

OTTAVA
EDIZIONE

CIRCONOMIA

FESTIVAL INTERNAZIONALE DELL'ECONOMIA CIRCOLARE
E DELLA TRANSIZIONE ECOLOGICA



Con il patrocinio



Abstract Rapporto “Greenwashing 2023”



xx Maggio 2023

Negli ultimi anni è aumentata la spinta di consumatori e cittadini nel reclamare da parte delle aziende comportamenti e produzioni che siano sempre più in linea con **criteri ambientali e sociali avanzati**, che rispettino le normative vigenti e le diverse indicazioni europee ed internazionali, e siano anche più sostenibili.

Molte aziende si sono tuttavia rese protagoniste di **“greenwashing”** espressione coniata dall’ambientalista statunitense Jay Westerveld, il quale la utilizzò per primo nel 1986 al fine di sottolineare alcune pratiche mendaci perpetuate da parte delle catene alberghiere che facevano leva sull’impatto ambientale del lavaggio della biancheria affinché gli ospiti riducessero il loro consumo di asciugamani; in realtà tale pratica aveva esclusivamente dei fini e delle motivazioni economiche¹.

- **Le misure europee e internazionali per contrastare il greenwashing**

La Commissione europea il 22 marzo del 2023 ha presentato una proposta di [direttiva sulle “Green Claims”](#), la quale propone una serie di criteri comuni contro il *greenwashing* e le dichiarazioni ambientali fuorvianti. Sulla base del documento, i consumatori avranno maggiore chiarezza e rassicurazioni sul fatto che quando un prodotto è definito “green”, lo è per davvero.

Secondo la proposta, quando le aziende scelgono di fare una "dichiarazione verde" sui loro prodotti o servizi, dovranno rispettare norme minime su come comprovare tali dichiarazioni e su come comunicarle. La proposta regolerà anche le etichette ambientali. Attualmente esistono almeno 230 etichette diverse ed è dimostrato che ciò genera confusione e sfiducia nei consumatori.

Parallelamente alle misure sopracitate, l’esecutivo europeo ha promosso diversi emendamenti alla [direttiva sulle pratiche commerciali sleali](#) (UCPD), la quale nel 2005 stabiliva misure per rafforzare la fiducia dei consumatori e facilitare gli scambi transfrontalieri per le imprese, in particolare per le piccole e medie realtà². Nel marzo del 2022 la Commissione europea ha dunque deciso di ampliare l’elenco delle caratteristiche del prodotto su cui un professionista non può indurre in errore i cittadini in ambito ambientale e sociale, compresi i **fattori di durabilità e riparabilità**. Tra le misure proposte viene inoltre stabilita una “lista nera” in cui la Commissione UE ha inserito una serie di pratiche commerciali sleali vietate. Per rafforzare la lotta alle pratiche di *Greenwashing* e obsolescenza programmata, l’esecutivo europeo delinea come azione commerciale sleale.

Anche il mondo finanziario europeo ha deciso, attraverso i suoi strumenti, di contrastare le pratiche di *greenwashing*.

Nel 2022 l’ESMA ha pubblicato la sua [Roadmap per la finanza sostenibile](#) con l’obiettivo di individuare le priorità del suo lavoro per l’arco temporale 2022-2024. L’Autorità, oltre a contribuire attivamente allo sviluppo del **codice della finanza sostenibile** e alla sua applicazione e supervisione, implementa anche misure al fine di promuovere la protezione degli investitori in tutta l’Unione.

Le priorità dell’ESMA saranno implementate attraverso una serie di azioni mirate nei seguenti settori: “gestione degli investimenti, servizi di investimento, divulgazione e governance degli emittenti, *benchmark*, *rating* del credito e ESG, *trading* e *post-trading* e innovazione finanziaria”³.

¹ Collettivo universitario Bicocca. “*Behind Expo: retroscena e mistificazione dell’esposizione universale di Milano 2015*”. Università Bicocca, Milano, 2015

² Commissione europea. “*Unfair commercial practices directive*”. 2005

³ *ivi*

La lotta al cambiamento climatico ha a sua volta influenzato l'espansione del mercato dei **green bond**. Secondo alcune stime della *Climate Bonds Initiative*, un'organizzazione senza scopo di lucro che promuove investimenti per combattere il cambiamento climatico, nel 2021 l'emissione dei *green bond* ha raggiunto la cifra record di **517,4 miliardi di dollari**, con un incremento del 74% rispetto all'anno precedente. Inevitabilmente la transizione energetica ed ecologica e la rapida diffusione delle obbligazioni verdi pongono un problema tanto alle autorità di regolamentazione quanto agli investitori, sempre più preoccupati che tali ambizioni possano in realtà permettere pratiche di *Greenwashing*⁴.

