

24

**BILANCIO
SOCIALE 2024
GREENPEACE
ONLUS**



GREENPEACE

DENOMINAZIONE	Greenpeace Onlus (Licenza sull'utilizzo del nome ricevuta da Greenpeace International)
FORMA GIURIDICA E QUALIFICA	Associazione riconosciuta – Organizzazione non lucrativa di utilità sociale (ONLUS)
DATA ED ESTREMI DEL RICONOSCIMENTO DELLA PERSONALITÀ GIURIDICA	ISCRITTA AL REGISTRO PERSONE GIURIDICHE DELLA PREFETTURA DI ROMA CON DECRETO MINISTERIALE DEL 26.01.2000
DATA ED ESTREMI DELL'ISCRIZIONE ALL'ANAGRAFE ONLUS D. LGS. 460/97	Protocollo n. 13935 del 24.02.2006
ISCRIZIONE RUNTS	Iscrizione non effettuata Sebbene non abbia ancora provveduto all'iscrizione, nel 2019 Greenpeace Italia ha modificato il proprio statuto ai fini dell'adeguamento al Codice del Terzo Settore (D.Lgs. 117/2017)
ULTERIORI RICONOSCIMENTI E QUALIFICHE	"Organizzazione per la tutela dell'ambiente" riconosciuta dal 1987 dal Ministero dell'Ambiente
SEDE LEGALE E CENTRALE	Via della Cordonata, 7 – Roma (RM)
ULTERIORI SEDI OPERATIVE	Via Donatello, 30 (c/o Trovami Srl) – Milano (MI)
AREE TERRITORIALI DI OPERATIVITÀ	Italia
CODICE FISCALE	97046630584
PARTITA IVA	02154471003
SITO INTERNET	https://www.greenpeace.org/italy/



Lo Staff di Greenpeace Italia durante il team building.
© Greenpeace / Alessandro Bianchi

Foto di copertina: Azione di fronte al palazzo ENI.
© Greenpeace / Francesco Alesi

INDICE

LETTERA DEL PRESIDENTE E IMPACT REPORT 2024	2
UN ANNO DI VITTORIE	3
UN ANNO IN AZIONE IN ITALIA	4
IL POTERE DI AGIRE INSIEME	5
NOTA METODOLOGICA	6
1. LA RETE DI GREENPEACE NEL MONDO: GREENPEACE ITALIA	7
1.1. LA NOSTRA STORIA	8
1.2. ORGANI DI GOVERNO	12
1.3. STAKEHOLDER ENGAGEMENT	15
1.4. LE PERSONE CHE RENDONO POSSIBILE IL NOSTRO OPERATO	21
1.5. VOLONTARIATO E ATTIVISMO	28
2. CAMPAGNE E PROGETTI	30
2.1. LA TEORIA DEL CAMBIAMENTO DI GREENPEACE	31
2.2. I PROGETTI DEL 2024	32
LA GIUSTA CAUSA	33
STRANGER GREEN	33
RAPID RESPONSE E RETURN TO SENDER	35
C'È DI MEZZO IL MARE	36
FERMIAMO IL DEEP SEA MINING	36
FINO ALL'ULTIMA GOCCIA	38
STOP ALLEVAMENTI INTENSIVI	40
IL BOSCO DELLE API	40
3. COMUNICAZIONE ED ENGAGEMENT	42
LE USCITE SUI MEDIA E IMPATTO	43
LE MIGLIORI USCITE MEDIA DEL 2024	47
ENGAGEMENT & INNOVAZIONE	51
4. LA DIMENSIONE ECONOMICA	54
4.1. RACCOLTA FONDI	55
4.2. LA RACCOLTA DEI FONDI DA INDIVIDUI	56
4.3. IL VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO	58
5. L'IMPATTO AMBIENTALE DELLA NOSTRA ORGANIZZAZIONE	60
5.1. POLITICHE PER LA RIDUZIONE DEI CONSUMI	60
5.2. EMISSIONI DI CO2	61
RELAZIONE DELL'ORGANO DI CONTROLLO	62
RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE	66

IL NOSTRO 2024: L'IMPACT REPORT



Il mondo intorno a noi sta cambiando sempre più rapidamente, di conseguenza dobbiamo adattare le strategie dell'organizzazione e le modalità delle nostre azioni per continuare a **proporre soluzioni concrete a problemi complessi**.

Particolarmente arduo è stato il nostro compito negli anni più recenti, che ci vede **fronteggiare i giganti del fossile** con la faccia tosta di chi denuncia la loro aggressione al clima e all'ambiente globale e vuole un mondo in cui, di fatto, non ci sarà più spazio per loro. **Ci hanno risposto con "cause temerarie" - SLAPP (Strategic Lawsuit Against Public Participation)** - verso diversi dei nostri uffici, cercando di mettere a tacere la nostra voce. Segno che stiamo colpendo là dove hanno paura di essere colpiti.

Abbiamo attivato nuovamente una **attività di Rapid Response** in Emilia-Romagna, **per uno dei tantissimi eventi estremi - l'ennesima alluvione - che si sono abbattuti sul nostro pianeta**, distruggendo vite, persone, ecosistemi. Abbiamo **rispedito al mittente gli oggetti che abbiamo raccolto nei Paesi alluvionati**, scaricando davanti alla sede di ENI le conseguenze delle sue politiche.



Altrettanto devastanti sono, in questi anni, le conseguenze delle guerre, che aumentano, si fanno più spietate, si giovano della complicità delle industrie delle armi e ancora una volta di quelle del fossile. Abbiamo **continuato a denunciare la corsa al riarmo e chiesto di tassare gli extraprofiti** delle industrie del settore.

Nel corso dell'anno **siamo stati sempre in prima linea** nelle piazze, nelle Conferenze sul clima (COP) e anche nelle corti dei tribunali, a difendere il diritto ad avere un pianeta sano e il diritto al dissenso.

Abbiamo fatto ricerche e indagini che hanno svelato quanto la Terra sia avvelenata da un'economia distruttiva che privilegia il profitto su salute e ambiente, senza mai dimenticarci di sottolineare che un'alternativa è possibile. Siamo andati in tutta Italia per portare il nostro messaggio e la campagna per la messa al bando dei PFAS, e per pretendere **"Acque senza veleni"**, e abbiamo già ottenuto piccole vittorie: in Piemonte, per esempio, la Regione ha dato il via a **biomonitoraggi** per la popolazione locale.

Abbiamo presentato, con altre associazioni, una **proposta di legge per andare oltre agli allevamenti intensivi** che inquinano il Paese mentre creavamo un'oasi verde nella città con la qualità dell'aria peggiore d'Italia, il **bosco delle api a Cremona**.

Un nuovo tour dell'**Artic Sunrise**, la nostra nave, simbolo di una Greenpeace attiva, creativa, e nonviolenta, è partito da Genova e ha portato in giro per il Tirreno le nostre attività di campagna, raccolta fondi e alcune attività di ricerca scientifica. Abbiamo, tramite le nostre pressioni, azioni e ricorsi, ottenuto il blocco delle trivellazioni previste nel **Delta del Po**, e abbiamo fermato le attività di **Deep Sea Mining in Norvegia**, primo grande risultato di questa campagna internazionale a difesa dei fondali profondi.

Dopo alcuni anni di flessione del numero dei sostenitori, siamo riusciti a stabilizzarne il numero, base indispensabile per un futuro rilancio.

Per quanto gli spazi di democrazia sembrano restringersi anche in Italia, noi **continuiamo a batterci e ad agire, perché sono proprio le azioni e le proteste che danno forza alla speranza di un futuro migliore e che tengono aperti gli spazi di espressione del dissenso**.

Ivano Novelli *Giuseppe Onufrio*

Il Presidente
Ivano Novelli

Il Direttore Esecutivo
Giuseppe Onufrio

COME RACCOGLIAMO I FONDI



COME SPENDIAMO I FONDI



COME INVESTIAMO NELLA MISSIONE



Nell'anno 2024 sembra invertirsi timidamente (+0,28%) la tendenza di calo dei donatori che ha caratterizzato gli ultimi anni. Tuttavia, come è possibile vedere più nel dettaglio nel capitolo 4.3, a fronte di incassi sostanzialmente stabili, l'aumento delle spese (+3,6%), in particolare per quanto riguarda le spese di missione (+3,5%) e di raccolta fondi (+6,5%), ha fatto registrare una chiusura in negativo di circa €110k. La struttura della raccolta e dell'utilizzo dei fondi rimane sostanzialmente la stessa del 2023 (medesima ripartizione percentuale tra le diverse voci).

UN ANNO DI VITTORIE

PARTECIPAZIONE PUBBLICA

Grazie al nostro lavoro con la coalizione CASE (Coalition Against SLAPPs in Europe), il Parlamento europeo ha votato una direttiva anti-SLAPP, che definisce standard per tutelare le vittime di azioni legali tese a bloccare la partecipazione e il dissenso

NESSUNA ESTRAZIONE NELL'ARTICO!

Dopo oltre un anno di pressioni da parte di attiviste e attivisti, comunità scientifica e comunità internazionale, il governo norvegese ha fermato le licenze per il Deep Sea Mining nell'Artico. Niente estrazioni almeno fino alla fine del 2025!

MONITORAGGIO PFAS

Grazie alle nostre pressioni al fianco delle comunità locali, la produzione di PFAS nello stabilimento Solvay/Syensco è stata bloccata per 30 giorni. La Regione Piemonte ha poi avviato un biomonitoraggio sulla popolazione per verificare i livelli di contaminazione.

STOP TRIVELLE IN ADRIATICO

Abbiamo contestato la licenza concessa a un progetto di trivellazione offshore vicino a un'Area Marina Protetta nel Mare Adriatico, e abbiamo vinto! Delfini e tartarughe nel Delta del Po non sono più in pericolo.

UNA LEGGE PER LA NATURA

Nel 2024 è stata approvata la Nature Restoration Law, che prevede di ripristinare il 60% di alcuni habitat europei entro il 2040 e il 90% entro il 2050. La legge è passata anche grazie al lavoro di Greenpeace in Europa, che ha mobilitato migliaia di persone.

GIUSTIZIA CLIMATICA

Grazie alle KlimaSeniorinnen (un'associazione di donne svizzere) supportate da Greenpeace, la Corte Europea dei Diritti Umani ha riconosciuto come la protezione del clima sia un diritto umano.

VITTORIA CONTRO TOTALENERGIES

Il Tribunale di Parigi ha dato ragione a Greenpeace e ha respinto la citazione per diffamazione intentata dal colosso petrolifero TotalEnergies contro un nostro rapporto che rivelava le sue emissioni di gas serra.

CHI INQUINA PAGA

Grazie al nostro esposto, la Corte dei Conti ha chiesto un risarcimento per coprire le spese di recupero delle 56 balle di plastica abbandonate nel Santuario dei Cetacei.

PIÙ GARANZIE PER GLI EQUIPAGGI

La Commissione per la pesca nel Pacifico occidentale e centrale (WCPFC), che supervisiona la gestione delle popolazioni ittiche e promuove pratiche di pesca sostenibili, ha adottato le Misure di conservazione e gestione (CMM) per le norme sul lavoro degli equipaggi.

SI ALLE PROTESTE IN MARE

La corte di appello dei Paesi Bassi si è pronunciata a nostro favore, riconoscendo il nostro diritto a protestare pacificamente in mare contro i pericolosi progetti di estrazione dell'industria mineraria.

PROTEZIONE PER LE FORESTE E CHI LE ABITA

In Brasile, la Corte Suprema ha riconosciuto l'incostituzionalità di alcune politiche ambientali dell'amministrazione dell'ex presidente Jair Bolsonaro, che hanno causato una massiccia violazione di diritti in Amazonia.

NO ALLE ESPLORAZIONI DI SHELL IN SUDAFRICA

La Corte ha dichiarato illegali il diritto di esplorazione e i successivi rinnovi concessi a Shell per condurre esplorazioni di petrolio e gas al largo della costa del Sudafrica a causa della mancata consultazione delle comunità interessate.

PASSI AVANTI PER LE FORESTE

Woolworths, una delle maggiori catene di supermercati in Australia, e McDonald's hanno accolto le nostre richieste e si sono impegnate ad eliminare la deforestazione dalle loro filiere entro il 2025 e il 2030.

DIRITTI DEI POPOLI INDIGENI

Il popolo Khasimos sostenuto da Greenpeace ha finalmente ottenuto il riconoscimento dei suoi diritti sulle terre indigene nella foresta pluviale nella Papua sud-occidentale.

Nel 2024 abbiamo continuato a difendere il pianeta grazie a tutti e tutte voi. Non è stato un anno facile, ma abbiamo ottenuto importanti risultati per il diritto alla protesta pacifica, per quello a un ambiente sano e a una società più equa.



PER APPROFONDIRE

UN ANNO IN AZIONE IN ITALIA



© Greenpeace / Giuseppe Chiartera

STOP ALLEVAMENTI INTENSIVI

Abbiamo sperimentato metodi di *citizen science* per monitorare le **emissioni di ammoniaca** dagli allevamenti intensivi, raccogliendo dati indipendenti a supporto delle nostre denunce. La **Proposta Di Legge "Oltre gli Allevamenti Intensivi"** è stata presentata ufficialmente, con il sostegno di un'ampia rete di associazioni.



© Greenpeace / Francesco Alesi

C'È DI MEZZO IL MARE

Abbiamo realizzato una **mappa dell'effettivo stato di conservazione dei mari italiani**, confrontando i dati ufficiali con quelli raccolti attraverso le nostre spedizioni. A bordo della nave Arctic Sunrise, Greenpeace ha **esplorato il Palinuro Seamount** nel Tirreno meridionale, utilizzando un ROV per **documentare la biodiversità** presente sulla sommità della montagna sottomarina.



© Greenpeace / Alessandro Bianchi

ACQUE SENZA VELENI

Abbiamo organizzato la spedizione "Acque Senza Veleni" per realizzare la **prima mappa nazionale indipendente sulla contaminazione da PFAS** nelle acque potabili italiane, rispondendo alle crescenti preoccupazioni della popolazione e alla mancanza di dati pubblici sul problema.



© Greenpeace / Michele Lapini

RAPID RESPONSE EMILIA-ROMAGNA E "RETURN TO SENDER"

Abbiamo fornito **supporto alle comunità locali colpite dall'alluvione** a Traversara e Faenza, entrambe in provincia di Ravenna, con operazioni di sgombero, pulizia e raccolta di testimonianze. Abbiamo diffuso un **report sui danni economici causati da alluvioni e frane**. A Roma, l'**installazione "E ora chi paga?"** ha esposto oggetti recuperati dalle alluvioni, e con l'**azione diretta "Return to Sender"**, abbiamo simbolicamente restituito a ENI alcuni degli oggetti distrutti dalle alluvioni, denunciando il legame tra l'industria fossile e gli eventi climatici estremi.

LA GIUSTA CAUSA

Ci siamo concentrati sulla preparazione della **prima udienza** e sul **ricorso in Cassazione**, il cui verdetto è atteso nel 2025. Abbiamo intensificato le attività di **sensibilizzazione**, mettendo in luce le responsabilità di ENI e promuovendo un sondaggio nazionale sui giovani e la solastalgia, spesso chiamata **"ecoansia"**.



© Greenpeace / Alessandro Bianchi

I BOSCHI DELLE API

Abbiamo completato la **piantumazione nelle food forest** di Roma e Cremona, integrando specie vegetali diverse, tra cui alberi da frutto, bacche, erbe medicinali e fiori, per favorire la biodiversità e garantire la stabilità dell'ecosistema. Sono stati installati **bee hotel** e **rifugi per insetti impollinatori**, contribuendo alla loro conservazione e riproduzione.

IL POTERE DI AGIRE INSIEME

PER AFFRONTARE LE SFIDE SISTEMICHE È RICHIESTO IL CONTRIBUTO DI TUTTI E TUTTE.
TROVA IL TUO PERCORSO E GUIDA IL CAMBIAMENTO!

DONA

Greenpeace non accetta contributi pubblici o da aziende: il tuo contributo è essenziale per continuare ad operare con efficacia ed indipendenza.



FAI UNA DONAZIONE
UNA TANTUM O DIVENTA
DONATORE REGOLARE

DONA IL TUO 5X1000

1. METTI LA TUA FIRMA NEL PRIMO SETTORE IN ALTO DENOMINATO: "SOSTEGNO DEL VOLONTARIATO..."
2. INSERISCI IL CODICE FISCALE DI GREENPEACE: 97046630584

A TE NON COSTA NIENTE. PER NOI FA LA DIFFERENZA!



ACQUISTA
DALL' E-COMMERCE

DEDICA IL TUO TEMPO

Unisciti a noi a livello locale per sensibilizzare, raccogliere fondi e agire per il cambiamento. Le cose in cui ci puoi aiutare sono tante, dall'organizzare eventi e incontri con le amministrazioni locali, a unirti a noi nelle nostre azioni coraggiose.

Tu come ci vuoi aiutare?



TROVA IL GRUPPO
LOCALE NELLA TUA
PROVINCIA E SEGUilo
SUI SOCIAL PER
RESTARE AGGIORNATO
SULLE INIZIATIVE LOCALI

Puoi dare il tuo contributo anche online!



FIRMA LE NOSTRE
PETIZIONI



DIVENTA
CYBERATTIVISTA

ENTRA NELLO STAFF

Il pianeta è la nostra casa e difenderlo è il nostro lavoro. Siamo una grande squadra che lavora insieme per cercare soluzioni e cambiamenti attraverso azioni concrete. Per farlo, abbiamo bisogno di avere al nostro fianco: sostenitrici, volontarie, attiviste e persone professionali e competenti, con costante voglia e capacità di lavorare insieme, per questo scopo comune. Quando cerchiamo personale pubblichiamo sempre in trasparenza, sul nostro sito, le opportunità di lavoro e specifichiamo i criteri di reclutamento. Per valutare l'interesse di salire a bordo di Greenpeace Italia, in questa pagina vi parliamo dei valori e dei principi che animano il nostro lavoro e la nostra vita organizzativa.

<https://www.greenpeace.org/italy/chi-siamo/lavora-con-noi/>

Noi lavoriamo insieme per garantire a Greenpeace di essere Leader efficace e rilevante, nel quadro nazionale e internazionale, nell'identificare soluzioni alle sfide che il nostro pianeta affronta, e nel mettere in campo azioni concrete.



RAFFORZIAMO LE NOSTRE PARTNERSHIP E RELAZIONI

Se fai parte di un'altra organizzazione e condividi i nostri fini, contattaci per unire le forze e trovare soluzioni condivise.

Contattaci all'email
info.it@greenpeace.org
Oppure, per i media,
ufficio.stampa.it@greenpeace.org

NOTA METODOLOGICA

Il presente report rappresenta il 14° esercizio di rendicontazione sociale di Greenpeace Onlus, importante tappa di un percorso avviato ben prima dell'introduzione degli obblighi legislativi di cui è attualmente destinatario il settore Non Profit in tema di trasparenza e comunicazione.

Il tragitto percorso finora ha permesso alla struttura e agli *stakeholder* interni - primi fra tutti la governance e le risorse umane - di sviluppare una crescente maturità culturale e di competenze in relazione ai temi di rendicontazione sociale e di sostenibilità. Il primo adeguamento del testo risale al bilancio sociale 2009, quando Greenpeace Onlus si è adattata alle linee guida per le Onlus, mentre l'approfondimento della rendicontazione successivo è avvenuto nel 2013, quando è iniziata la certificazione del bilancio sociale di Greenpeace secondo gli standard Global Reporting Initiative (GRI), proseguita fino al 2023.

Oggi come allora, il Bilancio Sociale viene riconosciuto non solo come un meccanismo di trasparenza e dialogo, ma soprattutto come uno strumento di supporto in contesti decisionali e operativi, rafforzando così l'interesse e l'attenzione verso il suo continuo miglioramento e dunque un impegno autentico a perseguire obiettivi di responsabilità e valore condiviso.

È proprio grazie a questa crescente consapevolezza del valore del Bilancio Sociale che la struttura ha deciso di aggiornare nuovamente la propria metodologia di rendicontazione, adeguandosi completamente ai principi e alle disposizioni contenuti nelle "Linee Guida per la redazione del Bilancio Sociale degli Enti del Terzo Settore" emanate dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali con decreto del 4 luglio 2019 (d'ora in avanti "Linee Guida"). Tale transizione, avviata e portata avanti gradualmente negli anni, risponde alla volontà di avvicinarsi ancora di più alle specificità e alle esigenze del contesto in cui Greenpeace Onlus opera, garantendo una rendicontazione più pertinente, chiara e accessibile: la trattazione dei temi rilevanti per gli *stakeholder* non subisce infatti per il Bilancio Sociale 2024 alcuna contrazione in termini di trasparenza o attendibilità dei dati forniti, laddove il processo di raccolta dati continua a seguire schemi e indicatori finora raccolti, ispirati agli Standard Internazionali GRI 2023. L'adozione delle Linee Guida nazionali è frutto di una chiara scelta strategica, che permetterà di rispondere in maniera più diretta e concreta alle aspettative del legislatore e del territorio, offrendo una rappresentazione dei dati che siano non solo rilevanti, ma anche maggiormente significativi e comparabili con le informazioni rendicontate da chi opera nel nostro stesso contesto.

