



# Greenwashing ed Economia

Quando il **consumatore** fa la  
**differenza**



# Ciao! Sono Daniele

Strategic Communications and  
Marketing Specialist  
Co-founder and Head of Climate  
Diplomacy @Change For Planet

 Concrete actions

 Lake lover

 Less "net", more "zero"



Cos'è il **greenwashing**?

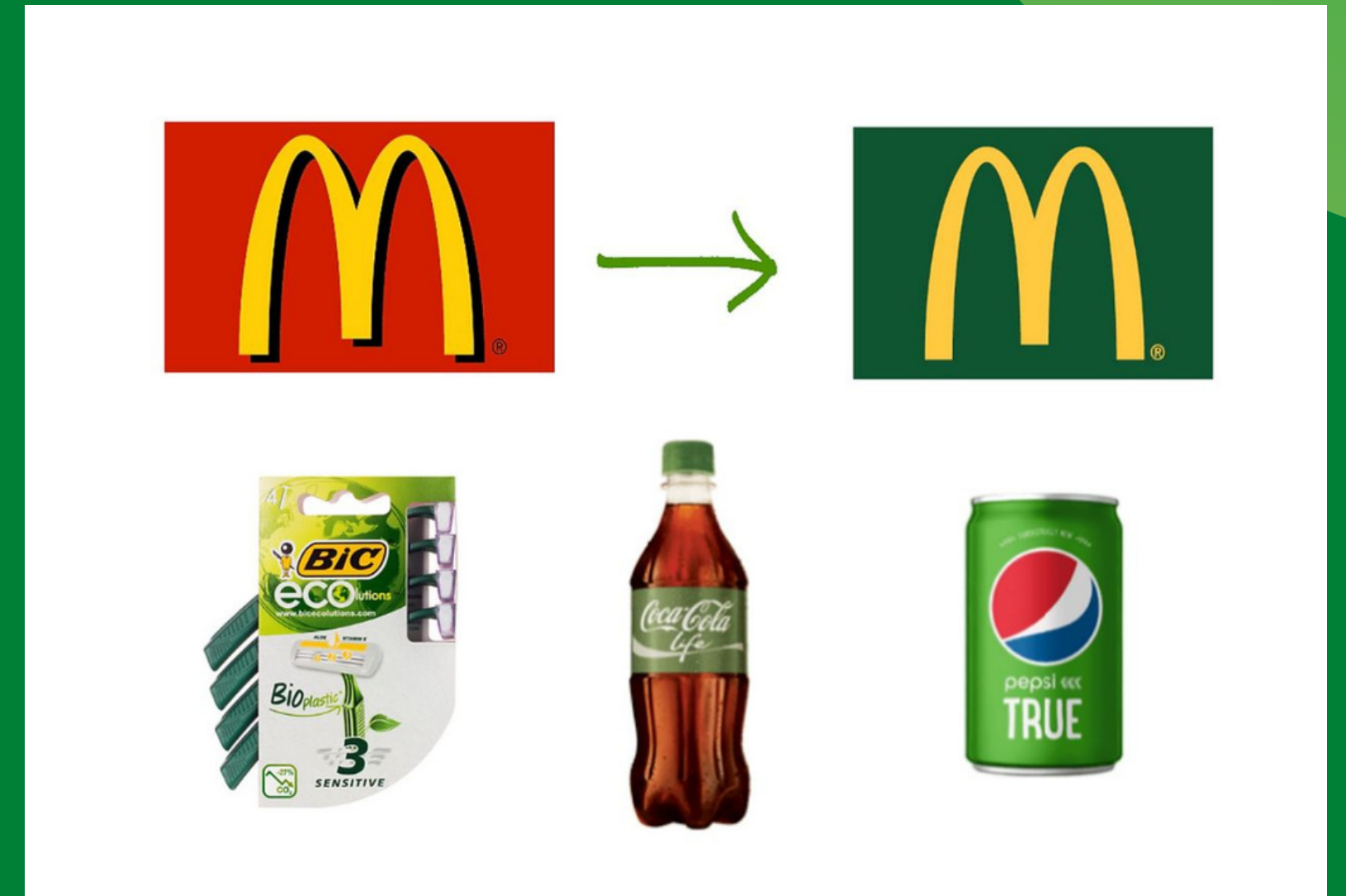
Tutte quelle pratiche che le aziende,  
**volontariamente e consapevolmente,**  
mettono in atto per far **credere** ai  
**consumatori** di praticare processi  
produttivi ad impatto **sostenibile.**



