il Bene Comune

Periodico trimestrale - Numero 1 Settembre - Novembre 2026

Direttore Responsabile: Ettore Baldanzi
Reg. Trib. Bologna Reg. 8649R.St. 9/6/25

GREENWASHING

Nuove regole, nuove responsabilità, nuove opportunità

Una guida per i cittadini



In questo numero

MANIFESTO	Il manifesto de “Il Bene Comune”	2
DOSSIER	Greenwashing: storia, regole e responsabilità	3
CALEIDOSCOPIO	Quando la Pubblica Amministrazione parla di ambiente	12
ASSOCIAZIONISMO	LAV Bologna	16
PROGETTI SOSTENIBILI	C’era una volta un macero	17
SCHEMA	Dal macero all’oasi	23
LAV	La carne coltivata -	24
BIODIVERSITÀ	Legambiente Emilia-Romagna - LIFE NatConnect2030	27
SCUOLA	Montessori Family School	28
OSSERVATORIO	Osservatorio Nazionale Greenwashing	29

IL MANIFESTO DE “IL BENE COMUNE”

THE MANIFESTO OF “IL BENE COMUNE”

Tommaso D’Aquino, filosofo del 1200, a cui è ispirato il nome del nostro periodico, affermava che la ricerca del “bene comune” è connaturale all’uomo, in quanto questi è per natura un essere sociale e politico e non può soddisfare i propri bisogni materiali né realizzare se stesso nella dimensione culturale e morale senza la collaborazione e la solidarietà degli altri.

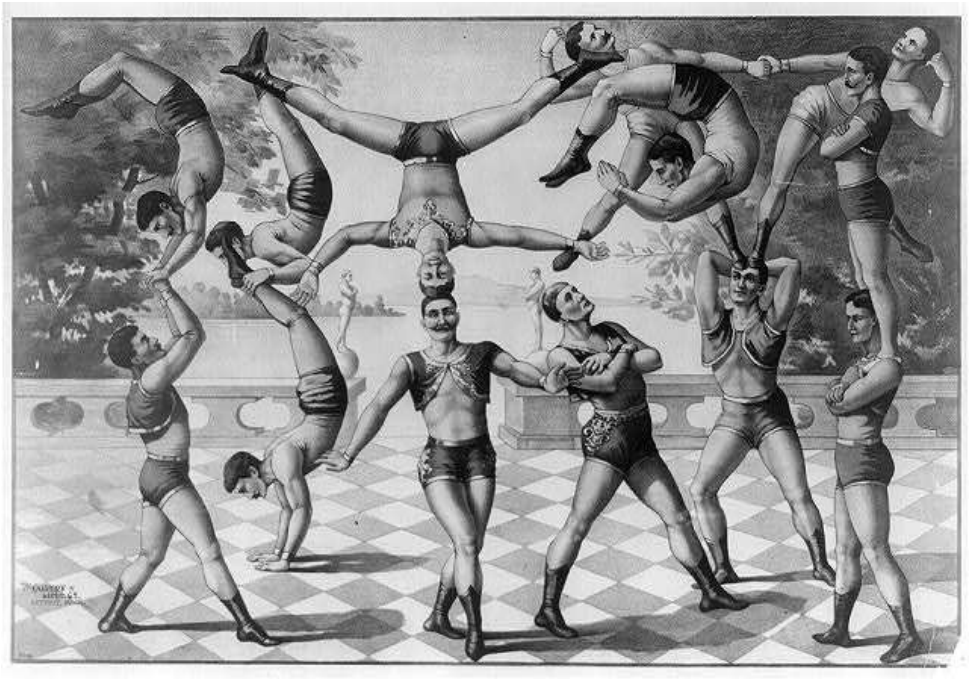
Vogliamo iniziare questo viaggio insieme a voi, alla ricerca dell’incontro collaborativo tra tecnologia e benessere, per un equilibrio tra sviluppo e sostenibilità affinché il nostro stile di vita diventi sempre più ecocompatibile con il mondo e le persone che ci circondano.

Nel nostro periodico discuteremo delle soluzioni tecnologiche e dei modelli tecnico-organizzativi che contribuiscono a rendere più protetto il nostro habitat, in una coabitazione possibile tra sviluppo, innovazione tecnica ed ecologia.

Thomas Aquinas, a thirteenth-century philosopher, after whom our periodical is named, stated that the search for the “common good” is inherent in human beings, since by nature they are social and political beings and cannot satisfy their material needs or fulfil themselves in their cultural and moral dimension without the cooperation and solidarity of others.

We want to begin this journey together with you, seeking a collaborative encounter between technology and well-being, for a balance between development and sustainability, so that our lifestyle may become increasingly eco-compatible with the world and the people around us.

In our periodical we will discuss technological solutions and technical-organisational models that help make our habitat more protected, in a possible coexistence between development, technical innovation and ecology.



Acrobati in una stampa circense del 1891. Library of Congress, “Thirteen men doing acrobatics” - nessuna restrizione nota alla pubblicazione.
Acrobats in an 1891 circus print. Library of Congress, “Thirteen men doing acrobatics” - no known restrictions on publication.

GREENWASHING: DALLA PROMESSA VERDE ALLA RESPONSABILITÀ AMBIENTALE

di Ettore Baldanzi e Giulia Gasparini

GREENWASHING: FROM GREEN PROMISES TO ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY



Anni Settanta - ricostruzione grafica ispirata alla comunicazione ambientale dell'epoca. Il marchio VERDILUX è di fantasia. / 1970s - editorial reconstruction inspired by environmental communication of the period. VERDILUX is a fictional brand.

La storia di un fenomeno globale che, da semplice strategia di comunicazione, è diventato una questione economica, sociale e giuridica.

Per molti anni parole come "green", "eco", "naturale" e "sostenibile" hanno popolato pubblicità, confezioni e campagne aziendali. Oggi qualcosa sta cambiando. La sostenibilità non può più essere soltanto raccontata: deve poter essere dimostrata.

Il verde rassicura. Richiama la natura, l'aria pulita, le foreste, l'acqua, un futuro migliore. Per questo, negli ultimi decenni, è diventato anche uno dei colori più utilizzati dalla comunicazione commerciale.

Ma cosa accade quando l'immagine ambientale di un prodotto o di un'impresa è molto più virtuosa della realtà? È qui che nasce il greenwashing.

La parola deriva dall'unione di due termini inglesi: green, verde, e washing, lavare o ripulire. Indica il tentativo di costruire un'immagine ambientalmente responsabile senza che a essa corrispondano, in misura adeguata, comportamenti, processi produttivi o risultati concretamente sostenibili.

In altre parole, una sorta di "verniciatura verde": apparire sostenibili più che esserlo. Ma ridurre il greenwashing a una pubblicità poco corretta

The story of a global phenomenon that, from a simple communication strategy, has become an economic, social and legal issue.

For many years, words such as "green", "eco", "natural" and "sustainable" have filled advertisements, packaging and corporate campaigns. Today something is changing. Sustainability can no longer simply be told: it must be demonstrated.

Green reassures us. It evokes nature, clean air, forests, water and a better future. For this reason, in recent decades it has also become one of the colours most widely used in commercial communication.

But what happens when the environmental image of a product or a company is far more virtuous than reality? This is where greenwashing begins.

The word comes from the combination of two English terms: green and washing, meaning to wash or clean up. It describes the attempt to build an environmentally responsible image without a corresponding, adequate level of behaviours, production processes or genuinely sustainable results.

In other words, a kind of "green coating": appearing sustainable rather than being sustainable. But reducing greenwashing to merely

sarebbe ormai limitativo. Quello che nasce come fenomeno prevalentemente comunicativo si è progressivamente trasformato in un problema di tutela dei consumatori, di concorrenza tra imprese e, oggi, di responsabilità giuridica.

incorrect advertising would now be too limited. What began mainly as a communication phenomenon has gradually become a matter of consumer protection, competition between companies and, today, legal responsibility.

Quando l'ambiente entra nella pubblicità

When the environment enters advertising



Marzo 1970 - studenti riuniti all'Università del Michigan durante il Teach-In on the Environment. Foto: University of Michigan School for Environment and Sustainability - CC BY 2.0. / March 1970 - students gathered at the University of Michigan during the Teach-In on the Environment.

Per comprenderne l'evoluzione bisogna tornare agli anni Sessanta e Settanta. Sono gli anni nei quali i problemi ambientali iniziano a conquistare uno spazio crescente nell'opinione pubblica: inquinamento industriale, pesticidi, qualità dell'aria, contaminazione delle acque e sfruttamento delle risorse naturali diventano temi di discussione collettiva.

To understand its evolution, we must go back to the 1960s and 1970s. These were the years in which environmental problems began to occupy an increasingly important place in public opinion: industrial pollution, pesticides, air quality, water contamination and the exploitation of natural resources became subjects of collective debate.

La sensibilità ambientale comincia inevitabilmente a influenzare anche il mercato. Le imprese comprendono progressivamente che mostrare attenzione verso la natura può rappresentare un vantaggio reputazionale. Nelle campagne pubblicitarie compaiono alberi, prati, animali, cieli azzurri, fiumi e paesaggi incontaminati.

Environmental awareness inevitably began to influence the market as well. Companies gradually understood that showing concern for nature could provide a reputational advantage. Trees, meadows, animals, blue skies, rivers and unspoilt landscapes began to appear in advertising campaigns.

Non sempre, però, a questa nuova narrazione corrisponde un'effettiva trasformazione dei modelli produttivi. Si crea così una delle contraddizioni che accompagneranno per decenni la comunicazione ambientale: la distanza tra l'immagine proposta al consumatore e l'impatto reale dell'attività economica.

However, this new narrative was not always matched by an effective transformation of production models. One of the contradictions that would accompany environmental communication for decades thus emerged: the distance between the image presented to consumers and the actual impact of economic activity.

1986: nasce una parola destinata a fare storia

1986: a word destined to make history is born

Alla fine degli anni Ottanta e durante gli anni Novanta il quadro cambia profondamente. Nel 1987 il rapporto "Our Common Future", (Rapporto Brundtland), contribuisce a diffondere nel dibattito internazionale il concetto di sviluppo sostenibile: soddisfare i bisogni del presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri.

L'episodio è significativo perché contiene già uno degli elementi centrali del greenwashing moderno: enfatizzare una piccola azione positiva fino a farla diventare rappresentativa dell'intera organizzazione. Il problema, dunque, non è necessariamente che l'azione comunicata sia falsa. Può essere vera, ma marginale rispetto agli impatti oppressive dell'impresa.



Nel 1992 il Vertice della Terra di Rio de Janeiro porta definitivamente ambiente e sviluppo sostenibile al centro dell'agenda politica internazionale. Da quel momento la sostenibilità smette progressivamente di essere un tema riservato agli ambientalisti. Entra nella politica, nell'economia e nelle strategie delle grandi imprese. Ed entra, inevitabilmente, nel marketing.

Essere percepiti come responsabili verso l'ambiente diventa un valore competitivo. Il consumatore comincia a scegliere non soltanto sulla base del prezzo o della qualità, ma anche sulla base dei valori che attribuisce a un prodotto e all'impresa che lo realizza. Ed è proprio quando il valore economico della sostenibilità aumenta che aumenta anche il rischio di utilizzarla in maniera impropria.

