**GLI ATTORI DELLA SOSTENIBILITÀ**

Luca Tremolada

Giornalista di scienza e tecnologia a Il Sole 24 Ore

Ci sono parole che vanno studiate e comprese all’interno del proprio contesto. Sostenibilità è la più importante di tutte. Anche perché è quella che incute più timore. Nel 2021 al primo posto quanto a preoccupazione per gli italiani troviamo infatti i cambiamenti climatici: il 52% della popolazione di 14 anni e più intervistata da Istat la colloca al primo posto, seguita dall’inquinamento dell’aria e dal tema della produzione e dello smaltimento dei rifiuti. Siamo comunque intorno al 40% delle persone preoccupate per questi temi, mentre gli altri problemi ambientali preoccupano meno di tre persone su 10. L’indagine ha coinvolto oltre 45.000 persone. In fondo alla graduatoria vi sono le preoccupazioni del futuro che coinvolgono una quota ristretta di persone, come le conseguenze del rumore sulla propria salute e la rovina del paesaggio.

Ad ogni modo, negli ultimi 25 anni, dal 1998 a oggi, l’attenzione della popolazione per la fragilità dell’ambiente è leggermente cresciuta, anche grazie al fatto che se ne parla sui media e social media molto di più di un tempo. La sostenibilità è entrata nei manifesti dei giovani studenti, nei piani industriali delle aziende, nell’agenda politica delle più grandi democrazie occidentale, di più: in tutti gli aspetti della nostra vita. Il filosofo Johan Herder non esiterebbe a definire la sostenibilità lo spirito del tempo, o in tedesco Zeitgeist. Eppure, se oggi chiedessimo a uno studente, a un politico o a un imprenditore il significato della sostenibilità otterremmo probabilmente tre risposte diverse.

Ne è una prova la polemica che è scoppiata in estate sull’impatto ambientale di un tour organizzato sulle spiagge italiane. Il cantante, amatissimo tra i giovani, è stato accusato di greenwashing da alcune ONG ambientaliste e da alcuni attivisti, sebbene il tour avesse nella sua missione quella di sensibilizzare i giovani sulle tematiche ambientali. Lo scontro si è acceso a livello politico e ha visto contrapporsi anche ONG ambientaliste tra loro e si è poi alimentato su media tradizionali, digitali e social network.

Anche quando finalmente la polvere della polemica mediatica si è posata solo in pochissimi si sono posti l’unica domanda sensata: che cos’è la sostenibilità e come si misura? Gli anglosassoni parlano di sustainability con esplicito riferimento alla radice etimologica sustain, ovvero al pedale del pianoforte, la cui funzione operativa è quella di prolungare il suono. I francesi, invece, usano l’espressione développement durable rendendo ancor più evidente l’estensibilità diacronica di progetti, scelte e decisioni. Indipendentemente dagli aggettivi che accompagnano la parola qui analizzata, è possibile individuare un punto fermo intorno al quale sviluppare una serie di argomentazioni spendibili in questo particolare frangente storico. Per essere più puntuali e precisi: quali e quanti sono gli indicatori che ci permettono di determinare se le nostre azioni sono compatibili con il benessere ambientale?

