



FUORI  
BILANCIO  
innexta

*Accompagnare le piccole imprese  
nel mondo che cambia*

Fuori Bilancio | Anno I | Numero 14

## Al lupo! Al lupo!

### A forza di gridare al greenwashing, rischiamo di non credere più a nessuno

---

C'era una volta un pastorello che, per divertirsi, gridava “al lupo, al lupo!” anche quando il lupo non c'era.

La storia la conosciamo. La prima volta arrivano tutti. La seconda ne arrivano di meno. La terza sbuffano. La quarta, quando il lupo arriva davvero, nessuno si muove più.

La morale è semplice. Il greenwashing esiste, fa danni e va contrastato. Negli ultimi anni, però, la parola ha cominciato a essere usata anche quando servirebbe più cautela.

Il contesto aiuta a capire perché: secondo il Sustainability Study 2026 di FFIND, ripreso da diverse testate, il 77,1% degli italiani giudica poco credibili i messaggi delle aziende legati alla sostenibilità.

Non è un dettaglio. Oggi basta un claim generico, un comunicato troppo assertivo o un report più ambizioso dei dati che contiene per far partire l'accusa: greenwashing.

A volte è vero. Altre volte è solo il modo più rapido per chiudere una conversazione che, invece, meriterebbe un approfondimento maggiore.

#### **Il sospetto non nasce dal nulla**

Il sospetto, del resto, non nasce dal nulla. Negli anni, molti cittadini hanno avuto a che fare con messaggi ambientali molto generici, promesse “climatiche” difficili da verificare e dichiarazioni d'intenti sostenute da evidenze troppo deboli.

Il problema è che il sospetto, quando diventa sistema, smette di distinguere. E così la manipolazione e la millanteria, da un lato, l'imprecisione e il percorso raccontato male, dall'altro, finiscono tutti nello stesso calderone: greenwashing.

Le imprese italiane, per la verità, si stanno muovendo. Lo mostra anche il nuovo studio dell'Osservatorio Accredia, realizzato con Prometeia, sul ruolo della certificazione nella finanza sostenibile: le imprese certificate con accreditamento sono passate da circa 75 mila nel 2012 a oltre 100 mila nel 2025.

Anche questo dato va letto con prudenza. Il passaggio da 75 mila a 100 mila non racconta certo una corsa folle alla certificazione. Racconta, però, un fenomeno economicamente rilevante: secondo lo studio, queste imprese incidono per oltre il 40% sul fatturato complessivo delle imprese italiane. Non basta a dire che siano "più sostenibili" ma conferma che la verificabilità delle informazioni ESG riguarda una parte importante dell'economia reale.

Molte PMI, d'altra parte, si trovano in mezzo al guado, lungo un percorso di comunicazione che ancora deve diventare perfettamente leggibile, con documenti sparsi, informazioni non sempre ordinate e regole di interlocuzione non sempre chiare.

### **Il curriculum, per esempio...**

In qualunque caso, prima di trasformare il greenwashing nel peccato mortale dell'impresa contemporanea, dovremmo fare prima un piccolo esame di coscienza.

Non parliamo di falsificare lauree o inventare esperienze, naturalmente. Parliamo di quella piccola arte "social" per cui un'attività ordinaria o uno stage, tradotti in inglese dentro un CV o su un profilo online, acquistano improvvisamente uno status professionale che forse prima non avevano. Quante fotocopie sono diventate "strategic communications project management"? L'inglese, in questo campo, fa miracoli ben maggiori del greenwashing.

Naturalmente nessuno pretende che un curriculum sia un atto notarile. È normale scegliere le parole migliori per raccontare ciò che si è fatto. Il punto è il confine. Un conto è valorizzare. Un conto è travestire.

La sostenibilità vive lo stesso problema. Comunicare non è mentire. Valorizzare non è manipolare. Raccontare un percorso non significa dichiararsi arrivati al traguardo. Il greenwashing comincia quando la distanza tra ciò che si dice e ciò che si fa diventa troppo ampia.

### **L'accusa facile**

L'accusa di greenwashing ha un vantaggio evidente: sposta subito la conversazione sul terreno morale. Chi la pronuncia appare avveduto, critico, dalla parte giusta. Non sempre, però, ha controllato i dati.