In 1992, the Rio de Janeiro Earth Summit definitively placed the environment and sustainable development at the centre of the international political agenda. From that point on, sustainability gradually ceased to be a subject reserved for environmentalists. It entered politics, economics and the strategies of large companies. And, inevitably, it entered marketing.

The episode is significant because it already contains one of the central elements of modern greenwashing: emphasising a small positive action until it becomes representative of the entire organisation. The problem, therefore, is not necessarily that the communicated action is false. It may be true, but marginal compared with the company's overall impacts.

From the 1990s to global sustainability. At the end of the 1980s and throughout the 1990s, the picture changed profoundly. In 1987, the report "Our Common Future", known as the Brundtland Report, helped spread the concept of sustainable development in international debate: meeting the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.

Being perceived as environmentally responsible became a competitive value. Consumers began to choose not only on the basis of price or quality, but also on the basis of the values they associated with a product and the company that made it. And it is precisely when the economic value of sustainability increases that the risk of using it improperly also increases.

Gli anni Duemila: essere “green” diventa un valore economico

The 2000s: being “green” becomes an economic value



Vignetta editoriale sul greenwashing: “Basta una mano di verde?”. / Editorial cartoon on greenwashing: “Is a coat of green enough?”.

Con il nuovo millennio la trasformazione accelera. Cambiamento climatico, emissioni di gas serra, energie rinnovabili, economia circolare, tutela della biodiversità e riciclo diventano temi quotidiani.

Le imprese pubblicano bilanci e rapporti di sostenibilità, sviluppano strategie ESG - Environmental, Social and Governance - fissano obiettivi climatici e comunicano programmi di riduzione degli impatti ambientali. Molte organizzazioni intraprendono percorsi autentici e profondi di trasformazione.

Parallelamente, però, aumenta il numero delle dichiarazioni ambientali utilizzate per distinguere prodotti e servizi sul mercato. Compaiono sempre più frequentemente espressioni come “eco”, “green”, “amico dell’ambiente”, “sostenibile”, “naturale”, “carbon neutral”, “a impatto zero”. Parole potenti, ma non sempre accompagnate da criteri altrettanto chiari.

Un’immagine di una foresta può suggerire un beneficio ambientale senza formularlo esplicitamente. Una confezione verde può condizionare la percezione del consumatore. Un singolo materiale riciclato può essere utilizzato per

With the new millennium, the transformation accelerated. Climate change, greenhouse-gas emissions, renewable energy, the circular economy, biodiversity protection and recycling became everyday topics.

Companies began publishing sustainability statements and reports, developing ESG - Environmental, Social and Governance - strategies, setting climate targets and communicating programmes to reduce environmental impacts. Many organisations embarked on authentic and profound paths of transformation.

At the same time, however, the number of environmental claims used to distinguish products and services on the market increased. Expressions such as “eco”, “green”, “environmentally friendly”, “sustainable”, “natural”, “carbon neutral” and “zero impact” became increasingly frequent. Powerful words, but not always accompanied by equally clear criteria.

An image of a forest can suggest an environmental benefit without stating it explicitly. Green packaging can influence consumer perception. A single recycled material can be used to present as sustainable a product whose overall impact is far more complex.

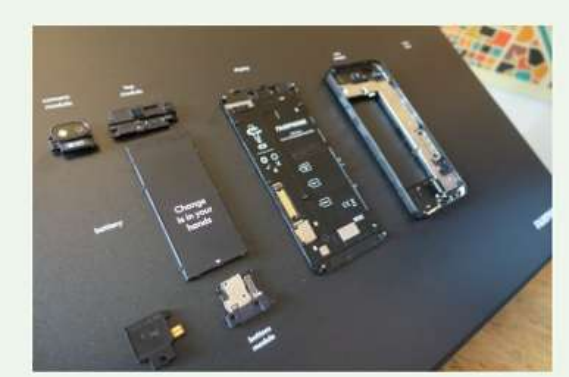
presentare come sostenibile un prodotto il cui impatto complessivo è molto più complesso.

Nasce così una distinzione divenuta fondamentale: quella tra green talk e green action. Il primo è ciò che un'organizzazione dice. Il secondo è ciò che realmente fa. Il greenwashing vive nello spazio che può crearsi fra questi due elementi.

Thus a distinction emerged that has become fundamental: the distinction between green talk and green action. The first is what an organisation says. The second is what it actually does. Greenwashing lives in the space that can open up between these two elements.

Non tutte le affermazioni ambientali scorrette sono bugie

Not every misleading environmental claim is a lie



Quando il verde si può dimostrare: Fairphone, modularità e riparabilità. Foto: PKFP, 2019 - CC BY-SA 4.0. / Fairphone: a concrete example of verifiable green communication.

È forse questo uno degli aspetti più importanti da comprendere. Il greenwashing non consiste soltanto nell'inventare dati falsi. Una comunicazione può risultare problematica anche quando utilizza informazioni formalmente vere ma presentate in maniera incompleta, sproporzionata o priva del necessario contesto.

This is perhaps one of the most important aspects to understand. Greenwashing does not consist only of inventing false data. Communication can also be problematic when it uses information that is formally true but is presented incompletely, disproportionately or without the necessary context.

Un prodotto può, ad esempio, contenere una percentuale di materiale riciclato, ma ciò non significa automaticamente che l'intero prodotto possa essere definito "sostenibile". Un'impresa può aver ridotto le emissioni di uno stabilimento, ma ciò non significa necessariamente che abbia ridotto l'impatto complessivo della propria attività. Una confezione può essere riciclabile, ma questo non rende automaticamente ecologico ciò che contiene.

A product may, for example, contain a percentage of recycled material, but that does not automatically mean that the entire product can be defined as "sustainable". A company may have reduced the emissions of one plant, but that does not necessarily mean it has reduced the overall impact of its activities. Packaging may be recyclable, but that does not automatically make what it contains environmentally friendly.

La questione centrale diventa quindi la capacità di dimostrare ciò che viene comunicato e di rappresentarlo al consumatore in maniera corretta, comprensibile e proporzionata.

The central issue therefore becomes the ability to demonstrate what is communicated and to present it to consumers in a correct, understandable and proportionate way.

L'Europa cambia prospettiva. Per molti anni il contrasto alle dichiarazioni ambientali ingannevoli è stato affidato soprattutto alle norme generali sulle pratiche commerciali scorrette. Con il progressivo sviluppo del Green Deal europeo, presentato nel 2019, la questione assume però un'importanza diversa.

Se l'Europa vuole orientare produzione e consumi verso modelli più sostenibili, il cittadino deve poter distinguere le prestazioni ambientali reali dalle semplici strategie di marketing. Il greenwashing non danneggia infatti soltanto il consumatore. Danneggia anche le imprese che investono realmente nella sostenibilità.

Un'azienda che modifica processi produttivi, seleziona materiali migliori, misura gli impatti ambientali, investe nella riduzione delle emissioni e rende più trasparente la propria filiera sostiene costi e affronta cambiamenti organizzativi significativi. Se un concorrente può ottenere lo stesso vantaggio reputazionale semplicemente utilizzando parole come "eco" o "green", si crea anche una distorsione della concorrenza.

Europe changes perspective. For many years, action against misleading environmental claims relied mainly on the general rules governing unfair commercial practices. With the gradual development of the European Green Deal, presented in 2019, however, the issue took on a different significance.

If Europe wants to steer production and consumption towards more sustainable models, citizens must be able to distinguish real environmental performance from simple marketing strategies. Greenwashing, in fact, does not only harm consumers. It also harms companies that genuinely invest in sustainability.

A company that changes production processes, selects better materials, measures environmental impacts, invests in reducing emissions and makes its supply chain more transparent incurs costs and faces significant organisational changes. If a competitor can obtain the same reputational advantage simply by using words such as "eco" or "green", competition itself is distorted.

Due percorsi europei da non confondere

Two European paths that should not be confused

Nel dibattito pubblico vengono spesso sovrapposte due iniziative europee differenti. La prima è la Direttiva (UE) 2024/825, conosciuta come Empowering Consumers for the Green Transition, definitivamente approvata e destinata a incidere direttamente sulle pratiche commerciali rivolte ai consumatori.

La seconda è la cosiddetta Green Claims Directive, proposta dalla Commissione europea nel 2023 con l'obiettivo di disciplinare in maniera ancora più specifica l'attestazione e la comunicazione delle dichiarazioni ambientali esplicite.

Il percorso della Green Claims Directive ha tuttavia incontrato importanti difficoltà politiche e legislative: nel giugno 2025 il trilogo previsto tra le istituzioni europee è stato cancellato dopo l'annuncio della Commissione dell'intenzione di ritirare la proposta. Alla data di pubblicazione di questo articolo, la procedura risulta comunque ancora formalmente indicata come in corso nei sistemi legislativi dell'Unione.

È quindi importante non confondere una proposta legislativa ancora priva di conclusione definitiva

Public debate often overlaps two different European initiatives. The first is Directive (EU) 2024/825, known as Empowering Consumers for the Green Transition, which has been definitively approved and is intended to have a direct impact on commercial practices aimed at consumers.

The second is the so-called Green Claims Directive, proposed by the European Commission in 2023 with the aim of regulating, in an even more specific way, the substantiation and communication of explicit environmental claims.

The legislative path of the Green Claims Directive has, however, encountered major political and legislative difficulties: in June 2025, the planned trilogue among the European institutions was cancelled after the Commission announced its intention to withdraw the proposal. At the date of publication of this article, the procedure is nevertheless still formally shown as ongoing in the Union's legislative systems.

It is therefore important not to confuse a legislative proposal that has not yet reached a final conclusion

con la Direttiva (UE) 2024/825, che invece è già diritto europeo ed è stata recepita in Italia.

with Directive (EU) 2024/825, which is already European law and has been transposed in Italy.

IL PUNTO / THE KEY POINT: dalla sensibilizzazione alla regolazione. From awareness to regulation.

Il 27 Settembre 2026 cambia il quadro

27 September 2026 changes the framework

La Direttiva (UE) 2024/825 rafforza in maniera significativa le regole contro le pratiche ambientali ingannevoli. Tra gli aspetti più rilevanti vi è l'attenzione verso le asserzioni ambientali generiche.

Directive (EU) 2024/825 significantly strengthens the rules against misleading environmental practices. One of its most important aspects is the focus on generic environmental claims.

Espressioni come "rispettoso dell'ambiente", "verde", "ecologico", "amico della natura" o formulazioni analoghe non potranno essere utilizzate liberamente quando non siano sostenute da prestazioni ambientali riconosciute e pertinenti alla dichiarazione.

Expressions such as "environmentally friendly", "green", "ecological", "nature-friendly" or similar wording may no longer be freely used when they are not supported by recognised environmental performance relevant to the claim.

La disciplina interviene inoltre sui marchi di sostenibilità, sui confronti ambientali e sulle dichiarazioni relative alle prestazioni future. Particolare attenzione viene riservata alle promesse con le quali un'impresa afferma, ad esempio, che in futuro raggiungerà determinati risultati ambientali o climatici.

The rules also address sustainability labels, environmental comparisons and statements concerning future performance. Particular attention is given to promises through which a company states, for example, that it will achieve certain environmental or climate results in the future.

