

La confusione dei consumatori: alla ricerca della sostenibilità ma vittime della disinformazione "verde"

In un momento in cui la crisi ambientale è diventata una sfida globale, i consumatori stanno diventando sempre più consapevoli, anche se non sempre informati, riguardo alle tematiche della sostenibilità. Secondo i risultati preliminari di una ricerca condotta da EKPIZO, i consumatori si dicono preoccupati per lo stato dell'ambiente a causa delle informazioni ricevute dai media. Nonostante presentino una conoscenza di base riguardo agli effetti dell'anidride carbonica (CO₂), il riciclo e la sostenibilità, le loro conoscenze di argomenti più complessi - come il greenwashing, i materiali sostenibili ed il passaporto digitale di prodotto - rimangono limitate.

La maggioranza dei consumatori ricicla materiali come la plastica o i vestiti, conosce il concetto di slow fashion, è interessato ai prodotti eco-friendly e crede che l'industria calzaturiera e dell'abbigliamento possano contribuire positivamente alla protezione dell'ambiente. Tuttavia, esiste una grande confusione riguardo all'accuratezza delle etichette e alla conoscenza dei termini utilizzati nei prodotti. Inoltre, anche se i consumatori vogliono scegliere prodotti realizzati con metodi sostenibili sia dal punto di vista ambientale sia da quello sociale, spesso non sanno come valutarli e cercano guida riguardo a che cosa sia veramente "verde" e cosa no.

In questo contesto di informazione e disinformazione, il fenomeno del greenwashing - l'uso improprio e fuorviante di dichiarazioni verdi da parte delle aziende - è una sfida significativa. Quando le aziende presentano un'identità ecologica fasulla, minano gli sforzi genuini di altre che continuano ad investire in pratiche sostenibili. Questo comportamento non solo danneggia finanziariamente il consumatore ma ritarda anche la transizione verso un'economia verde.

Al contrario, la vera sostenibilità può portare benefici economici ed ambientali reali. Scegliere prodotti con un'impronta ambientale ridotta, materiali sostenibili e metodi di produzione trasparenti contribuisce in maniera significativa alla riduzione dell'impatto ambientale. Anche se i prodotti sostenibili sono spesso più costosi, la loro durabilità a lungo termine e la loro qualità li rende una scelta vantaggiosa nel lungo periodo.

Comunque, la responsabilità della promozione di un mercato sostenibile non risiede solo nei consumatori. La formazione di professionisti nella produzione e nel marketing è ugualmente importante.

Attraverso programmi formativi specializzati, come il programma VETting Green realizzato da EKPIZO insieme ai partner da Spagna, Italia, Portogallo e Belgio, i professionisti possono acquisire conoscenze sull'economia circolare, sulle certificazioni standard internazionali, sul design dei prodotti sostenibili e sulla presentazione responsabile delle informazioni ambientali. Solamente tramite sforzi coordinati come questo è possibile creare un mercato dove le dichiarazioni verdi sono accompagnate da processi ambientali reali e trasparenti.

In conclusione, il percorso verso la sostenibilità richiede la partecipazione di tutti: consumatori informati, consapevoli e attivi, professionisti responsabili e organi di controllo

partecipativi. Attraverso un'educazione appropriata, trasparenza e uno sforzo condiviso, sarà possibile superare l'ostacolo del greenwashing e creare un futuro più sostenibile per tutti.