Attualmente, per dirimere a tale problematica sussistono solo degli **standard volontari a livello europeo**. Nella cornice del *Green Deal*, la Commissione UE ha stabilito alcuni criteri relativi alle obbligazioni verdi, inquadrati nello [European Green Bond Standard](#) (EUGBS). Queste linee guida, per quanto volontarie, pongono le basi per stabilire un **gold standard** su come le aziende e le autorità pubbliche possono **utilizzare i green bond** per raccogliere fondi sui mercati dei capitali per finanziare investimenti ambiziosi su larga scala, al fine di rispettare i requisiti legati alla sostenibilità e proteggere gli investitori.

Anche il **Parlamento europeo** (PE) vuole dare una morsa sempre più stretta sui criteri che definiscono i *green bond*, con lo scopo di rendere gli standard maggiormente vincolanti per evitare pratiche di *greenwashing*. **In tale contesto, nel febbraio del 2023** è stato raggiunto dai negozianti del Parlamento europeo l'accordo relativo al nuovo standard per combattere il *greenwashing* nei mercati obbligazionari. Tale disposizione consentirà - in primo luogo - agli investitori di orientare con maggiore sicurezza i propri investimenti verso tecnologie e imprese più sostenibili. Inoltre, l'accordo premetterà alla società che emette l'obbligazione maggiori certezze sul fatto che il suo titolo sarà adatto agli investitori che cercano obbligazioni verdi nel loro portafoglio.

Nel corso della sessione plenaria, tenutasi a Strasburgo l'11 maggio, l'emiciclo ha approvato la [proposta di direttiva sulla responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde](#). Dopo il voto - quasi all'unanimità - di fine marzo in commissione IMCO (mercato interno e protezione dei consumatori), il Parlamento europeo ha votato a favore del testo, il quale vieterebbe l'uso di indicazioni ambientali generiche, come "rispettoso dal punto di vista ambientale", "naturale", "biodegradabile", "neutrale dal punto di vista climatico" o "eco", quando non supportate da dettagliate prove scientifiche. Inoltre, gli eurodeputati propongono l'uso di sole etichette sostenibili basate su sistemi di certificazione ufficiali o stabilite dalle autorità.

Nel corso dell'ottava settimana annuale della sostenibilità dell'Economist Impact, tenutasi a Londra il 29 marzo 2023, il Segretario generale delle Nazioni Unite António Guterres, ha ribadito il suo sostegno alla lotta contro il *greenwashing*, preoccupato dai dati divulgati dal rapporto dell'Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). Guterres ha dichiarato: *"In tutti i sensi, la temperatura sta aumentando. La gente vuole azione. Guardano ai recenti mastodontici profitti dei combustibili fossili con cinico disprezzo. Non permettetevi di essere un danno collaterale. Ora più che mai, le persone si aspettano che i leader aziendali parlino, agiscano e pongano fine al greenwashing. Non siamo mai stati meglio attrezzati per risolvere la sfida climatica, ma ora dobbiamo muoverci a tutta velocità"*⁵.

- Il caso italiano

Per quanto attualmente in Italia non vi sia una vera e propria norma che regoli, definisca e persegua le pratiche legate al *greenwashing*, si può ricorrere ad alcuni principi basilari che potrebbero limitare i danni contro consumatori e cittadini.