Il presente documento, inoltre, assolve all'obbligo di predisposi-

zione del Bilancio Sociale di cui all'art. 18 dello Statuto di Greenpeace Onlus. I dati e le informazioni presenti nel documento si riferiscono all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024. Il documento viene redatto e pubblicato online¹ con cadenza annuale ed è stato approvato dal Consiglio Direttivo il 26 aprile 2025. Non si registrano cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura, nella catena di fornitura, nell'assetto proprietario, negli obiettivi e nel perimetro di rendicontazione nel periodo analizzato.

Il perimetro di rendicontazione del presente Bilancio riferisce a tutte le attività implementate dall'organizzazione in Italia.

L'adeguamento alle Linee Guida ha comportato una rimodulazione dell'indice e la ricollocazione delle informazioni in un modo coerente alla struttura di cui al par. 6 delle Linee Guida stesse. Infine, la rappresentazione delle azioni realizzate e dei relativi *output* e *outcome* quantitativi e qualitativi è stata riorganizzata in modo più puntuale, in linea con la modalità operativa di Greenpeace Onlus, che lavora per il raggiungimento di obiettivi strategici programmati (per il tramite delle campagne e progetti internazionali) che si sviluppino attraverso un piano d'azione coordinato e strutturato sul territorio nazionale: il nuovo approccio nella loro rappresentazione permette dunque di documentare e valorizzare in modo più efficace i risultati ottenuti, evidenziando l'impatto delle attività in relazione agli obiettivi prefissati.

Il processo di rendicontazione che ha portato alla redazione del documento è caratterizzato da un apporto partecipativo e condiviso a cura di un gruppo di lavoro interno costituito dalla Direzione e dal *Senior Management Team*. Le Risorse Umane, il Dipartimento Programma, il Dipartimento della Raccolta Fondi e il Dipartimento Organizzazione e Sviluppo hanno contribuito alla stesura del documento attraverso l'elaborazione dei propri paragrafi di competenza, l'unità di comunicazione si è occupata anche dell'editing dei contenuti. Ogni persona dello staff, attraverso la raccolta e la condivisione di dati e di informazioni, ha contribuito alla scrittura del Bilancio Sociale. Insieme a questo documento, sul sito di Greenpeace Italia è possibile trovare anche il Bilancio di Esercizio, redatto dal Dipartimento Organizzazione e Sviluppo con il supporto della Direzione e del *Senior Management Team*.

Il presente documento è stato sottoposto a esame limitato, secondo quanto previsto dal principio International Standard on Assurance Engagement (ISAE 3000 Revised) da parte di Crowe Bompani Srl. La verifica è stata svolta secondo le procedure indicate nella "Relazione della Società".

Per maggiori informazioni, contattare Francesca Cresta, Assistente Direttore Esecutivo e *Governance*, all'indirizzo francesca.cresta@greenpeace.org.

¹ La data di approvazione del Bilancio Sociale 2024 è il 26/04/2025, pubblicato sul sito in data 09/05/2025



© Greenpeace / Marco Graziani

1. LA RETE DI GREENPEACE NEL MONDO: GREENPEACE ITALIA



PER APPROFONDIRE

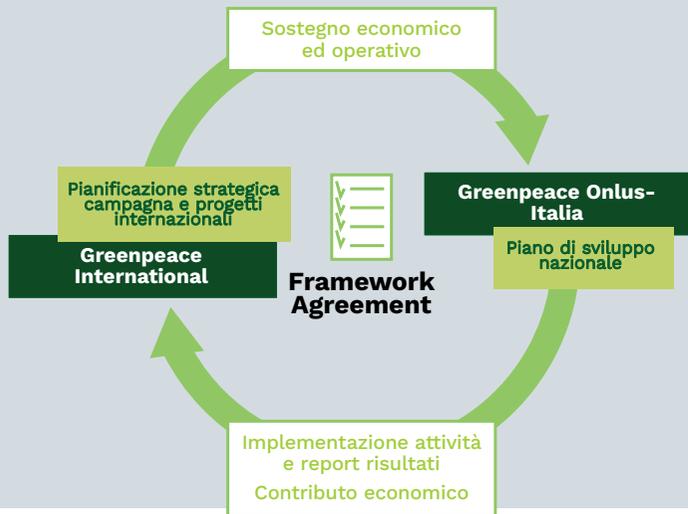


Greenpeace durante una delle primissime
azioni in difesa delle balene nel 1976.
© Greenpeace / Rex Weyler

I rapporti tra gli uffici nazionali/regionali e Greenpeace International

Le campagne e le soluzioni proposte da Greenpeace sono inserite nel contesto dello sviluppo e della pianificazione comune delle campagne internazionali, ma vengono sviluppate attraverso un **modello operativo di progetti** lanciati dagli uffici nazionali e regionali.

A **Greenpeace International** sono in capo la gestione della flotta delle navi, il finanziamento degli uffici nazionali ritenuti strategici fino alla loro autonomia finanziaria, lo staff di coordinamento per le campagne, per il fundraising e per la gestione amministrativa delle diverse articolazioni nazionali. Gli **uffici nazionali** assumono i loro impegni sui progetti globali e sugli obiettivi dipartimentali tradizionali presentando i propri piani di sviluppo – che contengono le previsioni di bilancio e le richieste di supporto operativo o, laddove necessario, finanziario – alla figura internazionale del *development manager*, che supervisiona le attività dell'ufficio nazionale e viene informata regolarmente circa l'operato del Consiglio Direttivo, partecipa alle riunioni degli organi statutari e riceve le relazioni periodiche delle attività. La relazione di Greenpeace Italia con Greenpeace International (GPI) è di natura **sia programmatica che di sostegno economico** ed è regolata da un **FRAMEWORK AGREEMENT** (accordo quadro), sulla base del quale Greenpeace Italia riporta periodicamente all'ufficio internazionale aggiornamenti sulle attività in corso e sugli obiettivi raggiunti.



1.1 LA NOSTRA STORIA

Il 15 settembre 1971 un gruppo di attivisti salpa da Vancouver con un vecchio peschereccio, il Phyllis Cormack, ed entra nella storia. Il suo scopo è protestare in modo non violento contro i test nucleari degli Stati Uniti ad Amchitka, in Alaska, una delle regioni più sismiche al mondo e dimora di specie in via d'estinzione. Anche se il gruppo viene fermato e non riesce a raggiungere il luogo delle operazioni, l'azione scatena l'attenzione dei media e un'ampia protesta pubblica contro gli esperimenti. Nel corso dello stesso anno, i test nucleari cessano e l'area viene dichiarata riserva per gli uccelli. Questi attivisti sono stati i fondatori di Greenpeace. Un anno prima di questa impresa, **la sera del 16 ottobre 1970, al Pacific Coliseum di Vancouver, si tiene un concerto di Joni Mitchell, James Taylor e Phil Ochs.** L'eco della tre giorni di "pace e amore" di Woodstock è ancora forte. Scopo del concerto è proprio raccogliere i fondi per la prima azione di Amchitka. I tre artisti vengono introdotti da Irwing Stowe, un quacchero dalle forti idee libertarie che già nel 1969 aveva fondato con alcuni amici (sua moglie Dorothy, Jim e Marie Bohlen, Bob Hunter, Ben e Dorothy Metcalfe, tra gli altri) il gruppo pacifista e ambientalista Don't Make A Wave Committee. Stowe accoglie così la folla:

«BENVENUTI IN GREENPEACE». SI PENSA CHE QUELLA SIA STATA LA PRIMA VOLTA IN CUI IL NOME DELL'ORGANIZZAZIONE È STATO PRONUNCIATO IN PUBBLICO.

Alcune persone tra queste fanno già attivismo, altre promuovono da tempo il pacifismo, altre ancora si occupano di giornalismo, di sindacalismo, di arte o sono avvocate e avvocati. **Diversi statunitensi sono fuggiti in Canada per non andare a combattere in Vietnam.** Qualcuno è quacchero, appunto: un particolare non insignificante, perché la pratica della protesta nonviolenta di questo gruppo religioso diventerà tipica del modo di operare di Greenpeace. All'interno del gruppo di attiviste e attivisti, sin dalla prima spedizione alla volta di Amchitka, **emerge la figura di un giornalista, Bob Hunter: è lui a portare a bordo del Phyllis Cormack il libro *Guerriglieri dell'Arcobaleno*** (contenente una famosa profezia dei Nativi americani) che darà il nome agli attivisti di Greenpeace. Bob è un creativo e una personalità vulcanica: teorizza il modo di agire di Greenpeace, si inventa le prime campagne, entra direttamente in azione.

Nel giro di pochi mesi, lo scenario si arricchisce. Il 1972 è l'anno della prima azione di Greenpeace contro i test nucleari francesi nell'atollo di Mururoa, nell'Oceano Pacifico. La Francia è l'unica potenza occidentale a condurre, in quegli anni, esperimenti atomici in atmosfera. **La missione è affidata a David McTaggart**, l'esplosione è prevista per il mese di giugno. A fine aprile, McTaggart,

a bordo della nave Vega salpa per Mururoa con un equipaggio di cinque persone e arriva a 32 chilometri dall'atollo. Verso la metà di giugno, avvistata una mongolfiera che sorvola il luogo del test con il detonatore per l'ordigno nucleare, l'equipaggio decide di avvicinarsi ulteriormente. Dopo otto giorni di schermaglie e inseguimenti, una nave francese sperona il Vega che viene rimorchiato fino a Mururoa per le necessarie riparazioni. McTaggart riesce solo a ritardare il test. L'anno successivo ritorna a Mururoa, i francesi lo abbordano e lo feriscono, ma uno dei membri dell'equipaggio riesce a fotografare tutto. La notizia della protesta e dell'assalto dei francesi fa il giro del mondo e, nel 1974, la Francia annuncia la fine dei test atmosferici.

BOB HUNTER E DAVID MCTAGGART, INSIEME AI CONIUGI STOWE, BOHLEN, METCALFE E AL GRUPPO DI PIONIERI DI GREENPEACE, RISVEGLIANO UNA COSCIENZA ECOLOGICA MONDIALE.

Le attività si moltiplicano: mentre McTaggart torna nel Pacifico con il Vega riparato, nel 1975 inizia la campagna contro la caccia alle balene, nel 1976 quella contro il massacro delle foche in Canada, nel 1978 quella contro lo smaltimento in mare delle scorie radioattive. Oltre ai primi uffici in Canada e Stati Uniti, aprono sedi in Inghilterra, Francia, Paesi Bassi, Nuova Zelanda, Australia e nel 1978 viene acquistata la prima Rainbow Warrior, che da allora sarà la nave ammiraglia della flotta di Greenpeace. Una crescita così rapida, tuttavia, in quel momento non è sostenuta da una struttura adeguata. Per questo, **i diversi uffici concordano, nel 1979, di dar vita a Greenpeace International, con sede ad Amsterdam.** Sono così pronte le basi per la successiva espansione globale dell'organizzazione, oggi presente con 25 uffici in più di 55 Paesi, e per la nascita di Greenpeace Italia che avviene nel 1986, proprio per impulso di McTaggart. **Il 2021 ha segnato il cinquantesimo anniversario della fondazione di Greenpeace.** Ci sono stati insuccessi e vittorie, alcune delle quali importanti: dalla moratoria della caccia alle balene del 1982 al protocollo di protezione dell'Antartide del 1991, dall'abbandono dei test nucleari adottato dall'ONU nel 1996 fino al trattato globale di protezione degli oceani siglato proprio nel 2023. Ci sono stati momenti difficili: su tutti, il tragico affondamento della Rainbow Warrior in Nuova Zelanda, nel 1985, da parte dei servizi segreti francesi (che costò la vita al fotografo Fernando Pereira); ma anche la vicenda degli "Arctic 30", i 28 attivisti e 2 giornalisti che nel settembre 2013 furono arrestati dalla Russia, e rilasciati a fine anno, solo per avere protestato contro le trivelle di Gazprom nell'Artico. Greenpeace è stata e rimane una forza per il cambiamento. **Ma c'è ancora molto da fare: servirà l'aiuto e il sostegno di tanti per garantire un futuro verde e pacifico per l'umanità.**

Carta di identità di Greenpeace nel mondo | dati 2024



Greenpeace nasce nel 1971²



Greenpeace International nasce nel 1979



25 uffici in più di 55 Paesi³



3,0 milioni di donatori



55 milioni di sostenitori (donatori, volontari, attivisti online, etc)

Carta di identità di Greenpeace in Italia | dati 2024



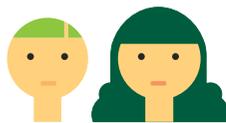
Greenpeace Italia nasce nel 1986



Sede legale ROMA, Via della Cordonata 7



Unità locale MILANO, Via Donatello, 30 Trovami Srl



56 persone come staff dipendenti



1050 persone attiviste/volontarie iscritte alla piattaforma, circa 145 attive



1.053.086 cyberattivisti



84.101 donatori attivi in Italia



**Configurazione fiscale ONLUS
Codice Fiscale 97046630584
Partita IVA 02154471003**

GREENPEACE È UN'ASSOCIAZIONE NONVIOLENTA, CHE UTILIZZA AZIONI DIRETTE PER DENUNCIARE IN MANIERA CREATIVA I PROBLEMI AMBIENTALI E PROMUOVERE SOLUZIONI PER UN FUTURO VERDE E DI PACE. GREENPEACE È INDIPENDENTE E NON ACCETTA FONDI DA ENTI PUBBLICI, AZIENDE O PARTITI POLITICI.

² La denominazione statutaria di Greenpeace in Italia è "Greenpeace ONLUS". Nel Bilancio, per sintesi, si utilizzerà prevalentemente la denominazione "Greenpeace" o anche, quando opportuno, per evitare confusione con Greenpeace International, anche "Greenpeace Italia".

³ Sul sito di Greenpeace International, <https://www.greenpeace.org/international/about/worldwide/>, è disponibile la lista di tutti gli uffici operativi.

MISSIONE, VALORI, POLICY

Greenpeace: una dichiarazione d'identità

**GREENPEACE
È UN'ORGANIZZAZIONE
GLOBALE INDIPENDENTE
LA CUI MISSION⁴ È
SVILUPPARE CAMPAGNE
E AGIRE PER
CAMBIARE OPINIONI
E COMPORTAMENTI,
PER PROTEGGERE
E PRESERVARE L'AMBIENTE
E PER PROMUOVERE LA PACE**

IN PARTICOLARE, GREENPEACE SI PROPONE DI:

- **FAVORIRE** una rivoluzione energetica per affrontare il principale pericolo per il Pianeta: i cambiamenti climatici;
- **DIFENDERE** gli oceani, sfidando la pesca eccessiva e distruttiva e creando una rete globale di riserve marine;
- **PROTEGGERE** le ultime foreste primarie del mondo, gli animali, le piante e le popolazioni che da esse dipendono;
- **LAVORARE** per il disarmo e la pace, affrontando le cause dei conflitti e chiedendo l'eliminazione di tutte le armi nucleari;
- **CREARE** un futuro libero da sostanze tossiche attraverso alternative più sicure dei composti chimici oggi presenti nei prodotti;
- **PROMUOVERE** l'agricoltura sostenibile, rifiutando gli organismi geneticamente modificati, proteggendo la biodiversità, incoraggiando pratiche agricole responsabili.

IL PERSEGUIMENTO DI TALI FINALITÀ AVVIENE:

- **INVESTIGANDO, DENUNCIANDO E AFFRONTANDO** gli abusi ambientali;
- **SFIDANDO** il potere politico ed economico di chi può rendere effettivo il cambiamento;
- **PROPONENDO** soluzioni economicamente sostenibili e socialmente giuste che offrano speranza alle generazioni.



⁴ Per maggiori dettagli sull'oggetto sociale di Greenpeace Onlus, si rinvia all'art. 3 dello Statuto, [scaricabile dal sito internet](#).

Greenpeace Onlus opera in assenza di scopo di lucro nel rispetto di quanto indicato all'art. 8 del Codice del Terzo Settore⁵ e persegue esclusivamente finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale, avendo a oggetto lo svolgimento, in via stabile e principale, delle attività di interesse generale di cui all'art. 5 comma 1 lettera e)⁶. L'associazione deve rispettare le disposizioni di cui al D. Lgs. 460/97 in considerazione del fatto che è attualmente dotata della qualifica di ONLUS: pertanto lo svolgimento di eventuali attività secondarie e strumentali a oggi è precluso, essendo ammesso esclusivamente lo svolgimento di attività istituzionali e quelle ad esse direttamente connesse.

I principi alla base dell'agire

Greenpeace fonda la sua *mission* su principi ai quali cerca in ogni momento di restare fedele, al fine di **agire per ispirare gli altri**.

Nonviolenza: da sempre, nel profondo delle radici dell'organizzazione c'è il principio dell'azione pacifica.

Confronto: il confronto creativo ha il potere di mobilitare le persone attraverso idee stimolanti e modi di agire.

Indipendenza: Greenpeace viene sostenuta esclusivamente da singoli individui.

Il potere di agire insieme: l'associazione crede nel potere di molti di affrontare i problemi ambientali e promuovere soluzioni.

L'importanza di essere indipendenti

L'indipendenza politica ed economica è un pilastro dell'organizzazione e le permette di esporsi e confrontarsi con chi detiene il potere senza condizionamenti, in modo credibile e con un profilo autorevole. Greenpeace considera molto seriamente il dovere di essere trasparente e responsabile. Le *policy* sulle relazioni con le terze parti guidano le attività di raccolta fondi e **tutti i finanziamenti più consistenti vengono sottoposti a controllo per verificarne la provenienza**. Gli stessi criteri guidano la scelta dei fornitori e dei soggetti con cui collaborare.

⁵ Sebbene sia ancora in possesso della qualifica di Onlus, nel 2019 Greenpeace si è adeguata alla normativa prevista dalla riforma del Terzo Settore, modificando lo statuto secondo le previsioni del Codice del Terzo Settore (D.Lgs. 117/2017). Per maggiori dettagli sull'oggetto sociale, si rinvia all'art. 3 dello Statuto, scaricabile dal sito internet (vedi sezione "Chi Siamo") o a questo [link](#).

⁶ Le attività di interesse generale riguardano, in coerenza alla mission, gli "interventi e servizi finalizzati alla salvaguardia e al miglioramento delle condizioni dell'ambiente e all'utilizzazione accorta e razionale delle risorse naturali, con esclusione dell'attività, esercitata abitualmente, di raccolta e riciclaggio dei rifiuti urbani, speciali e pericolosi, alla tutela degli animali e alla prevenzione del randagismo, ai sensi della legge 14 agosto 1991, n. 281, nonché alla produzione, all'accumulo e alla condivisione di energia da fonti rinnovabili a fini di autoconsumo, ai sensi del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 199".

⁷ Il Codice di Condotta è consultabile alla pagina del nostro sito internet: <https://www.greenpeace.org/italy/chi-siamo/integrita-valori/>

⁸ Le persone di fiducia possono essere interne allo staff, elette quindi tra i dipendenti, oppure esterne all'organizzazione. Esistono poi Persons of Trust (POT) internazionali, che garantiscono un livello ulteriore di rispetto del Codice di Condotta. Queste persone vengono formate per aiutare chi lo ritiene necessario a navigare il Sistema di Integrità. Al 31.12.2024, Greenpeace Italia ha 2 persone di fiducia interne e una esterna.

Le campagne: occhio sull'obiettivo

Lavorare per campagne e obiettivi specifici è l'approccio che da sempre caratterizza Greenpeace, alla base della struttura organizzativa sia degli uffici nazionali che di Greenpeace International, e che dà una forte impronta a tutte le attività, condizionando i diversi aspetti della missione. Indipendenza, nonviolenza, confronto, mobilitazione delle persone sono i modi che Greenpeace ha scelto per raggiungere i propri obiettivi. Lavorare per campagne, inoltre, è la maniera migliore di **concentrare le limitate risorse**, senza disperderle in troppe attività contemporanee.