Non dovrebbe più essere sufficiente promettere genericamente di diventare "net zero", "climate neutral" o più sostenibili entro una certa data. Quando una dichiarazione riguarda prestazioni ambientali future, diventano centrali elementi quali obiettivi chiari, verificabili, pubblicamente accessibili, un piano realistico di attuazione, risorse adeguate e verifiche indipendenti sui progressi compiuti.

It should no longer be sufficient to make a generic promise to become "net zero", "climate neutral" or more sustainable by a certain date. When a claim concerns future environmental performance, key elements include clear, verifiable and publicly accessible objectives, a realistic implementation plan, adequate resources and independent verification of progress.

La normativa interviene anche sulle affermazioni climatiche fondate sulla compensazione delle emissioni: non sarà possibile presentare un prodotto come avente un impatto neutro, ridotto o positivo sulle emissioni di gas serra semplicemente facendo leva sulla compensazione delle emissioni al di fuori della catena del valore del prodotto.

The legislation also addresses climate claims based on carbon offsetting: it will not be possible to present a product as having a neutral, reduced or positive impact on greenhouse-gas emissions simply by relying on offsetting outside the product's value chain.

È un cambiamento sostanziale. L'attenzione si sposta dalla capacità di creare un messaggio efficace alla capacità di provarne la fondatezza.

This is a substantial change. The focus shifts from the ability to create an effective message to the ability to prove that the message is well founded.

L’Italia e il Decreto Legislativo n. 30 del 2026

Italy and Legislative Decree No. 30 of 2026

L’Italia ha recepito la Direttiva (UE) 2024/825 attraverso il Decreto Legislativo 20 febbraio 2026, n. 30, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale del 9 marzo 2026. Il decreto è entrato formalmente in vigore il 24 marzo 2026, mentre le nuove disposizioni diventano applicabili dal 27 settembre 2026.

Italy transposed Directive (EU) 2024/825 through Legislative Decree No. 30 of 20 February 2026, published in the Official Gazette on 9 March 2026. The decree formally entered into force on 24 March 2026, while the new provisions become applicable from 27 September 2026.

Da quella data cambia concretamente il quadro nel quale dovranno essere valutate numerose comunicazioni ambientali rivolte ai consumatori. Non bisogna pensare soltanto alle grandi campagne pubblicitarie.

From that date, the framework within which many environmental communications addressed to consumers must be assessed changes in concrete terms. We should not think only of major advertising campaigns.

Un’asserzione ambientale può comparire su una confezione, un’etichetta, un catalogo, una pagina web, un e-commerce, un post sui social network, una brochure, un’insegna o un materiale promozionale. E anche parole, simboli, colori e immagini possono contribuire a creare nel consumatore una determinata impressione ambientale.

An environmental claim may appear on packaging, a label, a catalogue, a website, an e-commerce page, a social-media post, a brochure, a sign or promotional material. Words, symbols, colours and images can also contribute to creating a particular environmental impression in the consumer’s mind.

Per le aziende questo significa che la sostenibilità dovrà essere sempre più collegata ai sistemi di controllo interno. Marketing, comunicazione, qualità, ambiente, ufficio legale, acquisti e direzione aziendale non potranno più procedere separatamente quando viene formulata una dichiarazione ambientale.

For companies, this means that sustainability will increasingly have to be connected to internal control systems. Marketing, communication, quality, environment, legal affairs, purchasing and company management can no longer proceed separately when an environmental claim is made.

Prima della pubblicazione di un messaggio dovrebbe esserci una domanda estremamente semplice: possiamo dimostrarlo?

Before a message is published, there should be one extremely simple question: can we prove it?

IL PUNTO - 5 domande che un’impresa dovrebbe porsi

1. Che cosa stiamo realmente dichiarando? 2. Abbiamo prove adeguate? 3. Il messaggio può creare un’impressione più ampia della realtà? 4. Stiamo utilizzando un’espressione generica? 5. Potremmo mostrare al consumatore come siamo arrivati a quella dichiarazione?

THE KEY POINT - 5 questions a company should ask itself: What are we really claiming? Do we have adequate evidence? Could the message create a broader impression than reality? Are we using a generic expression? Could we show consumers how we arrived at that claim?

Anche il cittadino cambia ruolo

Citizens also change their role

Le nuove regole non riguardano soltanto le imprese. Riguardano anche noi come consumatori. Per anni siamo stati abituati a considerare determinate parole come indicatori quasi automatici di sostenibilità.

The new rules do not concern only companies. They also concern us as consumers. For years, we have been accustomed to treating certain words as almost automatic indicators of sustainability.

Ma "naturale" non significa necessariamente sostenibile. "Riciclabile" non significa necessariamente riciclato. "Con materiale riciclato" non significa necessariamente interamente riciclato. "Emissioni compensate" non equivale necessariamente a emissioni eliminate. "Green" da solo non spiega praticamente nulla.

But "natural" does not necessarily mean sustainable. "Recyclable" does not necessarily mean recycled. "Made with recycled material" does not necessarily mean entirely recycled. "Offset emissions" do not necessarily mean eliminated emissions. The word "green" on its own explains almost nothing.

Il consumatore del futuro dovrà quindi imparare a cercare informazioni più precise. Quanto? Dove? Rispetto a cosa? Con quale metodo? Verificato da chi? Sono domande apparentemente semplici, ma rappresentano il cuore di una nuova cultura della sostenibilità.

The consumer of the future will therefore have to learn to look for more precise information. How much? Where? Compared with what? Using which method? Verified by whom? These questions may seem simple, but they lie at the heart of a new culture of sustainability.

GUIDA RAPIDA PER I CITTADINI

Cinque segnali da osservare: 1) parole assolute; 2) assenza di dati; 3) informazioni difficili da trovare; 4) una piccola qualità presentata come caratteristica dell'intero prodotto; 5) promesse lontane nel tempo senza un piano concreto.

QUICK GUIDE FOR CITIZENS - Five signs to watch for: absolute wording; lack of data; information that is difficult to find; one small quality presented as a characteristic of the whole product; distant future promises without a concrete plan.

Dalla comunicazione alla responsabilità

From communication to responsibility

La storia del greenwashing racconta in realtà una trasformazione molto più grande. Per decenni la sostenibilità è stata soprattutto una nuova dimensione della reputazione aziendale. Oggi tende a diventare un elemento sempre più misurabile della gestione d'impresa.

The history of greenwashing actually tells the story of a much broader transformation. For decades, sustainability was above all a new dimension of corporate reputation. Today it is increasingly becoming a measurable element of business management.

Questo comporterà inevitabilmente nuove responsabilità, ma anche nuove opportunità. Le imprese realmente virtuose potranno distinguersi meglio da quelle che utilizzano la sostenibilità soltanto come strumento di comunicazione.

This will inevitably bring new responsibilities, but also new opportunities. Companies that are genuinely virtuous will be better able to distinguish themselves from those that use sustainability only as a communication tool.

Sistemi di misurazione degli impatti, tracciabilità delle informazioni, valutazione del ciclo di vita, controlli interni, verifiche indipendenti e formazione del personale potranno assumere un ruolo sempre più rilevante. Anche la comunicazione dovrà cambiare linguaggio.

Impact-measurement systems, information traceability, life-cycle assessment, internal controls, independent verification and staff training may all take on an increasingly important role. Communication itself will also have to change its language.

Meno slogan assoluti. Più dati. Meno promesse generiche. Più obiettivi verificabili. Meno immagini utilizzate per suggerire. Più informazioni capaci di dimostrare.

Fewer absolute slogans. More data. Fewer generic promises. More verifiable objectives. Fewer images used merely to suggest. More information capable of demonstrating.

Una nuova cultura della trasparenza. La sfida che abbiamo davanti, tuttavia, non può essere risolta soltanto attraverso divieti e sanzioni. Serve una nuova cultura.

A new culture of transparency. The challenge before us, however, cannot be solved through prohibitions and sanctions alone. A new culture is needed.

Una cultura nella quale la sostenibilità non sia un'etichetta da applicare alla fine di un processo produttivo, ma una dimensione che accompagni la progettazione dei prodotti, gli acquisti, la scelta dei materiali, la produzione, la logistica, la distribuzione, l'utilizzo e il fine vita.

A culture in which sustainability is not a label to be applied at the end of a production process, but a dimension that accompanies product design, purchasing, material selection, production, logistics, distribution, use and end of life.

Una cultura basata su dati verificabili, trasparenza delle filiere, valutazione degli impatti lungo il ciclo di vita, responsabilità delle imprese, controllo indipendente ed educazione ambientale dei cittadini.

A culture based on verifiable data, transparency of supply chains, assessment of impacts throughout the life cycle, corporate responsibility, independent control and environmental education for citizens.

Perché il contrasto al greenwashing non dovrebbe avere come obiettivo quello di impedire alle aziende di parlare di ambiente. Al contrario. Dovrebbe consentire alle imprese che stanno realmente investendo nella transizione ecologica di raccontarlo in maniera credibile e permettere ai cittadini di scegliere sulla base di informazioni attendibili.

Because action against greenwashing should not aim to prevent companies from talking about the environment. Quite the opposite. It should allow companies that are genuinely investing in the ecological transition to communicate this credibly and allow citizens to choose on the basis of reliable information.

Il greenwashing nasce come problema di comunicazione. Diventa un problema di mercato. E oggi entra definitivamente nella sfera della responsabilità. Dopo decenni nei quali il colore verde ha potuto evocare da solo sostenibilità e rispetto della natura, stiamo entrando in una fase differente.

Greenwashing begins as a communication problem. It becomes a market problem. And today it definitively enters the sphere of responsibility. After decades in which the colour green alone could evoke sustainability and respect for nature, we are entering a different phase.

Una fase nella quale tra una promessa e la realtà dovrà esserci qualcosa di più di uno slogan. Dovranno esserci prove, dati e trasparenza. Non sarà più sufficiente dichiarare di essere sostenibili. Bisognerà dimostrarlo.

A phase in which there must be something more than a slogan between a promise and reality. There must be evidence, data and transparency. It will no longer be enough to claim to be sustainable. It will have to be demonstrated.

CALEIDOSCOPIO

Osservatorio sulle pubbliche amministrazioni e la gestione ambientale

QUANDO LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE PARLA DI AMBIENTE

di Andrea Barducci

Una piccola guida per imparare a leggere dati, obiettivi e risultati senza fermarsi agli slogan.

Le amministrazioni pubbliche parlano sempre più spesso di sostenibilità: città climaticamente neutrali, nuovi alberi, piste ciclabili, raccolta differenziata, comunità energetiche, riduzione delle emissioni, rigenerazione urbana, mobilità sostenibile. È un cambiamento positivo.

Il fatto stesso che Comuni, Regioni e altri enti pubblici considerino l'ambiente un elemento importante delle proprie politiche significa che la sostenibilità è entrata stabilmente nelle decisioni che riguardano il territorio.

Ma proprio perché questi temi sono diventati così importanti, anche il cittadino deve imparare a leggerli. Non per diffidare. Non per cercare necessariamente ciò che non funziona. Ma per comprendere meglio ciò che viene fatto, distinguere un obiettivo da un risultato e partecipare in maniera più consapevole alla vita della propria comunità.

Dalla comunicazione alla comprensione. Quando un'amministrazione annuncia "Pianteremo 10.000 alberi" sta comunicando un obiettivo. Quando, qualche anno dopo, informa "Abbiamo piantato 8.500 alberi, 7.900 sono attecchiti e sono stati sostituiti 300 esemplari che non hanno superato i primi anni" sta comunicando anche un risultato.

