

Greenwashing

Il **greenwashing** è una tecnica di comunicazione o di marketing perseguita da aziende, istituzioni ed enti che **propongono come ecosostenibili le proprie attività, esaltando gli effetti positivi** di alcune iniziative e al contempo **cercando di occultare l'impatto ambientale** negativo di altre o dell'impresa nel suo complesso.

Ecco i 7 segnali dietro cui si cela il rischio di greenwashing

1

Omessa informazione.

Fare leva su aspetti dei prodotti apparentemente sostenibili omettendo informazioni rilevanti sull'impatto ambientale di tali prodotti.

2

Mancanza di prove.

Millantare caratteristiche green di prodotti o dell'attività produttiva in sé senza avere prove o certificazioni (di terze parti) a sostegno di ciò che si sta dicendo.

3

Vaghezza.

Fornire informazioni che in realtà sarebbero soggette a interpretazione più ampia (per esempio: "prodotto con ingredienti naturali", "realizzato con metodi amici dell'ambiente").

4

Adorazione di false etichette.

Prodotti con etichette false che riportano simboli di specifiche certificazioni o patrocini che in realtà non hanno o non esistono.

5

Irrelevanza.

Fornire informazioni che nulla hanno a che vedere con l'ambiente e la sostenibilità ma che inducono il consumatore a percepire il prodotto come green e sostenibile.

6

Il minore dei due mali.

Descrizioni con informazioni vere ma che nascondono qualcosa di peggio.

7

Mentire.

Messaggi falsi nelle pubblicità o sulle confezioni.

L'approccio Fedrigoni di Making Progress ci guida ogni giorno nell'evitare il greenwashing. Il nostro è un percorso fatto di passi e progressi tangibili, misurabili e verificati da terze parti indipendenti.

Making it happen. Making a difference

Making Progress

→ [Clicca qui per scoprire di più](#)