Policy internazionali, integrità e inclusività

L'adesione alle policy internazionali è un altro principio cardine del Framework Agreement; non si tratta solo di *policy* sul rispetto dei valori fondanti l'associazione (pace, rifiuto del conflitto armato, nonviolenza, rispetto dei diritti umani) ma anche di buone prassi, comuni a tutti gli uffici nazionali, da adottare nella raccolta fondi, nelle procedure per gli acquisti, nella selezione dei fornitori, nell'utilizzo di energia rinnovabile per gli uffici e nelle linee guida da seguire per la produzione di prodotti tessili.

L'ASSOCIAZIONE DA SEMPRE SI IMPEGNA A SOSTENERE E PROMUOVERE I PIÙ ALTI STANDARD DI CONDOTTA ETICA E PROFESSIONALE E A FAVORIRE UNA CULTURA APERTA E INCLUSIVA DELLE DIVERSITÀ.

Il progetto **JEDIS** "Justice, Equity, Diversity, Inclusion and Safety", promosso dalla comunità internazionale, ha spinto tutti gli uffici verso la definizione di alcuni principi comuni di base sui temi della diversità, dell'inclusione e della tutela dell'integrità. Sono stati quindi elaborati sette **Diversity&Inclusion principles** e linee guida, ed è stato elaborato e diffuso un **Codice di Condotta**⁷ interno. Il rispetto del Codice viene promosso e monitorato attraverso un sistema di responsabilità condivise

da ogni persona all'interno dell'associazione, a partire dal *management* fino ai volontari, per garantire l'impegno di tutti a mantenere un ambiente di lavoro in cui le persone non siano esposte a molestie, abusi o discriminazioni. Greenpeace tutela chiunque desideri segnalare una sospetta violazione delle *policy* dell'associazione, fornendo **canali confidenziali per segnalare sospette violazioni**. Questo può avvenire attraverso le **Persone di Fiducia** (PoT - *Person of Trust*), elette dallo staff e dal *network* del volontariato⁸, o direttamente presentando una segnalazione formale all'Integrity Officer, persona designata alla gestione e investigazione dei casi di sospetta violazione. È possibile inoltre presentare una segnalazione anonima attraverso la piattaforma *Whistleblowing*. Nel triennio 2022-2024 non si sono verificati episodi di corruzione in Greenpeace, né sono state ricevute segnalazioni di sospette violazioni della *Policy* di Corruzione tramite il Sistema di Integrità o la Procedura di *Whistleblowing*. Nei primi mesi del 2024 è stata conclusa la procedura formale aperta nella seconda parte dell'anno precedente. Nel corso dell'anno sono poi state aperte due procedure di verifica (una delle quali ancora in corso) a seguito di segnalazioni formali di potenziali violazioni del Codice di Condotta.

ADEGUAMENTO ALLA NORMATIVA WHISTLEBLOWING

Il 15 marzo 2023 è stato pubblicato il Decreto Legislativo n. 24/2023, che recepisce la Direttiva UE 2019/1937 sulla protezione dei *whistleblower*. Questo decreto introduce misure volte a tutelare coloro che segnalano violazioni del diritto dell'Unione o delle disposizioni normative nazionali. In linea con questa normativa, a partire da luglio 2024 abbiamo messo a disposizione una piattaforma online dedicata al *whistleblowing* accessibile [qui](#), dal *footer* del nostro sito web o direttamente alla pagina [greenpeace.org/italy/chi-siamo/integrita-valori](https://www.greenpeace.org/italy/chi-siamo/integrita-valori/).

Questo strumento garantisce un canale sicuro e riservato per la segnalazione di eventuali illeciti, promuovendo la trasparenza e la legalità nelle nostre attività. Le segnalazioni sono gestite da Claudia Baldi e Tiziana Caglioti, membri del Board di Greenpeace, nel pieno rispetto delle disposizioni di legge e dei principi di riservatezza.

Con questo adeguamento, ribadiamo il nostro impegno a operare secondo i più alti standard etici, favorendo un ambiente in cui i valori di integrità e responsabilità siano al centro di ogni azione.

COME PROMUOVIAMO L'INTEGRITÀ ALL'INTERNO DEL NOSTRO NETWORK

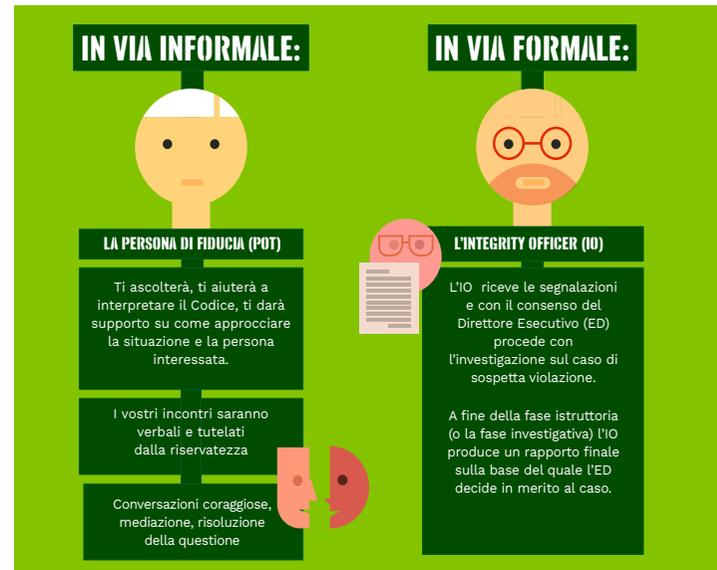
Nel 2024 abbiamo rafforzato il nostro impegno a promuovere l'integrità e il rispetto del **Codice di Condotta** all'interno del nostro network attraverso iniziative formative e momenti di confronto, coinvolgendo attivamente staff, volontari e leader del dialogo diretto.

- **Formazione per le Persone di Fiducia (PoT):** nella prima parte dell'anno abbiamo organizzato un corso specifico dedicato alle Persone di Fiducia, con l'obiettivo di rafforzare le competenze e il supporto necessario a questo ruolo chiave.
- **Sessioni su integrità e Codice di Condotta:** durante la **riunione del mondo del volontariato**, abbiamo proposto moduli dedicati per sensibilizzare i partecipanti sull'importanza dei valori di integrità e sull'osservanza del Codice di Condotta.
- **Sessione "Train the Trainers":** per le persone leader del dialogo diretto, abbiamo tenuto una formazione specifica su Codice di Condotta e sistema di integrità, con l'intento di diffondere una cultura etica anche nei team di lavoro sul campo.
- **Induction per il nuovo staff:** continuiamo a garantire che ogni persona che entra a far parte del nostro staff partecipi a una formazione specifica su **integrità e Codice di Condotta**, per favorire una piena consapevolezza dei nostri principi fin dall'inizio del percorso professionale.

Attraverso queste iniziative, confermiamo il nostro impegno a costruire una comunità basata su trasparenza, responsabilità e rispetto reciproco, promuovendo un ambiente di lavoro e collaborazione allineato ai nostri valori fondamentali.

CODICE DI CONDOTTA: COSA PUOI FARE?

PUOI ATTIVARE IL SISTEMA DI INTEGRITÀ CONTATTANDO:



PUOI SEGUIRE IL PERCORSO DEL WHISTLEBLOWING:



1.2. ORGANI DI GOVERNO

La *governance* di Greenpeace è coerente ai dettami della Riforma del Terzo Settore⁹ laddove, ai fini della futura iscrizione al RUNTS¹⁰, in data 13/04/2019 è stato approvato un nuovo **statuto**, che si adegua le norme sulla composizione e il funzionamento degli organi statutari alle norme del Codice del Terzo Settore.

Lo Statuto identifica l'**ASSEMBLEA**, il **CONSIGLIO DIRETTIVO** e l'**ORGANO DI CONTROLLO** quali organi sociali, lasciando aperta la facoltà di costituire un Collegio dei Proviviri o ulteriori comitati con funzioni consultive.

Al 31/12/2024 non sono stati istituiti ulteriori organismi ad eccezione del **COMITATO DI GOVERNANCE**, formato nel 2023 con voto assembleare e composto da un gruppo di soci e socie supportato dal Direttore Esecutivo che hanno il compito di identificare nuovi candidati con profili complementari a quelli dei membri per diversificare la composizione dell'assemblea. È in vigore, inoltre, un **REGOLAMENTO INTERNO** che esplicita alcune prassi ormai consolidate sull'interpretazione dello statuto e sull'organizzazione delle riunioni degli organi di governo.



© Greenpeace / Alessandro Bianchi

⁹ Legge del 06/06/2016 n. 106 - *Delega al Governo per la riforma del Terzo settore, dell'impresa sociale e per la disciplina del servizio civile universale.*

¹⁰ Il Registro Unico Nazionale del Terzo Settore (RUNTS), previsto dall'art. 45 del Codice del Terzo settore, che sostituisce i registri delle APS, delle ODV e l'anagrafe delle Onlus previsti dalle precedenti normative di settore.

ORGANI STATUTARI AL 31.12.2024

	ASSEMBLEA	CONSIGLIO DIRETTIVO	ORGANO DI CONTROLLO
COMPITI 	Organo Sovrano dell'associazione: <ul style="list-style-type: none"> • indica i criteri di gestione; • approva il bilancio di esercizio; • approva il bilancio sociale; • elegge il Consiglio Direttivo; • nomina l'Organo di Controllo; • assegna l'incarico alla società di revisione del bilancio 	Organo di amministrazione ordinaria dell'associazione, ha il compito di delineare le strategie dell'organizzazione, delegando i poteri al Direttore Esecutivo	Provvede alla vigilanza contabile e amministrativa sulla gestione dell'associazione, alla revisione legale e all'attestazione del Bilancio Sociale, come da Normativa degli Enti del Terzo Settore
ELEZIONE	Su presentazione di candidatura come da procedura statutaria	Eletto all'interno dell'Assemblea 	Incarico assegnato dall'Assemblea
COMPOSIZIONE	51 persone (3 fondatori, 48 ordinari) 	5 componenti	3 componenti
BILANCIAMENTO DI GENERE	27 uomini 24 donne 	4 donne 1 uomo	3 uomini
ETÀ MEDIA	57 anni 	59 anni	52 anni
DURATA DEL MANDATO	Senza scadenza 	3 esercizi e rinnovabile consecutivamente una sola volta. Le nomine sono scaglionate per garantire continuità. Per date di prima nomina e scadenze fare riferimento alla pagina successiva	
RUOLO DEL PRESIDENTE	Il Presidente del Consiglio Direttivo presiede anche l'Assemblea, rappresenta legalmente l'Associazione verso terzi, non ha un ruolo esecutivo e non ha diritto a un compenso 		Ha diritto a un compenso lievemente superiore rispetto agli altri due membri
PROFILO 	Qualsiasi persona maggiorenne si può candidare, purché si sia distinta in favore degli scopi associativi per almeno i due anni antecedenti la presentazione della domanda	Si segue una distribuzione di competenze che rispecchiano le varie aree operative dell'associazione	Adeguate professionalità per l'incarico, iscrizione di almeno un componente all'Albo dei revisori legali
MODALITÀ CONVOCAZIONE RIUNIONI	A cura del Presidente almeno 15 giorni prima per quella ordinaria come da Statuto	A cura del Presidente almeno otto giorni prima come da Statuto 	Viene invitato a tutti i Consigli Direttivi e si riunisce a sua volta effettuando visite periodiche in ufficio
PERIODICITÀ RIUNIONI 	Solitamente una volta l'anno nel mese di aprile (tasso di partecipazione all'assemblea del 2024: 98%)	Circa 4-6 volte l'anno per: <ul style="list-style-type: none"> • l'approvazione del bilancio • l'approvazione dei piani strategici • la propria autovalutazione e la valutazione del Direttore Esecutivo • la revisione semestrale del bilancio e delle attività 	Partecipa a tutte le riunioni dell'Assemblea e del Consiglio Direttivo e si riunisce a sua volta circa 3-4 volte l'anno per aggiornamenti sulla situazione contabile e amministrativa
RIUNIONI 2024	Nel corso del 2024 l'Assemblea si è riunita 1 volta (in seduta ordinaria il 27/04/2024). Le principali decisioni prese e temi trattati nelle riunioni 2024 sono state: 1. Approvazione del bilancio di esercizio e sociale 2023 2. Nomina della società esterna di revisione	Nel corso del 2024 il Consiglio Direttivo si è riunito 5 volte: (27/03/2024, 27/04/2024, 26/07/2024, 07/10/2024, 28/11/2024). Le principali decisioni prese e temi trattati nelle riunioni 2024 sono state: 1. Approvazione del bilancio previsionale di esercizio e sociale 2023 2. Nomina della Compliance Officer e della supplente 3. Definizione e follow-up relativi al processo di selezione per la figura di Direttore Esecutivo	Nel corso del 2024 l'ODC si è riunito 5 volte, in corrispondenza delle riunioni del Consiglio Direttivo per affiancarlo nelle delibere. Per le principali decisioni prese e temi trattati fare riferimento alla colonna relativa al Consiglio Direttivo.
DIRITTI E DOVERI 	Medesimi diritti per associati fondatori e ordinari Divieto di fornire prestazioni remunerate per l'associazione Diritto di un voto e di ricevere una delega previa pagamento della quota annuale di 120 euro Con riferimento all'anno 2024 si conferma che i componenti dell'Assemblea non hanno percepito emolumenti, compensi o corrispettivi.	Divieto di percepire compensi Divieto di ricoprire cariche istituzionali in enti governativi o partiti politici Obbligo di dichiarare annualmente l'eventuale esistenza di conflitti d'interesse nell'espletamento della carica o in sede di deliberazioni Con riferimento all'anno 2024 si conferma che i componenti del Consiglio di Amministrazione non hanno percepito emolumenti, compensi o corrispettivi.	Compenso stabilito dall'Assemblea attraverso delibera: 7.000 euro annui + IVA + cassa di previdenza per l'intero Organo

COMPOSIZIONE DEL CONSIGLIO DIRETTIVO AL 31.12.2024



IVANO NOVELLI (Presidente)
Giornalista, Responsabile dell'Archivio Gastone Novelli
In carica dal 2020 - scadenza secondo mandato nel 2026



LILIANA CORI (Vice-Presidente e Trustee)
Ricercatrice Istituto di Fisiologia clinica, CNR di Pisa
In carica dal 2020 - scadenza secondo mandato nel 2026



ELISABETTA CAMMAROTA (Consigliera)
Esperta in Finanza e Sostenibilità, Senior Advisor presso ASviS
In carica dal 2022 - scadenza primo mandato nel 2025



CLAUDIA BALDI (Consigliera)
Analista e sviluppatrice software
In carica dal 2021 - scadenza secondo mandato nel 2027



TIZIANA CAGLIOTI (Consigliera)
Esperta in fundraising di organizzazioni internazionali non-profit
In carica dal 2024 - scadenza primo mandato nel 2027

COMPOSIZIONE DELL'ORGANO DI CONTROLLO AL 31.12.2024

GIOVANNI LUCA CEZZA (Presidente)
Laurea in Economia e Commercio. Iscritto all'Albo dei Dottori Commercialisti e al Registro dei revisori legali
In carica dal 2020 - scadenza secondo mandato nel 2026

GUIDO MARTINELLI (Revisore)
Laurea in Economia e Commercio. Iscritto all'Albo dei Dottori Commercialisti e al Registro dei revisori legali
In carica dal 2020 - scadenza secondo mandato nel 2026

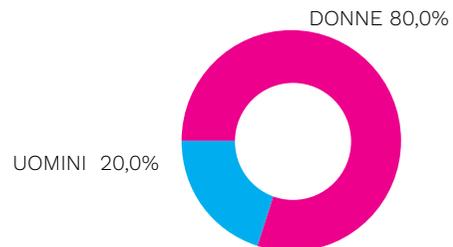
RICCARDO DI SALVO (Revisore)
Laurea in Economia e Istituzioni dei mercati finanziari. Iscritto all'Albo dei Dottori Commercialisti e al Registro dei revisori legali
In carica dal 2020 - scadenza secondo mandato nel 2026

Il Direttore Esecutivo, la delega ai poteri e la condivisione di criticità

Il **Direttore Esecutivo** riceve la delega dei poteri del Consiglio Direttivo, in quanto il Presidente non ricopre in nessun caso il ruolo di amministratore delegato; il Direttore esegue, insieme con il Senior Management Team (SMT) costituito dalla Direttrice della Raccolta Fondi, dalla Co-direttrice Programma e del Co-direttore Programma e dalla Direttrice Organizzazione e Sviluppo, le strategie delineate dal Consiglio Direttivo alla luce delle linee guida tracciate da Greenpeace International (GPI). Per il Direttore Esecutivo è previsto un sistema di valutazione specifico, codificato da GPI che, al fine di garantire il principio d'indipendenza nell'assegnazione, coinvolge il Consiglio Direttivo e non è legato al raggiungimento di obiettivi istituzionali, bensì alla valutazione della sua performance individuale. Anche il Consiglio Direttivo è oggetto di un'autovalutazione che viene portata a termine ogni anno secondo linee guida fornite da GPI.

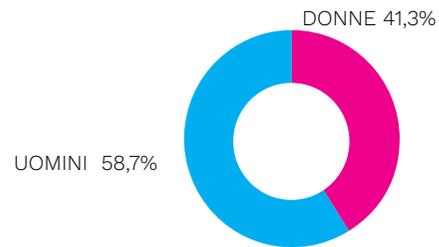
Il processo autorizzativo per l'acquisto di beni e servizi (la cosiddetta *delegated authority*) segue una procedura approvata dal Consiglio Direttivo e autorizza alle spese il Direttore Esecutivo e la Direttrice Organizzazione e Sviluppo, che con delega limitata esercitano i poteri di firma. In linea di principio, nella prestazione dei servizi o nell'erogazione dei beni, attraverso la richiesta plurima di offerte economiche, Greenpeace chiede ai suoi fornitori il rispetto delle normative sociali e ambientali, ferma restando la conformità agli standard tecnici specifici. Una volta fatte queste necessarie valutazioni, in un'ottica di trasparenza ed efficienza, Greenpeace procede all'affidamento dell'incarico nel rispetto del principio *best value for money*. L'unica attività relativa alla produzione di beni è quella legata al merchandising: ogni commessa a fornitori che debbano produrre oggetti con il logo di Greenpeace passa attraverso un rigido controllo dell'Unità Finance sull'aderenza dell'ordine alla procedura acquisti interna; la commessa viene quindi visionata dal dipartimento Campagne per verificarne la compatibilità degli standard di produzione con le *policy* ambientali dell'associazione.

GENERE CONSIGLIO DIRETTIVO



ETÀ MEDIA CONSIGLIO DIRETTIVO: 59 ANNI

GENERE ASSEMBLEA



ETÀ MEDIA ASSEMBLEA: 57 ANNI
ETÀ MEDIA ORGANO DI CONTROLLO: 52 ANNI

DATI SUGLI ORDINI DI ACQUISTO 2024

483
ORDINI DI ACQUISTO
EFFETTUATI

256
FORNITORI CUI È STATO
ASSEGNATO UN INCARICO

1.3. STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Gli *stakeholder* sono i “portatori di interessi”, cioè tutti quei soggetti, individuali o collettivi, che si può prevedere:

- siano influenzati in modo significativo dalle attività dell'organizzazione;
- possano influenzare la capacità dell'organizzazione di mettere in atto strategie e conseguire i suoi obiettivi.

In Greenpeace l'attenzione e il dialogo con gli *stakeholder* è un'area molto significativa, date anche le complesse relazioni e forme di coinvolgimento che l'associazione ha con interlocutori molto diversi fra loro.

