

Su obiettivi climatici e sostenibilità scatta la strategia del silenzio

Vitaliano D'Angerio

Dall'eccesso di comunicazione al silenzio totale. È quanto sta accadendo nel mondo green, dove una fetta di aziende preferisce tacere sui propri obiettivi sostenibili. È il fenomeno del *greenhushing* (*to hush*, tacere) rilevato nella quarta edizione del Net Zero Report di South Pole, società di consulenza internazionale specializzata in progetti climatici e che opera in Italia attraverso Carbonsink.

Le difficoltà della compliance

Dalla ricerca, che ha riguardato 1.400 aziende in tutto il mondo, emerge che il 44% degli intervistati ha difficoltà a comunicare gli impegni climatici. Fra queste aziende, poi, c'è chi sceglie di non pubblicizzare proprio le strategie o gli obiettivi climatici, riducendo o interrompendo in maniera deliberata le comunicazioni esterne sul tema. Fra i motivi principali di tale decisione, la mancanza di chiarezza e i cambiamenti normativi. Gli uomini della compliance non riescono dunque a star dietro alle continue modifiche legali, soprattutto in Europa, relative al mondo green: l'allineamento normativo è diventato così difficile che si preferisce stare in silenzio per non essere accusati di greenwashing, ovvero di un marketing spinto sulle tematiche ambientali.

I settori più silenziosi

Fra le aziende più silenziose, ci sono proprio quelle del settore dei servizi all'ambiente, inclusi l'hardware e il supporto alle energie rinnovabili: nell'88% dei casi hanno deciso di attuare il greenhushing. Al secondo posto vi sono le imprese che producono beni di consumo legati a cibo, bevande e prodotti della casa (86%); terzi a pari merito i settori energy e utility (72%). Poche invece le imprese silenziose nell'industria (32%) e nei trasporti (29%). «I dati odierni – fanno sapere da South Pole – suggeriscono che la maggior parte delle aziende stia avendo grandi difficoltà ad adattarsi alle nuove direttive e quadri normativi e quindi fatica a comunicare con sicurezza le proprie strategie e i propri obiettivi climatici».

Il pressing degli investitori

A spaventare le aziende, non è soltanto l'incertezza normativa. C'è dell'altro dietro il fenomeno del “silenzio verde”. «Il timore dello scrutinio degli investitori rappresenta un altro dei motivi principali del greenhushing – sottolineano in South Pole –, indicato in modo univoco sia dalla maggioranza delle aziende di servizi ambientali che da quelle del settore Oil&Gas».

Gli stessi investitori, fondi in testa, devono a loro volta dare conto alle authority di vigilanza e in tanti, nei mesi scorsi, hanno deciso di cambiare categoria nell'ambito della normativa europea Sfdr sulla trasparenza della finanza sostenibile.

Focus Italia

In aggiunta al report, South Pole ha analizzato il suo database proprietario di 77mila aziende, dove sono presenti tante imprese italiane. «Il crescente impegno e coinvolgimento su questioni climatiche a livello dirigenziale sta diventando uno dei driver più potenti per l'accelerazione dell'azione del settore privato – ricorda Elisa Riva, deputy regional head South Pole-Carbonsink –. Allo stesso tempo, però, esiste ancora un divario tra l'ambizione aziendale e l'attuazione vera e propria, e troppe aziende faticano a rendere operative le loro ambizioni climatiche». Poche soprattutto, appena 146, le società italiane certificate con Science Based Targets Initiative (Sbti), la certificazione green più gettonata dai mercati finanziari.

© RIPRODUZIONE RISERVATA