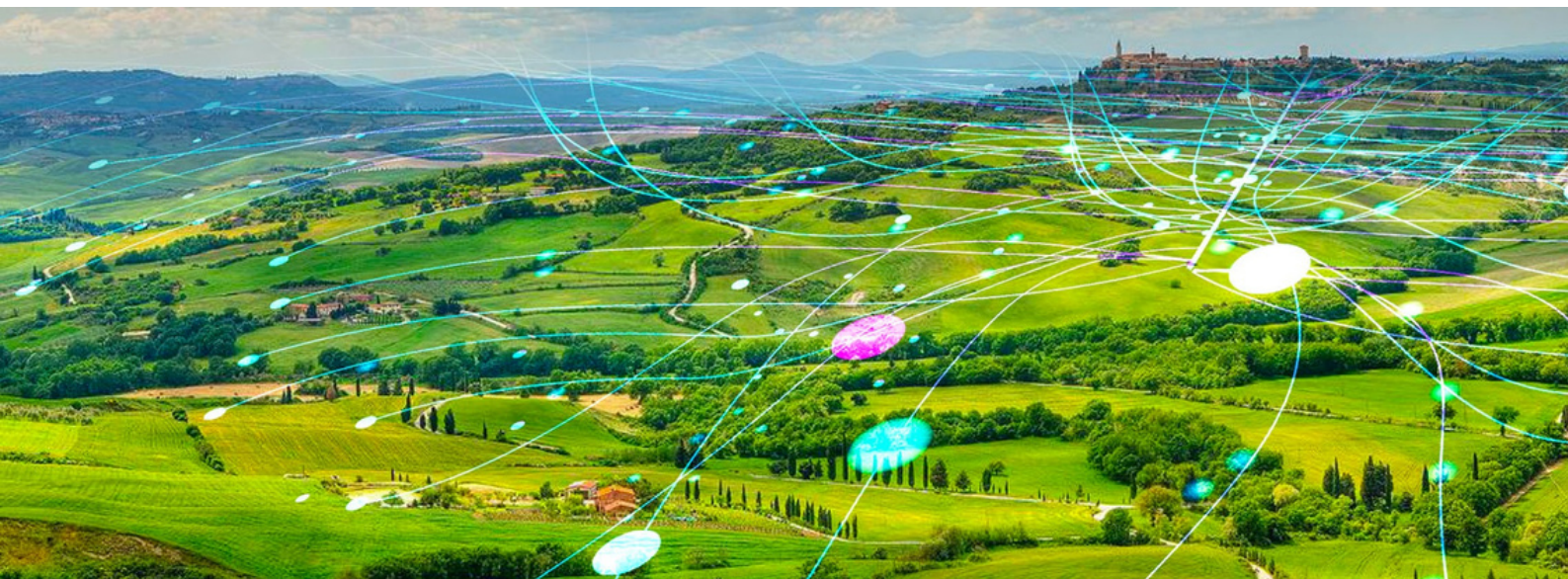


# SERRA DIGITALE

La newsletter mensile dei "VIVAISTI" di Terrecablate



## SOSTENIBILITÀ D'IMPRESA E GREENWASHING

*Dalla Redazione di Serra Digitale*

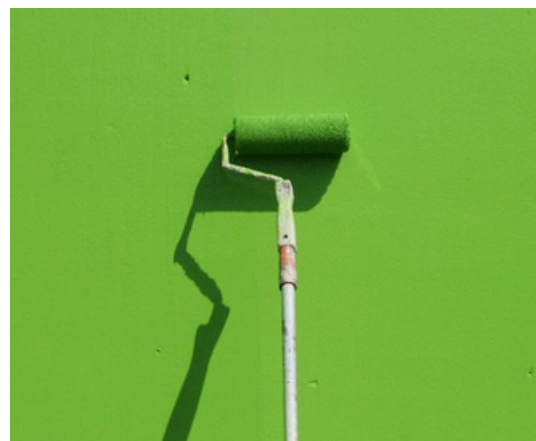
L'edizione di Giugno è dedicata ad uno dei temi più discussi e controversi nella sostenibilità d'impresa, ossia il fenomeno del "Greewashing", parola coniata dall'ecologista e ricercatore Jay Westerveld, nata dalla fusione di due parole, "green", che è il colore verde con cui si identifica l'ambiente dal punto di vista ecologico, e "washing", che in inglese vuol dire letteralmente lavare. Questo termine indica una strategia di comunicazione adottata da imprese, organizzazioni o istituzioni politiche per comunicare un impegno e un attaccamento a politiche ambientali che in realtà non esiste.

