

PILLOLE DI SOSTENIBILITÀ

# GREENWASHING

## Quali sono i 7 segnali (peccati) del greenwashing?

Con la crescente attenzione verso il cambiamento climatico e la sensibilità dei consumatori verso le tematiche *green*, la tentazione di dare un'immagine verde per attirare clienti è molto alta. Se però le dichiarazioni non corrispondono alla sostanza il rischio è quello di scivolare nella pratica del *greenwashing*, ossia di darsi una patina di società attenta all'ambientale anche se non è così.

Per *greenwashing* si intende 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** (noti anche come "peccati") dietro cui si cela il rischio di greenwashing:

**1. Peccato di omessa informazione** (*hidden trade-off*)

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

**2. Peccato di mancanza di prove** (*no proof*)

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

**3. Peccato di vaghezza** (*vagueness*)

Fornire informazioni che in realtà sarebbero soggette a interpretazione più ampia (esempi: "prodotto con ingredienti naturali", "realizzato con metodi amici dell'ambiente", "fatto come una volta").

Le pillole di sostenibilità sono redatte dal Sustainability Team di Fedrigoni e sono parte dell'impegno del Gruppo per diffondere la cultura della sostenibilità.

**Contatti**

Per info e approfondimenti:  
s\_team@fedrigoni.com

Scopri di più su [fedrigoni.com](https://www.fedrigoni.com)



**4. Peccato di adorazione di false etichette** (*worshiping of false labels*)

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

**5. Peccato di irrilevanza** (*irrelevance*)

Fornire informazioni che nulla hanno a che vedere con l'ambiente e la sostenibilità ma che, in qualche modo, fanno sì che il consumatore percepisca il prodotto che si trova davanti sia green e sostenibile.

**6. Peccato del minore dei due mali** (*lesser of two evils*)

Descrizioni con informazioni vere ma che nascondono qualcosa di peggio.

**7. Peccato di mentire** (*fibbing*)

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. Azioni coerenti con l'impegno che dichiariamo per generare il maggior impatto positivo possibile.

## Definizioni:

### Greenwashing

Il *greenwashing* è la strategia di comunicazione o di marketing perseguita da aziende, istituzioni, enti che presentano come ecosostenibili le proprie attività, cercando di occultarne l'impatto ambientale negativo (*fonte: Treccani*).

**Fonti:**

[Codice Etico di Gruppo](#)

[Politica di Sostenibilità di Gruppo](#)

[Bilancio di Sostenibilità di Gruppo](#)

Making it Happen. Making a difference  
**Making Progress**

Scopri di più su [fedrigoni.com](https://www.fedrigoni.com)