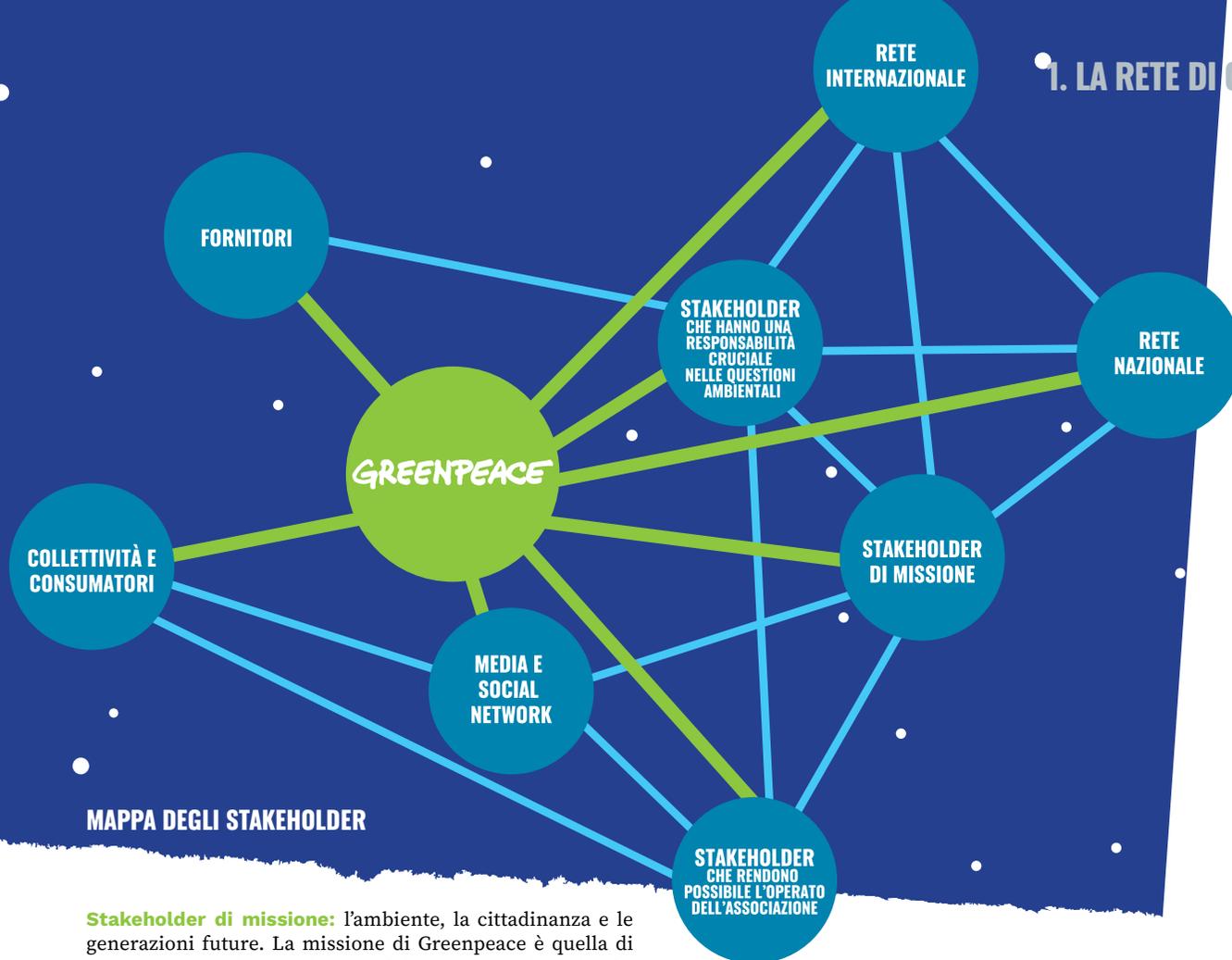
L'identificazione delle categorie di *stakeholder* è avvenuta attraverso un percorso partecipato che ha coinvolto i principali membri dello staff di Greenpeace di vari livelli e aree: dalle direzioni alle posizioni manageriali, fino ad arrivare alle figure responsabili delle campagne e tante altre ancora.

“ABBIAMO EREDITATO LA TERRA DAI NOSTRI ANTENATI E LA LASCEREMO ALLE GENERAZIONI FUTURE. GREENPEACE ESISTE PERCHÉ QUESTO FRAGILE PIANETA MERITA UNA VOCE”

STAKEHOLDER COINVOLTI	TEMI CHIAVE E CRITICITÀ EMERSI NELL'ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO	AZIONI MIGLIORATIVE MESSE IN ATTO DALL'ASSOCIAZIONE
STAFF	Lavorare insieme & Comunicazione interna e feedback ecologico	Organizzazione di 2 giornate di team building su <i>Mindset Jedile</i> , Co Management Programma, progetti multidisciplinari e cross-dipartimentali, <i>Jedis Talks</i> , <i>People Journey</i> e <i>Communication Journey</i>
NETWORK DEL VOLONTARIATO	<ul style="list-style-type: none"> · Limitata disponibilità del team di formazione sulle azioni dirette nonviolente. · Chiusura della piattaforma di comunicazione interna Stand Up, con conseguente difficoltà nella gestione dei flussi informativi. · Carenza di informazioni su alcune procedure e dinamiche organizzative interne ai Gruppi Locali. · Difficoltà di crescita di alcuni Gruppi Locali e limitate capacità di <i>outreach</i>, in particolare sui canali digitali. 	<ul style="list-style-type: none"> · Coinvolgimento di due volontari a supporto della formazione prevista per ottobre. · Avvio di un processo di analisi e co-progettazione per sviluppare una nuova piattaforma su Slack, da lanciare nel 2025. · Organizzazione di formazioni online dedicate alla gestione interna dei Gruppi Locali, delle pagine social e all'organizzazione di eventi. · Realizzazione di workshop per la condivisione di buone pratiche tra i Gruppi Locali, con un focus su strategie per l'acquisizione e la <i>retention</i> di nuovi volontari.



© Greenpeace / Francesco Alesi



MAPPA DEGLI STAKEHOLDER

Stakeholder di missione: l'ambiente, la cittadinanza e le generazioni future. La missione di Greenpeace è quella di proteggere e tutelare l'ambiente, gli habitat naturali e la biodiversità, denunciando e combattendo i crimini che minacciano il pianeta, per offrire un futuro sostenibile alle generazioni di oggi e a quelle che verranno.

Stakeholder che rendono possibile l'operato dell'associazione: sono coloro i quali hanno un interesse legittimo rispetto alle decisioni e alle politiche dell'organizzazione e/o da cui dipende la sopravvivenza e la sostenibilità dell'organizzazione stessa.

Nel dettaglio, sono rappresentati da:

- **soci e socie**, che partecipano al governo dell'associazione, eleggono il Consiglio Direttivo e approvano il Bilancio annuale, si riuniscono di persona nell'assemblea annuale e

ricevono aggiornamenti costanti tramite una *mailing list*;

- tutte le **persone dello staff**, che a seguito della selezione contribuiscono concretamente alle attività attraverso un percorso di inserimento che prevede la formazione, le riunioni plenarie, i team building e la valutazione annuale delle performance;

- **volontarie, volontari, attiviste e attivisti**, che promuovono azioni dirette e nonviolente, divulgano le campagne di Greenpeace e si confrontano con l'ufficio attraverso incontri nazionali e *training* di formazione sulla nonviolenza;

- i **fundraiser**, cioè le persone che cercano donatori regolari sul territorio nazionale in modalità *face to face* (il cosiddetto dialogo diretto), nonché gli operatori e le operatrici dei call center che effettuano attività di tele-fundraising;

- **i donatori e le donatrici individuali**, che sostengono finanziariamente l'associazione e ricevono aggiornamenti tramite una *mailing list* e dei programmi di comunicazione dedicati;
- **cyberattiviste e cyberattivisti**, che seguono e supportano le campagne di Greenpeace, firmando le petizioni e diffondendo su internet le attività dell'organizzazione.

Rete internazionale: Greenpeace International e tutti gli altri uffici nazionali e regionali (NROs), con i quali l'ufficio italiano tiene incontri periodici, elabora report condivisi e partecipa a sessioni di formazione promosse dalla comunità globale, ma anche dalle organizzazioni alleate, dai movimenti e dalle piattaforme di mobilitazione con le quali Greenpeace coopera, attraverso uno scambio di *know-how* e buone pratiche.

Rete nazionale: è costituita dalle altre associazioni non profit con cui Greenpeace in Italia si confronta e collabora, attraverso incontri, forum e tavole rotonde, sia per iniziative di campagna sia creando gruppi di interesse nell'ambito della raccolta fondi; dai comitati locali che nascono intorno a temi e obiettivi in linea con le campagne di Greenpeace; dagli enti e gli istituti di ricerca; dai movimenti della società civile.

Stakeholder che hanno una responsabilità cruciale nelle questioni ambientali: sono quei soggetti politici ed economici che, avendo un impatto molto forte sull'ambiente, hanno anche una grande responsabilità nel determinare scelte, decisioni e orientamenti sulle questioni ambientali. Si tratta delle istituzioni, del governo nel suo complesso e, più in generale, del mondo della politica e delle imprese, in particolare di quelle multinazionali. Il rapporto con questi *stakeholder* è spesso complesso e ambivalente, poiché a volte si possono creare opportunità di confronto e collaborazione, altre volte, se le posizioni sui temi ambientali sono diverse, di conflitto. Con queste realtà, Greenpeace comunica attraverso l'invio di comunicati stampa, rapporti, ricerche, ma anche attraverso azioni dirette e nonviolente e attività di *lobbying* allo scopo di aumentare il livello e la qualità del dibattito pubblico sui temi di campagna.

Media e social network: le attività e le iniziative di Greenpeace vengono divulgate presso l'opinione pubblica attraverso i comunicati stampa, i servizi video e gli approfondimenti, i blog pubblicati sul sito dell'associazione e ospitati all'interno di alcuni dei principali siti d'informazione in Italia, le notizie diffuse sulle piattaforme dei principali social network.



Collettività e consumatori: attraverso la produzione di rapporti specifici, risultato di ricerche e denunce, Greenpeace cerca di orientare le scelte dei consumatori e influenzare positivamente l'opinione pubblica verso una maggiore responsabilità ambientale e sociale.

Fornitori: Greenpeace attua precise politiche di trasparenza nei processi di selezione e nei rapporti con i fornitori, che devono garantire comportamenti ecologicamente sostenibili nella produzione. La sostenibilità è dunque alla base dell'impegno anche nel rapporto con i fornitori, ai quali Greenpeace si rivolge dopo avere seguito un'accurata procedura acquisti, a cui viene richiesto di aderire a determinati standard di sostenibilità nel ciclo di produzione. Per ulteriori informazioni è possibile consultare il Capitolo 7 del presente Bilancio Sociale.

Il coinvolgimento degli stakeholder

Greenpeace effettua ciclicamente lo **Stakeholder Engagement** per verificare il grado di soddisfazione e le aspettative dei principali portatori d'interesse rispetto all'attività istituzionale dell'associazione e aumentare il livello di traspa-

L'ASCOLTO E IL COINVOLGIMENTO NEGLI ANNI

ANNI	STAKEHOLDER COINVOLTI	METODOLOGIA
2018 2019 2020	<ul style="list-style-type: none"> • Assemblea dei soci, staff, rete del volontariato, cyberattiviste e cyberattivisti • Fornitori • Donatori e donatrici, ex donatori e donatrici 	<ul style="list-style-type: none"> • Questionari di soddisfazione e interviste
2021	<ul style="list-style-type: none"> • Staff, rete del volontariato, cyberattiviste e cyberattivisti • Donatori e donatrici 	<ul style="list-style-type: none"> • Questionari di soddisfazione e interviste
2022 2023	<ul style="list-style-type: none"> • Soci, Assemblea dei soci, staff, rete del volontariato • Donatori e donatrici tra le persone attive 	<ul style="list-style-type: none"> • Report di incontri e interazioni • Questionari di soddisfazione e interviste
2024	<ul style="list-style-type: none"> • Soci, Assemblea dei soci, staff, rete del volontariato, donatori e donatrici attive 	<ul style="list-style-type: none"> • Questionari di soddisfazione e interviste

renza e ascolto nei loro confronti. Lo *Stakeholder Engagement* è diventato funzionale anche all'individuazione degli impatti potenziali ed effettivi dell'associazione, per informare sui temi economici e sociali prioritari per il management e

sulle strategie per raggiungere gli obiettivi della mission. Questi impatti sono rilevanti sia per la mission stessa sia per gli *stakeholder*, in quanto potrebbero influenzare significativamente le loro aspettative, decisioni e azioni.

STAKEHOLDER ENGAGEMENT DONATORI E DONATRICI: I RISULTATI DELLA RILEVAZIONE 2024

Greenpeace invita regolarmente i donatori e le donatrici che sostengono economicamente l'associazione a esprimersi sul suo operato attraverso un questionario annuale, inviato tramite e-mail.

Questa rilevazione ed i suoi risultati rappresentano la base informativa per la costituzione di *insight* rispetto al *sentiment* della nostra base di sostenitori e sostenitrici, sui quali i vertici organizzativi ovvero il Senior Management Team così come il Dipartimento di Raccolta Fondi ed in particolare il servizio dedicato ai donatori e alle donatrici prendono decisioni informate.

Nel 2024 Greenpeace Italia ha partecipato, insieme a Greenpeace International e altri 7 uffici di Greenpeace (Africa, Australia, Canada, Repubblica Ceca, Germania, Nordic-Svezia, Norvegia, Danimarca- e Gran Bretagna) ad un progetto per unificare le rilevazioni di donatori e donatrici di Greenpeace, mostrare quali sono le leve che li spingono a sostenere Greenpeace e conseguentemente qual è il loro livello di coinvolgimento (*engagement*) nei confronti dell'associazione. Il progetto è stato fatto in collaborazione con About Loyalty, un'agenzia inglese specializzata nel misurare, per migliorare, l'esperienza di coloro che sostengono le organizzazioni non profit.

La rilevazione si è concentrata su tre aspetti fondamentali che donatori e donatrici sperimentano donando: *Commitment* (l'impegno nei confronti della causa dell'organizzazione non profit), *Satisfaction* (la soddisfazione riguardo il modo in cui l'organizzazione non profit comunica con chi dona), *Trust* (la fiducia nei confronti dell'organizzazione). Analizzando questi tre aspetti si arriva alla definizione del *Loyalty Score*, l'indice che indica quali sono le leve che spingono le persone a sostenere un'organizzazione non profit e analizza il loro grado di coinvolgimento.

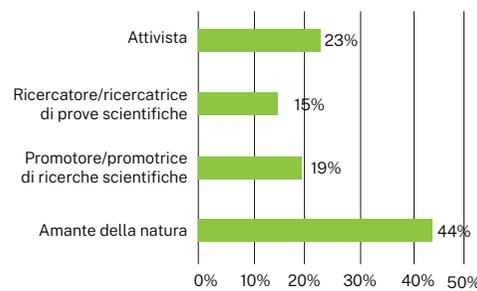
Nei grafici a destra sono riportati i risultati del *Loyalty score*.

Nel grafico più in alto è rappresentato il dato aggregato di tutti gli uffici di Greenpeace che hanno partecipato al progetto, che evidenzia come il *Loyalty score* di Greenpeace nel suo complesso sia pari ad uno score di 6.06.

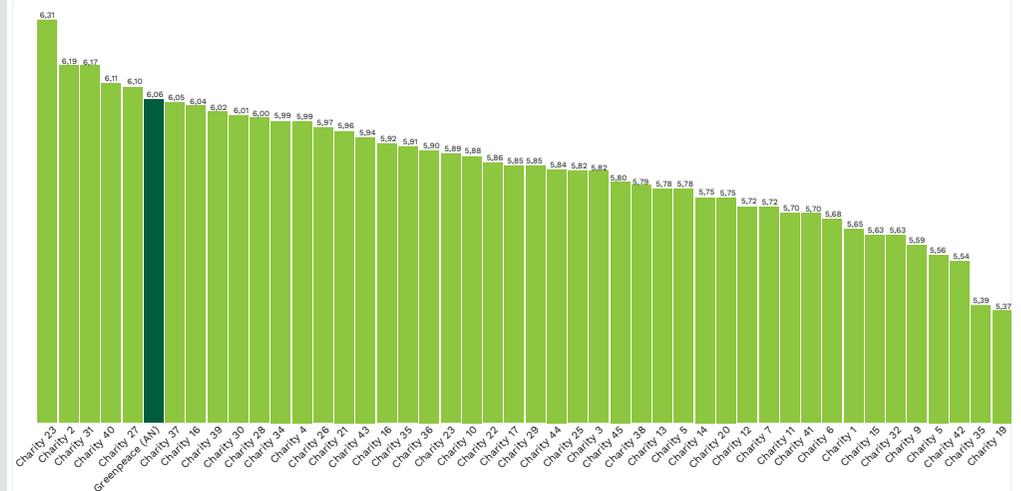
Il risultato evidenzia un buon posizionamento di Greenpeace nei confronti di altre organizzazioni del mercato europeo, che rimangono anonime per motivi di riservatezza. Nel grafico in basso a destra invece sono riportati i dati dei singoli uffici di Greenpeace, in cui Greenpeace Italia è al quinto posto, con uno score di 6.17.

Un'altra domanda chiedeva di scegliere tra 4 diverse identità di scegliere tra 4 diverse identità alle quali si sente maggiormente di appartenere, le 4 opzioni erano: attivista, ricercatore/ice di prove scientifiche, promotore/ice di giustizia e amante della natura. I donatori e le donatrici di Greenpeace Italia si sentono per la maggior parte (44%) amanti della natura e a seguire attivisti e attiviste (23%). Seguono al 19% promotori e promotrici di

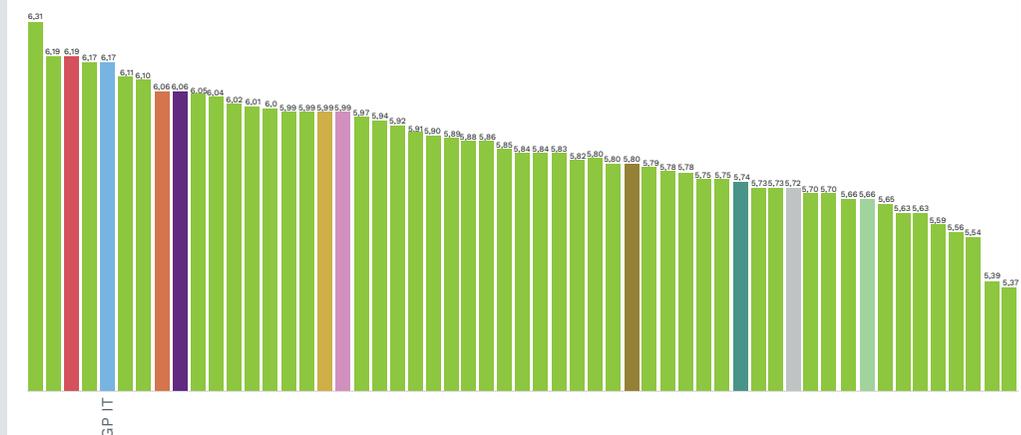
IDENTITÀ E VALORI



SUPPORTER LOYALTY - Risultato aggregato Greenpeace



SUPPORTER LOYALTY - Greenpeace Italia



1. LA RETE DI GREENPEACE NEL MONDO: GREENPEACE ITALIA

giustizia ed infine ricercatori e ricercatrici di prove scientifiche. Le seguenti domande della rilevazione sono relative alle tematiche di campagna verso le quali donatori e donatrici mostrano maggiore interesse e i valori di Greenpeace nei quali si rispecchiano. A differenza delle analisi precedentemente illustrate, che prendono in considerazione unicamente le risposte alla rilevazione dei donatori e delle donatrici di Greenpeace Italia, per le domande successive i dati sono **un'aggregazione di tutti gli uffici di Greenpeace che hanno preso parte al progetto**.

