

Greenwashing, il lato oscuro della sostenibilità.



di [Francesca Bux](#)

“Investire nel Pianeta” è il tema scelto per la [Giornata Internazionale della Terra](#) del 2022 appena trascorsa.

Ogni anno, dal 1970, un mese e un giorno dopo l’equinozio di primavera, si celebra quella che è considerata la più grande iniziativa al mondo dedicata all’ambiente.

Obiettivo principale: sensibilizzare l’opinione pubblica sulla salvaguardia del pianeta, della biodiversità, promuovere l’uso sostenibile degli ecosistemi terrestri e invertire il degrado dei terreni.

Le Nazioni Unite, nel 2016, hanno scelto il 22 Aprile per adottare ufficialmente [l’Accordo di Parigi](#), che rappresenta l’impegno più importante mai firmato contro la crisi climatica globale.

L’obiettivo del trattato è molto chiaro e prevede l’incremento

comunitario di azioni mondiali e il suo raggiungimento può essere riassunto in 3 punti fondamentali:

- contenere l'aumento della temperatura media globale al di sotto dei 2 °C oltre i livelli preindustriali e di limitare l'aumento a 1,5 °C
- aumentare la capacità di adattamento agli effetti negativi dei cambiamenti climatici, promuovendo la resilienza climatica e lo sviluppo a basse emissioni di gas a effetto serra, con modalità che non minaccino la produzione alimentare;
- rendere i flussi finanziari coerenti con un percorso che conduca a uno sviluppo a basse emissioni di gas a effetto serra e resiliente al clima.

Tutto molto bello e soprattutto estremamente necessario.

Ma cosa significa esattamente la tematica scelta e quali demoni si possono celare dietro una così nobile causa?

“Investire nel Pianeta” è un chiaro riferimento a come la finanza privata – influenzata e guidata spesso anche dalle nostre scelte individuali – è probabilmente uno dei più grandi acceleratori dei capovolgimenti di cui abbiamo bisogno per dare una svolta e mettere un freno ai disastri naturali causati solo dalla nostra noncuranza e senso di onnipotenza.

E' quindi abbastanza semplice dedurre come, prendendoci cura della nostra Madre Terra, arrivino anche i vantaggi economici.

E qui entra in scena un termine che si è fatto conoscere molto negli ultimi tempi.

Stiamo parlando del Greenwashing.

Origine del nome:

Si tratta di un neologismo nato dalla sincrasi tra le parole “green” (il colore associato da sempre all'ambiente e

al movimento ambientalista) e “whitewashing” (imbiancare e – in senso figurato – nascondere qualcosa).

La sua origine viene fatta risalire all'ambientalista statunitense [Jay Westerveld](#), che per primo lo impiegò nel 1986 per stigmatizzare la pratica delle catene alberghiere, che facevano leva sull'impatto ambientale del lavaggio della biancheria per invitare gli utenti a ridurre il consumo di asciugamani, quando in realtà l'invito era mosso quasi esclusivamente da motivazioni economiche (nello specifico, era relativo a un taglio nei costi di gestione).

Ora noi lo utilizziamo per indicare una strategia di comunicazione adoperata da certe imprese, organizzazioni o istituzioni politiche finalizzata a costruire un'immagine ingannevolmente positiva sotto il profilo dell'impatto ambientale, con l'unico scopo di distogliere l'attenzione dell'opinione pubblica dagli effetti negativi per l'ambiente dovuti alle proprie attività o ai propri prodotti.

Esempio: avete sentito parlare della “[JoinLife Collection](#)” di Zara?

E' una campagna sostenibile intrapresa dall'azienda, per mostrarsi sensibile alle conseguenze dei propri prodotti sull'ambiente.

Peccato che, come spiega a [Will](#) uno dei più agguerriti nemici di questa pratica, nonché esperto in sostenibilità ambientale e sociale nella moda, [Matteo Ward](#), analizzando le componenti di un capo presentato sul sito, è possibile notare come un tessuto composto da più di due diversi tipi di fibre non possa essere riciclabile.

Inoltre, le stesse fibre derivano da combustibili fossili: questo significa che, lavaggio dopo lavaggio, viene rilasciata della microplastica.

E tutto ciò non è assolutamente né green, né Eco-friendly, né

tantomeno etico.

I danni che conseguono un'attività di Greenwashing spaziano dalla perdita di credibilità a quello più serio che consiste nella mancanza di un'azione concreta per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità.

Per questo motivo, è fondamentale l'identificazione delle aziende che realmente hanno incorporato la sostenibilità all'interno della propria organizzazione, soprattutto per gli investitori [ESG](#) (Environmental, Social, Governance. Viene utilizzato nel settore economico/finanziario per indicare tutte quelle attività legate all'investimento responsabile (IR), che perseguono gli obiettivi tipici della gestione finanziaria tenendo in considerazione aspetti di natura ambientale, sociale e di governance).

Il rischio, altrimenti, è quello di finanziare progetti e imprese che non apportano alcun beneficio per l'ambiente e le persone, vanificando così tutti i principi e le buone intenzioni della tematica di questa giornata.



[Francesca Bux](#)

Classe 1984.

Veneta dal sangue pugliese, intraprendente, riservata e creativa.

Attenta nei confronti delle nuove tendenze della comunicazione, con un occhio di riguardo per le campagne pubblicitarie di impatto sociale, innovative e fuori dagli schemi.

Lettrice eclettica, viaggiatrice anche solitaria, dipendente dalla musica e dalle espressioni d'arte come la fotografia, la pittura e la moda.

Amante delle rappresentazioni teatrali, tradizionali e indipendenti.

Non ho un mio blog, ma amo scrivere in quello degli altri.