L'indignazione può essere necessaria. Da sola, però, non basta a distinguere una dichiarazione infondata da un percorso mal descritto.

Se ogni dichiarazione ambientale o sociale viene trattata come sospetta fino a prova contraria, molte imprese finiranno per scegliere la via più sicura: non dire nulla. Non perché non abbiano nulla da dire ma perché temono di dirlo male.

E questo sarebbe un paradosso notevole. Dopo anni passati a chiedere trasparenza alle imprese, rischieremo di spingerle verso il silenzio per paura dell'accusa. Il contrario del greenwashing non è il silenzio. È la verificabilità.

### **Un percorso incompleto non è una finzione**

Una PMI che inizia a misurare i consumi energetici non è diventata improvvisamente un modello mondiale di transizione ecologica. Però ha iniziato.

Un'impresa che mette ordine nei dati rivede alcuni processi interni o prova a rispondere in modo più strutturato alle richieste di banche e filiere non ha automaticamente risolto il rapporto tra produzione e pianeta. Però ha iniziato a costruire una base informativa.

E questo, se è onesto, documentato e proporzionato, merita di essere riconosciuto per ciò che è: un avanzamento. Il problema nasce quando l'avanzamento viene raccontato come rivoluzione. Quando un obiettivo futuro viene presentato come risultato già acquisito.

Qui il lupo c'è. E bisogna dirlo. Proprio per questo non conviene gridare al lupo ogni volta che si muove una siepe.

### **Meno teatro, più officina**

Non si tratta di assolvere le imprese che comunicano più di quanto fanno. Si tratta di aiutare quelle che fanno più di quanto riescono a comunicare.

Per molte PMI la sostenibilità non nasce da una strategia studiata a tavolino. Nasce da scelte operative, da investimenti graduali, da rapporti di lavoro costruiti nel tempo.

Sono cose concrete ma spesso restano nella mente dell'imprenditore. Da fuori, quel valore può sembrare invisibile. Da dentro, può sembrare ovvio. In entrambi i casi, non funziona.

Anche per questo le certificazioni non vanno lette solo come adempimenti formali. La ricerca segnala un dato economico importante: l'adozione di un sistema di gestione ambientale conforme alla norma ISO 14001 si accompagna ad un incremento del fatturato del 4,3% già nel primo anno, fino all'11,4% dopo due anni.

In questo spazio può entrare [ESGpass](#). Non come patente di sostenibilità ma come strumento di autovalutazione: aiuta l'impresa a mettere ordine tra ciò che fa già, ciò che deve ancora

misurare e ciò che deve rappresentare con maggiore chiarezza. Il valore, quando resta disperso o raccontato male, finisce per assomigliare a qualcosa che non c'è.

### **Il rischio del silenzio**

Per questo oggi il rischio non è soltanto il greenwashing. È anche il silenzio di chi evita di raccontare ciò che fa perché teme di essere frainteso, perché non sa se basti o perché non ha ancora trasformato un miglioramento in un'informazione utilizzabile.

Così si crea un danno opposto e simmetrico: chi esagera occupa la scena, chi lavora davvero resta fuori campo.

Non si tratta di denunciare meno il greenwashing per indulgenza. Si tratta di farlo con più prove, più proporzione e meno gusto per il processo sommario.

### **Le parole e le prove**

La lotta al greenwashing è sacrosanta quando difende cittadini, consumatori, investitori e imprese serie da chi usa la sostenibilità come scenografia. Diventa sterile quando trasforma ogni comunicazione imperfetta in una colpa e ogni percorso parziale in una finzione.

Per le PMI il tema è diverso: non sembrare sostenibili ma spiegare dove lo sono già, dove non lo sono ancora e con quali dati possono dimostrarlo.

Servono strumenti di autovalutazione, schemi di rendicontazione proporzionati e percorsi guidati: non per inventare una sostenibilità da raccontare ma per far emergere quella che esiste.

La credibilità, alla fine, non nasce dalla brillantezza delle parole. Nasce dalla distanza sempre più breve tra le parole e le prove.

Il lupo, qualche volta, c'è davvero. Proprio per questo conviene non consumare tutta la voce prima che arrivi.