

Il greenwashing di Eni è arrivato dentro il festival di San Remo

È cominciata la 72esima edizione del Festival di Sanremo, che ha già messo in luce molte criticità. Prima fra tutte quella sollevata da Greenpeace, che ha denunciato l'ennesimo episodio di greenwashing [dell'industria dei combustibili fossili ENI](#). **La principale azienda italiana di petrolio e gas è infatti sponsor del Festival**, vetrina attraverso cui l'impresa ha deciso di presentare la nuova compagnia Plenitude. Il progetto, raccontato come alternativa green e svolta sostenibile di ENI, **è l'ennesimo tentativo di "nascondere la polvere sotto al tappeto"**. Nello specifico, secondo Eni, Plenitude aiuterà la compagnia a centrare l'obiettivo emissioni zero entro il 2040, grazie a "nuove idee e propositi che puntano a un futuro migliore", come si legge sul sito dell'Ente Nazionale Idrocarburi.

Peccato che la realtà sia ben diversa. Come può raggiungere tale obiettivo un'azienda che risulta essere **la maggior produttrice di gas dannosi per il clima in Italia, e dodicesima al mondo?** Non dimentichiamo, tra l'altro che Eni è stata anche multata dall'antitrust per pubblicità ingannevole. Sbattere in prima serata i suoi falsi propositi non fa altro che aumentare il rischio che questo riaccada. Nella città dei fiori, tra l'altro. Secondo un rapporto stilato da Greenpeace, **circa due terzi delle pubblicità online delle aziende dei combustibili fossili promuovono false soluzioni per il clima**, mentre continuano a far fruttare i propri profitti con le fonti fossili.

«È inaccettabile che ENI sfrutti la vetrina di Sanremo, e dei tanti altri eventi che sponsorizza, per fare greenwashing e promuovere un'immagine di azienda attenta all'ambiente che non corrisponde affatto alla realtà» ha ribadito Greenpeace. Secondo l'Associazione, ENI continua e continuerà a investire sul gas e sul petrolio, riconfermando di essere il principale emettitore italiano di gas serra e una delle aziende più inquinanti del pianeta.

**"Il mondo della musica, della cultura, dello sport e dell'istruzione dovrebbero essere liberi dalla dannosa propaganda dell'industria dei combustibili fossili"** ha detto Federico Spadini, esponente della campagna Clima ed Energia di Greenpeace Italia.

Secondo il rapporto "Words vs Action: the truth behind fossil fuel advertising" infatti, solo l'8% degli annunci di ENI promuove i combustibili fossili, **nonostante questi costituiscano circa l'80% del suo portfolio**. Eni ha davvero intenzione di cambiare? Leggendo i suoi piani per il prossimo futuro è lecito dubitarne. Anzi, nel suo piano strategico è previsto **un aumento della produzione di idrocarburi fino al 2024, con un investimento di circa 18 miliardi di euro**. Una bella differenza, rispetto ai 4 miliardi destinati alle energie rinnovabili.

Cosa possiamo fare per contrastare il fenomeno? Greenpeace ad esempio [ha lanciato](#)

Il greenwashing di Eni è arrivato dentro il festival di San Remo

[un'iniziativa per chiedere l'introduzione di una legge europea](#) **“che vieti le pubblicità e le sponsorizzazioni dell'industria dei combustibili fossili”**. Se la petizione raggiungerà un milione di firme raccolte, la Commissione Europea sarà obbligata a prendere in considerazione la proposta di legge.

[di Gloria Ferrari]