⁴ Chris Flood. "Fears rise over 'greenwash' bonds: Market participants in the environmental lending market want assurances on standards". Financial Times, 21 Marzo 2022

⁵ Nazioni Unite. "Secretary-General: Corporate Leaders Should Speak Up, Act, End Greenwashing". 2023

Nel 2023 l'Istituto superiore per la protezione e la ricerca ambientale (ISPRA) ha istituito una *Task Force* contro il *greenwashing* a supporto di operatori finanziari, autorità vigilanti e imprese. La novità che caratterizza questo impegno è nella natura stessa dell'istituto pubblico di ricerca, il primo a livello europeo a svolgere questo ruolo oltre a essere "la prima pubblica amministrazione, a livello nazionale a fornire **supporto al Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica al tavolo Mef per la finanza sostenibile**"⁶. La creazione della *Task Force* si fonda su ruolo istituzionale che ISPRA ricopre nell'ambito della finanza sostenibile, con l'applicazione del marchio Ecolabel UE ai prodotti finanziari e le richieste pervenute ad ISPRA da parte delle autorità di vigilanza e degli operatori finanziari che necessitano di dati e informazioni ambientali per dare supporto all'applicazione della Tassonomia UE agli investimenti sostenibili in Italia⁷.

A livello giurisprudenziale un ruolo cardine in Italia è stato assunto dall'**Autorità garante del mercato e della concorrenza**, la quale, sebbene non abbia mai concretamente pronunciato il neologismo "*Greenwashing*", ha applicato in alcuni casi sanzioni ad aziende che diffondevano *slogan* ingannevoli legati alla sostenibilità, i cosiddetti *claim* ambientali o verdi, diretti a suggerire o, comunque, a lasciar intendere o anche solo a evocare il minore o ridotto impatto ambientale del prodotto offerto. In tale cornice, a seguito di svariate istruttorie perseguite dall'*Authority* sono emerse diverse irregolarità, tra cui l'utilizzo di "dati parziali, di misurazioni non ripetibili, di informazioni enfatizzate, confusionarie e non veritiere, nonché di **réclame capaci di indurre il consumatore a scelte poco etiche**".

- Legge sul Clima e sulla Resilienza: la lotta francese al "blanchiment écologique"

Un modello di contrasto al *greenwashing* che si sta affermando forse con più accuratezza è quello francese. L'Assemblea Nazionale francese ha infatti deciso di adottare nel luglio 2021 il **disegno di legge "per combattere i cambiamenti climatici e rafforzare la resilienza"**, noto anche come [Legge sul clima e sulla resilienza](#).

Nel 2023 la Francia ha deciso di rafforzare la lotta al greenwashing nelle pubblicità che utilizzano il termine "Carbon neutral": agli inserzionisti è vietato dichiarare in un annuncio pubblicitario che un prodotto o un servizio è neutro dal punto di vista delle emissioni di anidride carbonica (o una dicitura equivalente).

L'iniziativa si pone come obiettivo di inasprire le sanzioni in caso di strategie di *greenwashing* o di "**blanchiment écologique**", con **sanzioni** che possono arrivare fino all'80% delle spese sostenute per la campagna di comunicazione in questione e in proporzione ai benefici che ne sono derivati dal reato⁸. Sebbene in Francia il [Codice del Consumo](#) prevedesse già disposizioni penali per le pratiche commerciali ingannevoli, le nuove sanzioni pecuniarie inserite nella legge sul Clima hanno rafforzato le pene contro tali pratiche.

È stata inoltre **vietata la pubblicità** relativa alla commercializzazione o promozione dei **combustibili fossili**. Un [decreto](#) del *Conseil d'Etat* specifica l'elenco dei combustibili fossili (carburanti per auto, per olio combustibile, gas per riscaldamento, ecc.) interessati e le regole applicabili alle energie rinnovabili incorporate nei combustibili fossili. Non rientrano nell'ambito di applicazione del divieto i combustibili il cui contenuto di energia rinnovabile è considerato maggiore o uguale al 50%⁹.

- L'Autorità di vigilanza finanziaria tedesca e la finanza sostenibile

⁶ Davide Madeddu. "Finanza sostenibile, Ispra aiuterà ministeri e authority contro il greenwashing. 3 febbraio 2023

⁷ ISPRA. "ISPRA per la trasparenza e la finanza sostenibile contro il greenwashing". 2023

⁸ The Conversation; "La loi Climat va-t-elle permettre de freiner le greenwashing? 2021

⁹ LOI n° 2021-1104 du 22 août 2021 "portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets"

Il settore degli investimenti in Germania sta affrontando una svolta storica, in quanto investitori e istituzioni sono intenti nell'utilizzare la loro liquidità a sostegno della lotta contro il cambiamento climatico e dell'ingiustizia sociale, dissociandosi sempre più da quelle aziende considerate dannose per il raggiungimento di tali obiettivi. Malgrado i diversi finanziatori pubblicizzino la sostenibilità dei loro portafogli, la completa mancanza di una definizione chiara e linee specifiche hanno condotto spesso all'abuso di determinate terminologie legate alla sostenibilità, oltre che all'incertezza su alcuni prodotti.