Entrambe le informazioni sono importanti, ma raccontano momenti differenti dello stesso progetto. Il primo è una promessa. Il secondo permette al cittadino di cominciare a verificarne la realizzazione. È questa la prima distinzione da imparare: un obiettivo non è ancora un risultato.

A short guide to learning how to read data, objectives and results without stopping at slogans.

Public administrations increasingly talk about sustainability: climate-neutral cities, new trees, cycle lanes, separate waste collection, energy communities, emission reductions, urban regeneration and sustainable mobility. This is a positive change.

The very fact that municipalities, regions and other public bodies consider the environment an important element of their policies means that sustainability has become a stable part of decisions concerning the territory.

But precisely because these issues have become so important, citizens must also learn how to read them. Not in order to distrust. Not necessarily to look for what is not working. But to understand better what is being done, distinguish an objective from a result and participate more consciously in the life of their community.

From communication to understanding. When an administration announces "We will plant 10,000 trees", it is communicating an objective. When, a few years later, it reports "We planted 8,500 trees, 7,900 took root and 300 specimens that did not survive their first years were replaced", it is also communicating a result.

Both pieces of information are important, but they describe different moments in the same project. The first is a promise. The second allows citizens to begin checking its implementation. This is the first distinction to learn: an objective is not yet a result.

I numeri hanno bisogno di una domanda in più

Numbers need one more question

I numeri sono indispensabili, ma spesso un numero da solo racconta soltanto una parte della storia. Prendiamo la raccolta differenziata. Leggere che un territorio ha raggiunto una percentuale molto elevata di raccolta differenziata è certamente un dato importante. Ma il cittadino può fare una domanda ulteriore: quanto di ciò che viene raccolto separatamente viene poi effettivamente recuperato o riciclato?

Numbers are essential, but a number on its own often tells only part of the story. Consider separate waste collection. Reading that a territory has achieved a very high rate of separate collection is certainly important. But citizens can ask one further question: how much of what is collected separately is then actually recovered or recycled?

Sono due indicatori differenti. La raccolta differenziata misura come il rifiuto viene raccolto. Il riciclo misura ciò che accade successivamente al materiale. Conoscere questa differenza non significa mettere in dubbio il primo risultato. Significa comprenderlo meglio.

These are two different indicators. Separate collection measures how waste is collected. Recycling measures what happens to the material afterwards. Knowing this difference does not mean questioning the first result. It means understanding it better.

Lo stesso vale per le politiche di forestazione urbana. Quanti alberi vengono piantati? Dove? Quali specie vengono utilizzate? Chi si occupa della manutenzione? Quanti sopravvivono dopo tre o cinque anni? Un albero appena messo a dimora e un albero adulto non svolgono la stessa funzione ecologica.

The same applies to urban tree-planting policies. How many trees are planted? Where? Which species are used? Who takes care of maintenance? How many survive after three or five years? A newly planted tree and a mature tree do not perform the same ecological function.

Una pista ciclabile non è soltanto una linea sulla mappa. I nuovi percorsi sono collegati tra loro? Permettono di raggiungere scuole, stazioni, luoghi di lavoro e servizi? Sono utilizzati? Hanno contribuito a ridurre gli spostamenti in automobile? La quantità rimane importante, ma può essere affiancata da una domanda sulla qualità e sull'efficacia dell'intervento.

A cycle lane is not merely a line on a map. Are the new routes connected to each other? Do they allow people to reach schools, stations, workplaces and services? Are they used? Have they helped reduce car journeys? Quantity remains important, but it can be accompanied by a question about the quality and effectiveness of the intervention.

Le dichiarazioni relative al futuro richiedono ancora più attenzione. Davanti a un obiettivo come "Neutralità climatica entro il 2030" il cittadino può chiedere: da quale livello di emissioni partiamo? Quali settori producono maggiori emissioni? Quali interventi sono programmati? Quanto costano? Con quali risorse saranno finanziati? Ogni quanto verranno pubblicati i risultati? Quanto manca all'obiettivo?

Statements about the future require even greater attention. Faced with a target such as "Climate neutrality by 2030", citizens can ask: what is the starting level of emissions? Which sectors produce the most emissions? Which measures are planned? How much will they cost? How will they be financed? How often will results be published? How far are we from the target?

La parola chiave è indicatore. Un indicatore è semplicemente un dato che permette di misurare nel tempo un fenomeno. La domanda importante

The key word is indicator. An indicator is simply a piece of data that allows a phenomenon to be measured over time. The important question

diventa quindi: “Quale indicatore utilizziamo per sapere se questo progetto sta funzionando?”. È una domanda semplice ed è una delle domande più potenti che un cittadino possa rivolgere a un’amministrazione.

therefore becomes: “Which indicator are we using to know whether this project is working?”. It is a simple question, and one of the most powerful questions a citizen can ask an administration.

Chiedere non significa accusare

Asking does not mean accusing

C’è un equivoco che dovremmo superare. Chiedere dati a una Pubblica Amministrazione non significa necessariamente contestarne l’operato. La trasparenza dovrebbe essere considerata una parte normale del rapporto tra istituzioni e cittadini.

There is a misunderstanding we should overcome. Asking a Public Administration for data does not necessarily mean challenging its work. Transparency should be considered a normal part of the relationship between institutions and citizens.

Un’amministrazione che pubblica risultati, indicatori, difficoltà incontrate e obiettivi non ancora raggiunti non appare necessariamente più debole. Può apparire, al contrario, più credibile. Perché quasi nessun progetto complesso procede esattamente come previsto.

An administration that publishes results, indicators, difficulties encountered and objectives not yet achieved does not necessarily appear weaker. On the contrary, it may appear more credible, because almost no complex project proceeds exactly as planned.

Un albero può morire. Un’opera può essere ritardata. Un obiettivo può rivelarsi più difficile del previsto. La qualità della comunicazione pubblica si misura anche nella capacità di raccontare ciò che non ha funzionato e spiegare cosa si intende fare per correggerlo.

A tree can die. A public work can be delayed. A target can prove more difficult than expected. The quality of public communication is also measured by the ability to explain what did not work and what is intended to correct it.

Sei domande che possiamo imparare a fare: 1. Da dove partiamo? 2. Dove vogliamo arrivare? 3. Entro quando? 4. Come lo misuriamo? 5. Dove possiamo vedere i risultati? 6. Cosa succede se il risultato non viene raggiunto?

Six questions we can learn to ask: 1. Where are we starting from? 2. Where do we want to get to? 3. By when? 4. How do we measure it? 5. Where can we see the results? 6. What happens if the result is not achieved?

Sono domande che non appartengono a una parte politica. Appartengono alla buona amministrazione.

These questions do not belong to any political side. They belong to good administration.

Anche raccontare ciò che funziona. Caleidoscopio non nasce soltanto per osservare le criticità. Esistono amministrazioni che pubblicano dati ambientali con grande dettaglio, progetti nei quali gli obiettivi vengono monitorati anno dopo anno, sistemi di rendicontazione che permettono ai cittadini di conoscere lo stato di avanzamento degli interventi. Queste esperienze meritano di essere raccontate.

Also tell the stories of what works. Caleidoscopio was not created only to observe problems. There are administrations that publish environmental data in great detail, projects whose objectives are monitored year after year, and reporting systems that allow citizens to know the progress of interventions. These experiences deserve to be told.

Il cittadino come osservatore consapevole. Il rapporto tra cittadini e Pubblica Amministrazione non dovrebbe ridursi al momento delle elezioni. Una comunità può seguire nel tempo ciò che viene realizzato sul proprio territorio, leggere un

The citizen as a conscious observer. The relationship between citizens and Public Administration should not be reduced to election time. A community can follow what is being done in its territory over time, read a budget, consult an

bilancio, consultare un piano ambientale, chiedere informazioni, confrontare gli obiettivi con i risultati, riconoscere ciò che funziona e segnalare ciò che potrebbe funzionare meglio.

Non serve essere tecnici. Spesso bastano poche domande: Quanto? Rispetto a cosa? Entro quando? Come viene misurato? Dove posso vedere il risultato? Sono domande semplici. Ma trasformano il cittadino da destinatario della comunicazione a partecipante consapevole della vita pubblica. Ed è forse proprio questo il compito di una buona comunicazione ambientale: non chiedere semplicemente alle persone di credere. Metterle nelle condizioni di capire.

environmental plan, request information, compare objectives with results, recognise what works and point out what could work better.

You do not need to be a technician. Often a few questions are enough: How much? Compared with what? By when? How is it measured? Where can I see the result? These are simple questions, but they transform citizens from recipients of communication into conscious participants in public life. And perhaps this is precisely the task of good environmental communication: not simply asking people to believe, but putting them in a position to understand.

SOSTENIBILITÀ E ASSOCIAZIONISMO - LAV BOLOGNA

SUSTAINABILITY AND ASSOCIATIONISM - LAV BOLOGNA



LAV Bologna - attività di tutela, educazione e volontariato. / LAV Bologna - protection, education and volunteering activities.

La presenza sul territorio di Associazioni che operano per la tutela della biodiversità e della sostenibilità è una ricchezza culturale e morale irrinunciabile per le nostre comunità. In questa rubrica ospiteremo, di volta in volta, le realtà associative locali attive su queste tematiche, sempre più attuali ed urgenti.

The local presence of associations working to protect biodiversity and sustainability is an indispensable cultural and moral asset for our communities. In this column we will, from time to time, host local associations active on these increasingly current and urgent issues.

In questo numero ospitiamo la LAV, Lega Anti Vivisezione: i principi ispiratori dell'Associazione e le concrete attività svolte dalla sede territoriale di Bologna.

In this issue we feature LAV, the Anti-Vivisection League: the Association's guiding principles and the concrete activities carried out by its Bologna branch.

LAV dalla parte degli animali: per i diritti animali e l'antispecismo; contro ogni forma di sfruttamento; per un mondo dove ogni singolo vivente abbia libertà, dignità e vita.

LAV on the side of animals: for animal rights and antispeciesism; against every form of exploitation; for a world in which every living being has freedom, dignity and life.

LAV dalla parte degli animali: per un cambiamento negli stili di vita e nelle scelte politiche; per il rispetto dei viventi, senza distinzioni di specie.

LAV on the side of animals: for changes in lifestyles and political choices; for respect for living beings, without distinctions between species.

LAV dalla parte degli animali: scelta etica vegana; per la tutela degli ecosistemi.

LAV on the side of animals: an ethical vegan choice; for the protection of ecosystems.

LAV Bologna è presente sul territorio con interventi educativi nelle scuole, assistenza diretta ad animali e loro compagni umani in difficoltà, organizzazione di presidi informativi e di protesta, collaborazioni con le istituzioni e i media locali, Sportello maltrattamenti, unità di emergenza, ricerca di adozioni, conferenze, raccolte fondi.

LAV Bologna is active locally with educational initiatives in schools, direct assistance to animals and their human companions in difficulty, information and protest events, cooperation with institutions and local media, an animal-abuse help desk, emergency units, adoption searches, conferences and fundraising.

Collabora con noi, diventa volontario LAV! WhatsApp: 3338175258 - 3204788779. Mail: lav.bologna@lav.it. Sito web: https://www.lav.it/sedi/bologna. Seguici su Facebook, Instagram e TikTok. Sostieni LAV Bologna con una donazione - IBAN: IT 02 J 03069 09606 100000 145774.