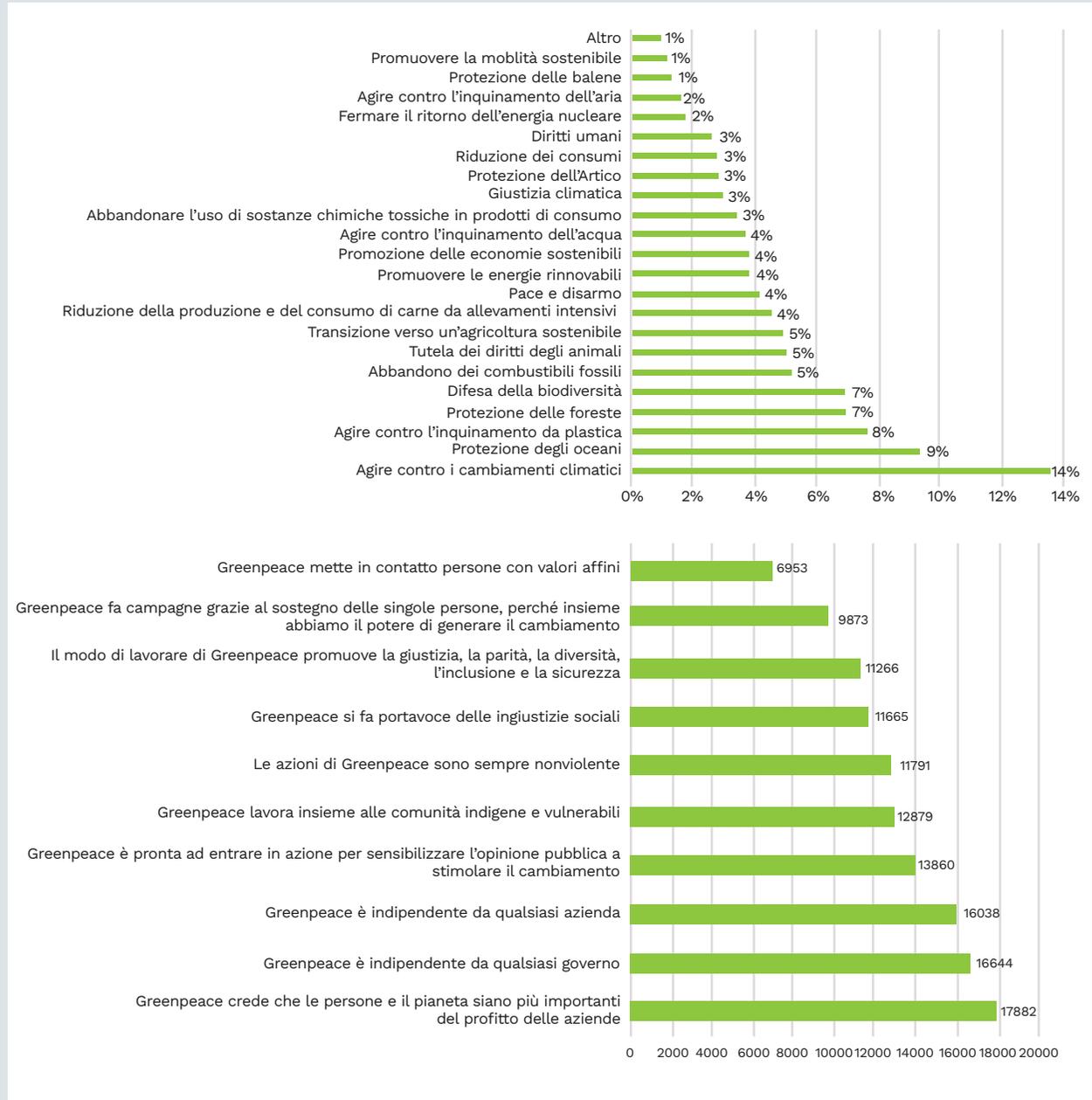
Abbiamo chiesto ai donatori e alle donatrici di Greenpeace di scegliere 3 tematiche di campagna tra quelle che Greenpeace porta avanti, che a loro giudizio dovrebbero essere quelle su cui l'associazione dovrebbe concentrarsi.

Al primo posto la preferenza va ai cambiamenti climatici (14%), segue la protezione degli oceani (9%), l'inquinamento da plastica (8%) e la protezione delle foreste (7%). Tra il 5% di preferenze fino al 3% poi si posizionano le altre campagne. Gli ultimi posti con un 2% fino ad 1% sono per "fermare il ritorno dell'energia nucleare", "agire contro l'inquinamento dell'aria", "la protezione delle balene" e "la mobilità sostenibile".

Abbiamo elencato ai donatori e alle donatrici di Greenpeace **i valori dell'associazione**, chiedendo di attribuire a ciascuno di essi un grado di importanza tra: non mi importa, poco importante, importante, molto importante.

Il risultato mostra che "mettere le persone e il pianeta al primo posto anziché guardare solo al profitto economico delle grandi aziende" è la scelta maggioritaria, collezionando il numero più elevato di preferenze tra molto importante e importante, segue l'indipendenza economica dai governi e al terzo posto l'indipendenza economica delle aziende.

© Greenpeace / Francesco Alesi



Adesione a iniziative e reti, un confronto continuo

Greenpeace è stata tra i fondatori della rete **In Difesa Di – per i diritti umani e chi li difende**, attiva su tematiche quali diritti umani, ambiente, solidarietà internazionale, pace e disarmo, diritti sul lavoro, libertà di stampa e stato di diritto, occupandosi in particolare nel 2024 dell'inasprimento della repressione delle proteste nonviolente. Con l'**Osservatorio repressione** (che successivamente ha aderito alla rete In Difesa Di) è stato elaborato il dossier "Diritto, non crimine" presentato a luglio sulla nave di Greenpeace, Arctic Sunrise, a Genova. Greenpeace collabora anche con la **Rete Italiana Pace e Disarmo, Sbilanciamoci e Fondazione PerugiaAssisi** su temi quali le spese militari e l'export di armi, nel 2024 è stata lanciata la campagna di coalizione **Ferma il Riarmo**. **Greenpeace Italia è ufficialmente partner di ICAN**, la Campagna internazionale per l'abolizione delle armi nucleari.

In Italia Greenpeace aderisce poi a numerose reti come la coalizione **A buon rendere**, che chiede l'introduzione in Italia del sistema di deposito su cauzione per le bottiglie e altri contenitori monouso per liquidi alimentari e l'**alleanza #BugieInEtichetta**, contro la *greenwashing* nella certificazione sul benessere animale e la coalizione **Italia Libera da OGM** e il **Coordinamento Italiano Foreste e Biomasse**. Con altre associazioni e comitati italiani che hanno sottoscritto il documento, Greenpeace ha inoltre presentato il **BAN PFAS Manifesto** (per la messa al bando dell'uso e della produzione dei PFAS in Europa) in una **conferenza stampa presentata lo scorso maggio alla Camera dei Deputati**.

Greenpeace collabora, inoltre, con la coalizione **#CambiamoAgricoltura** per nuovi modelli di produzione del cibo che rispettino gli equilibri naturali e le comunità rurali. Greenpeace partecipa alle attività della coalizione **Lobbying4Change** sulla trasparenza nelle attività di *lobby* e dell'**Alleanza Clima Lavoro**, un tavolo permanente di consultazioni tra alcune rappresentanze sindacali e associazioni ambientaliste sui temi della giusta transizione energetica e delle politiche agricole. Sempre in collaborazione con il sindacato CGIL e numerose realtà associative, Greenpeace collabora con la rete **La via maestra, insieme per la Costituzione** sui temi ambientali e sociali come la difesa del diritto alla protesta nonviolenta e contro lo scempio, non solo ambientale, del progetto del ponte sullo Stretto di Messina. Greenpeace partecipa inoltre alle attività del gruppo nazionale della rete **Coalitions Against SLAPPs in Europe (CASE)** contro l'abuso dello strumento delle liti temerarie, sempre più diffuse per limitare gli spazi di democrazia e protesta nonviolenta.



Conferenza "Activism is not a crime" sulla Arctic Sunrise durante lo Ship Tour.
© Greenpeace / Alessandro Bianchi

Nel 2024 Greenpeace Italia, assieme alla Fondazione Sviluppo Sostenibile, Kyoto Club, Legambiente e WWF e un centinaio tra accademici e ricercatori, esponenti dell'industria, del sindacato e della società civile ha promosso la rete **100% Rinnovabili Network**, per promuovere uno scenario energetico basato interamente sulle fonti rinnovabili e opporsi al ritorno del nucleare in Italia.

Ancora, i volontari e le volontarie di Greenpeace collaborano regolarmente con i gruppi o le sezioni locali di Extinction Rebellion, Fridays For Future, Legambiente e WWF e con realtà

che si occupano di mobilità sostenibile come Napoli Pedala o il movimento sulla sicurezza stradale a Milano.

L'ASSOCIAZIONE, NEL COLLABORARE CON STAKEHOLDER NAZIONALI E INTERNAZIONALI, SI CONFRONTA CONTINUAMENTE CON LORO PER INDIVIDUARE PRIORITÀ E DEFINIRE STRATEGIE.

Abbiamo riportato alcuni dei risultati dell'operazione di *stakeholder engagement* di alcuni dei partner di progetto nel capitolo 2.

Nel 2024 parte la sfida *People and Culture*: costruire in tre anni, e insieme, un modello manageriale, organizzativo e operativo che possa nutrire la diffusione di una **cultura reattiva** nella difesa dell'aria, della terra e delle acque e capace di rispondere adeguatamente all'incertezza e al cambiamento del crescente inquinamento selvaggio.

L'obiettivo è la costruzione di una cultura che possa sostenere **una sola squadra che lavora insieme**, reagendo rapidamente e sinergicamente, nel cercare soluzioni e cambiamenti necessari, attraverso azioni concrete. Per raggiungere questo obiettivo, gli *asset* principali del 2024, sui quali abbiamo investito sono: modelli di management e operativi agili, inclusi, *output* e *data driven oriented* e la *Digital Transformation*. Nei prossimi anni si intende proseguire il lavoro verso una *skill based organization*.

LE AREE SULLE QUALI HA INVESTITO NEL 2024 RISORSE UMANE, PERCHÉ LE RITIENE IMPORTANTI PER FAR CRESCERE L'ORGANIZZAZIONE VERSO QUESTA DIREZIONE SONO: MANAGEMENT, COMUNICAZIONE INTERNA, FORMAZIONE E BENESSERE DELLE PERSONE DI GREENPEACE.

Per quanto riguarda il *management* sono stati avviati due importanti cambiamenti: l'introduzione della nuova co-direzione Programma e la Comunità di Pratiche di Middle Manager. La co-direzione lavora in stretta sinergia, definendo congiuntamente gli obiettivi strategici comuni per garantire che l'intera Area Programma operi in modo allineato e integrato. La seconda, centrata sull'azione, si basa sull'interazione continua e interfunzionale, promuovendo la condivisione di riflessioni e pratiche, sia di successo che di fallimento, per migliorare insieme. Nel 2024 la comunità di pratiche ha lavorato prevalentemente su "*feedback* ecologico" e "comunicazione interna".

Per quanto riguarda la formazione, nel 2024 sono state sperimentate nuove iniziative di condivisione delle competenze e percorsi di accompagnamento, per sviluppare e rafforzare le capacità necessarie a consolidare una mentalità orientata al lavoro di squadra. Sono stati testati percorsi di *coaching* di gruppo e individuale, sia per la direzione che per lo staff, come strumenti di supporto al cambiamento.

Circa il benessere, nel 2024 si sono sistematizzate e consolidate iniziative nate negli anni precedenti e volte a tutelare il benessere lavorativo e psicosociale dello staff, come il *Green Counselling*. L'intenzione è investire e diversificare ancora di più su queste, nei prossimi anni.

Sulla comunicazione interna, il 2024 ha visto l'inizio di poli-

I NUMERI DELLO STAFF*

	2024	2023	2022
Sede legale di Roma	46	49	45
Warehouse	3	4	4
Sede operativa di Milano	7	5	4
Seniority lavorativa media in anni	9	8	8
TOTALE DIPENDENTI	56	58	53

* dati relativi al 31/12/2024

tiche e pratiche migliorative: la comunicazione circolare manageriale, il *People Journey* e il *Communication Journey*, sono tra i risultati del nuovo *Mindset*.

Nel 2024 si registra un calo (seppur esiguo) del numero di dipendenti rispetto all'anno precedente. In una situazione di sostanziale stabilità, è opportuno rilevare un graduale aumento del numero dello staff con sede a Milano nel triennio considerato.

GREEN PEOPLE: identità di genere e età

Le tabelle che seguono contengono dati quantitativi dello staff, classificati in termini di identità di genere impostata in un'ottica binaria, di cui riconosciamo i limiti. Inoltre, anche quest'anno abbiamo inserito, solo in alcuni casi, una classificazione in base alle fasce di età anagrafica. **Stiamo continuando a lavorare affinché ogni persona possa liberamente esprimere la propria identità di genere e affinché nessuna persona si senta discriminata in ragione della sua età.** Continueremo a portare l'attenzione su questi temi "discriminazione di genere" e "ageismo" nel nostro lavoro, ad esempio, attraverso l'introduzione, come si può vedere anche nel paragrafo "*onboarding*", del **blind recruiting**, sperando in un cambiamento culturale che superi sempre più queste forme di *bias*.

GREEN PEOPLE: identità di genere e inquadramento

Oltre ad una tendenziale parità di genere binario con leggera prevalenza di donne che si conserva negli anni, è importante segnalare una interessante inversione dal 2022 al 2024 nell'inquadramento Quadro appartenente a posizioni con responsabilità di **senior management**: in tre anni si passa da una minoranza (ratio 1:2) a una maggioranza (ratio 3:1) di donne nel *senior management*.

Si rileva un calo importante dei contratti a tempo determi-

nato: solo tre nel 2024, rispetto agli undici del 2023. In un anno caratterizzato da un calo del *turnover* (come si evidenzia in seguito), il dato testimonia la stabilizzazione dello staff assunto nei due anni precedenti. I contratti a tempo indeterminato risultano equamente distribuiti tra donne e uomini. Per ciò che concerne il numero di contratti *part time* la situazione rimane invariata: il ricorso continua a riguardare solo delle donne.

Collaborazioni para-subordinate

Il ricorso a contratti di collaborazione continuativa e coordinata (co.co.co.), di raccordo alle attività dell'ufficio, rimane irrisorio e limitato a specifici progetti. Dal 2022 al 2024 rimangono tre le collaborazioni in corso. Mentre il Dialogo Diretto, il programma di Raccolta Fondi per acquisire nuovi sostenitori regolari, ha iniziato a ricorrere a questa tipologia contrattuale nel 2023, passando da 11 collaborazioni parasubordinate nel 2023 a 19 nel 2024.

PEOPLE JOURNEY: condivisione e trasparenza dall'Onboarding all'Offboarding

Nel 2024 prende vita il progetto *People Journey*. Si tratta di un lavoro interfunzionale tra Risorse Umane e un *core team* composto da tre membri dello staff e un team esteso di altre sette persone, che ha l'obiettivo di visualizzare l'intero percorso di una persona all'interno dell'organizzazione, attraverso l'individuazione dei momenti importanti, dal reclutamento alla fine del rapporto di lavoro, nell'ottica di valorizzare la motivazione, la performance ed il benessere dell'esperienza dello staff, l'accesso a dati e informazioni in maniera agile e trasparente.

ONBOARDING: le persone che sono entrate nell'organizzazione

Le buone prassi consolidate di reclutamento di Greenpeace, garantiscono trasparenza e inclusività attraverso:

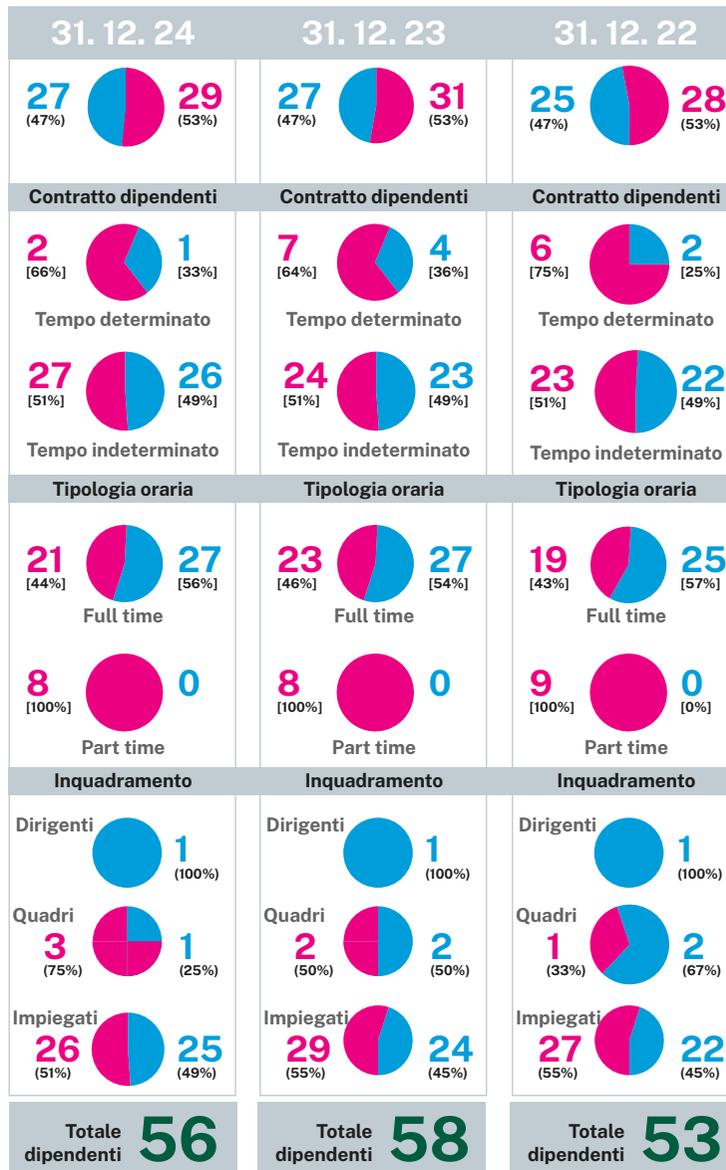
STAFF DIPENDENTI GREENPEACE ONLUS



Donne
Uomini



Tra parentesi è indicato il valore percentuale della sottocategoria rispetto alla categoria di riferimento. Ad esempio, dei contratti a tempo determinato del 2023, quattro sono relativi a uomini e corrispondono al 33% del totale dei contratti a tempo determinato del 2023.



COLLABORAZIONI OCCASIONALI

UFFICIO	2024	2023	2022
N. donne	1	4	2
N. uomini	5	4	2
Fino a 30 anni	2	1	1
Da 31 a 40 anni	2	2	1
Da 41 a 50 anni	1	1	1
51 anni e oltre	1	4	1
Età media	37	47	39
N. totale	6	8	4

LE PERSONE CHE SONO ENTRATE NELL'ORGANIZZAZIONE E TASSO [%]*	2024	2023	2022
DONNE	2 [3%]	7 [12%]	5 [9%]
UOMINI	1 [2%]	5 [9%]	2 [4%]
ANNI FINO A 29	3 [5%]	1 [2%]	2 [4%]
ANNI DA 30 A 50	0	10 [17%]	5 [9%]
ANNI OLTRE 51	0	1 [2%]	0
TOTALE DIPENDENTI ENTRATI	3 [5%]	12 [21%]	7 [13%]

*per il tasso di assunzione è stata usata questa formula: [N entrati durante l'anno/staff totale al 31/12/24]*100

- l'apertura di una posizione sul sito di Greenpeace, alla pagina Lavora con Noi, dove sono specificati i criteri di reclutamento;
- l'accesso diretto al primo colloquio di selezione delle candidature interne (volontariato, dialogo diretto, staff, stage);
- un paragrafo che esplicita i valori dell'uguaglianza e della non discriminazione con riferimenti espliciti, in linea con i valori dell'equità, della diversità e dell'inclusione nel rispetto di qualsiasi identità di genere, cisgender o transgender;
- un richiamo al Codice di Condotta dell'associazione, chiedendo a ogni persona di prenderne visione prima di candidarsi a Greenpeace.

A queste buone prassi, se ne sono aggiunte altre, frutto di valutazioni emerse nel lavoro sul *People Journey*: un **sistema automatico di risposta alle candidature**; un modulo di verifica delle referenze per i ruoli di management ed il consolidamento del **blind recruiting**, ovvero l'anonimizzazione delle candidature in fase di *screening* (es. l'eliminazione di dati inviati come età e genere e di eventuali immagini), nell'intento di ridurre il rischio di potenziali *bias* e/o preconcetti nella valutazione dei profili.

È opportuno **rilevare la diminuzione del numero di assunzioni dal 2023 al 2024**: da dodici a tre persone. **L'alto numero di assunzioni nel 2023 era diretta conseguenza del c.d. fenomeno delle**

LE PERSONE CHE HANNO LASCIATO L'ORGANIZZAZIONE E TASSO [%]*

	DONNE	UOMINI
2024	4(7%)	1(2%)
2023	4(7%)	3(5%)
2022	6(11%)	8(15%)

	ANNI FINO A 29	ANNI DA 30 A 50	DA 51 E OLTRE	TOTALE DIPENDENTI USCITI
2024	0	4(7%)	1(1%)	2024 5
2023	1(2%)	5(9%)	1(1%)	2023 7
2022	0	13(24%)	1(1%)	2022 14

*per il Tasso di cessazione è stata usata questa formula: $[N \text{ usciti durante l'anno} / \text{staff totale al } 31/12/24] * 100$

“grandi dimissioni” avvenuto nel 2022. Al calare del numero di cessazioni negli ultimi 2 anni ha fatto seguito una riduzione anche delle assunzioni.

È infine interessante segnalare come le assunzioni nel 2024 abbiano tutte riguardato persone fino ai 29 anni di età.

Nel 2024 è stato effettuato un processo di aggiornamento dei **percorsi di Induction** per le persone neo assunte attraverso la creazione di percorsi specifici per Senior Manager (pilot chiuso a settembre 2024) e per Manager (che verrà sperimentato a gennaio 2025) in considerazione delle responsabilità dei ruoli di *management*.

Offboarding: le persone che hanno lasciato l'organizzazione

Si registra nel 2024, una generale **diminuzione del trend delle persone che escono dall'associazione**.