Nel 2021, la BaFin, l'autorità federale per la supervisione del settore finanziario, ha presentato la sua [bozza di linee guida dal titolo "Guidelines on sustainability-oriented investment funds"](#), aprendo il documento ad una consultazione pubblica per le parti interessate, che si è conclusa lo scorso 6 settembre.

Le linee guida mirano a garantire che i finanziatori indicati come sostenibili dispongano di regole sui fondi, esprimendo il loro impegno per un approccio di investimento sostenibile, in termini chiari e i più precisi possibile. Il principale scopo di tale iniziativa è quello di **proteggere** in maniera efficace gli **investitori** dal **greenwashing**.

Per rispettare il requisito relativo agli investimenti in attività sostenibili, le linee guida includono una disposizione nei limiti di investimento secondo la quale **almeno il 75% del fondo di investimento deve essere capitalizzato esclusivamente in attività sostenibili**.

Inoltre, il documento chiarisce che per definire propriamente sostenibile un fondo sono necessarie ulteriori informazioni; le società in portafoglio non possono generare ricavi da:

- **Oltre il 10% di produzione di energia o da altri usi di combustibili fossili (escluso il gas) o dall'energia nucleare**
- **Oltre il 5% dall'estrazione di carbone e petrolio greggio**
- **Espansione, esplorazione o servizi riguardanti la sabbia e gli scisti bituminosi**

- **Il "Green Claim" inglese**

A settembre 2021 l'autorità di regolamentazione CMA ha pubblicato il codice di condotta "[Green Claims Code](#)" affinché le aziende possano comunicare correttamente le proprie credenziali ecologiche, riducendo al contempo il rischio di indurre gli acquirenti in errore¹⁰. Il documento si basa essenzialmente sul già esistente **diritto inglese dei consumatori** e poggia la sua evoluzione su sei principi che sono emersi nel contesto di atti e omissioni ingannevoli in materia di tutela del consumatore.

il **Green Claims Code** si fonda su **sei principi** concepiti con l'obiettivo di fornire alle aziende maggiore chiarezza su come effettivamente devono essere perseguite le massime enunciate nelle norme inglesi e come queste ultime devono essere messe in pratica.

1. **Le affermazioni devono essere veritiere e accurate**
2. **Le affermazioni devono essere chiare e inequivocabili**
3. **I reclami non devono omettere o nascondere informazioni importanti**
4. **I confronti devono essere equi e significativi**
5. **Le affermazioni devono essere motivate**
6. **Nel fare il reclamo è necessario considerare l'intero ciclo di vita del prodotto o servizio.**
- 7.

In stretta collaborazione con la CMA per dirimere le pratiche legate al *Greenwashing* si erge l'**Advertising Standards Authority**, l'autorità di autoregolamentazione del settore pubblicitario nel Regno Unito.

¹⁰ Government UK. "Greenwashing: CMA puts businesses on notice". 2021

L'ASA ha effettuato nel 2020 una revisione del suo regolamento nell'ambito del progetto [Ad Net Zero](#) al fine di impegnare l'intero settore pubblicitario nel ridurre al minimo la propria impronta di carbonio nelle creazioni di annunci e promuovendo al contempo messaggi più sostenibili. Da anni l'*Authority* ha investito il suo operato nel regolamentare le affermazioni ambientali e combattere le pubblicità ingannevoli di *Greenwashing*, non solo per prevenire tutte quelle pratiche che ingannano i consumatori, ma anche per creare condizioni di parità in cui le aziende sono incoraggiate a migliorare le proprie credenziali ecologiche

- **FTC, SEC e EPA: la trinità americana contro il Greenwashing**

Sebbene la questione del *Greenwashing* sia tornata sotto i riflettori recentemente, il fenomeno negli USA, in realtà, venne affrontato già a partire dal 1992 dalla **Federal Trade Commission** (FTC), agenzia governativa statunitense per la **tutela dei consumatori**, l'eliminazione e la prevenzione di pratiche commerciali anticoncorrenziali, la quale pubblicò le sue prime linee guida verdi "[Green Guides](#)" - riviste poi nel 1996, 1998 e 2012.

