

Non basta dire «green» per esserlo

Motori - Come giudicare l'eco-compatibilità di un'auto? Esistono veicoli amici del verde?

/ 10.01.2022

di Mario Alberto Cucchi

Si sente sempre più parlare di *greenwashing*. Ma che cosa vuol dire? Letteralmente significa «lavaggio verde», tuttavia viene tradotto con «ecologismo di facciata». Indica strategie finalizzate a costruire un'immagine ingannevolmente positiva sotto il profilo dell'impatto ambientale. Non basta dire *green* per esserlo veramente.

Eco-sostenibile, eco-compatibile, riciclabile e riciclato. Parole importanti dietro le quali ci sono investimenti di milioni di euro e anni di progetti. Ecco allora che prima di proclamarsi *green* in futuro bisognerà essere certi di esserlo davvero. Se, ad esempio, una parte del prodotto è in materiale riciclabile, ma è solo una parte, significa che quella parte riduce l'inquinamento, ma il resto no.

Sullo scottante argomento si è espresso un tribunale italiano, quello di Gorizia, con un'ordinanza. «La sensibilità verso i problemi ambientali è oggi molto elevata e le virtù ecologiche decantate da un'impresa o da un prodotto possono influenzare le scelte di acquisto», hanno rilevato i magistrati aggiungendo che le «dichiarazioni ambientali verdi devono essere chiare, veritiere, accurate e non fuorvianti, basate su dati scientifici presentati in modo comprensibile». Insomma, non un'operazione di facciata ma sostanziale.

Nel «caso» italiano, il ricorso era stato presentato da Alcantara che dubitava della correttezza di un concorrente che aveva ultimamente preso quote di mercato nel mondo automotive. Con riferimento ai claim «microfibra ecologica», «amica dell'ambiente» e «scelta naturale» il Tribunale di Gorizia ha affermato che «i messaggi pubblicitari denunciati sono molto generici e sicuramente creano nel consumatore un'immagine *green* dell'azienda senza peraltro dar conto effettivamente di quali siano le politiche aziendali».

E allora la domanda sorge spontanea: ma le automobili sono davvero *green*? Senz'altro tutti i Costruttori da anni si impegnano verso una sostenibilità maggiore. Prendiamo l'esempio di Volvo. La Casa svedese ha fatto della sicurezza sostenibile una bandiera sin dagli anni Novanta. Non certo da ieri. Oggi il «manifesto del futuro di Volvo Cars» è la Concept Recharge a trazione 100% elettrica. Il costruttore prevede di vendere solo auto completamente elettriche entro il 2030 e mira a diventare un'azienda circolare e climaticamente neutrale entro il 2040.

Come? Componenti sostenibili per gli interni, pneumatici realizzati con materiale riciclato rinnovabile, ma non solo. La Casa svedese ha persino sviluppato internamente anche un nuovo materiale denominato Nordico. Viene utilizzato per gli schienali dei sedili e i poggiatesta, così come

per una parte del volante. Viene realizzato con ingredienti a base biologica, riciclati e provenienti da foreste sostenibili in Svezia e Finlandia. Questo garantisce un'impronta di CO2 inferiore del 74% rispetto alla pelle.

L'impegno di Volvo c'è. D'altra parte, secondo un recente studio condotto da McKinsey, circa il 70% dei consumatori nelle loro scelte di acquisto sono pronti a optare per prodotti eco-friendly rispetto a quelli tradizionali, anche pagando prezzi più elevati.

Per concludere, oggi si sente indubbiamente la mancanza di un certificatore super partes che indichi al consumatore in che percentuale l'automobile che si intende acquistare è realmente «ecologica». Siamo convinti che questa sia la sola direzione perseguibile.