Greenpeace Italia da otto anni utilizza un'intervista semi-strutturata (*Exit Interview*) che mira a indagare le motivazioni principali specie nel caso di uscita anticipata e, tra le altre questioni, le aree di soddisfazione e insoddisfazione circa la propria esperienza lavorativa e le relazioni intercorse, con particolare focus sulla relazione manageriale. Infine si raccolgono elementi motivazionali nel caso di cambio di lavoro.

L'intervista, che contiene sia una parte di dati quantitativi che qualitativi, si effettua in condivisione tra personale uscente e Risorse Umane, e viene presa in visione dal *line manager* e sempre, per ogni ruolo, dal Direttore Esecutivo, solo dopo aver raccolto il benessere della persona che sta uscendo.

Nel 2024 si sono perfezionati due aspetti: si sono inserite nuove figure presenti in organigramma a livello Direzionale per competenza e si è perfezionata la formula di utilizzo e conservazione dei dati sia per la linea manageriale che per l'unità Risorse Umane che archiverà l'intervista anonimizzandola entro i successivi 12 mesi, in conformità al regolamento UE 2026/679 e successivi. Nel 2024 si sono svolte tre interviste d'uscita. Non è stato possibile svolgere due interviste, per indisponibilità delle persone. Circa le motivazioni che portano a lasciare l'organizzazione, sembra che il “cambio di carriera” sia la più importante, è importante per Greenpeace indagare l'area

MOTIVAZIONI / CAUSE DELL'USCITA DICHIARATE [3 PERSONE]	2024
PERCEZIONE CIRCA L'UTILIZZO DELLE PROPRIE POTENZIALITÀ ALL'INTERNO DELL'ASSOCIAZIONE	MOLTO IMPORTANTE 1 IMPORTANTE 2
RAPPORTI CON LINEE MANAGEMENT	MOLTO IMPORTANTE 1 AFFATTO IMPORTANTE 2
CAMBIAMENTO DI CARRIERA	MOLTO IMPORTANTE 1 IMPORTANTE 1 AFFATTO IMPORTANTE 1
SOVRACCARICO DI LAVORO	MOLTO IMPORTANTE 1 AFFATTO IMPORTANTE 2
RETRIBUZIONE, SVILUPPO PERSONALE E FORMAZIONE OFFERTA	IMPORTANTE 1 AFFATTO IMPORTANTE 2
TOTALE DIPENDENTI INTERVISTATI	3

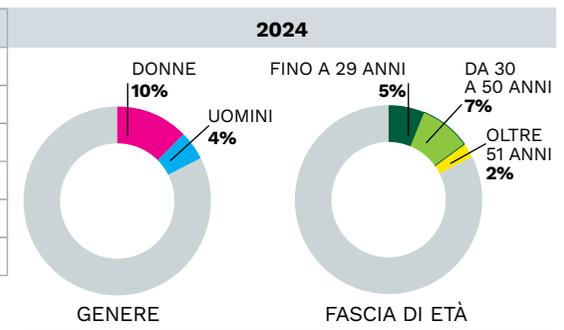
“percezione circa la valorizzazione delle proprie potenzialità sul lavoro”. Sovraccarico di lavoro, retribuzione e formazione offerta, al momento verranno analizzati non come trend generali ma dalle rispettive linee manageriali di pertinenza.

Sempre nell'ambito del *People Journey*, è stato sperimentato a novembre 2024 un percorso di **offboarding** che mira a condividere con la persona uscente le informazioni rilevanti e gli aspetti operativi che dovranno essere gestiti in un arco temporale non sempre agevole, con un duplice obiettivo: da un lato permettere alla persona di orientarsi ed organizzarsi adeguatamente, dall'altro garantire all'organizzazione continuità operativa delle attività e sicurezza dei dati.

GREEN PEOPLE: turnover

Come già segnalato, si rileva una sensibile diminuzione del *turnover*. Dal tasso eccezionalmente alto nel 2022, anno caratterizzato da un elevato numero di cessazioni (c.d. fenomeno delle “grandi dimissioni”), il valore risulta più che dimezzato nel 2024. Interessante notare come, soprattutto nel 2024, il *turnover* riguardi maggiormente le donne.

TURNOVER*	2023	2022
DONNE	19%	21%
UOMINI	14%	19%
ANNI FINO A 29	3%	4%
ANNI DA 30 A 50	26%	34%
ANNI OLTRE 51	3%	2%
TOTALE DIPENDENTI	33%	40%



*per il tasso di turnover è stata usata questa formula: $[(N \text{ entrati durante l'anno} + N \text{ usciti durante l'anno}) / \text{staff totale al } 31/12/24] * 100$

TOTALE DIPENDENTI 14%

Team building

Nel mese di dicembre si sono svolte due giornate di *team building* a tema **“Una sola squadra in campo”**, organizzate da un *core team* composto da Risorse Umane e altre 5 persone dello staff: un'esperienza *outdoor* con lo scopo di aumentare la coesione del team Greenpeace Italia utilizzando la metafora **“Una sola squadra in campo”** (basata sul metodo *Education Through Sport*) attraverso il **mindset Jedile**. Si tratta di un approccio culturale e operativo che combina insieme i principi JEDIS, il *mindset* Agile e la cultura dell'errore. A distanza di 6 mesi dall'evento, si procederà a un'analisi di impatto rispetto al *mindset* Jedile, con focus specifico su: modalità di interazione del team, livello di empowerment individuale, benefici a livello organizzativo e operativo, autovalutazione delle competenze acquisite, soddisfazione lavorativa, risoluzione dei conflitti e ambiente di lavoro attraverso la lente della diversità e inclusione.

Stage e T.Inclusion project

Nel 2024 sono stati attivati due tirocini nelle unità Risorse Umane e Comunicazione. Si è verificato quindi un calo ri-

spetto al numero di stage negli anni precedenti (cinque nel 2023, quattro nel 2022) determinato dalla necessità di operare dei tagli di budget nel 2024. Tutti i tirocini, sono stati entrambi remunerati ai sensi della normativa vigente nella Regione Lazio. Per tutti i tirocini – sia extra-curricolari remunerati, sia per quelli curricolari non remunerati – è stata prevista anche la corresponsione di buoni pasto. Va precisato che effettuare un tirocinio presso Greenpeace non è un percorso privilegiato per entrare nell'organico dell'associazione: per il reclutamento del personale è in vigore una *policy* di selezione specifica.

Nel 2019 Risorse Umane ha dato vita al progetto pilota *T.Inclusion*, in collaborazione con diverse associazioni impegnate sui temi LGBTQIA+, per favorire l'attivazione di un tirocinio HR per le persone transgender. Da allora al 2024 si sono attivati sette tirocini, di sei mesi ciascuno. Tutte le persone che hanno effettuato il tirocinio, hanno dichiarato di averne tratto anche beneficio personale, oltre che professionale.

Il progetto mira ad approfondire le dinamiche di inclusione nel mondo del lavoro delle persone trans+ e a valutare quali possano essere gli elementi migliorativi del benessere sul

luogo di lavoro, sia burocratici che relazionali.

Nel 2024 il progetto è stato rivitalizzato attraverso lo svolgimento di due nuovi tirocini. Alla fine dell'anno si è provveduto a presentare il progetto al *The Non Profit HR Hub*, una rete composta da circa 20 organizzazioni no profit che condive tematiche inerenti alle Risorse Umane, con l'obiettivo di trasformare il progetto pilota in un progetto inter-associativo.

“Il T. Inclusion Project è reale e concreto, per me una bellissima e inaspettata opportunità di rivalsa. Mi sono sentito rilassato rispetto alla mia identità di genere e anzi, ho sentito che mi valorizasse. Non so che direzione prenderà il mio futuro, ma di certo i mesi passati in Greenpeace l'hanno segnato!”

Tommaso C. stage 2023-24

CCNL, benefit, condizioni di miglior favore, lavoro da remoto

In relazione al rinnovo del CCNL del Terziario del 22 marzo del 2024, si è fatto uno sforzo nel corso dell'anno per riconoscere gli aumenti, anche a chi non rientrasse nella previsione del CCNL in materia di Assorbimenti (disposizioni dell'art. 216 “Assorbimenti”), in un'ottica di trattamento di miglior favore, onde evitare la creazione di disuguaglianze salariali, difficilmente compensabili in futuro. Gli importi *una tantum* previsti nel 2024 sono stati erogati in linea con i criteri previsti dal rinnovo del CCNL.

Stabile la ratio tra retribuzione massima e minima nei tre anni: intorno a 4.

	2024	2023	2022
CONTENZIOSI O SANZIONI IN TEMA DI SICUREZZA	0	0	0
INFORTUNI SUL LAVORO	0	0	0
RAPPORTO TRA RETRIBUZIONE ANNUA MASSIMA E MINIMA	4,05	4,12	4,41
CONTRATTUALISTICA APPLICATA AL 100% DELLO STAFF DIPENDENTE	CCNL per i dipendenti da aziende del Terziario, della Distribuzione e dei Servizi		
RAPPRESENTANZA SINDACALE	Presente		



Lo Staff di Greenpeace Italia durante il team building.
© Greenpeace / Alessandro Bianchi

Nel triennio 2022-2024, il 100% dello staff dipendente (con equità tra *part-time* e *full-time*) ha potuto godere dei seguenti benefit e condizioni di miglior favore:

- telefono cellulare e laptop dell'associazione;
- buoni pasto (per tutto lo staff, indipendentemente dalle tipologie di lavoro *part-time* o *full-time* o dallo svolgimento in presenza o da remoto dell'attività lavorativa);
- integrazione di Greenpeace dell'indennità corrisposta dall'INPS per il congedo parentale pari al 20% della retribuzione per tre mesi. La modulazione di questa integrazione si è adeguata alla Legge di Bilancio 2024, in modo tale da conservare la politica di miglior favore di Greenpeace;
- congedo retribuito per i neopapà esteso (con astensione facoltativa pienamente retribuita fino a 20 giorni lavorativi e fino al sesto anno di vita del bambino);
- tre giorni retribuiti all'anno in caso di lutto di una persona ritenuta cara (al di là dell'esistenza di un legame di parentela o previa presentazione di certificazione, come invece richiesto dal CCNL applicato);
- parità di trattamento in tema di riconoscimento di permessi retribuiti, per garantire ai neoassunti lo stesso numero di ore dello staff assunto prima del 2011, come invece previsto nel 2011 dal CCNL applicato;
- non applicazione delle decurtazioni all'integrazione dell'indennità di malattia in caso di più di due eventi di malattia nel corso dello stesso anno solare, come invece previsto nel 2011 dal CCNL applicato.

Nel 2024 il **valore unitario dei buoni pasto riconosciuti è aumentato da cinque a sette euro**, nella prospettiva di valorizzare un benefit che si è dimostrato un apprezzato ed efficiente strumento di *welfare*.

Questi sono riconosciuti anche in caso di assenze giustificate dal lavoro (ad eccezione di periodi di assenza superiori al mese).

Dopo un processo di consultazione con tutto lo staff che si è svolto a novembre 2023, nel 2024 è entrata in vigore in via definitiva la nuova *policy* sul lavoro da remoto e, conseguentemente, si è proceduti alla firma di accordi individuali con tutto lo staff che ne facesse richiesta di adesione. La *policy*, in continuità con l'impianto sperimentale in vigore nel 2022 e 2023, riconosce la possibilità di lavorare da remoto fino al 50% di giorni del tempo lavoro su base mensile. Periodi di godimento più ampi di lavoro da remoto vengono poi riconosciuti allo staff, la cui comprovata condizione medica lo renda necessario. La *policy* è rivolta a tutto il personale dipendente

e riconosciuto a tutti i ruoli lavorativi, fatti salvi eventuali casi per cui, in considerazione della natura estrinseca delle mansioni assegnate qualora incompatibili con lo svolgimento della prestazione in modalità remota, sarà ritenuto indispensabile il lavoro in presenza oltre la politica di lavoro da remoto.

Lavorare insieme e WELLBEING

Dal 2022 è attivo il servizio di *counselling* per il benessere organizzativo (*Green Counselling*) che ha lo scopo di offrire gratuitamente a ogni dipendente di Greenpeace incontri con professionisti e professioniste all'interno di uno spazio sicuro e confidenziale entro il quale condividere situazioni stressanti o traumi che possono verificarsi nella vita professionale o personale. Il servizio a beneficio dello staff è stato erogato anche nel 2024 con la conferma della partnership con l'Istituto Europeo di Psicotraumatologia e Stress Management (IEP). Risorse Umane riceve periodicamente dal fornitore un report che riporta in maniera aggregata e anonimizzata i dati relativi al ricorso di questo servizio. Al 31 dicembre 2024, si sono svolti un totale di 120 incontri e hanno usufruito del servizio 32 persone, di cui il 72% donne ed il 28% uomini e nel 47% dei casi con un'età tra i 36 e i 45 anni, nel 37% tra i 18 e i 36 anni e nel 3% tra i 46 e i 55 anni (il 13% non ha dichiarato l'età). Nel 2024 si è organizzato un nuovo incontro aperto a tutto lo staff con lo IEP, per presentare il servizio anche alle persone assunte dopo il 2022, il limite di incontri è aumentato da cinque a sette e la possibilità di accedervi è stata estesa anche ad alcune tipologie di contratti parasubordinati che ne facciano richiesta.

A giugno sono stati condivisi con tutto lo staff i risultati del secondo **Climate Survey del terzo settore** in collaborazione con l'*HR Non-Profit Hub* e il Dipartimento Scienze Umane dell'Università di Verona che ha coinvolto 16 organizzazioni, tra cui Greenpeace. Il *response rate* di Greenpeace è stato pari al 70% (circa 22 punti percentuali in più rispetto al primo *survey* del 2021).

Un team cross-dipartimentale, composto da 10 persone dello staff, ha dato vita al **Communication Journey**. Il team di lavoro ha elaborato un piano operativo sulla base dei principali *output* emersi da un *workshop* aperto a tutto lo staff e previsto una fase di test fino ad aprile 2025. Seguirà poi una fase di valutazione per misurarne l'efficacia in termini di riduzione del numero di email, diversificazione ed effettivo utilizzo dei mezzi di comunicazione alternativi alle email, percezione generale di maggiore chiarezza e completezza delle informazioni fornite rispetto a temi di maggiore interesse.

Un altro progetto pilota portato avanti da un team multidiscipli-

plinare è stato il **JEDIS Talks**: una serie di incontri online su tematiche di diversità, convivenza, benessere e JEDIS, aperti a tutta la comunità di Greenpeace, includendo staff, board, mondo del volontariato, dialogo diretto, soci e socie, organizzati da persone dello staff (nel ruolo di *Community Ambassador*). Il progetto mira a rafforzare il legame tra le diverse anime dell'organizzazione e promuovere l'engagement su tematiche JEDIS, intersezionali al nostro lavoro. L'ambizione è quella di proseguire il progetto anche nel 2025 con il supporto di nuovi *Community Ambassador*.

Performance management

Il *Personal Review Talk* (PRT) è il sistema annuale di analisi delle performance del personale. È concepito per facilitare la comunicazione ecologica e la sintonia tra la persona responsabile della valutazione e la persona valutata garantendo, ad esempio, che per ogni fase del processo entrambe le persone coinvolte possano sempre esprimere il proprio punto di vista, anche attivando la richiesta di *feedback* ecologico, o chiedendo un confronto con reciprocità. È inoltre possibile per la persona valutata e la persona responsabile scegliere insieme una terza persona a cui chiedere un contributo (non una valutazione sulla performance) riguardo al lavoro svolto della persona valutata nell'anno in corso.

Dall'analisi trasversale dei processi di valutazione che si sono svolti tra marzo 2023 e marzo 2024 (50 PRT completati), si rileva una valutazione media delle performance buona (pari a 4,07, in una scala likert a 5 punti, dove 5 è il valore massimo). Rispetto al ciclo di PRT dell'anno precedente, il numero di PRT completati chiedendo il contributo di una terza persona sale da tre a nove.

La formazione

Nel 2024 sono stati investiti poco più di 60 mila euro nella formazione. Si tratta di un importante incremento rispetto ai due anni precedenti (nel 2023 erano circa 41 mila euro e nel 2022 circa 43 mila).

FORMAZIONE	2024	2023	2022
INVESTIMENTI NELLA FORMAZIONE DELLO STAFF	62.774,66 €	40.749,86 €	43.011,51 €

Tra gli investimenti più importanti, vi è l'organizzazione del **team building** "Una sola squadra in campo", l'attivazione di percorsi di **executive coaching** (di cui uno come supporto al



Lo Staff di Greenpeace Italia durante il team building.
© Greenpeace / Alessandro Bianchi

processo di induction della nuova Co-Direttrice Programma) ed il *follow-up* al **team coaching per il Middle Management Team**, come rafforzamento di una Comunità di Pratiche su focus specifici del feedback, stile di *management* e modello di *decision making* di gruppo.

Nel 2024, è stato inoltre implementato un servizio di **e-learning linguistico** che ha interessato in totale trentasette membri dello staff a diversi livelli (dall'utilizzo in autonomia dell'app allo svolgimento di lezioni di gruppo e individuali). Lo staff ha intrapreso percorsi di formazione per cinque lingue su quattordici disponibili.

Sono state poi colte alcune opportunità di formazione a titolo gratuito organizzate in via sperimentale che hanno riguardato percorsi di *coaching* individuale (per cinque persone) e mini-workshop sui seguenti temi: cultura della formazione, cultura del *coaching*, cultura del *feedback* e cultura dell'errore (per quindici persone). Proprio l'interesse emerso su quest'ultimo tema ha dato spunto per poterlo approfondire con tutto lo staff in occasione del *team building* "Una sola squadra in campo".

È opportuno segnalare il **supporto economico fornito da Greenpeace International**, attraverso l'erogazione del c.d. *Resilience Fund*, specifico per tematiche rientranti nell'area *Justice, Equity, Diversity, Inclusion, Safety* (JEDIS) per un cifra pari a circa 19.500 euro (mentre nel 2023 ammontava a circa 14.500 euro e nel 2022 ammontava a circa 20 mila euro) e di un contributo di circa 4.000 proveniente dai fondi della *Digital Transformation* a supporto del workshop sul *mindset* agile all'interno del *Team Building*.

Anche nel 2024, alcuni membri dello staff hanno partecipato

a *skillshare* e *training* organizzati dalla comunità globale di Greenpeace. Tra i *training* della comunità globale a cui ha partecipato è opportuno segnalare il **Future Leadership Programme**, un *learning journey* strutturato per supportare nello sviluppo di competenze di *leadership*.

Il team HR ha inoltre partecipato anche nel 2024 al Forum delle risorse umane di Milano dal titolo "Integrability. Strategie HR: unire Persone e Potenziale". La Responsabile delle Risorse Umane di Greenpeace ha raccontato il percorso di cambiamento che l'organizzazione sta affrontando nel *workshop* "verso la *skill-based organization*: in che modo l'innovazione digitale e organizzativa possono contribuire a una gestione efficace del talento".

Infine, nel 2024 è iniziato il progetto inter-associativo che coinvolge 14 ETS, basato su un approccio *peer to peer sharing*. Il ciclo di formazione è partito ad aprile e tra gli argomenti trattati ci sono *welfare & wellbeing*, *coaching e empowerment*, *performance management* ed *Equity, Diversity and Inclusion* (EDI). È proprio nel *workshop* EDI che Greenpeace ha condiviso il progetto *T. Inclusion* alle altre organizzazioni.

Salute e sicurezza sul lavoro

Greenpeace ha adottato per il 100% dello staff dipendente un sistema di gestione della sicurezza sui luoghi di lavoro, secondo quanto prescritto dal D.Lgs.81/08 e s.m.i.

A tal proposito, l'associazione ha definito l'organigramma della sicurezza:

- istituendo il Servizio di Prevenzione e Protezione (S.P.P.) esterno costituito da un Responsabile R.S.P.P. e da due addetti anch'essi esterni, tutti abilitati ai sensi di legge;

- nominando due medici competenti per lo svolgimento della sorveglianza sanitaria e di tutte le attività previste dagli artt. 25 e 41 del D.Lgs.81/08 e s.m.i., con uno che svolge l'attività di sorveglianza relativa allo staff di base a Milano e uno che si occupa dello staff dell'ufficio di Roma;
- designando e formando nove lavoratrici e lavoratori incaricati dell'attuazione delle misure di prevenzione incendi e lotta antincendio, di evacuazione dei luoghi di lavoro in caso di pericolo grave e immediato, e sette lavoratrici e lavoratori incaricati del salvataggio di primo soccorso e, comunque, di gestione dell'emergenza;
- individuando due preposti;
- l'organizzazione ha eletto il 29/02/24 il Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza;
- il nuovo RLS ha ottenuto l'attestato di legge ad aprile 2024.