Perché vogliamo dedicare un numero al Greewashing? perché l'impegno di Terrecablate, attraverso la realizzazione della Serra Digitale è esattamente l'opposto del greenwashing.

Serra Digitale nasce infatti con un obiettivo di generare una condivisione sui temi della sostenibilità, cercando di **sviluppare progettualità concrete** che generino un impatto positivo per il territorio della provincia, per le persone e per l'ambiente.

L'invito della Redazione ai vivaisti è sempre lo stesso: attraverso il vostro contributo possiamo crescere insieme, possiamo aumentare la numerosità della nostra community e combattere i fenomeni di greewashing che tutt'oggi, purtroppo, proliferano nelle imprese.

**Diffidiamo di chi tratta la sostenibilità come una bandiera o un bollino verde**, ma chi cerca di praticarla tutti i giorni, sotto il profilo sociale, di collaborazione autentica, di piccole azioni per l'ambiente, di miglioramento delle pratiche lavorative e di ascolto delle persone.



### IN QUESTO NUMERO:

*Le storie più famose di Greewashing*

*Come riconoscere il Greewashing*

*Fai crescere la Serra Digitale: registrati e fai la tua proposta!*

## LE STORIE PIÙ FAMOSE DI GREENWASHING

Partiamo da un grande caso di insuccesso! Il caso della CocaCola Life, una bibita che si proponeva come declinazione più salutare della Coca Cola tradizionale, nel tentativo di migliorare la reputazione dell'azienda, forte utilizzatrice di plastica e nemica della salute delle persone, per l'enorme quantità di zuccheri e CO2 utilizzata. Questa fu una delle operazioni più inutili e prontamente smascherate da parte dei consumatori che non caddero nella trappola dell'etichetta verde, ma addirittura venne a galla che rispetto alla sorella Coca Cola Zero, la versione "Life" aveva più calorie e più zuccheri, sebbene contenesse un dolcificante di origine naturale.



Anche in Italia non mancano dei clamorosi autogol in termini di comunicazione, Sant'Anna lanciò l'etichetta "plastica bio" che è un ossimoro! Non esiste una plastica bio, ma al massimo una plastica riciclata. Ferrarelle creò l'etichetta "Impatto Zero" che lanciava un messaggio fuorviante, non solo perché non esiste un vero impatto zero, ma perché non era definito come l'impatto generato venisse compensato attraverso delle attività certificate di compensazione della CO2. L'autorità Antitrust ha (giustamente) punito con ammende entrambe le aziende.



## COME RICONOSCERE IL GREENWASHING

**Diffidare dai messaggi eclatanti:** quando leggiamo etichette roboanti, messaggi o slogan "green" molto forti, è altamente probabile che si celino delle verità diverse da ciò che viene raccontato.

**Mancanza di dati oggettivi:** quando non vengono fornite informazioni o dati significativi che supportino quanto dichiarato è un chiaro segnale che siamo di fronte ad un fenomeno di greenwashing. Leggere bene le etichette, ad es. sulla percentuale di riciclabilità del packaging e se sono citati enti di certificazione sui numeri che vengono forniti. In generale, un packaging mono-materiale è sempre meglio di quelli composti da differenti materiali.

**Sostenibilità è sinonimo di semplicità:** facciamo attenzione agli ingredienti dei prodotti. Meno ce ne sono e meglio è, non solo perché tra questi possono essercene di sintetici o potenzialmente nocivi per la salute, ma anche perché dalla varietà di ingredienti si può avere un'idea della complessità della filiera di produzione. Ogni fornitore della filiera impatta sull'ambiente e più "lunga" è la filiera, maggiore sono gli impatti generati sull'ambiente.

## FAI CRESCERE LA SERRA DIGITALE: REGISTRATI E FAI LA TUA PROPOSTA!

La community di Serra Digitale è in crescita ma siamo ancora troppo pochi per riuscire a creare un 'impatto davvero positivo sul territorio. **Fate partecipare amici, la famiglia alla nostra Serra:** registrarsi è semplicissimo, basta inserire i propri dati per accedere all'area riservata ai vivaisti e inserire idee, proposte che possono far nascere delle progettualità concrete che portino valore alla comunità, alle persone che le propongono, all'ambiente.

ESPRIMI LA TUA OPINIONE  
SULLA [NEWSLETTER!](#)