Work with us and become a LAV volunteer! WhatsApp: 3338175258 - 3204788779. Email: lav.bologna@lav.it. Website: https://www.lav.it/sedi/bologna. Follow us on Facebook, Instagram and TikTok. Support LAV Bologna with a donation - IBAN: IT 02 J 03069 09606 100000 145774.

È NATA UNA STELLA - C'ERA UNA VOLTA UN MACERO

Storie di progetti sostenibili / Stories of sustainable projects by Ettore Baldanzi

A STAR IS BORN - ONCE UPON A TIME THERE WAS A HEMP-RETTING POND



Il macero oggi - Granarolo dell'Emilia. / The pond today - Granarolo dell'Emilia.

C'era una volta un macero. Per chi vive nella pianura emiliana questa parola appartiene alla memoria del territorio. I maceri erano piccoli bacini artificiali realizzati nelle campagne soprattutto per una funzione precisa: la lavorazione della canapa, che per lungo tempo rappresentò una delle produzioni più importanti dell'agricoltura bolognese.

La canapa veniva raccolta durante l'estate, lasciata essiccare e riunita in fasci. I fusti venivano quindi immersi nell'acqua del macero e mantenuti sul fondo attraverso pesi, spesso grandi sassi. La permanenza nell'acqua permetteva quel processo di macerazione necessario a separare più facilmente la fibra dalle altre parti dello stelo.

Dopo circa due o tre settimane i fasci venivano recuperati, nuovamente essiccati e sottoposti alle successive lavorazioni dalle quali si ricavava la fibra destinata alla produzione di tessuti, tele e cordami. Per generazioni, dunque, il macero non fu semplicemente uno specchio d'acqua: fu uno strumento di lavoro, parte integrante dell'economia e della cultura contadina della pianura.

Once upon a time there was a hemp-retting pond. For those who live in the Emilian plain, this word belongs to the memory of the land. These small artificial basins were built in the countryside above all for one specific purpose: processing hemp, which for a long time was one of the most important products of Bolognese agriculture.

Hemp was harvested during the summer, left to dry and gathered into bundles. The stalks were then immersed in the water of the pond and kept on the bottom by weights, often large stones. Staying in the water allowed the retting process that made it easier to separate the fibre from the other parts of the stem.

After about two or three weeks, the bundles were recovered, dried again and subjected to further processing from which fibre was obtained for the production of fabrics, canvas and ropes. For generations, therefore, the pond was not simply a body of water: it was a working tool, an integral part of the economy and rural culture of the plain.

Con la progressiva scomparsa della coltivazione tradizionale della canapa, soprattutto nella seconda metà del Novecento, molti maceri persero la loro funzione originaria. Alcuni vennero interrati, altri abbandonati. Altri, quasi silenziosamente, iniziarono una seconda vita.

With the gradual disappearance of traditional hemp cultivation, especially in the second half of the twentieth century, many retting ponds lost their original function. Some were filled in, others abandoned. Others, almost silently, began a second life.

Da luogo di lavoro a rifugio per la natura

From working place to refuge for nature

Quando l'uomo smette di utilizzare un ambiente, spesso la natura comincia lentamente a trasformarlo. È quello che è accaduto a molti maceri della pianura bolognese. Le rive si sono ricoperte di vegetazione, le acque sono diventate habitat per insetti e anfibi e questi piccoli bacini hanno iniziato a offrire riparo e possibilità di alimentazione a numerose specie animali.

When people stop using an environment, nature often begins slowly to transform it. This is what happened to many hemp-retting ponds in the Bolognese plain. The banks became covered in vegetation, the water became habitat for insects and amphibians, and these small basins began to provide shelter and feeding opportunities for numerous animal species.

In un territorio profondamente modificato dall'agricoltura, dalle infrastrutture e dall'urbanizzazione, anche pochi metri quadrati di acqua possono assumere un'importanza ecologica molto maggiore di quanto le loro dimensioni lascino immaginare.

In a territory deeply transformed by agriculture, infrastructure and urbanisation, even a few square metres of water can take on an ecological importance far greater than their size might suggest.

Una zona umida può diventare un punto di sosta per gli uccelli in transito, un luogo di abbeverata per la fauna presente nelle campagne circostanti, un ambiente riproduttivo per anfibi e insetti e un piccolo ecosistema capace di mettere in relazione acqua, vegetazione e animali.

A wetland can become a stopover point for birds in transit, a watering place for wildlife in the surrounding countryside, a breeding environment for amphibians and insects, and a small ecosystem capable of connecting water, vegetation and animals.

Ed è proprio da questa consapevolezza che nasce il progetto dell'Oasi di Granarolo dell'Emilia. Ethika Società Agricola ha preso in carico un macero presente nel territorio con un obiettivo che parte da un principio molto semplice: non costruire un ambiente naturale nuovo, ma proteggere e rafforzare quello che già esiste.

It is precisely from this awareness that the Granarolo dell'Emilia Oasis project was born. Ethika Società Agricola has taken responsibility for a local pond with an objective based on a very simple principle: not to build a new natural environment, but to protect and strengthen the one that already exists.

Il macero rappresenta contemporaneamente due patrimoni. Il primo è storico: racconta un modo di coltivare e lavorare la terra che ha caratterizzato per generazioni la campagna emiliana. Il secondo è ambientale: oggi quello stesso bacino costituisce una zona umida che può svolgere una funzione importante per l'ecosistema locale.

The pond simultaneously represents two forms of heritage. The first is historical: it tells the story of a way of cultivating and working the land that characterised the Emilian countryside for generations. The second is environmental: today that same basin is a wetland that can play an important role in the local ecosystem.

Conservarlo significa quindi tenere insieme memoria e futuro. Da antico strumento dell'agricoltura a piccolo laboratorio di biodiversità.

Preserving it therefore means holding memory and future together. From an old agricultural tool to a small laboratory of biodiversity.

Un progetto di tre anni

A three-year project



Visualizzazione progettuale della futura Oasi visitabile. / Project visualisation of the future visitable Oasis.

Il progetto di riqualificazione si svilupperà nell'arco di tre anni e procederà per interventi progressivi, cercando di accompagnare l'evoluzione naturale dell'area senza trasformarne artificialmente l'identità.

The redevelopment project will unfold over three years and will proceed through progressive interventions, seeking to accompany the area's natural evolution without artificially changing its identity.

Garantire l'acqua. La prima sfida riguarda necessariamente l'elemento dal quale dipende l'intero ecosistema: l'acqua. Il progetto prevede la realizzazione e il miglioramento di sistemi di raccolta delle acque capaci di contribuire al mantenimento del bacino anche durante i periodi più siccitosi. L'obiettivo non è semplicemente mantenere uno specchio d'acqua, ma assicurare una sufficiente continuità ecologica della zona umida.

Ensuring water. The first challenge necessarily concerns the element on which the entire ecosystem depends: water. The project provides for the creation and improvement of water-collection systems capable of helping maintain the basin even during drier periods. The aim is not simply to maintain a body of water, but to ensure sufficient ecological continuity for the wetland.

Più vegetazione per proteggere l'umidità. Il secondo intervento riguarderà il rinfoltimento della vegetazione intorno al macero. Alberi, arbusti e vegetazione ripariale possono creare ombreggiamento, limitare l'eccessiva evaporazione dell'acqua, offrire rifugio agli animali e contribuire alla formazione di differenti microhabitat.

More vegetation to preserve moisture. The second intervention will concern increasing the vegetation around the pond. Trees, shrubs and riparian vegetation can create shade, reduce excessive water evaporation, provide shelter for animals and contribute to the formation of different microhabitats.

La vita dentro l'acqua. Sarà favorita la presenza di vegetazione acquatica e palustre autoctona, indispensabile per aumentare la complessità biologica del macero. Piante sommerse, galleggianti e di riva possono fornire rifugio, nutrimento e luoghi di riproduzione a numerosi

Life in the water. The presence of native aquatic and marsh vegetation will be encouraged, as this is essential for increasing the biological complexity of the pond. Submerged, floating and bank plants can provide shelter, food and breeding places for many organisms and contribute to the overall quality of the ecosystem.

organismi e contribuire alla qualità complessiva dell'ecosistema.

Favorire il ritorno della fauna autoctona. Un'Oasi non può essere semplicemente "riempita" di animali. La biodiversità più solida è quella che trova spontaneamente nell'ambiente le condizioni necessarie per stabilirsi. Per questo il progetto punta soprattutto a ricreare habitat idonei affinché la fauna autoctona possa arrivare, alimentarsi, riprodursi e trovare rifugio nell'area.

Encouraging the return of native fauna. An Oasis cannot simply be "filled" with animals. The most robust biodiversity is biodiversity that naturally finds the conditions it needs to establish itself. For this reason, the project mainly aims to recreate suitable habitats so that native fauna can arrive, feed, reproduce and find shelter in the area.

Dove eventuali interventi di reintroduzione dovessero risultare scientificamente opportuni, questi potranno essere valutati esclusivamente nel rispetto delle indicazioni degli esperti e delle autorizzazioni previste. Il vero obiettivo sarà osservare, anno dopo anno, quali specie sceglieranno autonomamente di tornare.

Where any reintroduction measures should prove scientifically appropriate, they may be considered only in accordance with expert guidance and the required authorisations. The real objective will be to observe, year after year, which species choose to return on their own.

Un progetto che nasce in rete

A project born through a network

L'Oasi di Granarolo dell'Emilia non nasce come un'esperienza isolata, ma come parte di una rete più ampia di soggetti impegnati nella tutela dell'ambiente, della biodiversità e del territorio.

The Granarolo dell'Emilia Oasis is not being created as an isolated experience, but as part of a broader network of organisations committed to protecting the environment, biodiversity and the territory.

L'Oasi è affiliata al WWF e sviluppa il proprio percorso ambientale anche in relazione con Legambiente e Slow Food, realtà che, pur con approcci differenti, condividono l'obiettivo di promuovere la conservazione degli ecosistemi, la sostenibilità, la conoscenza del territorio e un rapporto più equilibrato tra attività umane e natura.

The Oasis is affiliated with WWF and is developing its environmental path also in connection with Legambiente and Slow Food, organisations that, although they use different approaches, share the objective of promoting ecosystem conservation, sustainability, knowledge of the territory and a more balanced relationship between human activities and nature.

Queste collaborazioni rafforzano la vocazione del progetto: fare dell'antico macero non soltanto un'area da proteggere, ma un luogo nel quale conservazione della biodiversità, educazione ambientale, cultura del territorio e partecipazione dei cittadini possano incontrarsi.

These collaborations strengthen the project's vocation: to make the old pond not only an area to protect, but a place where biodiversity conservation, environmental education, local culture and citizen participation can meet.

L'Oasi vuole così diventare un piccolo presidio ambientale della pianura bolognese, collegato a esperienze e reti nazionali che da anni lavorano per la tutela della natura e per la costruzione di modelli di sviluppo più sostenibili.

The Oasis thus aims to become a small environmental safeguard in the Bolognese plain, linked to national experiences and networks that have worked for years to protect nature and build more sustainable development models.