Greenpeace, in collaborazione con il R.S.P.P. e i medici competenti, **si è dotata del documento di valutazione dei rischi** (D.V.R.) di cui all'articolo 17, comma 1, lettera a) del D.Lgs.81/08 e s.m.i. che, come previsto dalla normativa, viene periodicamente aggiornato dal R.S.P.P. in conseguenza di visite specifiche.

La valutazione dei rischi, che riguarda tutti i rischi per la sicurezza e la salute dei lavoratori, è stata redatta tenendo conto delle norme applicative del precedente D.Lgs.626/94, delle indicazioni nella circolare del Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale n. 102/95 emanata il 7 agosto 1995, e delle linee guida elaborate dall'ex ISPESL.

Dalla valutazione dei rischi si evince che i lavoratori possono essere suddivisi macroscopicamente in due gruppi omogenei, per i quali qui di seguito si riportano i principali rischi per la salute che comportano l'obbligo della sorveglianza sanitaria.

- Staff: lavoro al videoterminale.
- Addette e addetti alla logistica: lavoro al videoterminale, vibrazioni meccaniche, rumore, movimentazione manuale dei carichi, agenti chimici.

Qui di seguito, invece, si riportano i principali rischi per la sicurezza:

- Staff: incendio, elettrocuzione, caduta per inciampo o per scivolamento, urto contro arredi;
- Addette e addetti alla logistica: incendio, elettrocuzione, caduta di oggetti dall'alto, caduta per inciampo o per scivolamento, ferite alle mani e/o agli arti superiori, inalazione di polveri, proiezioni di schegge, investimento da parte di mezzi di movimentazione merce, schiacciamento piedi dovuto alla caduta di oggetti pesanti, etc.

1.5 VOLONTARIATO E ATTIVISMO

Il volontariato e l'attivismo portano sul territorio le battaglie internazionali e aiutano l'associazione a denunciare problemi ambientali locali.

IL VOLONTARIATO PROMUOVE I VALORI FONDANTI DELL'ASSOCIAZIONE ATTRAVERSO INIZIATIVE DI SENSIBILIZZAZIONE, RICERCA, AGGREGAZIONE E COINVOLGIMENTO DEL PUBBLICO,

in conformità con le linee guida concordate a livello nazionale e secondo la consolidata procedura finanziaria che regola i rapporti con Greenpeace. Il volontariato è organizzato in Gruppi Locali indipendenti che in maniera coordinata con l'ufficio di Greenpeace Italia partecipano a diverse mobilitazioni e promuovono attivamente le campagne a livello locale. Le spese che i Gruppi Locali (GL) di volontariato sostengono, su autorizzazione e per conto di Greenpeace, vengono incluse nel bilancio dell'associazione.

L'ATTIVISMO, ABRACCIANDO LE CAMPAGNE E GLI OBIETTIVI DELL'ORGANIZZAZIONE, IMPEGNA IL VOLONTARIO IN AZIONI CREATIVE CHE RIFIUTANO IL CICLO DELLA VIOLENZA E SI OP-PONGONO IN MODO DETERMINATO A SOPRUSI E INGIUSTIZIE.

L'attivismo rimane un elemento importante delle nostre campagne. Durante l'anno, abbiamo proposto opportunità di formazione su temi specifici, mirate a sviluppare competenze pratiche e rafforzare la coesione del gruppo. Questi incontri, generalmente organizzati nei fine settimana, offrono momenti di confronto e apprendimento. Per favorire una partecipazione più accessibile, abbiamo previsto il rimborso delle spese di viaggio per le persone partecipanti, con l'obiettivo di rendere il coinvolgimento nell'attivismo più inclusivo e sostenibile.

FORMAZIONE, MOBILITAZIONE E INTERVENTI SUL TERRITORIO

Formazione e coinvolgimento nelle campagne

Nel 2024, il volontariato è stato coinvolto in numerose sessioni di formazione, sia online che in presenza, con un focus specifico sulle campagne in corso. In particolare, i volontari hanno contribuito ad attività di mobilitazione come la ricerca e la catalogazione delle informazioni riportate sulle etichette di contenitori e confezioni di plastica nell'ambito della campagna Carrelli di Plastica. Parallelamente, i Gruppi Locali (GL) hanno partecipato a percorsi formativi su temi chiave come il coordinamento e la gestione di un gruppo, la comunicazione,

i social media, il coinvolgimento di nuove persone volontarie e gli aspetti logistici e organizzativi.

Nel 2024, la formazione ha continuato a rappresentare un elemento centrale del percorso di crescita del volontariato. I volontari hanno svolto un ruolo attivo nella campagna Acque Senza Veleni, partecipando agli eventi di presentazione della spedizione e ai campionamenti delle acque pubbliche per il rilevamento delle sostanze PFAS. Inoltre, sono stati coinvolti in nuove sessioni formative per affinare competenze organizzative e di mobilitazione.

Partecipazione a eventi nazionali

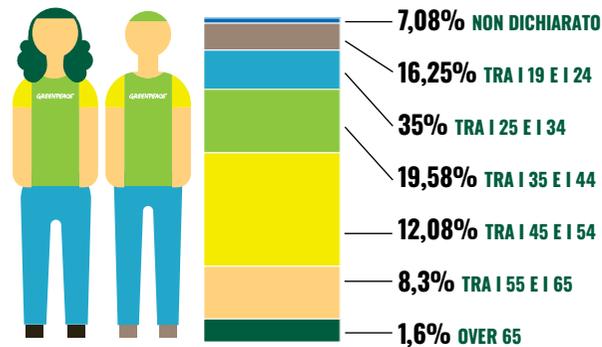
Nel corso del 2023 e del 2024, il volontariato ha preso parte a diverse mobilitazioni di rilievo. Tra gli appuntamenti più significativi del 2023, il 24 febbraio volontarie e volontari hanno partecipato alla manifestazione per fermare la guerra in Ucraina, indetta dalla Rete Italiana Pace e Disarmo, mentre il 25 novembre hanno aderito al corteo organizzato da Non Una di Meno nella Giornata internazionale contro la violenza sulle donne e di genere.

Anche nel 2024, il volontariato ha preso parte a momenti di mobilitazione nazionale, tra cui il **Climate Pride del 16 novembre**, una *street parade* che ha visto la partecipazione di movimenti e associazioni per chiedere giustizia climatica e un futuro basato sulle energie rinnovabili e sulla pace. Come nell'anno precedente, il 25 novembre i volontari hanno partecipato alla manifestazione di **Non Una di Meno**.

Per favorire lo scambio di competenze e rafforzare il senso di comunità, sono stati organizzati tre incontri macroregionali di formazione sulla nonviolenza, della durata di due giorni, con la partecipazione di staff e Gruppi Locali. Questo percorso è stato ampliato con lo **Skillshare nazionale**, un incontro di due giorni dedicato alla condivisione delle buone pratiche tra i GL e alla creazione di Gruppi di Lavoro tematici sulle campagne in corso.



PERSONE VOLONTARIE NEI GL - DISTRIBUZIONE PER ETÀ¹²



PERSONE VOLONTARIE NELLE LISTE TELEMATICHE A FINE 2023

CIRCA 1050 PERSONE SONO ISCRITTE ALLA PIATTAFORMA DI COMUNICAZIONE INTERNA PER IL NETWORK STANDUP.

28 GRUPPI LOCALI (GL) SUL TERRITORIO NAZIONALE, PRESENTI IN TUTTE LE REGIONI A ECCEZIONE DI VALLE D'AOSTA, TRENTINO ALTO ADIGE, MOLISE, BASILICATA E SARDEGNA.

CIRCA 230 PERSONE CHE FANNO PARTE DEI GRUPPI LOCALI, DI QUESTE 145 SI DICHIARANO ATTIVE DI QUESTE, LE PERSONE ATTIVISTE SONO IL 35%.

GENERE:

DONNA 49,16%

NON DICHIARATO 4,58%

UOMO 45%

QUEER, AGENDER, BIGENDER, NON BINARIO 1,25%

Interventi sul territorio e attivismo

A settembre 2024, il *network* del volontariato è stato attivato per un **intervento di Rapid Response in Emilia-Romagna**, a seguito della devastante alluvione che ha colpito la regione. Per due settimane, i volontari e le volontarie hanno operato a Traversara, in provincia di Ravenna, uno dei centri più colpiti. Il loro impegno ha incluso la rimozione del fango dalle abitazioni allagate, lo sgombero dei mobili distrutti e la pulizia degli edifici con l'uso di idropulitrici. Questo intervento ha sottolineato ancora una volta il valore del volontariato come risorsa essenziale per rispondere in modo concreto e solidale alle emergenze climatiche.

Durante l'estate, le volontarie e i volontari hanno preso parte alla **spedizione "C'è di mezzo il mare"** svoltasi in Liguria e nel *Palinuro Seamount* partecipando ad eventi di sensibilizzazione sul tema del *deep sea mining*, sessioni di avvistamento cetacei e monitoraggio dei fondali. Inoltre, hanno partecipato allo **Ship Tour**, che ha previsto un *open boat* aperto al pubblico a Genova per far conoscere da vicino le attività di Greenpeace e approfondire i temi legati alla tutela degli oceani.

Il volontariato e l'attivismo sono costantemente in contatto con l'ufficio italiano attraverso un'unità interna al dipartimento Campagne di Greenpeace, denominata **Coordinamento Nazionale Attivismo e Volontariato (CNAV)**.

Con la fine della pandemia, la ripresa delle attività è stata graduale e non facile, con Gruppi Locali affaticati e composti da un numero ridotto di persone, una generale diminuzione della partecipazione alle attività e pochissimi nuovi ingressi di persone nei GL.



Open boat a Genova sulla Arctic Sunrise.
© Greenpeace / Francesco Alesi

INCONTRI TRA VOLONTARIATO E MEMBRI DELLO STAFF NEL 2024

1 INCONTRO NAZIONALE (SKILL SHARE) Incontro di tre giorni che ha coinvolto il network di volontariato e attivismo in un confronto diretto con lo staff. Lo *Skill Share* nazionale si è svolto il 25 e 26 maggio 2024, con la partecipazione di **44 persone** provenienti da **15 Gruppi Locali** e dal network dell'attivismo. Sono stati organizzati *workshop* dedicati alla condivisione di strategie e attività tra i Gruppi Locali, oltre a una sessione sul **Codice di Condotta**, tenuta dalla *Person of Trust* esterna di Greenpeace Italia.

3 INCONTRI DI FORMAZIONE ALLA NONVIOLENZA Tre incontri dedicati alla **formazione alla nonviolenza**, organizzati a **febbraio, giugno e settembre 2024**, con la partecipazione di volontari e volontarie, persone dello staff e rappresentanti dell'Assemblea dei Soci e del team Dialogo Diretto. Complessivamente, hanno preso parte alla formazione **40 tra volontari e volontarie** provenienti da **17 Gruppi Locali**, oltre a **4 persone dello staff**.

¹²Le percentuali sono calcolate sul numero di persone che hanno risposto al questionario somministrato, nello specifico 216.

2.CAMPAGNE E PROGETTI



La *mission* di Greenpeace è quella di proteggere l'**ambiente** (inteso non solo come natura, ma come un sistema che è tutt'uno con l'essere umano) e la **pace** (intesa non solo come assenza di conflitto armato ma anche come condizione di sicurezza e benessere per l'umanità). Le priorità sono la lotta ai cambiamenti climatici (per mantenere l'aumento della temperatura globale al di sotto di un grado e mezzo) e la tutela della biodiversità in tutte le sue forme.

Greenpeace agisce anche per modificare i *global mindset*, cioè quei modelli di condotta e di pensiero radicati nella società, attraverso i quali le persone esprimono i propri valori, incoraggiando gli individui, le proprie comunità, le aziende e i governi a promuovere stili di vita virtuosi e più sostenibili. Infine, Greenpeace intende cambiare le dinamiche di potere a favore dei diritti delle persone e contro l'accentramento di potere economico e finanziario delle grandi multinazionali.

2.1. LA TEORIA DEL CAMBIAMENTO DI GREENPEACE

Greenpeace si batte da decenni contro la crisi climatica e le sue conseguenze sociali e ambientali, promuovendo soluzioni concrete per accelerare la transizione ecologica.

IL NOSTRO IMPEGNO SI FONDA SULLA NECESSITÀ DI UN CAMBIAMENTO STRUTTURALE, CHE METTA AL CENTRO GIUSTIZIA CLIMATICA, DEMOCRAZIA E DIRITTI.

Tuttavia, la pressione delle industrie fossili e l'inerzia delle istituzioni continuano a ritardare le azioni necessarie, aggravando la crisi e amplificando le disuguaglianze.

Se non c'è transizione senza giustizia, è altrettanto vero che senza transizione non potrà più esserci giustizia. Negli ultimi anni, abbiamo assistito a una crescente criminalizzazione della protesta climatica, con misure repressive rivolte sia ad attiviste e attivisti di Greenpeace sia ad altri movimenti. Spostare l'attenzione da chi inquina a chi denuncia è una strategia mirata a indebolire la pressione pubblica e a distogliere il dibattito dalla mancanza di politiche efficaci. Greenpeace ha denunciato queste dinamiche e continuerà a difendere gli spazi di mobilitazione, affinché la crisi climatica resti al centro dell'agenda politica.

Anche le Nazioni Unite hanno dichiarato "tolleranza zero" contro il **greenwashing**, un fenomeno che continua a rallentare la transizione. Greenpeace prosegue nel lavoro di smascheramento delle false soluzioni, evidenziando le strategie di ritardo messe in atto da aziende e governi. Allo stesso tempo, promuoviamo alternative concrete per un futuro libero dai

combustibili fossili, basato su energia rinnovabile, sistemi alimentari sostenibili e tutela della biodiversità. Questa visione si realizza attraverso un lavoro di denuncia, ma anche costruendo percorsi di cambiamento condivisi con altri attori della società.

Per questo, Greenpeace non agisce in solitudine. Il nostro lavoro si basa su **alleanze con associazioni, movimenti e sindacati**, per rafforzare la pressione dal basso e promuovere una transizione equa. Un ruolo chiave è giocato dalla **collaborazione con la comunità scientifica**, il cui contributo è essenziale per garantire dati indipendenti e smontare le narrazioni strumentali che ostacolano l'azione climatica. Questo approccio ci permette non solo di rafforzare le nostre campagne, ma

anche di avvicinare le persone alle meraviglie della natura, evidenziando ciò che ancora possiamo proteggere prima che sia troppo tardi.

Greenpeace Italia sviluppa **progetti integrati** che compongono il programma dell'organizzazione, affrontando le sfide ambientali in modo sistemico. Lavoriamo per il contrasto ai combustibili fossili, la tutela della biodiversità, il monitoraggio dell'informazione e il contrasto alle narrazioni distorte dell'industria fossile. Tutti i nostri progetti seguono un percorso di approvazione condiviso a livello internazionale, con un ruolo centrale per l'**Unione Europea**, dove si definiscono molte delle politiche ambientali e climatiche chiave per il futuro.



Attività al bosco delle api di Roma.
© Greenpeace / Alessandro Bianchi

2.2 I PROGETTI DEL 2024



LA GIUSTA CAUSA DA MAGGIO 23 - IN CORSO [CLIMA, COMUNICAZIONE]

Vogliamo dimostrare alle autorità di competenza le responsabilità di ENI nella crisi climatica, denunciando le sue attività che violano i diritti umani e svelando l'indebita influenza che ENI esercita su politica, media e cultura. Vogliamo promuovere la giustizia climatica e sensibilizzare l'opinione pubblica sull'urgenza di un cambiamento

Azione al palazzo ENI per denunciare i responsabili del cambiamento climatico.
© Greenpeace / Francesco Alesi



OBIETTIVI SPECIFICI Aumentare la consapevolezza sul legame tra emissioni di gas serra e crisi climatica, evidenziando le responsabilità delle compagnie fossili. Sensibilizzare l'opinione pubblica sul caso ENI e ottenere il sostegno alla nostra azione legale attraverso campagne di comunicazione e il coinvolgimento attivo del pubblico.

RISULTATI RAGGIUNTI SINO AL 2023 Il lancio della causa ha portato l'attenzione nazionale e internazionale sul ruolo di ENI nella crisi climatica. Abbiamo denunciato il suo *greenwashing* e il suo impatto ambientale, sollevando l'interesse del pubblico e quello mediatico e causando una reazione dell'azienda con una causa intimidatoria per diffamazione contro Greenpeace Italia e ReCommon.

ATTIVITÀ 2024 Nel 2024 ci siamo concentrati sulla preparazione della prima udienza e sul ricorso in Cassazione, con un verdetto atteso nel 2025. Abbiamo intensificato le attività di sensibilizzazione, mettendo in luce le responsabilità di ENI e promuovendo un sondaggio nazionale sulle persone più giovani e la solastalgia, un fenomeno legato ai danni psicologici causati dai cambiamenti climatici. La campagna ha favorito collaborazioni con scuole e università, consolidando Greenpeace come punto di riferimento per la giustizia climatica. Inoltre, abbiamo affrontato la causa per diffamazione intentata da ENI, rispondendo con fermezza agli attacchi intimidatori. Un momento significativo è stato il dibattito sulla giustizia climatica a luglio, che ha coinvolto leader dell'associazionismo e del mondo cattolico, ribadendo l'urgenza di azioni concrete.

RISULTATI RAGGIUNTI 2024 La campagna ha consolidato Greenpeace come riferimento nazionale nella lotta contro ENI, sensibilizzando il pubblico sui danni causati dalle sue politiche. Abbiamo ampliato la rete di relazioni, coinvolgendo nuovi alleati e favorendo un dialogo più ampio sul tema della giustizia climatica. La *climate litigation* è diventata un caso simbolico per la difesa dei diritti umani in Italia, aprendo per la prima volta un dibattito sul tema.

RISULTATI DA RAGGIUNGERE Continuare a denunciare le responsabilità di ENI con nuovi strumenti di comunicazione. Ampliare la rete di alleati e sensibilizzare ulteriormente l'opinione pubblica, denunciando le azioni legali intimidatorie intraprese dall'azienda. Portare avanti il lavoro per promuovere la giustizia climatica e rafforzare il nostro messaggio a livello nazionale e internazionale.

PARTNER

ReCommon, 12 cittadine e cittadini attori della Giusta Causa, Istituto Europeo di Psicotraumatologia e Stress Management.

BENEFICIARI E STAKEHOLDER

L'intera popolazione italiana, specialmente le persone che risiedono nelle aree del paese più vulnerabili agli eventi climatici estremi.



#LaGiustaCausa

STRANGER GREEN DAL 2022 - IN CORSO [CLIMA, COMUNICAZIONE]

Denunceremo il *greenwashing* delle aziende fossili per ridurre la loro licenza sociale nella società italiana. Rafforzeremo una stampa libera da condizionamenti per promuovere un'informazione veritiera e completa sul clima.

OBIETTIVI SPECIFICI Consolidare la coalizione Stampa libera per il clima e il network Voci per il clima. Monitorare periodicamente l'informazione climatica, evidenziando narrative di resistenza alla transizione ecologica. Aumentare la consapevolezza dell'influenza delle aziende fossili sui media.

RISULTATI RAGGIUNTI SINO AL 2023 Greenpeace Italia ha sensibilizzato il pubblico italiano sul fenomeno del *greenwashing*, realizzando un monitoraggio pluriennale sull'informazione climatica. La denuncia di casi significativi, come quelli di ENI, ha ampliato la consapevolezza collettiva, consolidando l'organizzazione come punto di riferimento sull'informazione ambientale e il contrasto al *greenwashing*.

ATTIVITÀ 2024 Nel 2024 abbiamo pubblicato il terzo report annuale sul monitoraggio dell'informazione climatica, realizzato con l'Osservatorio di Pavia, e approfondimenti sul racconto mediatico delle elezioni europee e delle proteste degli agricoltori. Due corsi di formazione online hanno coinvolto giornalisti sui temi del *greenwashing* e dell'informazione climatica, mentre l'evento Oscar del *greenwashing* a Roma ha premiato politici, aziende e media responsabili di disinformazione ambientale. Attraverso attività di engagement con il network Voci per il clima e la pubblicazione di un editoriale congiunto nella Giornata mondiale della libertà di stampa, abbiamo rafforzato il legame con la coalizione Stampa libera per il clima. Il nostro lavoro è stato presentato in una serie di eventi che hanno consolidato la rete di chi si impegna a promuovere un'informazione corretta e trasparente sui temi climatici.