L'aggiornamento del 2012 ha incluso alcune modifiche riguardanti le **compensazioni di carbonio**, le **certificazioni**, i sigilli "verdi" e le **dichiarazioni sull'energia** e sui materiali rinnovabili.

Nel **2023** La Federal Trade Commission ha annunciato la sua intenzione nel rivedere le sue *Green Guides* attraverso la raccolta di commenti da parte dei cittadini sulla necessità di aggiornare il testo. La Commissione chiede inoltre informazioni sulla percezione da parte dei consumatori delle indicazioni ambientali, comprese quelle attualmente non presenti nelle guide.

Tra le questioni specifiche su cui la FTC si aspetta di ricevere i commenti pubblici vi sono:

- **Offset di carbonio e cambiamento climatico;**
- **Il termine "riciclabile".**
- **Il termine "contenuto riciclato"**
- **La necessità di ulteriori orientamenti.**

Tra le ulteriori agenzie statunitensi che contribuiscono alla lotta contro il *Greenwashing*, la *United States Environmental Protection Agency* (**EPA**) fornisce il suo supporto attraverso la creazione e la diffusione di standard ed etichettature per beni e servizi ecologicamente sostenibili.

Coerentemente con la crescente attenzione degli investitori e la dipendenza dalla divulgazione e dagli investimenti relativi al clima e ai fattori ESG, la *Securities and Exchange Commission* (**SEC**), l'ente federale statunitense preposto alla vigilanza della borsa valori, ha istituito nel 2021 la *Climate and Environmental, Social and Governance Task Force* nella *Division of Enforcement*, guidata da Kelly L. Gibson. Il compito della *Unit* è quello di sviluppare misure ed iniziative mirate con lo scopo di **individuare** in modo proattivo i comportamenti e le **affermazioni non veritiere legate ai criteri ESG**.

- **Tabella Autorità e misure a confronto**

Paesi	Autorità	Misure	
Italia	Ordinamento giuridico	Costituzione italiana Codice Civile	
	Consob	Richiami Regulatory Technical Standard Richiamo di attenzione n. 1/20 Quaderno "La finanza per lo sviluppo sostenibile"	
		ISPRA	Task Force
		Autorità garante del mercato e della concorrenza	Istruttoria/ sanzioni
	Istituto Autodisciplina Pubblicitaria	Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale	
	Francia	Assemblea Nazionale francese	Legge sul Clima e sulla Resilienza
Governo		Codice del Consumo	
Conseil d'Etat		Decreto	
Autorité des marchés financiers		Supervision 2022	
Germania	BaFin	Linee Guida per i fondi sostenibili	
Gran Bretagna	Ordinamento giuridico	Business Protection from Misleading Marketing Regulations Consumer Protection from Unfair Trading Regulations	
	Advertising Standards Authority	Ad Net Zero	
	Competition and Market Authority	Green Claims Code	
Stati Uniti	Federal Trade Commission	Green Guides	
	Securities and Exchange Commission	Examination Priorities 2022 Climate and Environmental, Social and Governance Task Force	
	United States Environmental Protection Agency	Standard ed etichettature	
Unione Europea	Commissione europea	Direttiva sui diritti dei consumatori Direttiva sulle pratiche commerciali sleali Empowering Consumers for the Green Transition Regolamento sull'informativa di sostenibilità dei servizi finanziari European Green Bond Standard Direttiva Green Claims Iniziativa Right to Repair	
		Parlamento europeo	Proposta di direttiva sulla responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde Proposta di Regolamento sui Green Bond europei
		ESMA	Roadmap per la finanza sostenibile
		Internazionale	Nazioni Unite
Global Investors for Sustainable Development Alliance			Metriche settoriali
Banca Mondiale	Financing for Sustainable Development Report 2022		
Fondo Monetario Internazionale	Global Financial Stability Report 2021		
International Capital Market Association	Green Bond Principles		