Un'Oasi aperta alle persone. Proteggere la natura non significa necessariamente allontanare l'uomo. Significa piuttosto insegnargli ad avvicinarsi in maniera diversa. Per questo l'Oasi sarà progettata

An Oasis open to people. Protecting nature does not necessarily mean keeping people away. Rather, it means teaching them to approach it differently. For this reason, the Oasis will also be

anche come luogo visitabile dai cittadini, attraverso un percorso che permetta di osservare l'ambiente senza interferire con la fauna.

Punti di osservazione, pannelli didattici e percorsi protetti potranno raccontare ciò che accade all'interno di pochi metri quadrati di zona umida: il ciclo dell'acqua, la vegetazione, gli insetti, gli anfibi, gli uccelli migratori e gli animali che frequentano la campagna. L'Oasi potrà così diventare anche un luogo di educazione ambientale per famiglie, bambini e scuole.

designed as a place that citizens can visit, through a route that allows the environment to be observed without interfering with wildlife.

Observation points, educational panels and protected paths will be able to explain what happens within just a few square metres of wetland: the water cycle, vegetation, insects, amphibians, migratory birds and the animals that visit the surrounding countryside. The Oasis can thus also become a place of environmental education for families, children and schools.

Come si finanzia un progetto di questo tipo?

How is a project like this financed?

La tutela di una zona umida non termina con la sua riqualificazione. Occorre garantire nel tempo l'acqua, curare la vegetazione, favorire la biodiversità, mantenere i percorsi, realizzare attività di monitoraggio e continuare a investire nella conservazione dell'ecosistema.

Per questo il progetto dell'Oasi è strettamente collegato alle attività del Polo Ambientale Umanistico "L'Isola che non c'era". Le attività culturali, gastronomiche, educative, ricreative e sportive che si svolgono all'interno del Polo non hanno soltanto una propria funzione sociale ed economica: contribuiscono direttamente alla realizzazione e al mantenimento dell'Oasi.

Una parte degli introiti prodotti dalle attività de "L'Isola che non c'era" sarà infatti destinata in maniera continuativa al progetto ambientale.

Abbiamo immaginato questo sistema come una forma nuova di partecipazione, che potremmo definire "Crowdfunding di ritorno ambientale". Non il crowdfunding tradizionale, nel quale si chiede al cittadino semplicemente di finanziare un progetto, ma un modello nel quale la partecipazione stessa genera le risorse necessarie alla sua realizzazione.

Chi viene all'Isola per una cena, uno spettacolo, un incontro culturale, un laboratorio, un'attività educativa, ricreativa o sportiva riceve un'esperienza e, nello stesso momento, contribuisce concretamente alla tutela del territorio. Una parte del valore economico generato dalle persone ritorna così all'ambiente che lo ha reso possibile.

Protecting a wetland does not end with its redevelopment. Over time, water must be guaranteed, vegetation cared for, biodiversity encouraged, routes maintained, monitoring activities carried out and investment in ecosystem conservation continued.

For this reason, the Oasis project is closely linked to the activities of the Environmental Humanistic Hub "L'Isola che non c'era". The cultural, gastronomic, educational, recreational and sporting activities carried out within the Hub do not only have their own social and economic function: they directly contribute to creating and maintaining the Oasis.

A portion of the income generated by the activities of "L'Isola che non c'era" will in fact be continuously allocated to the environmental project.

We have imagined this system as a new form of participation, which we could define as "Environmental-return crowdfunding". It is not traditional crowdfunding, in which citizens are simply asked to finance a project, but a model in which participation itself generates the resources needed to carry it out.

Those who come to the Island for a dinner, a show, a cultural meeting, a workshop, or an educational, recreational or sporting activity receive an experience and, at the same time, concretely contribute to protecting the territory. Part of the economic value generated by people thus returns to the environment that made that value possible.

È un meccanismo semplice, ma potenzialmente molto importante: più il Polo viene vissuto, più può crescere la capacità di finanziare la conservazione della zona umida. Ogni visitatore diventa quindi, anche attraverso un piccolo contributo indiretto, parte del progetto.

It is a simple mechanism, but potentially a very important one: the more the Hub is lived and used, the more its capacity to finance wetland conservation can grow. Every visitor therefore becomes part of the project, even through a small indirect contribution.

Trasparenza e restituzione ai cittadini

Transparency and feedback to citizens

Il Crowdfunding di ritorno ambientale non si fonda soltanto sulla partecipazione, ma anche sulla trasparenza. I cittadini che prendono parte alle attività de "L'Isola che non c'era" saranno costantemente informati sull'evoluzione del progetto dell'Oasi e sugli interventi realizzati anche grazie al loro contributo.

Environmental-return crowdfunding is based not only on participation, but also on transparency. Citizens who take part in the activities of "L'Isola che non c'era" will be kept continuously informed about the development of the Oasis project and about the interventions carried out also thanks to their contribution.

Periodicamente saranno raccontati i passi compiuti: il miglioramento del sistema di raccolta delle acque, le nuove piantumazioni, gli interventi sulla vegetazione acquatica, la presenza di nuove specie, la realizzazione dei percorsi, dei punti di osservazione e delle attività di educazione ambientale.

The steps taken will be reported periodically: improvements to the water-collection system, new planting, work on aquatic vegetation, the presence of new species, the creation of paths, observation points and environmental-education activities.

L'obiettivo è creare un rapporto diretto tra partecipazione e risultato. Chi frequenta l'Isola deve poter comprendere come una parte del valore generato dalle attività venga concretamente restituita al territorio.

The objective is to create a direct relationship between participation and results. Those who visit the Island must be able to understand how part of the value generated by its activities is concretely returned to the territory.

Non soltanto dire: "Una parte degli introiti viene destinata all'Oasi". Ma poter mostrare: "Con la partecipazione di questi mesi abbiamo realizzato questo intervento, piantato queste essenze, migliorato questa parte del bacino, creato questo nuovo habitat".

Not simply saying: "Part of the income is allocated to the Oasis." But being able to show: "Thanks to participation during these months, we carried out this intervention, planted these species, improved this part of the basin and created this new habitat."

La trasparenza diventa così parte integrante del progetto. Ogni cittadino potrà seguire nel tempo la crescita dell'Oasi e verificare come il proprio contributo, insieme a quello degli altri partecipanti, abbia prodotto risultati concreti.

Transparency thus becomes an integral part of the project. Every citizen will be able to follow the growth of the Oasis over time and see how their contribution, together with that of other participants, has produced concrete results.

Una cena può contribuire alla messa a dimora di nuove piante. Un evento può contribuire al mantenimento del sistema idrico. Un laboratorio può contribuire alla realizzazione di un punto di osservazione. Una giornata trascorsa all'Isola può contribuire alla tutela di un habitat.

A dinner can contribute to planting new vegetation. An event can help maintain the water system. A workshop can contribute to creating an observation point. A day spent at the Island can contribute to protecting a habitat.

Il cittadino non finanzia semplicemente l'Oasi. La vive e, vivendola, contribuisce a costruirla. È una forma di economia circolare applicata anche alla

Citizens do not simply finance the Oasis. They experience it and, by experiencing it, help build it. It is a form of circular economy applied to social

partecipazione sociale: il territorio genera attività, le attività producono valore e una parte di quel valore viene restituita al territorio.

Partecipare, contribuire, conoscere. E vedere crescere insieme il Bene Comune.

participation as well: the territory generates activities, the activities produce value and part of that value is returned to the territory.

Participate, contribute, understand. And watch the Common Good grow together.

La memoria può diventare futuro

Memory can become the future



Schema: dal macero agricolo all'oasi ambientale, attraverso acqua, vegetazione, habitat e fauna autoctona. / Diagram: from agricultural pond to environmental oasis.

Forse è proprio questa la parte più affascinante del progetto. Un luogo costruito dall'uomo molti decenni fa per soddisfare un'esigenza produttiva può oggi assumere una funzione completamente diversa.

Perhaps this is the most fascinating part of the project. A place built by people many decades ago to meet a productive need can today take on a completely different function.

L'acqua nella quale un tempo venivano immersi i fasci di canapa può diventare acqua per gli anfibi. Le rive utilizzate dai contadini possono trasformarsi in rifugio per gli uccelli. Un manufatto dell'agricoltura può diventare un presidio di biodiversità. E una testimonianza del passato può diventare uno strumento per educare al futuro.

The water in which bundles of hemp were once immersed can become water for amphibians. Banks once used by farmers can become a refuge for birds. An agricultural structure can become a safeguard for biodiversity. And a testimony from the past can become a tool for educating for the future.

C'era una volta un macero. C'è ancora. Ma oggi abbiamo un compito diverso: conservarlo, proteggerlo e permettere alla natura di continuare a scriverne la storia.

Once upon a time there was a hemp-retting pond. It is still here. But today we have a different task: to preserve it, protect it and allow nature to continue writing its story.

NOTA DELL'EDITORE ALL'ARTICOLO

La tradizione, i costumi e l'appartenenza a un modello - parole importanti per una cultura e, più in generale, per il percorso che l'essere umano compie nel tempo - possono essere conservati con l'intelligenza di guardare le stesse realtà da angolazioni differenti. Il cambiamento nella tradizione può rappresentare un vero e proprio Rinascimento culturale.

Questa breve analisi rappresenta l'opportunità di restare ancorati a mondi ancestrali permettendo alla tecnologia di renderli ancora possibili. Il prezzo che si potrebbe pagare mantenendo statico il proprio punto di vista riguarda tutti e sarebbe un prezzo troppo alto per l'umanità.

Vogliamo occuparci qui dell'insostenibilità ambientale della filiera zootecnica della carne, versus la carne coltivata.

Testo di Annalisa Amadori

La carne coltivata

di Annalisa Amadori

La tecnologia di produzione della carne coltivata sarà parte del Green Deal europeo?

La risposta non può che essere "Sì", se vogliamo affrontare l'insostenibilità del sistema alimentare attuale: i consumi di carne e di altri derivati animali sono in crescita da decenni (1). Secondo la FAO si passerà dal consumo annuo globale di 269 milioni di tonnellate del 2020, ai 464 milioni di tonnellate nel 2050 (2). Un consumo esorbitante, con effetti irreversibili - di cui poco si parla - sull'ambiente, sul clima, su risorse scarse, come acqua e suolo, sulla salute e sulle vite di miliardi di animali sfruttati e uccisi ogni giorno (3).

L'attuale produzione di alimenti di origine animale è responsabile della maggior parte delle emissioni clima-alteranti del settore agricolo (4). Due dati a confronto per chiarire la dimensione del fenomeno: in Italia le attuali emissioni derivanti dal ciclo della sola carne bovina superano i 18 milioni di tonnellate di CO2eq.; per contro l'intero parco autovetture circolanti in Italia genera annualmente 60 milioni di Co2eq.

Tuttavia, la commercializzazione della carne coltivata in UE non è ancora possibile in virtù del Regolamento Novel Food (UE) 2015/2283, che prescrive una procedura di validazione affinché i cibi innovativi o sviluppati da colture cellulari possano entrare nel mercato.

Asterisco a parte meriterebbe la legislazione italiana, unica ad avere inserito, già dal 2023, un divieto preventivo e tassativo alla commercializzazione della carne coltivata, prima ancora della validazione europea, sulla base di una pretestuosa tutela dell'italianità, nonostante il 60% della carne consumata in Italia sia di provenienza estera.

