

94% przedstawicieli  
pokolenia Z  
uważa, że firmy  
powinny  
uwzględniać  
aspekty ESG

87% przedstawicieli  
pokolenia Y  
uważa, że firmy  
powinny zająć  
się kwestiami ESG

92% konsumentów  
pokolenia Z  
przystawiliby się  
na markę,  
która obsługuje  
kwestie ESG

Source: Bank of America