# Alcuni esempi:



**GREENWASHING  
THROUGH  
COLOURS**



Il **colore** fa la differenza

# Alcuni esempi:



Dichiarazioni **fuorvianti**



# Alcuni esempi:



**Mezze** verita'

# Alcuni esempi:



A voi i commenti



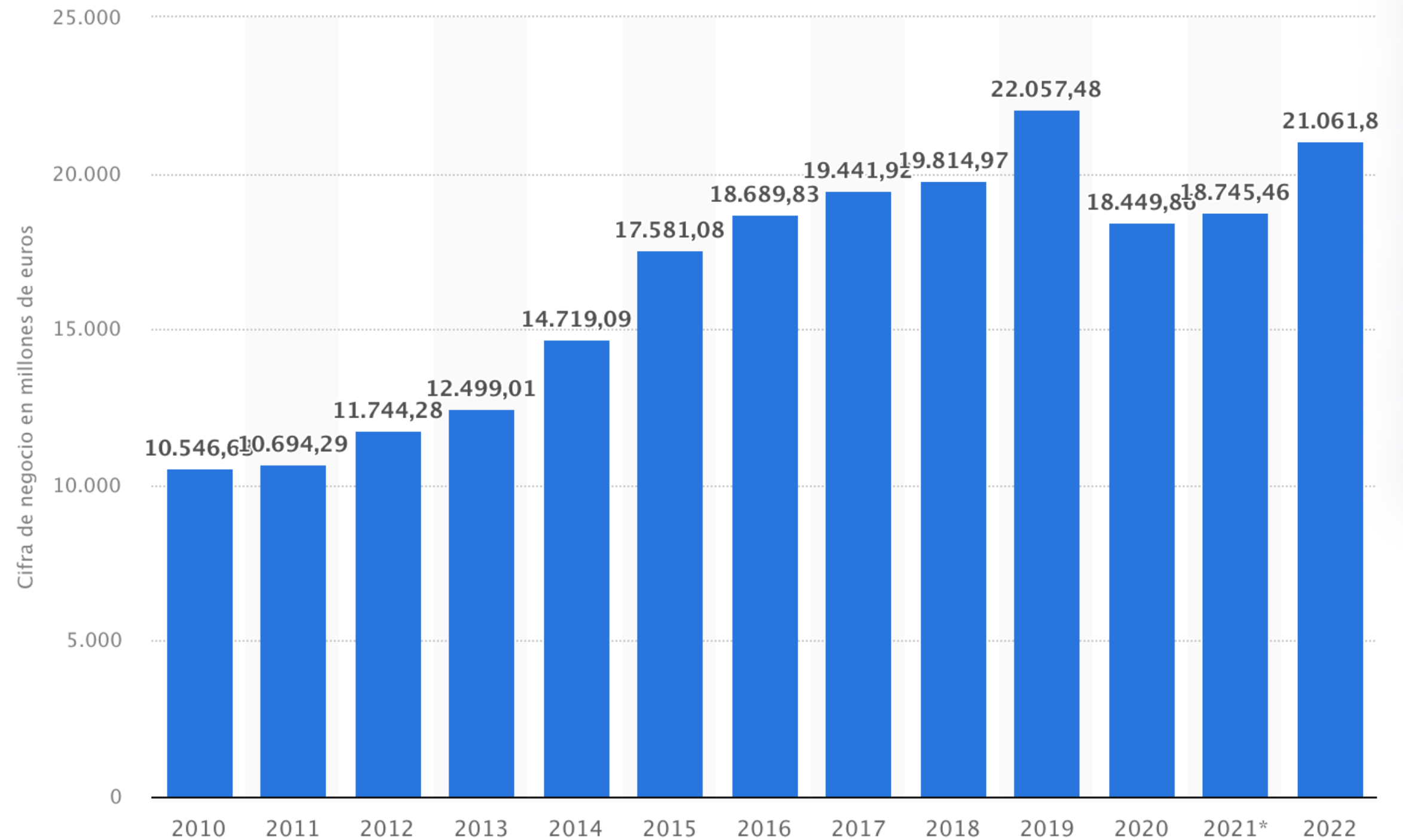
# Alcuni esempi:



Si sono superati

# L'impatto sull'economia

Ricavi delle vendite del gruppo svedese H&M dal 2010 al 2022 (in milioni di euro)





# L'impatto del **greenwashing** sul mondo

## **SMINUISCE L'IMMAGINE DEL MARCHIO:**

- I CONSUMATORI SI SENTONO TRADITI E MENO PROPENSI A FIDARSI DELL'AZIENDA.

## **IMPATTI AMBIENTALI NEGATIVI**

- IL GREENWASHING PUÒ PORTARE A SCELTE DEI CONSUMATORI CHE DANNEGGIANO L'AMBIENTE. AD ESEMPIO, I CONSUMATORI POTREBBERO PREFERIRE PRODOTTI CHE CREDONO SIANO ECOLOGICI, MA CHE IN REALTÀ NON LO SONO.
- IL GREENWASHING PUÒ ANCHE INCENTIVARE L'USO DI MATERIALI MENO SOSTENIBILI O PROCESSI DI PRODUZIONE MENO ECOLOGICI.

# L'impatto del **greenwashing** sul mondo

## **RISCHIO DI CAUSE LEGALI**

- IL GREENWASHING PUÒ PORTARE A CAUSE LEGALI, CHE SONO COSTOSE E DANNOSE PER L'IMMAGINE.
- ANCHE SE L'AZIENDA VIENE ASSOLTA, IL FATTO DI ESSERE STATA CITATA IN GIUDIZIO PUÒ DANNEGGIARE LA REPUTAZIONE.

