

Soft Skills

Come si manifesta il greenwashing

di Giulia Maria Picchi - Senior partner Marketude

Master di specializzazione

Legal innovation e digital lawyer

Scopri di più

“Una forma di appropriazione indebita di virtù e qualità ecosensibili per conquistare il favore dei consumatori o, peggio, per far dimenticare la propria cattiva reputazione di azienda le cui attività compromettono l’ambiente”^[1] o ancora “È greenwashing quando un’affermazione sulla sostenibilità contiene informazioni false o capaci di ingannare consumatori, investitori e altri partecipanti al mercato, oppure quando vengono omesse informazioni rilevanti per le loro decisioni”^[2] – queste sono solo due delle tante definizioni che, una volta creato il neologismo greenwashing, sono state date a questo termine.

Prima di addentrarci ad esplorare le tante sfumature del termine washing - perché, come ormai ben sappiamo, l’ambiente non è l’unica dimensione da prendere in considerazione e anche il washing interessa tutte le aree ESG - credo sia utile analizzare le diverse modalità con cui il greenwashing si manifesta in concreto.

Avendo chiaro che l’obiettivo di questo tipo di comunicazioni è da un lato allargare il proprio bacino di utenza attraendo i consumatori attenti alla sostenibilità e, dall’altro, distogliere l’attenzione dell’opinione pubblica da eventuali difetti del prodotto o dai danni per l’ambiente procurati dalle proprie attività produttive, in quanti modi si possono ingannare i consumatori?

Sulla base di uno studio condotto nel 2007 da TerraChoice, sono stati individuati i c.d. sette peccati capitali del greenwashing.

[CONTINUA A LEGGERE](#)

Master di specializzazione

Legal innovation e digital lawyer

Scopri di più