La risposta non è semplice. Anche perché intorno alla sostenibilità si agitano troppi interessi contrastanti. Un indizio sono i numerosissimi indici che sono nati per misurare la sostenibilità. Per stare in Italia c’è quello che correttamente mette in connessione l’ambiente con il digitale. Il Digital Sustainability Index (DiSI) è un indice sviluppato dalla Fondazione per la Sostenibilità Digitale per misurare la sostenibilità digitale di persone, organizzazioni, territori. È la prima volta che viene progettato e applicato in Italia uno strumento per analizzare il livello di consapevolezza da parte dell’utente nell’uso delle tecnologie digitali quali strumenti di sostenibilità. Il DiSI non fornisce (solo) un’indicazione del livello di digitalizzazione del territorio, o di consapevolezza delle persone rispetto ai temi della sostenibilità, ma una indicazione del livello d’uso consapevole delle tecnologie come strumenti di sostenibilità in relazione alla diffusione del digitale e dell’incidenza di comportamenti sostenibili ad esso correlati. In sostanza risponde alla domanda: in relazione al livello di digitalizzazione e di consapevolezza sulla sostenibilità: qual è il livello di uso funzionale delle tecnologie per la sostenibilità da parte degli abitanti di un territorio. Ci sono poi i numerosissimi indicatori sulla biodiversità e sul clima che aiutano a contenere e definire i concetti della sostenibilità ambientale. Qualche esempio: elaborato dal MIT Technology Review, il Green Future Index è un indice che misura la capacità delle nazioni di costruire un futuro sostenibile. Giunto quest’anno alla sua seconda edizione, viene costruito a partire da una serie di indicatori ed è espresso con un numero che va da 1 a 10. Dove quest’ultimo è il valore che indica la piena sostenibilità. Per descrivere lo status e l’andamento nel tempo della biodiversità nelle diverse aree geografiche, si utilizza una grande varietà di indicatori, cioè parametri in grado di sintetizzare, in un unico valore, informazioni ambientali di diverso tipo. Sul fronte climatico un indicatore è appunto il Cimate Risk Index – sviluppato annualmente da GermanWatch – e per il quale, relativamente alla pubblicazione del 2017, su Data World sono stati resi disponibili nella loro versione integrale. L’indice in questione è infatti uno strumento che serve a stimare il livello di rischio a cui un paese è sottoposto in virtù dei cambiamenti climatici, declinato secondo quattro fattori che, combinati e pesati opportunamente, contribuiscono ad un valore con cui è possibile osservare quali siano le nazioni maggiormente esposte. Per le aziende ci sono gli Esg (environmental, social and governance) che sono criteri di valutazione dell'impegno di un'azienda secondo tre dimensioni – ambientale, sociale e di governance –, che danno la misura di quanto essa sia sostenibile e responsabile. Esistono fondi per investire in Esg company cioè in quelle compagnie che presentano la migliore “pagella” ambientale. Esistono anche le classifiche che misurano quanto un oggetto tecnologico è riparabile. In Francia dall'anno scorso è nata una pagella con tanto di etichetta. Ad ogni nuovo prodotto elettrico ed elettronico viene assegnato un punteggio su una scala da 0 a 10 in modo da essere ben visibile al consumatore. L'indice tiene conto di numerosi parametri come durata, disponibilità della documentazione tecnica; facilità di smontaggio, disponibilità sul mercato dei pezzi di ricambio e tempi di consegna. C’è chi sostiene - a ragione - che gli indici siano troppi e ci sia poca trasparenza. È lecito domandarsi chi fornisca le informazioni per misurare la sostenibilità di una azienda? Le aziende stesse? E chi certifica questi dati? Le aziende stesse o enti terzi? Il rischio è duplice: una eccessiva frammentazione del mercato e la diffusione di numeri poco trasparenti se non addirittura manipolatori. E non è finita.

C’è un secondo generatore di confusione più legato alla comunicazione. Perché questi indicatori vengono poi tradotti in messaggi sintetici da associare ai singoli prodotti. Parliamo per esempio di etichettatura ambientale, nutrizionali, semafori, tabelline colorate. Incomprensibili ai più e spesso anche poco visibili. Serve un’opera di divulgazione dell’etichetta che per ragioni intrinseche alla sua natura è troppo sintetica. Ma non solo. Serviamo noi.

Come scrive un rapporto Gfk su “Sostenibilità e Packaging, il 77% dei consumatori non ha la giusta consapevolezza e propensione ad inserire se stessi come attori chiave dei processi di sostenibilità, bensì credono che questi dipendano unicamente da scelte di terzi, principalmente istituzioni e produttori. Questa mancanza di consapevolezza rischia di indebolire il processo di trasformazione verso un futuro più sostenibile. Ciò implica informarsi e studiare per capire quali prodotti usare e perché. E agire di conseguenza. Ad esempio, in ambito packaging, come si legge nella ricerca Gfk, anche se i produttori utilizzassero i migliori materiali in termini di impatto ambientale e le istituzioni garantissero le migliori strutture di raccolta e riciclo, servirebbe poi il contributo del cittadino, che nella fattispecie vuole dire una corretta propensione all’uso-riuso-riciclo dei materiali. Sembra banale anche solo scriverlo ma nella pratica non lo è mai.

Ogni volta che scegliamo, compiamo indirettamente una scelta politica perché diamo un segnale al mercato. Avviene al supermercato quando compriamo da mangiare per i nostri figli ma anche nei negozi di abbigliamento quando preferiamo una marca all’altra. Questa mancanza di consapevolezza rischia di indebolire il processo di trasformazione verso un futuro migliore. E togliere potere a una parola potente come sostenibilità. Sembra uno slogan ma non lo è: serviamo tutti.