamenti – restano marginali ma continuano a crescere costantemente, e oltre un quarto degli intervistati si dice disposto a valutarle in futuro. Il leasing a lungo termine emerge come opzione interessante per flessibilità (39%) e convenienza percepita (53%).
Situazione simile per la **casa**, dove cresce leggermente la consapevolezza sulla classe energetica (+3 punti, al 37%) e l'intenzione di migliorare l'efficienza (84%).
Aumenta anche la sensibilità ai costi, segnale che la transizione fatica a concretizzarsi senza incentivi e vantaggi immediati.
In questo scenario, il credito si afferma come un abilitatore fondamentale della sostenibilità, diventando lo strumento capace di trasformare le intenzioni etiche in azioni reali, e sostenendo investimenti mirati a lungo termine – dall'efficientamento energetico domestico alla mobilità a basso impatto.

"*Grazie a questa ricerca abbiamo la possibilità di comprendere e condividere informazioni utili con i nostri partner e il nostro ecosistema, dando vita a soluzioni per i cittadini che siano al passo con i cambiamenti* - ha dichiarato **François Edouard Drion, CEO di Agos**, in apertura dell'evento.

"La sostenibilità resta un tema centrale per la maggior parte degli italiani, ma cresce la difficoltà nel tradurre la sensibilità in azioni concrete. Anche i giovani, pur mantenendo un'alta consapevolezza, mostrano un calo di impegno, segnale che senza incentivi e convenienza immediata la transizione green rallenta. In particolare, il fenomeno si vede nei comparti casa e automotive, in cui ad una percezione dell'importanza della sostenibilità si affianca la volontà, al momento, di non effettuare scelte troppo impegnative economicamente" - dice **Ludovico Mannheimer, Senior Market & Digital Researcher Eumetra.**

COMUNICATO STAMPA

L'osservatorio Agos Insights si conferma così un **laboratorio di idee** dove il futuro, equo e consapevole, prende forma attraverso il dialogo tra economia, società e valori.

A completare la ricerca tre focus tematici dedicati a:

- La GenZ e la terza via alla sostenibilità (a cura di Linda Gobbi)
- Auto: le chiavi di accesso la noleggio dei privati (a cura di Giuseppe Sabella)
- Casa ed efficientamento energetico: non chiamatelo costo, è un investimento – a cura di Edoardo Croci

Profilo Agos
Agos è una società finanziaria leader nel credito alle persone, al consumo e alla mobilità - presente in Italia da oltre 35 anni - partecipata per il 61% da Crédit Agricole attraverso Crédit Agricole Personal Finance and Mobility e per il 39% da Banco BPM. Con oltre 200 filiali e circa 2.000 collaboratori, Agos accompagna i clienti nella realizzazione di progetti nei differenti momenti di vita e supporta i partner nei diversi mercati con servizi e soluzioni omnicanali quali prestiti personali, finanziamenti finalizzati, carte di credito, cessione del quinto stipendio, leasing, renting e un'ampia gamma di servizi assicurativi. L'innovazione è per Agos un modo per far dialogare l'azienda con il contesto esterno nel segno della qualità e della semplificazione. Agos è fortemente impegnata in un percorso di sostenibilità ambientale, sociale ed economica con la volontà di essere ed essere riconosciuta come un'azienda che svolge la sua attività con rispetto delle persone, dei territori e dell'ambiente, concretamente nel quotidiano così come nelle grandi trasformazioni.
Maggiori informazioni su www.agoscorporate.it

Contatti Ufficio Stampa Agos
bb-relazioni.esterne@agos.it
relazioniesterne@credit-agricole.it