



Di Isabella Manfredi

Come faccio a fidarmi?

Il valore della credibilità contro il rischio greenwashing

Belli, bravi, con gli occhi azzurri. La carta d'identità autoprodotta dalle aziende sembra spesso rasentare la perfezione. Lo stereotipo del principe azzurro o della principessa dai lunghi capelli biondi che molti ci vogliono far credere di essere rischia di ostacolare il giudizio da parte dei portatori di interesse, confusi da quello che per molti potrebbe essere un nuovo modo di fare marketing. Ormai da qualche anno, sebbene il termine sia stato coniato nel 1986, nel mondo si parla di greenwashing noto anche come ambientalismo di facciata.

**La domanda è... nel titolo.
La risposta, la proviamo a dare
attraverso alcuni punti.**



Organizzazioni e standard internazionali

Acronimi come GRI e SASB, piuttosto che Global Compact, potreste averli incontrati senza sapere cosa significano. Sono organizzazioni che dettano le linee guida per produrre e presentare le proprie rendicontazioni secondo una strada chiara, uniforme e coerente. Non solo regole, ma un filo conduttore per il presente e il futuro delle aziende. L'interesse internazionale accresce il livello di responsabilità e di controllo.

Certificazioni

Provenendo da enti terzi, una certificazione è uno strumento in grado di trasmettere fiducia. Ti dice che qualcuno, con delle competenze e in modo imparziale, ha controllato per te. Le certificazioni, che possono essere obbligatorie o volontarie, accrescono il valore delle attività dell'azienda e sono un utile strumento anche per i portatori di interesse. Insomma, puoi dirmi che sei bravo ma se non passi l'esame...

Comunicazione e trasparenza

Incontrare un annuncio "100% sostenibili" non è detto che sia necessariamente un fake. Ecco perché anche trovando un'azienda estremamente virtuosa, e contestualmente audace nella propria campagna di informazione, deve saper approfondire il discorso e guidare il portatore di interesse attraverso un percorso tale da renderlo partecipe di questa informazione. Il nodo più grande, che costituisce tuttora uno dei principali scogli da superare, è riuscire a rendere sempre più veloce e chiaro l'ingaggio.

Continuità

Definire un impegno e la relativa strategia per perseguirlo sono le basi di un cammino. Che però deve avere una sua continuità. Ecco perché nessuno può e deve aspettarsi risultati dall'oggi all'indomani, ma è altrettanto necessario per trarre gli obiettivi garantire una continuità di processo. Continuità, in molti ambiti, fa rima con affidabilità.

F E R A L P I

RESPONSABILITÀ

Ma cosa ne pensa chi da sempre ha un punto di vista "privilegiato" come Ermete Realacci, presidente di Fondazione Symbola?

Come percorrere il percorso verso la sostenibilità nel segno della credibilità?

«Le imprese possono trarre vantaggio dalla sfida della transizione ecologica – spiega Realacci –, ma a condizione che venga affrontata con trasparenza. E questo non è l'unico aspetto. Altri fattori determinanti sono le relazioni: se l'impresa ha rapporti buoni con comunità e territori, allora si trova sulla giusta via. Per parafrasare la scrittrice Alda Merini, la transazione verde è anche una festa, e come tale brucerà a sua volta gli impostori. La trasparenza, lo ribadisco, è il principale antidoto».

«Le imprese che hanno migliori rapporti con i territori – continua – sono anche quelle che performano meglio perché hanno un sistema di relazioni – e quindi un sistema di credibilità – che aiuta a produrre, oggi come in passato, risultati importanti. Coesione è competizione. Un tempo le buone politiche erano legate solo alla buona volontà. Oggi abbiamo invece appreso che in realtà sono

assolutamente efficaci per definire la capacità delle imprese di continuare ad essere competitive. In poche parole, si dimostra che essere buoni conviene».

Nell'Italia che c'è, possiamo trovare il nostro futuro. È un punto fermo per Symbola perché «quelle imprese – tra cui Feralpi, che ha sottoscritto tra i primi il Manifesto di Assisi – che hanno investito nell'ambiente, dalle rinnovabili alle innovazioni di processo sotto il segno della circolarità e del recupero, generano valore anche sotto il profilo occupazionale. È in queste imprese che si trova il 35% dei nuovi posti di lavoro. E sono le stesse che esportano di più e innovano di più». Ecco, quindi, un'altra scala per misurare la credibilità delle azioni e la capacità di attrarre la finanza moderna.

«Dobbiamo stare dalla parte giusta, di quelli che accettano la sfida dell'innovazione collegandola ai campi in cui siamo più forti: in Italia possiamo accelerare su una economia più a misura d'uomo. Abbiamo tutte le possibilità per farlo e per farlo in tempi rapidi. Qui – conclude Realacci – nessuno regala niente. Per dirla alla Frank Capra, "I dilettanti giocano per piacere quando fa bel tempo, i professionisti giocano per vincere quando infuria la tempesta". Oggi non è tempo per dilettanti». E il 2030, coi target Ue annessi, non è poi così lontano.



Ermete Realacci

È nato a Sora nel 1955 e vive a Roma. Ha guidato fin dai primi anni Legambiente, di cui è tuttora presidente onorario. È stato tra i fondatori del Kyoto Club. Ha promosso e presiede Symbola, la Fondazione per le qualità italiane per leggere, collegare e raccontare i punti di forza di un'Italia che fa l'Italia: tra i rapporti principali Green Italy, Io Sono Cultura, Coesione è Competizione, l'Economia del Design.

Molte le battaglie e le iniziative portate avanti in difesa dell'ambiente e per un'idea di Italia intesa come intreccio inimitabile di storia, natura, cultura, creatività e innovazione. L'economia circolare, la sostenibilità, la bellezza, la green economy, la coesione sociale, il Made in Italy sono da sempre temi che hanno ispirato il suo impegno.

È stato eletto per la prima volta nel 2001 nelle liste del PD nel collegio toscano di Pisa. Nella passata Legislatura è stato Presidente della Commissione Ambiente, Territorio e Lavori Pubblici della Camera. È portavoce, assieme a Padre Enzo Fortunato, del Manifesto di Assisi per un'economia a misura d'uomo (che vede anche Feralpi tra i firmatari).