- **Greenwashing: “casi di scuola”**

Le banche francesi e il finanziamento alle fonti fossili

Crédit Agricole dichiarava di essere attore della transizione energetica, affermando: “il nostro ruolo ci impone di essere motore della transizione verso un’economia più responsabile e più sobria nel carbone”, al contempo però finanziava fonti fossili per 32 miliardi di euro e solo 4 miliardi erano dedicati alle rinnovabili. Stesso discorso può essere fatto per BNP, sponsor della COP21, che dichiarava il suo impegno in ambito ambientale e di agire contro il cambiamento climatico, devolvendo però solo 6 miliardi di euro all’energia rinnovabile, contro i 52 miliardi ai combustibili fossili. Vittima di “*green claim*” è stata anche **Société Générale**, la quale all’epoca si presentò come attrice di un’economia a basse emissioni di carbonio, nonostante i suoi 34 miliardi di euro in fonti non rinnovabili¹¹.

Scarpe sostenibili per metà

La multinazionale **Adidas** è stata ritenuta colpevole di aver sostenuto **affermazioni** legate alla sostenibilità false e **fuorvianti**, dopo aver inserito nello slogan “*Always iconic. Now more sustainable*” per sponsorizzare le sue iconiche scarpe *Stan Smith* riciclate solo al 50%. In tale cornice, è stato inoltre affermato che il logo “*End plastic waste*” del prodotto è incerto in quanto è “improbabile che indossare un paio di scarpe da ginnastica *Stan Smith* realizzate con materiale non completamente riciclato porrà fine all'inquinamento da plastica”¹².

Fashion non sostenibile

Tra i casi di maggior rilievo in questo contesto fu quello legato alla linea di abbigliamento “*green*” del noto marchio **H&M**, che nel 2019 lanciò lo slogan “*Shop our selection of sustainable fashion pieces that make you both look and feel good*”. Tuttavia, malgrado l’azienda affermasse che i capi fossero prodotti utilizzando cotone “biologico” e **poliestere riciclato**, le sue dichiarazioni non erano altro che una tattica di marketing utilizzata per apparire più rispettosi dell’ambiente, in quanto le informazioni fornite non erano sufficienti a sostenere le affermazioni aziendali.

È noto da tempo che il settore è responsabile dell’8% delle emissioni globali di carbonio, oltre a causare sprechi e inquinamento (quasi **300mila tonnellate di vestiti usati vengono bruciati** ogni anno in discarica nel solo Regno Unito).

La plastica della Coca-Cola

Quando si parla di prodotti biodegradabili o riciclabili non è possibile non citare il caso di **Coca-Cola**, la quale ha deciso “di sostituire il **20%** della plastica vergine con quella riciclata, creando nuove bottiglie in polietilene tereftalato riciclato (**rPET**), materiale termoplastico realizzato in petrolio, gas naturale o materie prime vegetali, adatto al contatto con il cibo”. La stessa azienda ha inoltre sottolineato: “Stiamo riducendo le emissioni per l’equivalente di 2120 auto tolte alla strada in un anno”¹³. Malgrado l’impegno della multinazionale, l’affermazione non solo omette, ma distorce in parte la realtà, difatti, le nuove bottiglie in rPET rappresentano solo una minima parte della produzione totale. Ad ogni modo non è la prima volta che

¹¹ ivi

¹² Robin Hicks. “11 brands called out for greenwashing in 2021”. Eco-Business, 2021

¹³ Fabiana Stornaiuolo. “Da Coca-Cola a Zara: i peccati di Greenwashing”. 24 Maggio 2021

la compagnia americana si macchia di pratiche legate al “Greenwashing”; già nel 2021 l'Earth Island Institute intentò una causa contro Coca-Cola, la quale si definiva “**sostenibile ed ecologica**”, mentre, al contrario, generava più plastica di qualsiasi altra azienda al mondo. Nonostante le affermazioni aziendali e di marketing come: “il nostro pianeta è importante”, “un mondo senza rifiuti” e “riduciamo la nostra impronta di carbonio”, il rapporto [Break Free From Plastic Global Cleanup e Brand Audit](#) ha nominato Coca-Cola come **il numero uno degli inquinatori di plastica aziendali** negli ultimi tre anni, con quasi 14mila materiali plastici in 51 paesi nel solo 2020¹⁴.

¹⁴ Break Free From Plastic Global Cleanup e Brand Audit. “*Demanding Corporate Accountability for Plastic Pollution*”. Vol. III, 2020