

AssoBio contro il "greenwashing" nel food e cosmesi

"Stop alla riabilitazione degli Ogm"

- *"Sostenibilità e 'greenwashing'. Come comunicare correttamente"* è il titolo del webinar di AssoBio che si terrà giovedì 14 luglio con esperti di settore e legali
- *"Concorrenza sleale e crisi cerealicola causata dalla guerra mettono a rischio le conquiste del biologico, che passano anche da una buona informazione e da coltivazioni non-Ogm"*, dichiara Roberto Zanoni, presidente di AssoBio

Bologna, 14 luglio 2022 - Un linguaggio vago e impreciso, un abuso di slogan "green", una quantità di dati e informazioni scarsamente comprensibili: è il ritratto del perfetto annuncio in stile "greenwashing", strategia di comunicazione di aziende alimentari, cosmetiche e altre, per un "lavaggio verde" d'immagine. Una pratica scorretta e dannosa, che giovedì 14 luglio sarà oggetto del webinar "Sostenibilità e 'greenwashing'. Come comunicare correttamente", organizzato da AssoBio. L'Associazione nazionale delle imprese di trasformazione e distribuzione dei prodotti biologici porterà l'attenzione anche sul marchio "da coltivazioni non-Ogm", tornato d'attualità vista la crisi del mercato cerealicolo causata dalla guerra russo-ucraina e le diffuse pulsioni per un ritorno al produttivismo agrario vecchio stile.

Sarà il presidente **Roberto Zanoni** a introdurre i lavori, per un evento online rivolto a istituzioni, aziende del settore e professionisti della comunicazione. A supporto, verranno presentati i dati raccolti da Nomisma sulla percezione del fenomeno da parte dei consumatori, con un intervento di **Silvia Zucconi**, responsabile market intelligence del centro di ricerca, su "La sostenibilità sul mercato del largo consumo: abitudini di acquisto e le 'percezioni' dei consumatori".

"La costante crescita dell'attenzione verso le tematiche ambientali pone chi desidera comunicare di fronte alla sfida di coniugare efficacia con credibilità – osserva Zanoni -. Etichette fuorvianti o pubblicità ammiccanti come 'prodotto green, ecofriendly, 100% naturale', non certificano alcunché e creano confusione. Capire quali strumenti e strategie adottare diventa fondamentale. Proprio per questo, le aziende socie di AssoBio aderiscono alle raccomandazioni del nostro codice etico e del disciplinare sulle corrette modalità di comunicazione e di pubblicità nel settore agroalimentare e cosmetico, a tutela dei consumatori, dell'ambiente e anche di una sana concorrenza".

L'evento proseguirà con il contributo di **Silvia Gonzaga**, avvocato di Logos Associati, sugli "Aspetti legali del Greenwashing rispetto alla pubblicità ingannevole". **Vincenzo Guggino**, segretario generale dell'Istituto autodisciplina pubblicitaria, descriverà "Le decisioni assunte dagli organi di controllo autodisciplinari". Infine, **Nicoletta Maffini**, vicepresidente di AssoBio, entrerà nel dettaglio delle best practice aziendali, portando l'esperienza di Conapi – Consorzio nazionale apicoltori, di cui è direttore generale ("Le buone prassi fanno strada: la voce delle imprese").

L'evento, moderato da **Nicola Saldutti**, caporedattore Economia del "Corriere della Sera", si concluderà con le considerazioni di **Fabio Brusa**, avvocato di Logos Associati. Nel corso del webinar verrà condiviso anche un messaggio da parte del senatore **Pichetto Fratin**, viceministro dello Sviluppo economico su "La sfida della sostenibilità per il sistema delle imprese".

"Il 'greenwashing' è purtroppo una cifra di questo momento storico, segnato dalla guerra in una regione cruciale per gli equilibri europei – conclude Zanoni -. L'Ucraina era il maggior produttore di

*soia non-Ogm e il rischio è che l'Unione europea e gli altri stati membri come l'Italia riabilitino la coltivazione e l'import di **colture geneticamente modificate** o favoriscano un più intensivo sfruttamento dei terreni attraverso **la chimica di sintesi**, con il pretesto di aumentare la produzione di fronte alla crisi del mercato cerealicolo. Il rischio è riportare indietro le lancette della sostenibilità in agricoltura a 40 anni fa, mentre a causa dello **spreco alimentare** vengono coltivati a vuoto 1,4 miliardi di ettari di superficie agricola mondiale, ogni anno. Eppure, non tutto è sostenibile allo stesso modo, nell'agroalimentare: se da un lato il biologico non è sufficiente per la sostenibilità, viceversa **la sostenibilità nei prodotti alimentari non può prescindere dall'agricoltura biologica**".*

Ufficio stampa:

Trefoloni e Associati

ufficiostampa@trefolonieassociati.com

Tel 348 4908595