Una recente ricerca dell'Istituto CE Delft (5) condotta secondo l'analisi Life-cycle assessment calcola gli aspetti

Cultivated Meat

by Annalisa Amadori

Will the technology used to produce cultivated meat become part of the European Green Deal?

The answer can only be "Yes", if we want to address the unsustainability of the current food system: consumption of meat and other animal-derived products has been increasing for decades (1). According to the FAO, global annual meat consumption is expected to rise from 269 million tonnes in 2020 to 464 million tonnes in 2050 (2). This is an enormous level of consumption, with irreversible effects - effects that are still too rarely discussed - on the environment, the climate, scarce resources such as water and soil, human health, and the lives of billions of animals exploited and killed every day (3).

The current production of animal-origin foods is responsible for most of the climate-altering emissions generated by the agricultural sector (4). Two figures help clarify the scale of the phenomenon: in Italy, current emissions deriving from the cycle of beef production alone exceed 18 million tonnes of CO2eq.; by comparison, the entire fleet of cars circulating in Italy generates 60 million tonnes of CO2eq. annually.

However, the commercialisation of cultivated meat in the EU is not yet possible under the Novel Food Regulation (EU) 2015/2283, which provides for a validation procedure before innovative foods or foods developed from cell cultures can enter the market.

A separate note should be made about Italian legislation, which is unique in having introduced, as early as 2023, a preventive and absolute ban on the commercialisation of cultivated meat, even before European validation, on the basis of a specious defence of "Italian identity", despite the fact that 60% of the meat consumed in Italy comes from abroad.

A recent study by the CE Delft Institute (5), conducted using Life-cycle assessment methodology, calculates the

positivi della produzione su ampia scala di carne coltivata nei prossimi anni, orizzonte 2030:

uso del suolo: - 90% di quello oggi necessario per i pascoli, per la produzione di mangimi, per le strutture di servizio e i mega-allevamenti;

consumo di acqua: - 78%;

emissioni in atmosfera: - 93%;

riscaldamento climatico: - 92%.

La riduzione delle emissioni in atmosfera oltre ad influire positivamente sul clima, mitigherebbe il fenomeno dell'acidificazione terrestre. Il motivo principale è che le emissioni di ammoniaca per produrre carne da agricoltura cellulare sono inferiori a quelle dei sistemi basati su allevamento e macellazione di animali, sia per il venir meno delle deiezioni, sia perché la carne coltivata richiede meno colture e quindi meno fertilizzanti.

Ma di preciso cos'è la carne coltivata?

Conosciuta con i termini tecnici di carne colturale o carne da agricoltura cellulare, o con termini impropri come carne sintetica e fake meat, la carne coltivata è considerata da sempre più ricercatori, aziende e istituzioni governative e non, come una delle possibili soluzioni all'insostenibilità del sistema alimentare attuale.

La produzione prende avvio con la messa a coltura di un piccolo campione di cellule estratte da un animale vivo, tramite prelievo di sangue o biopsia muscolare. Dal campione si isolano le cellule staminali e si ricreano, in situazioni controllate, le condizioni di crescita che fisiologicamente le cellule avrebbero nell'organismo d'origine. Il processo avviene nei bioreattori, sistemi chiusi e automatizzati, che forniscono un controllo preciso sulle variabili rilevanti: temperatura, ossigeno, pH e densità cellulare. Una volta ottenuto il quantitativo adeguato, le cellule sono lasciate maturare affinché possano svilupparsi e differenziarsi in cellule muscolari, tessuto adiposo, tessuto connettivo. Dopo un periodo che varia dalle 2 alle 8 settimane, le cellule vengono raccolte in modo da mantenere l'integrità dei tessuti ed evitare la contaminazione microbiologica.

La prospettiva che oggi la ricerca ci assicura è quella di sviluppare dei processi colturali che rendano la coltivazione della carne molto più rapida della produzione di carne convenzionale e quindi anche economicamente più vantaggiosa.

E non c'è nulla di innaturale o di sintetico nella tecnologia della coltura cellulare, peraltro in uso da decenni in ambito medico-scientifico. Definirla "carne sintetica" è scorretto e fuorviante. E' una locuzione impiegata strumentalmente dalle lobby e dalla politica legate agli interessi della produzione zootecnica, ma mai utilizzata da nessun ricercatore.

positive effects of large-scale cultivated meat production in the coming years, with a 2030 horizon:

land use: -90% compared with what is currently required for grazing, feed production, service facilities and mega-farms;

water consumption: -78%;

atmospheric emissions: -93%;

climate warming: -92%.

The reduction of atmospheric emissions, besides having a positive effect on the climate, would mitigate the phenomenon of terrestrial acidification. The main reason is that ammonia emissions from meat produced through cellular agriculture are lower than those produced by systems based on the farming and slaughtering of animals, both because animal waste would no longer be produced and because cultivated meat requires fewer crops and therefore fewer fertilisers.

But what exactly is cultivated meat?

Known technically as cultured meat or meat from cellular agriculture, and also by improper terms such as synthetic meat and fake meat, cultivated meat is increasingly regarded by researchers, companies and governmental and non-governmental institutions as one of the possible solutions to the unsustainability of the current food system.

Production begins by cultivating a small sample of cells taken from a living animal, through a blood sample or muscle biopsy. Stem cells are isolated from the sample and, under controlled conditions, the growth conditions that the cells would physiologically experience in the organism of origin are recreated. The process takes place in bioreactors, closed and automated systems that provide precise control over the relevant variables: temperature, oxygen, pH and cell density. Once an adequate quantity has been obtained, the cells are allowed to mature so that they can develop and differentiate into muscle cells, adipose tissue and connective tissue. After a period ranging from 2 to 8 weeks, the cells are harvested in a way that preserves tissue integrity and avoids microbiological contamination.

The perspective that research now offers us is the development of culture processes that can make meat cultivation much faster than conventional meat production and therefore also more economically advantageous.

There is nothing unnatural or synthetic about cell-culture technology, which has in fact been used for decades in the medical and scientific field. Calling it "synthetic meat" is incorrect and misleading. It is a phrase used instrumentally by lobbies and political interests linked to animal farming, but it is not used by researchers.

Altri due aspetti ci interessa mettere in evidenza: quello che riguarda la salute umana e l'ultimo, ma non ultimo, quello che coinvolge l'etica.

Pandemia silenziosa

La carne coltivata viene lavorata in ambiente completamente sterile, condizione che in partenza richiede un minor uso di antibiotici essendo molto più basso se non nullo, il rischio di contaminazioni.

Anzi, nel paper diffuso dalla FAO (6) datato marzo 2023 si chiarisce che, poiché la coltivazione delle cellule avviene in condizioni di sterilità strettamente controllate, l'uso di antibiotici può essere eliminato.

Viceversa, negli allevamenti intensivi, come sono la stragrande maggioranza degli allevamenti italiani, gli animali sono stipati in ambienti ristretti, in condizioni di sovraffollamento e di forte stress psico-fisico. In tali condizioni di sofferenza fisica e psicologica, l'uso massiccio di antibiotici è indispensabile per evitare che gli animali si ammalino.

La riduzione degli antibiotici è un'opzione non rinviabile per non scivolare drammaticamente nella farmaco-resistenza. "Pandemia silenziosa", così l'OMS definisce l'antibiotico-resistenza, una delle più grandi minacce alla salute pubblica del nostro tempo.

Solo riducendo l'uso di antibiotici, inclusi quelli impiegati nella zootecnia, è possibile ridurre la vulnerabilità umana ai patogeni (batteri, funghi, parassiti) i quali, grazie all'esposizione costante agli antibiotici, sono in grado di sviluppare capacità inedite di sopravvivenza, moltiplicazione e adattamento.

Una rivoluzione etica

La produzione non cruenta di carne e di altri prodotti di origine animale è la sfida etica e tecnologica del prossimo decennio. Rappresenta una promettente opportunità per ridurre in modo drastico il numero di animali sfruttati e macellati per le produzioni alimentari.

Per valorizzare appieno la portata etica di questa innovazione tecnologica è fondamentale che la vita degli animali coinvolti nell'estrazione dei campioni sia garantita fino alla morte naturale, nel pieno rispetto degli specifici bisogni e necessità etologiche e che i prelievi siano sporadici e indolori.

E sarà un autentico riscontro alla crescente sensibilità pubblica per le condizioni degli animali allevati e uccisi ogni anno che, ricordiamolo, in Italia sono ben 630 milioni a cui si aggiungono i miliardi di animali acquatici (7).

Per l'approfondimento delle fonti richiamate nel testo ai numeri da 1 a 7, si rinvia al seguente link:

There are two further aspects we wish to highlight: one concerning human health and, last but not least, one concerning ethics.

Silent pandemic

Cultivated meat is processed in a completely sterile environment, a condition that from the outset requires lower use of antibiotics, since the risk of contamination is much lower, if not absent.

Indeed, the FAO paper (6) published in March 2023 makes clear that, since cell cultivation takes place under strictly controlled sterile conditions, the use of antibiotics can be eliminated.

By contrast, in intensive farms - which represent the vast majority of farms in Italy - animals are crowded into confined spaces, in conditions of overcrowding and severe physical and psychological stress. Under such conditions of physical and psychological suffering, the massive use of antibiotics is indispensable to prevent the animals from becoming ill.

Reducing the use of antibiotics is an option that can no longer be postponed if we are to avoid sliding dramatically into antimicrobial resistance. "Silent pandemic" is how the WHO describes antibiotic resistance, one of the greatest threats to public health in our time.

Only by reducing the use of antibiotics, including those used in animal farming, is it possible to reduce human vulnerability to pathogens - bacteria, fungi and parasites - which, through constant exposure to antibiotics, are able to develop new capacities for survival, multiplication and adaptation.

An ethical revolution

The non-cruel production of meat and other animal-derived products is the ethical and technological challenge of the next decade. It represents a promising opportunity to drastically reduce the number of animals exploited and slaughtered for food production.

To fully enhance the ethical significance of this technological innovation, it is essential that the lives of the animals involved in the extraction of samples be guaranteed until their natural death, in full respect of their specific ethological needs and requirements, and that the samples be taken only sporadically and painlessly.

This would also provide a real response to growing public concern about the conditions of animals farmed and killed every year - which, let us remember, in Italy amount to as many as 630 million animals, in addition to billions of aquatic animals (7).

For further details on the sources referred to in the text with numbers from 1 to 7, please refer to the following link:

Nota normativa di contesto

Il “Green Deal europeo” è l’obiettivo strategico che renderà l’UE climaticamente neutra entro il 2050. Tra le misure di attuazione rientrano le normative Greenwashing (Direttiva e normazione degli stati membri) finalizzate alla responsabilizzazione dei consumatori contro le pratiche sleali di etichettatura e certificazione bio, eco, impatto zero, sostenibile e simili, anche quando queste qualità non siano provate. L’Italia si è da poco dotata di queste misure con il Decreto legge n. 36/2026. Sebbene la norma guardi a 360 gradi, buona parte delle pratiche commerciali manipolatorie riguardano i prodotti alimentari e gli stili di consumo alimentari.

Annalisa Amadori – Consigliere Direttivo LAV Lega Anti Vivisezione Bologna

Regulatory context note

The “European Green Deal” is the strategic objective that will make the EU climate-neutral by 2050. Among the implementation measures are the Greenwashing regulations - both the Directive and the legislation of individual Member States - aimed at empowering consumers against unfair practices relating to bio, eco, zero-impact, sustainable and similar labelling and certification, even when such qualities are not proven. Italy has recently adopted these measures through Decree-Law No. 36/2026. Although the legislation has a broad scope, a significant share of manipulative commercial practices concerns food products and food-consumption habits.

