

L'INIZIATIVA

La prima guida contro il "greenwashing" Perché sul clima occorre fare sul serio

Alle Settimane SRI il Forum per la Finanza Sostenibile presenterà un documento con indicazioni, metodi e strumenti per contrastare chi fa grandi annunci sulla sostenibilità soltanto per avere buona pubblicità

ANDREA DI TURI

Greta Thunberg non è andata alla COP27. Uno dei motivi che ha addotto è che i cosiddetti "grandi del pianeta", in tali contesti, fanno solo *greenwashing*: impegni solenni, dichiarazioni altisonanti, che spesso lasciano il tempo che trovano. Dare torto all'attivista climatica svedese è difficile: è scoraggiante vedere come la concentrazione di CO2 in atmosfera ha continuato a crescere negli ultimi (quasi) trent'anni, incurante di tutte le COP, dalla prima di Berlino nel 1995. Ma il discorso va oltre Greta e le COP. Chiunque si occupi in generale di sostenibilità, sa che oggi il nemico numero uno è proprio il *greenwashing*. Un nemico particolarmente insidioso in finanza, dove è ormai molto difficile incontrare un attore finanziario che non si dichiari impegnato ventre a terra a integrare principi e criteri di sostenibilità nel suo modo di investire, perché questo vuole il mercato. Salvo poi ad esempio scoprire - come testimonia una lunga, puntuale, sempre più fitta teoria di indagini condotte al riguardo - che continua a essere drammaticamente imponente il flusso di risorse finanziarie che alimenta

un modello di sviluppo anco-

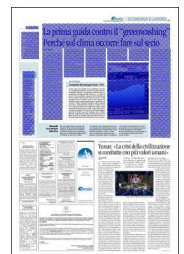


L'evento

Le Settimane dell'Investimento Sostenibile e Responsabile, promosse e organizzate dal Forum per la Finanza Sostenibile, sono la principale rassegna italiana sulla finanza sostenibile. Quella che si svolgerà dal 10 al 30 novembre a Roma e Milano (anche online) sarà l'undicesima edizione. In programma ci sono convegni e seminari sui temi di primo piano della finanza sostenibile, anche con la presentazione di ricerche e pubblicazioni.

ra largamente dipendente dalle fonti fossili. Il che ci sta por-

tando verso «catastrofici au-



menti di temperatura» e un «caos climatico irreversibile», come ha detto pochi giorni fa il Segretario generale dell'Onu, António Guterres.

Il Forum per la Finanza Sostenibile (Ffs) ha messo nel mirino il *greenwashing* avviando a inizio anno un gruppo di lavoro che ha elaborato delle linee guida su come contrastarlo. Alla vigilia della 11a edizione del-

le Settimane SRI, che si apre tra due giorni a Milano (fino al 30 novembre), Ffs ha scelto la grande kermesse "verde" di Ecomondo (da oggi all'11 novembre a Rimini) per presentare queste linee guida, che *Avvenire* ha potuto visionare in anteprima. «Uno degli elementi sostanziali per dispiegare gli effetti della **finanza sostenibile** è senza dubbio la trasparenza - spiega **Francesco Bicciato**, Segretario generale di Ffs -. Per questo motivo abbiamo coinvolto diversi *stakeholder*, con

l'obiettivo di mettere a disposizione una serie di strumenti idonei per prevenire e contrastare il *greenwashing*».

Il documento chiarisce innanzitutto che il *greenwashing* è un grave danno per tutti: investito-

ri, consumatori, concorrenti, il mercato e la sua credibilità. Che può riguardare, in finanza come in altri settori, prodotti, obiettivi o politiche di sostenibilità. E che, per chi se ne rende protagonista, espone a tre

categorie di rischi: reputazionali, finanziari e, in modo crescente, anche legali. Questi ultimi in particolare derivano dal fatto che la sostenibilità in finanza è sempre più oggetto di norme e regolamenti specifici, con relative sanzioni; e che crescono i contenziosi legali sui temi di sostenibilità, che riguardano più spesso Stati e imprese (il documento offre una interessante casistica al riguardo) ma cominciano a interessare anche gli attori finanziari. Come si combatte, allora, il *greenwashing*? In termini di prevenzione, si consiglia ad esempio di valorizzare il più possibile il quadro normativo che negli ultimi anni è stato sviluppato specie in Europa. Come pure le certificazioni: è atteso nel corso del 2023 l'arrivo della prima versione dei criteri per una etichetta Ecolabel per i prodotti finanziari. Poi occorre fare at-

tenzione a qualità e comparabilità dei dati Esg (ambientali, sociali e di governance): quando vengono utilizzati per effettuare valutazioni, quando entrano nella reportistica ufficiale, quando sono ripresi nella comunicazione commerciale («meglio comunicare meno, ma essere certi di quello che si comunica»). Infine, ci sono raccomandazioni su quello che possono fare gli *asset owner* (i detentori delle risorse finanziarie) e gli *asset manager*, ad esempio sul fronte dell'*engagement*: «L'*engagement* - sottolinea Bicciato - per noi è centrale: il dialogo costruttivo tra gli investitori e le aziende investite è la preconditione per combattere il *greenwashing*».

© RIPRODUZIONE RISERVATA