

Eventi Il Salone della CSR alla Bocconi: domani il panel sul Green Washing basato su uno studio di Astarea

Con la founder dell'Istituto Laura Cantoni ne discuteranno alle 15,30
UNA, UPA, IAP e Centromarca

di Vittorio Parazzoli

Il Salone della CSR e dell'innovazione sociale torna anche quest'anno ad accendere i riflettori sulla sostenibilità. Da ieri fino a domani, all'Università Bocconi di Milano, si lavora per analizzare il presente con l'obiettivo di scrivere un futuro migliore: non un traguardo teorico, ma un processo concreto che coinvolge oltre 250 organizzazioni, più di 500 relatori e migliaia di cittadini, uniti per affrontare le sfide dell'attualità. Una su tutte, quella legata alla crisi climatica, che sarà protagonista del focus "Rigenerare il pianeta", uno dei sei percorsi tematici individuati per la quattordicesima edizione. Gli altri cinque sono pensati per ridisegnare le relazioni, ripensare la finanza, gestire le organizzazioni, vivere la comunità e rinnovare il mondo dello sport. Sono 19 gli eventi dedicati ai temi ambientali al Salone 2026, e mettono al centro imprese, territori, città, agricoltura, finanza e comportamenti quotidiani, con l'obiettivo di andare oltre la grammatica dell'emergenza e trasformare la preoccupazione in azione concreta. Questo approccio interpreta la sostenibilità come leva di prosperità, salute, sicurezza e qualità della vita, coerente con la lettura proposta dall'European Environment Agency sul legame tra ambiente, resilienza e sviluppo. Il Salone della CSR e dell'innovazione sociale è promosso da Università Bocconi, Sustainability Makers, Global Compact Network Italia, ASviS, Fondazione Sodalitas, [Unioncamere](#) e Koinètica.

Il commento

"Rigenerare il pianeta non è più un'opzione rimandabile: è una sfida collettiva che richiede l'impegno di tutti - commenta Rossella Sobrero, del Gruppo promotore del Salone -. Come ricorda l'ambientalista Mathis Wackernagel, non c'è altro futuro possibile se non quello rigenerativo, e questo significa andare oltre la logica del semplice ripristino per attivare interventi capaci di riportare gli ecosistemi in salute. Riforestazione, recupero delle zone umide, bonifica dei siti inquinati, reintroduzione delle specie autoctone: sono azioni che generano benefici ambientali, sociali ed economici. Le imprese che investono nella rigenerazione non rispondono solo a un dovere morale, ma costruiscono valore nel lungo periodo, contribuendo a un modello di sviluppo che restituisce più di quanto prende. È il cambio di paradigma che vogliamo portare al Salone della CSR: una trasformazione culturale che coinvol-

ge istituzioni, organizzazioni e cittadini".

Emergenza clima

Di fronte alla crisi climatica in atto, una maggioranza schiacciante di italiani (62%) è convinta che "non ci sia un minuto da perdere", e che sia necessario un impegno collettivo per invertire la rotta. A sostenerlo sono gli ultimi dati degli Osservatori Ipsos Doxa, che mettono in luce una crescente crisi di fiducia sui temi più strettamente ambientali. Emerge in particolare un paradosso, detto "dell'impotenza attiva": le persone si dichiarano pronte all'azione, ma al contempo paralizzate dalla convinzione che lo sforzo individuale sia poco utile senza un cambiamento di sistema (36%). I cittadini tendono poi a sovrastimare l'impatto di alcune azioni personali (come il riciclo dei rifiuti o la diminuzione degli imballaggi) e a sottovalutare quello di scelte più trasformative (come la mobilità sostenibile, modelli alimentari più attenti, l'efficienza degli elettrodomestici e l'attenzione al risparmio energetico), con la conseguenza che si sentono quasi troppo virtuosi ("sto già facendo tutto il possibile", afferma il 71%), ma impotenti in un mondo che percepiscono come meno attento, anche a causa del silenzio delle imprese. Un silenzio strategico, dicono i dati: di fronte a un dibattito pubblico sempre più polarizzato e al timore di essere trascinate in controversie politiche, molte aziende scelgono di fare senza dire, e solo il 21% sceglie ancora di esporsi.

La comunicazione

Anche il mondo della comunicazione sarà coinvolto in prima persona domani nel panel di confronto delle 15,30 a partire dalla ricerca di Astarea sulla Direttiva Europea contro il Green Washing coordinato da Laura Cantoni, fondatrice dell'Istituto e al quale parteciperanno Simona Belvedere, Delegata Legale di UNA, Vincenzo Guggino, Segretario Generale dello IAP, Fabio Iraldo, Professore Ordinario della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, Raffaele Pastore, Direttore Generale di UPA, e Gabriele Zanazzi, Public Affairs Manager di Centromarca. Il 27 settembre 2026 è la data di applicazione negli Stati membri delle disposizioni della Direttiva UE 825/24, recepita in Italia il 20 febbraio 2026 con il D.Lgs. n.30. Che cosa cambierà per le imprese e i comunicatori? Partendo dallo studio svolto da Astarea con il supporto di Associazioni di Impresa, Comunicazione e Consumatori e di docenti universitari, l'incontro verterà sulle novità normative chiave, sulle implicazioni sulla organizzazione delle imprese e delle agenzie, sulle nuove competenze, sui nuovi paradigmi che si renderanno necessari, sui vantaggi e gli interrogativi che pone la normativa.

ERRATA CORRIGE

In relazione all'articolo sull'evento organizzato da Golia con WWF Italia, specifichiamo che si è tenuto negli spazi di Clori.



Laura Cantoni