## **PERDITE FINANZIARIE**

- IL GREENWASHING PUÒ PORTARE A PERDITE FINANZIARIE DIRETTE, INCLUSE LE SPESE PER CAMPAGNE DI MARKETING CANCELLATE.
- LE CAUSE LEGALI E LE SANZIONI POSSONO COMPORTARE COSTI LEGALI SIGNIFICATIVI.
- LA PERDITA DI ENTRATE DOVUTA AL BOICOTTAGGIO DEI CONSUMATORI PUÒ ESSERE UNA GRAVE PERDITA FINANZIARIA.



# Il Consumatore e il Potere delle Scelte

I CONSUMATORI HANNO IL **POTERE DI INFLUENZARE** IL MERCATO ATTRAVERSO LE LORO **SCELTE DI ACQUISTO**. OGNI VOLTA CHE FACCIAMO UNA SCELTA D'ACQUISTO, STIAMO EFFETTIVAMENTE **VOTANDO** PER IL TIPO DI **MONDO** IN CUI **VOGLIAMO VIVERE**.

QUESTE SCELTE PREMIANO LE AZIENDE CHE ADOTTANO PRATICHE SOSTENIBILI E PUNISCONO QUELLE CHE PRATICANO IL **GREENWASHING**

# Il Consumatore e il Potere delle Scelte

NEL GIUGNO DEL 2022, LA PETA HA ANNUNCIATO CHE AIR FRANCE VIETERÀ IL TRASPORTO DI SCIMMIE NON APPENA SCADRÀ IL CONTRATTO, A SEGUITO DI UNA CAMPAGNA DURATA 10 ANNI.

AIR FRANCE ERA L'UNICA GRANDE COMPAGNIA AEREA EUROPEA CHE TRASPORTAVA SCIMMIE NEI LABORATORI PER LA SPERIMENTAZIONE, CON VIAGGI CHE POTEVANO DURARE OLTRE 30 ORE.

LA CAMPAGNA HA COMPORTATO DIMOSTRAZIONI IN TUTTO IL MONDO, PROTESTE IN VOLO, DISCUSSIONI CON I VERTICI DELLA COMPAGNIA, ATTIVISMO DEGLI AZIONISTI, INTERRUZIONE DEI DISCORSI DEI DIRIGENTI E ANNUNCI PUBBLICITARI CORAGGIOSI COME I CARTELLONI NEGLI AEROPORTI.

CELEBRITÀ COME LA DOTTORESSA JANE GOODALL E PETER GABRIEL HANNO SOSTENUTO LA CAMPAGNA.



# Regolamenti e Trasparenza

- **ITALIA:** NEL 2014, L'ISTITUTO AUTODISCIPLINA PUBBLICITARIA HA INTRODOTTO **REGOLE SULLA COMUNICAZIONE AMBIENTALE CORRETTA** PER PROTEGGERE I CONSUMATORI. TUTTAVIA MANCANNO STANDARD UNIFORMI PER SUPPORTARE LE REGOLE SULLA COMUNICAZIONE AMBIENTALE CORRETTA.
- **UNIONE EUROPEA:** IL **GREEN DEAL** E ALTRE DIRETTIVE RECENTI STANNO PORTANDO ALL'ELABORAZIONE DI MISURE PER PROTEGGERE I CONSUMATORI E REGOLAMENTARE I PRODUTTORI. INOLTRE, E' STATO STABILITO L'**EUROPEAN GREEN BOND STANDARD** (EUGBS) PER GARANTIRE CHE I GREEN BOND RISPETTINO CRITERI AMBIENTALI RIGOROSI.

# Esempio di **Successo**: il caso **Patagonia**

- CIRCA IL **87% DEI PRODOTTI** PATAGONIA È REALIZZATO CON **MATERIALI RICICLATI**, RIDUCENDO L'USO DI MATERIE PRIME VERGINI.
- PATAGONIA FA USO DI **MATERIALI ECO-COMPATIBILI** COME IL COTONE BIOLOGICO E PROMUOVE IL **RICICLAGGIO DI PLASTICA** PROVENIENTE DA RETI DA PESCA ABBANDONATE.
- HANNO CREATO IL PROGRAMMA "**WORN WEAR**" PER ESTENDERE LA VITA DEI LORO PRODOTTI E PROMUOVERE L'ACQUISTO DI ABBIGLIAMENTO USATO.
- L'AZIENDA È COINVOLTA IN NUMEROSE INIZIATIVE DI BENEFICENZA E **DONA IL 1% DELLE VENDITE A ORGANIZZAZIONI AMBIENTALI**.
- PATAGONIA È STATA CERTIFICATA COME UN'**AZIENDA B CORP**, RICONOSCENDO IL LORO IMPEGNO SOCIALE E AMBIENTALE.

"Le parole senza azioni sono le foglie di un **albero morto**; il **greenwashing** è il tentativo di far sembrare **vivo** un albero **senza radici**."

David Orr | Professor of Practice presso l'Arizona State University



# Grazie!

Let's keep in touch!



@Daniele\_Guadagnolo



Daniele Guadagnolo



@Dani\_Guadagnolo



daniele.guadagnolo@outlook.com