2 gradi in più.



photo by [Kerstin Langenberger](http://www.arctic-dreams.com)

di Redazione Online

Se credessimo in coloro i quali sostengono che esiste una soluzione semplice per intervenire sul cambiamento climatico e sulle drammatiche conseguenze che questo comporta, saremmo delle persone credulone e romantiche, tanto per citare una vecchia canzone.

Il livello di attenzione che si è creato negli ultimi anni su questa questione che definire vitale è un eufemismo, comporta in estrema sintesi l'adozione di comportamenti tali che possiamo, in sintesi, definire in due macro azioni: o si sposa il concetto dal punto di vista ideologico, mettendo a tacere la coscienza o, ancora peggio, si nasconde la testa sotto la sabbia.

In realtà il cambiamento climatico è un argomento dannatamente complesso, ed è un problema, una sfida enorme, che non ha precedenti nella storia dell'umanità, perché la soluzione passa attraverso una serie di comportamenti e decisioni che interessano sia l'uomo della strada, che le politiche governative planetarie.

Il mondo in cui ci stiamo abituando a vivere è basato sull'uso di combustibili fossili. Le emissioni di gas serra sono al centro dei nostri sistemi produttivi e il risultato che ne deriva è responsabile del cambiamento climatico.

E' tutto collegato.

"Salviamo il pianeta" è uno slogan talmente sfruttato che ormai non viene più percepito. Quasi come una pubblicità che passa in tv e che distrattamente sentiamo senza nemmeno più ascoltarla.

La buona notizia è che il Pianeta Terra, grazie al cielo, continuerà a girare intorno al sole anche per i prossimi centomila anni, a prescindere dalla temperatura che lo scaldierà o lo raffredderà, e di questo ne siamo tutti

consapevoli.

Ma come possiamo fare in modo che gli abitanti del nostro pianeta e gli ecosistemi che ne fanno parte siano in grado di adattarsi ai cambiamenti che stiamo producendo e quindi sopravvivere in futuro?

Per risolvere un problema, qualunque esso sia, la prima cosa da fare è riuscire a centrare la questione in modo corretto e porsi le domande giuste che aiutino a sviluppare ragionamenti che, in un secondo momento, sappiano poi indirizzarci verso la corretta soluzione.

L'approccio, per quanto ci riguarda, ed è fermamente il nostro punto di vista, deve per forza essere di tipo scientifico.

Cosa significa ciò?

Significa fidarsi della scienza per fornire all'opinione pubblica e ai *decision-making unit* numeri concreti su cui ragionare. E subito dopo, bisogna creare le condizioni per far comprendere in maniera più chiara possibile questi dati spiegando, nella maniera più semplice possibile, i rischi che ne derivano se non si agisce per risolvere tali problemi.

Se "2 gradi in più" nella mente degli addetti ai lavori rappresenta un rischio serio, ma nella mente dei cittadini ciò vuol dire un maglione più leggero in autunno, allora vuol dire che abbiamo ancora tanta strada da percorrere.

Illustrare in maniera chiara senza troppi giri di parole qual è lo scenario al quale stiamo andando incontro, è un compito arduo soprattutto perché agli occhi di chi si deve impegnare per risolvere il problema, le decisioni sono da prendere immediatamente ma per un obiettivo i cui risultati non sono visibili in tempi brevi.

Il recente film "[Don't look up](#)" ha saputo spiegare in maniera efficace cosa significa dover prendere decisioni difficili ad

alto livello ma che non hanno un ritorno immediato in termini di popolarità. [n.d.r. Per chi non lo ha ancora visto, invitiamo “caldamente” a guardarlo].

Tornando a noi, per risolvere un problema sistemico e trasformarlo in una opportunità, la soluzione è quella di raccontare di un mondo futuro più sostenibile, più umano, e più rispettoso dell’ambiente e degli esseri che lo abitano.

Siccome, come dicevamo, non esiste una soluzione unica ma un insieme di azioni che, una volta indirizzate verso un obiettivo chiaro e facilmente comprensibile possono diventare una spinta costante e inarrestabile verso una filosofia diversa, una percezione della propria e altrui vita più giusta e corretta, allora si tratta di uscire dalla “non azione”, tirare fuori la testa dalla sabbia, e mettere in atto una serie di comportamenti e fatti che siano concreti e tangibili.

Lo sforzo è immane ma l’obiettivo primario almeno è chiaro: ridurre drasticamente le emissioni di gas a effetto serra, con determinazione e convinzione.

Non sarà un obiettivo a breve termine, e se non lo vogliamo fare per noi, almeno facciamolo per i nostri figli e le generazioni future.

La Redazione di FUORI invita a sostenere e divulgare [*Time for the Planet*](#), società *non profit* creata nel 2019 da 6 imprenditori che hanno l’obiettivo di raccogliere 1 miliardo di euro per creare 100 imprese che agiranno contro il riscaldamento globale e i mutamenti climatici a livello mondiale.

Tutti possono diventare azionisti a partire da 1 €uro. Le aziende create hanno l’obbligo di rendere pubbliche tutte le loro innovazioni tramite l’open source e chiunque ha la possibilità di proporre un progetto a condizione che la sua

finalità sia in linea con l'obiettivo di ridurre i gas serra su larga scala. I progetti vengono selezionati ogni trimestre da un Comitato scientifico che ne valuta la valenza e fattibilità e potenzialità di sviluppo.

Alla data di oggi ci sono più di 40.000 azionisti nel mondo e quasi 8 milioni di €uro raccolti.

Time for the Planet ha già creato, grazie a questi fondi raccolti, ben tre aziende attive nel contrastare i danni provocati dal cambiamento climatico.

Tutte le informazioni al seguente [link](#)

www.time-planet.com/it