Annalisa Amadori - Board Member of LAV Lega Anti Vivisezione Bologna

BIODIVERSITÀ – LEGAMBIENTE EMILIA-ROMAGNA

Dalla tutela alla custodia: prendersi cura della biodiversità, insieme

Testo di Legambiente Emilia-Romagna

Il progetto LIFE NatConnect2030: quando la tutela della natura diventa un impegno condiviso

In Emilia-Romagna la tutela dell'ambiente passa anche dalla capacità di costruire comunità, mettere in rete competenze e trasformare la sensibilità verso la natura in azioni concrete.

È principalmente questo il lavoro che Legambiente Emilia-Romagna porta avanti da oltre trent'anni. Nata nel 1991 come comitato regionale di Legambiente, l'associazione è oggi una realtà impegnata su tutto il territorio regionale nella tutela dell'ambiente, nella promozione della sostenibilità e nella partecipazione dei cittadini. Il suo approccio si fonda sull'ambientalismo scientifico: conoscere i problemi attraverso dati e competenze, ma soprattutto costruire e proporre alternative concrete e praticabili.

Dalla lotta all'inquinamento alla tutela della biodiversità, dalla riduzione del consumo di suolo alla transizione energetica, dalla cura dei fiumi all'educazione ambientale, Legambiente lavora ogni giorno insieme a cittadini, scuole, istituzioni, imprese e altre realtà associative.

Il coinvolgimento della società civile nelle tematiche ambientali è dunque al centro delle attività di Legambiente Emilia-Romagna, che da anni promuove la partecipazione e l'attivazione delle comunità attraverso diversi strumenti: dalle campagne di sensibilizzazione alle attività di citizen science, passando per progetti europei e regionali e numerose altre iniziative sul territorio.

In questo quadro si inserisce anche l'impegno dell'associazione nel progetto LIFE NatConnect2030, un importante progetto europeo dedicato alla conservazione e al ripristino della biodiversità nei territori di Lombardia, Piemonte, Veneto, Emilia-Romagna e Provincia autonoma di Trento.

From protection to stewardship: caring for biodiversity, together

Text by Legambiente Emilia-Romagna

The LIFE NatConnect2030 project: when nature protection becomes a shared commitment

In Emilia-Romagna, environmental protection also depends on the ability to build communities, connect skills and turn sensitivity towards nature into concrete action.

This is essentially the work that Legambiente Emilia-Romagna has been carrying out for more than thirty years. Founded in 1991 as the regional committee of Legambiente, the association is now active throughout the region in environmental protection, the promotion of sustainability and citizen participation. Its approach is based on scientific environmentalism: understanding problems through data and expertise, but above all building and proposing concrete and practicable alternatives.

From fighting pollution to protecting biodiversity, from reducing land take to the energy transition, from caring for rivers to environmental education, Legambiente works every day together with citizens, schools, institutions, businesses and other associations.

The involvement of civil society in environmental issues is therefore at the heart of Legambiente Emilia-Romagna's activities. For years, it has promoted community participation and activation through a range of tools: from awareness-raising campaigns to citizen-science activities, as well as European and regional projects and many other local initiatives.

This framework also includes the association's commitment to the LIFE NatConnect2030 project, an important European project dedicated to the conservation and restoration of biodiversity in Lombardy, Piedmont, Veneto, Emilia-Romagna and the Autonomous Province of Trento.

Uno degli elementi centrali di LIFE NatConnect2030 è l'iniziativa della "Rete dei custodi della biodiversità", che parte da un principio semplice: la tutela della natura deve passare anche dall'impegno dei singoli.

La biodiversità è presente anche nei luoghi che attraversiamo e abitiamo ogni giorno: un bosco, un prato, un terreno agricolo, un giardino, una zona umida, un corso d'acqua. Anche spazi di dimensioni ridotte possono offrire habitat, rifugio e possibilità di alimentazione a numerose specie. Il progetto invita quindi persone, scuole, Comuni, aziende e organizzazioni della società civile a diventare parte attiva della tutela del territorio.

Come? Attraverso la firma dell'accordo di custodia, un impegno volontario a prendersi cura di un luogo, riconoscerne il valore naturale e contribuire concretamente alla sua tutela attraverso azioni di manutenzione, monitoraggio, sensibilizzazione e citizen science.

Non è necessario essere esperti di ecologia né disporre di grandi superfici. Ciò che conta è la volontà di assumersi una responsabilità nei confronti di un luogo e contribuire, attraverso le proprie

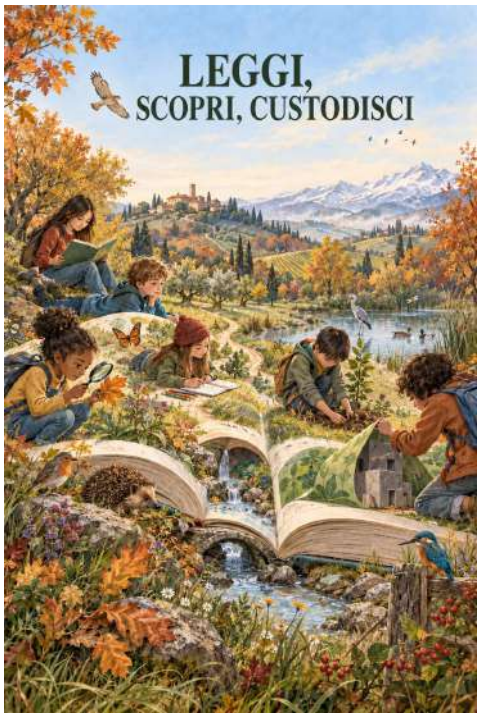
One of the central elements of LIFE NatConnect2030 is the "Network of Biodiversity Custodians", an initiative based on a simple principle: protecting nature must also involve the commitment of individuals.

Biodiversity is also present in the places we pass through and inhabit every day: a wood, a meadow, farmland, a garden, a wetland, a watercourse. Even small spaces can offer habitat, shelter and feeding opportunities to many species. The project therefore invites individuals, schools, municipalities, companies and civil-society organisations to become active participants in protecting the territory.

How? By signing a stewardship agreement: a voluntary commitment to care for a place, recognise its natural value and contribute concretely to its protection through maintenance, monitoring, awareness-raising and citizen-science activities.

It is not necessary to be ecology experts or to have large areas available. What matters is the willingness to take responsibility for a place and to contribute, through one's own commitment.

LEGGI, SCOPRI, CUSTODISCI



Da ottobre a dicembre 2026 prende vita Leggi, Scopri, Custodisci, una rassegna di lettura e cultura ambientale rivolta a bambini e ragazzi, dalla scuola dell'infanzia alla primaria e agli altri ordini di scuola.

Un percorso partecipativo che, attraverso libri, racconti ed elaborati creativi, invita i più giovani a conoscere la natura, il territorio e le relazioni che legano esseri umani e ambiente.

In un tempo in cui si parla moltissimo di sostenibilità, il progetto vuole introdurre anche un tema importante: imparare a distinguere l'impegno ambientale autentico dal greenwashing, educando fin da piccoli alla trasparenza, alla consapevolezza e alla capacità di comprendere ciò che viene comunicato in nome dell'ambiente.

Non una competizione, dunque, ma una rassegna aperta alla partecipazione e alla condivisione, nella quale ogni contributo diventa occasione per leggere, scoprire e imparare a custodire.

Gli elaborati saranno raccolti entro il 21 novembre, con festa finale il 12 dicembre 2026. **Vuoi partecipare? Accedi attraverso il QR code**

MONTESSORI FAMILY SCHOOL



Imparare dalla natura, crescere con la natura

La Montessori Family School nasce dall'idea che il contatto quotidiano con la natura sia uno degli strumenti educativi più efficaci per accompagnare la crescita dei bambini.

Il progetto educativo si ispira ai principi della pedagogia montessoriana: autonomia, osservazione, esperienza diretta, rispetto dei tempi individuali e cura dell'ambiente preparato.

All'interno del Polo Ambientale Umanistico "L'Isola che non c'era", ogni giornata diventa occasione per conoscere il territorio, osservare gli ecosistemi, coltivare l'orto, prendersi cura degli animali e sviluppare capacità manuali e relazionali.

L'educazione ambientale non è proposta come materia astratta, ma come esperienza quotidiana: un modo di vivere che favorisce curiosità, responsabilità e rispetto verso tutte le forme di vita.

Learning from nature, growing with nature

Montessori Family School is based on the idea that daily contact with nature is one of the most effective educational tools for accompanying children's growth.

The educational project is inspired by the principles of Montessori pedagogy: autonomy, observation, direct experience, respect for individual rhythms and care for the prepared environment.

Within the Environmental Humanistic Hub "L'Isola che non c'era", every day becomes an opportunity to discover the local area, observe ecosystems, cultivate the garden, care for animals and develop manual and relational skills.

Environmental education is not presented as an abstract subject, but as a daily experience: a way of living that fosters curiosity, responsibility and respect for all forms of life.

Outdoor education
Laboratori Montessori
Orto didattico e biodiversità
Alimentazione consapevole
Arte, manualità, osservazione
Esperienze intergenerazionali

Outdoor education
Montessori workshops
Educational garden and biodiversity
Conscious eating
Art, manual skills, observation
Intergenerational experiences

OSSERVATORIO NAZIONALE GREENWASHING

OSSERVATORIO
NAZIONALE
GREENWASHING

Marchio dell'Osservatorio Nazionale Greenwashing.

Conoscere per scegliere. Verificare per comunicare meglio.

L'Osservatorio Nazionale Greenwashing nasce per promuovere una comunicazione ambientale corretta, trasparente e verificabile.

Si propone di divulgare le evoluzioni legislative italiane ed europee in materia ambientale, rendere i cittadini più consapevoli dei propri diritti e accompagnare imprese, professionisti e pubbliche amministrazioni verso pratiche comunicative più responsabili.

Le attività principali comprendono formazione, monitoraggio delle dichiarazioni ambientali, sviluppo di strumenti di autovalutazione e audit, promozione delle migliori pratiche e diffusione della cultura della sostenibilità attraverso studi, ricerche e pubblicazioni.

L'obiettivo non è impedire di parlare di ambiente, ma aiutare chi comunica a farlo in modo fondato, documentabile e utile per il cittadino.

DIVULGARE - FORMARE - MONITORARE - VERIFICARE - PROMUOVERE BUONE PRATICHE

To know in order to choose. To verify in order to communicate better.

The National Greenwashing Observatory was created to promote environmental communication that is correct, transparent and verifiable.

Its aim is to disseminate Italian and European legislative developments in environmental matters, make citizens more aware of their rights and guide businesses, professionals and public administrations towards more responsible communication practices.

Its main activities include training, monitoring environmental claims, developing self-assessment and audit tools, promoting best practices and spreading a culture of sustainability through studies, research and publications.

The objective is not to prevent people from speaking about the environment, but to help those who communicate do so in a way that is well-founded, documented and useful for citizens.

DISSEMINATE - TRAIN - MONITOR - VERIFY - PROMOTE GOOD PRACTICES