RISULTATI RAGGIUNTI 2024 Nel 2024, il monitoraggio dell'informazione climatica si è affermato come un punto di riferimento riconosciuto e apprezzato in Italia, offrendo analisi fondamentali per comprendere le narrative sul clima e contrastare la disinformazione. Oltre 100 giornaliste e giornalisti sono stati formati sui temi del *greenwashing* e dell'informazione ambientale, contribuendo a una

2. CAMPAGNE E PROGETTI

maggiore consapevolezza e a un'informazione più accurata. Il network Voci per il clima ha rafforzato la propria struttura, con membri sempre più attivi e coinvolti, consolidando una rete capace di promuovere un cambiamento tangibile nel modo in cui i temi climatici vengono trattati dai media. Questi risultati confermano l'importanza del lavoro svolto nel creare strumenti e alleanze per erodere l'influenza delle aziende fossili sulla stampa italiana e garantire una comunicazione climatica trasparente ed efficace.

RISULTATI DA RAGGIUNGERE Continueremo a portare alla luce l'influenza dei finanziamenti delle aziende fossili sull'informazione climatica, consolidando il network Voci per il clima come realtà indipendente. Intendiamo inoltre erodere ulteriormente la licenza sociale di ENI, creando sinergie efficaci con le altre attività della campagna clima per massimizzare l'impatto delle nostre azioni.

PARTNER

- Osservatorio di Pavia
- Formicablu
- Ordine dei Giornalisti della Lombardia
- Latte Creative
- European Climate Foundation

BENEFICIARI E STAKEHOLDER

- Network [Voci per il clima](#)
- Coalizione [Stampa libera per il clima](#)
- Pubblico di Greenpeace Italia
- Media nazionali



Cerimonia per la consegna dell'Oscar del Greenwashing a Roma.
© Greenpeace / Alessandro Bianchi

LA GIUSTA CAUSA

STAKEHOLDER ENGAGEMENT



ANTONIO TRICARICO, RECOMMON

QUALI INDIVIDUATE COME RISCHI PRINCIPALI DI QUESTO PROGETTO?

Un primo rischio che si sta già manifestando è che Eni muova cause legali strumentali contro GP e partner in sede civile ed esposti in sede legale per presunta diffamazione, cercando di spaventare altri partner ed alleati e spostando energie interne e attenzione pubblica dal principale procedimento intentato. Tali attacchi offrono però l'opportunità di allargare la critica della società e del suo operato da una prospettiva più ampia di difesa della democrazia, dello stato di diritto e della libertà di opinione.

Un secondo rischio riguarda la possibilità di creare un precedente negativo sulla possibilità di muovere in assoluto questo tipo di cause climatiche. È un rischio che già in fase di progettazione abbiamo soppesato sulla base dei pronunciamenti recenti in altre giurisdizioni, incluse corti internazionali, e crediamo vada la pena correre.

AVETE TROVATO LA NOSTRA COMUNICAZIONE E IL NOSTRO COINVOLGIMENTO ADEGUATI DURANTE IL PROGETTO?

GP ha investito nella comunicazione sulla Giusta Causa in maniera importante. Ulteriori sforzi potevano essere fatti per capire in particolare come superare il muro di gomma posto da Eni sulla gran parte dei media italiani, che ha silenziato molta della comunicazione relativa alla causa. L'influenza di Eni sui media internazionali non è stata altrettanto efficace, permettendo alcune uscite importanti, e stiamo lavorando su nuovi strumenti per cercare di promuovere una comunicazione più "dal basso" sul tema Eni in Italia.

Nonostante l'apertura importante di Greenpeace a ReCommon, con cui ha portato avanti il lavoro a stretto contatto e in maniera strategica, si è riscontrata una difficoltà per l'associazione ad allargare il coalition-building nella campagna su Eni all'interno della società civile italiana. Questo può essere dovuto in parte agli strumenti usati ed in parte alle risorse limitate da investire in tal senso. Si è cercato e si sta cercando di migliorare l'engagement sui social sulla Giusta Causa, anche se non è semplice garantire reattività continua su Eni sui social.

¹³ Gli unici rischi ambientali legati agli eventi climatici estremi per cui esistono dati in Italia. Non esiste infatti un archivio in cui siano raccolti tutti i dati relativi ai tanti eventi che pure possono essere ricondotti al cambiamento climatico, come ad esempio i periodi di siccità e i grandi incendi. Fonte il rapporto di Greenpeace Italia ["Quanto costa all'Italia la crisi climatica?"](#)



VANNI DESTRO, ATTORE DELLA CAUSA

QUALI INDIVIDUATE COME RISCHI PRINCIPALI DI QUESTO PROGETTO?

I rischi di un progetto pilota come La Giusta Causa sono quelli, qualora fosse dichiarata non ammissibile la tipologia di confronto in sede giuridica ordinaria per le controversie ambientali, di imprimere una spinta maggiore all'involuzione sulla legislazione a tutela di salute e ambiente. Involuzione, purtroppo, già in atto anche a causa delle posizioni negazioniste o economiciste sul tema del cambiamento climatico da parte dei governanti dei più importanti Paesi del Pianeta.

AVETE TROVATO LA NOSTRA COMUNICAZIONE E IL NOSTRO COINVOLGIMENTO ADEGUATI DURANTE IL PROGETTO?

La comunicazione ed il vostro coinvolgimento sono stati buoni anche considerando le difficoltà date dal clima poco favorevole al tema creato da chi ha il controllo o la proprietà degli organi d'informazione.



**DAL 2013 AL 2020
LE REGIONI ITALIANE HANNO
RIPORTATO 22,6 MILIARDI
DI DANNI CAUSATI
DA FRANE E ALLUVIONI¹³**

Greenpeace aiuta le comunità colpite dall'alluvione in Emilia-Romagna.
© Greenpeace / Michele Lapini

RAPID RESPONSE IN EMILIA-ROMAGNA E “RETURN TO SENDER” SETTEMBRE-NOVEMBRE 2024 [CLIMA]

Il progetto mira a collegare gli eventi climatici estremi alla crisi climatica e ai loro principali responsabili: le aziende fossili. Attraverso interventi diretti nelle aree colpite e attività di supporto alle comunità colpite, comunicazione e mobilitazione, Greenpeace denuncia l'impatto devastante del cambiamento climatico e l'inerzia delle istituzioni nel contrastarlo.

media hanno compreso maggiormente il legame tra la crisi climatica e le responsabilità delle aziende dei combustibili fossili.

ATTIVITÀ 2024 In risposta all'alluvione che ha colpito Traversara e Faenza, abbiamo fornito supporto alle comunità locali con operazioni di sgombero e pulizia dal fango e dai detriti. Abbiamo raccolto testimonianze delle vittime e diffuso un report sui danni economici causati da alluvioni e frane, evidenziando il crescente costo sociale e ambientale della crisi climatica. A Roma, l'installazione artistica *E ora chi paga?* ha esposto oggetti recuperati dalle alluvioni in Italia e in Brasile, accompagnati dalle voci delle persone colpite. Con l'azione diretta di “Return to sender” abbiamo simbolicamente restituito a ENI alcuni degli oggetti distrutti dalle alluvioni, denunciando il legame tra l'industria fossile e l'intensificarsi di eventi climatici estremi. Questa iniziativa ha rafforzato la pressione sulle aziende inquinanti affinché rispondano dei danni causati dalla crisi climatica.

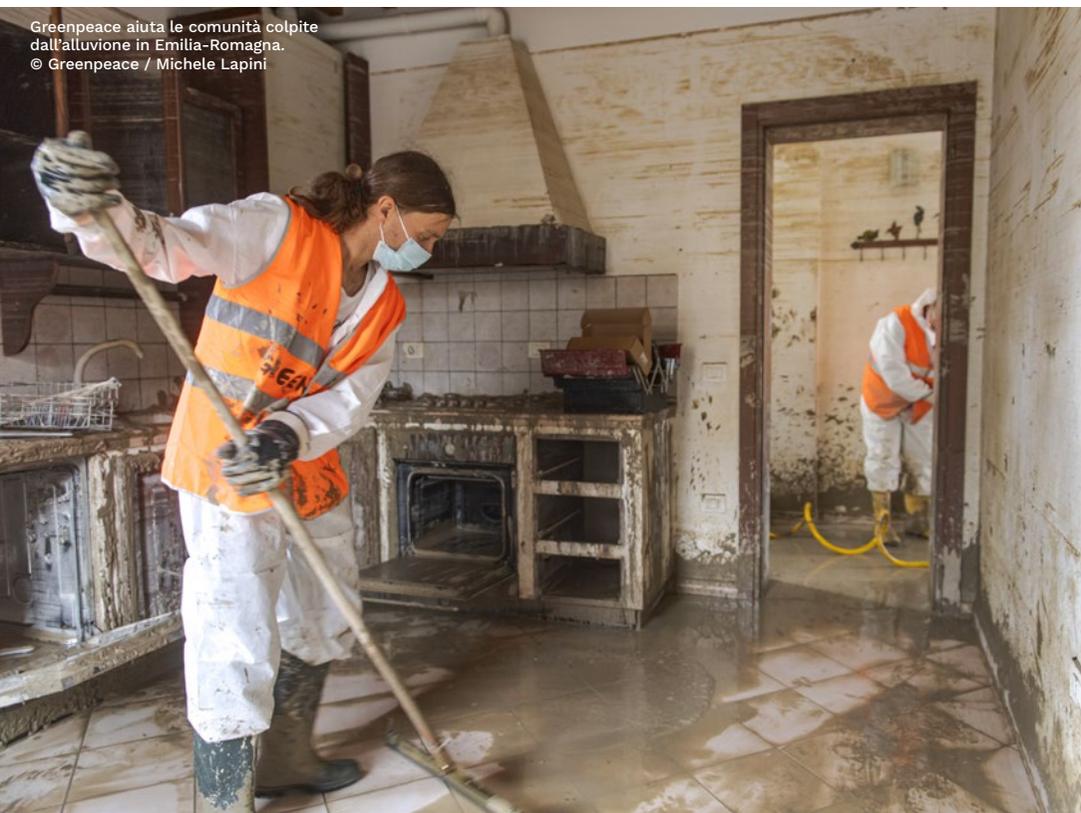
OBIETTIVI SPECIFICI Portare supporto e solidarietà alle comunità colpite dagli eventi climatici estremi, raccogliendo testimonianze per raccontare il lato umano della crisi climatica. Coinvolgere il pubblico e sensibilizzarlo sulle responsabilità delle industrie fossili come ENI nell'alimentare la crisi climatica e aggravare i suoi impatti con le loro attività.

RISULTATI RAGGIUNTI SINO AL 2023 Abbiamo attivato interventi di Rapid Response nelle Marche (2022) e a Conselice, in Emilia-Romagna (2023), fornendo supporto alle popolazioni colpite dalle alluvioni. Grazie alle nostre azioni, il pubblico e i



Greenpeace in aiuto delle comunità colpite dall'alluvione in Emilia-Romagna
© Greenpeace / Michele Lapini

Greenpeace aiuta le comunità colpite dall'alluvione in Emilia-Romagna.
© Greenpeace / Michele Lapini



RISULTATI RAGGIUNTI 2024 Greenpeace ha consolidato la sua presenza sui territori colpiti dalle alluvioni, rafforzando le collaborazioni con i movimenti locali e rendendo più evidente il legame tra crisi climatica e devastazione ambientale. Il nostro report ha fornito dati inediti sui costi economici degli eventi estremi in Italia, aumentando la pressione mediatica sulle istituzioni affinché adottino misure più ambiziose di mitigazione e adattamento. L'installazione artistica *E ora chi paga?* ha riscosso grande attenzione, trasformando le testimonianze delle vittime in un potente strumento di denuncia. L'azione “Return to Sender” ha avuto un forte impatto comunicativo, rafforzando la narrazione sulla responsabilità diretta delle aziende fossili nella crisi climatica. La mobilitazione pubblica è stata ampia e ha contribuito a mantenere alta l'attenzione sulla necessità di un cambiamento strutturale nel modello energetico e industriale.

RISULTATI DA RAGGIUNGERE Vogliamo rafforzare il collegamento tra eventi climatici estremi e aziende fossili, aumentando la pressione mediatica e politica affinché ENI e altre industrie del settore siano ritenute responsabili. Continueremo a coinvolgere le comunità colpite e a sviluppare strategie per garantire maggiore visibilità alla denuncia del *climate damage*.

PARTNER

- Brigate di Solidarietà Attiva
- Team della campagna internazionale di Greenpeace “Stop Drilling Start Paying”
- Alessandro Calizza (artista dell'installazione)

BENEFICIARI E STAKEHOLDER

Le comunità locali colpite dall'alluvione, le organizzazioni e i gruppi di volontariato impegnati nelle operazioni di intervento, il governo italiano ed ENI (come target della campagna), oltre ai ricercatori, alle ricercatrici e alle istituzioni che hanno collaborato alla produzione del report sui danni climatici.

C'È DI MEZZO IL MARE MAGGIO - LUGLIO 2024 [BIODIVERSITÀ MARINA]

Vogliamo spingere il governo italiano a ratificare il Trattato globale per la protezione degli oceani, con l'obiettivo di garantire almeno il 30% di mare protetto entro il 2030. Dimostrare l'importanza dei monitoraggi scientifici per comprendere gli effetti del cambiamento climatico e proteggere gli ecosistemi marini più vulnerabili.



OBIETTIVI SPECIFICI Il progetto ha puntato a documentare il reale stato di protezione del mare italiano, confrontando i dati ufficiali con quelli raccolti da Greenpeace. Un altro obiettivo chiave è stato l'analisi degli effetti del cambiamento climatico su due Aree Marine Protette (AMP) e lo studio della biodiversità sul Palinuro Seamount, un hotspot ecologico minacciato dagli interessi industriali e dalla crisi climatica.

RISULTATI RAGGIUNTI SINO AL 2023 Abbiamo condotto un'indagine sui canyon sottomarini vicino all'Isola di Ischia per monitorare l'impatto della plastica e delle attività antropiche su questi ecosistemi fragili. Questi studi hanno rafforzato la necessità di misure più efficaci per la tutela del mare e l'ampliamento delle aree protette.

ATTIVITÀ 2024 Nel 2024 abbiamo realizzato una mappa dell'effettivo stato di conservazione dei mari italiani, confrontando i dati ufficiali con quelli raccolti attraverso le nostre spedizioni. A bordo della nave Arctic Sunrise, Greenpeace ha esplorato il Palinuro Seamount nel Tirreno meridionale, utilizzando un ROV per documentare la biodiversità presente sulla sommità della montagna sottomarina. Abbiamo inoltre monitorato la presenza di delfini nella zona, confermando che queste formazioni geologiche rappresentano un punto di aggregazione per i grandi predatori pelagici. Durante la missione, abbiamo presentato a bordo il report Mare Caldo, che ha evidenziato come le Aree Marine Protette rispondano meglio agli impatti del cambiamento climatico rispetto alle aree non tutelate, rafforzando la necessità di ampliare le zone protette e migliorare le politiche di conservazione marina in Italia.

RISULTATI RAGGIUNTI 2024 L'attività di monitoraggio ha rafforzato la pressione sul governo affinché adotti misure più efficaci per la tutela degli oceani.

La nostra indagine ha smentito le dichiarazioni ufficiali sulla protezione del mare italiano, mostrando come molte AMP siano scarsamente regolate e poco efficaci. Saipem, che in passato aveva manifestato interesse per il Deep Sea Mining nel Mediterraneo, ha dichiarato di non voler più investire in questo settore, segnando un'importante vittoria per la protezione degli ecosistemi marini. Abbiamo inoltre pubblicato un report sulle industrie coinvolte nel Deep Sea Mining, mettendo in luce i rischi di questa pratica e rafforzando la richiesta di una moratoria globale. L'attenzione mediatica generata ha contribuito a sensibilizzare l'opinione pubblica sull'urgenza di proteggere i nostri mari e di garantire che il Trattato sugli Oceani venga ratificato senza compromessi.

RISULTATI DA RAGGIUNGERE Continueremo a fare pressione affinché il governo italiano ratifichi il Trattato sugli Oceani entro la fine della Conferenza sugli Oceani prevista a Nizza nel giugno 2025. Lavoreremo per supportare l'ampliamento delle AMP e per monitorare gli impatti antropici nelle zone già soggette a conservazione, rafforzando la protezione della biodiversità marina.

PARTNER

- CNR
- DISTAV dell'Università di Genova
- 11 Aree Marine Protette

BENEFICIARI E STAKEHOLDER

Le comunità locali che dipendono dalla salute degli ecosistemi marini, le AMP che necessitano di maggiore protezione, e gli equilibri ecosistemici degli oceani, sempre più minacciati dalla crisi climatica e dalle attività industriali.

FERMIAMO IL DEEP SEA MINING 2023 - IN CORSO [BIODIVERSITÀ MARINA]

Greenpeace Italia lavora per ottenere una moratoria sulle attività di estrazione mineraria in alto mare e bloccare qualsiasi tentativo di sfruttamento nei mari italiani. L'obiettivo è contrastare il Deep Sea Mining (DSM), evidenziando i rischi per la biodiversità marina e smontando la narrativa secondo cui sarebbe necessario per la transizione energetica.



OBIETTIVI SPECIFICI Nel 2024 ci siamo posti l'obiettivo di contrastare il rilascio di licenze di estrazione da parte dell'ISA (International Seabed Authority), promuovendo un codice minerario rigoroso a tutela degli ecosistemi marini. Abbiamo mirato ad aumentare il numero di Paesi favorevoli a una moratoria sul Deep Sea Mining e a documentare la biodiversità delle aree minacciate, evidenziando i potenziali impatti ambientali di questa industria.

RISULTATI RAGGIUNTI SINO AL 2023 Abbiamo contribuito a bloccare il rilascio di nuove licenze di estrazione mineraria da parte dell'ISA, impedendo l'avvio di attività su larga scala. Nessun codice minerario è stato approvato a livello internazionale, lasciando l'industria in un limbo normativo. Abbiamo aumentato la pressione pubblica sul tema, portandolo nell'agenda globale.

ATTIVITÀ 2024 Nel 2024, una delegazione di Greenpeace ha partecipato ai meeting dell'ISA, contrastando le manovre delle industrie estrattive e portando il tema della protezione degli oceani al centro del dibattito internazionale. Abbiamo realizzato una spedizione con la nave *Witness* nelle acque dell'Artico, vicino alla Norvegia, per documentare la presenza di cetacei e dimostrare l'impatto che l'estrazione mineraria avrebbe su questi fragili ecosistemi. In parallelo, abbiamo lavorato con le comunità del Pacifico, direttamente minacciate dal Deep Sea Mining, dando voce alla loro resistenza e sostenendo le loro rivendicazioni contro lo sfruttamento industriale dei fondali oceanici. La nostra azione ha

2. CAMPAGNE E PROGETTI

rafforzato il movimento globale per la moratoria sul DSM, coinvolgendo il mondo dell'attivismo, la comunità scientifica e organizzazioni ambientaliste in un'azione coordinata per proteggere gli oceani da questa nuova minaccia industriale.

RISULTATI RAGGIUNTI 2024 Grazie alla nostra pressione internazionale, nessuna licenza di estrazione è stata rilasciata dall'ISA, bloccando di fatto l'avvio delle operazioni minerarie in alto mare. Il mancato accordo sulla stesura di un codice minerario ha mantenuto l'industria in una situazione di incertezza normativa, impedendone lo sviluppo. La nuova segretaria dell'ISA, più attenta alla protezione ambientale rispetto al suo predecessore, ha aperto la strada a un approccio più cauto. Greenpeace ha inoltre ottenuto un'importante vittoria in Norvegia, dove il governo ha accettato di sospendere la concessione di licenze per le estrazioni minerarie nelle acque artiche. La moratoria sul DSM ha raggiunto 32 Paesi sostenitori, rafforzando il fronte globale contro lo sfruttamento indiscriminato dei fondali marini.

RISULTATI DA RAGGIUNGERE Lavoreremo per aumentare il numero di Paesi aderenti alla moratoria e garantire che l'ISA non rilasci nuove licenze di estrazione. Continueremo a documentare e denunciare i danni del Deep Sea Mining, rafforzando la coscienza pubblica e la pressione sulle istituzioni per un divieto globale definitivo.

PARTNER

- Numerose organizzazioni internazionali impegnate nella tutela degli oceani.
- Scienziati e scienziate.
- Comunità locali direttamente colpite dal Deep Sea Mining.

BENEFICIARI E STAKEHOLDER

Fermare il Deep Sea Mining protegge gli ecosistemi marini minacciati dall'estrazione mineraria e le comunità costiere che dipendono per la loro sopravvivenza da mari integri, rafforza il movimento globale per la protezione degli oceani.

DISTAV

**DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA TERRA,
DELL'AMBIENTE E DELLA VITA (DISTAV),
UNIVERSITÀ DI GENOVA**

**C'È QUALCHE ASPETTO DEL PROGETTO CHE POTREBBE ESSERE MIGLIORATO
QUALORA VENISSE REPLICATO?**

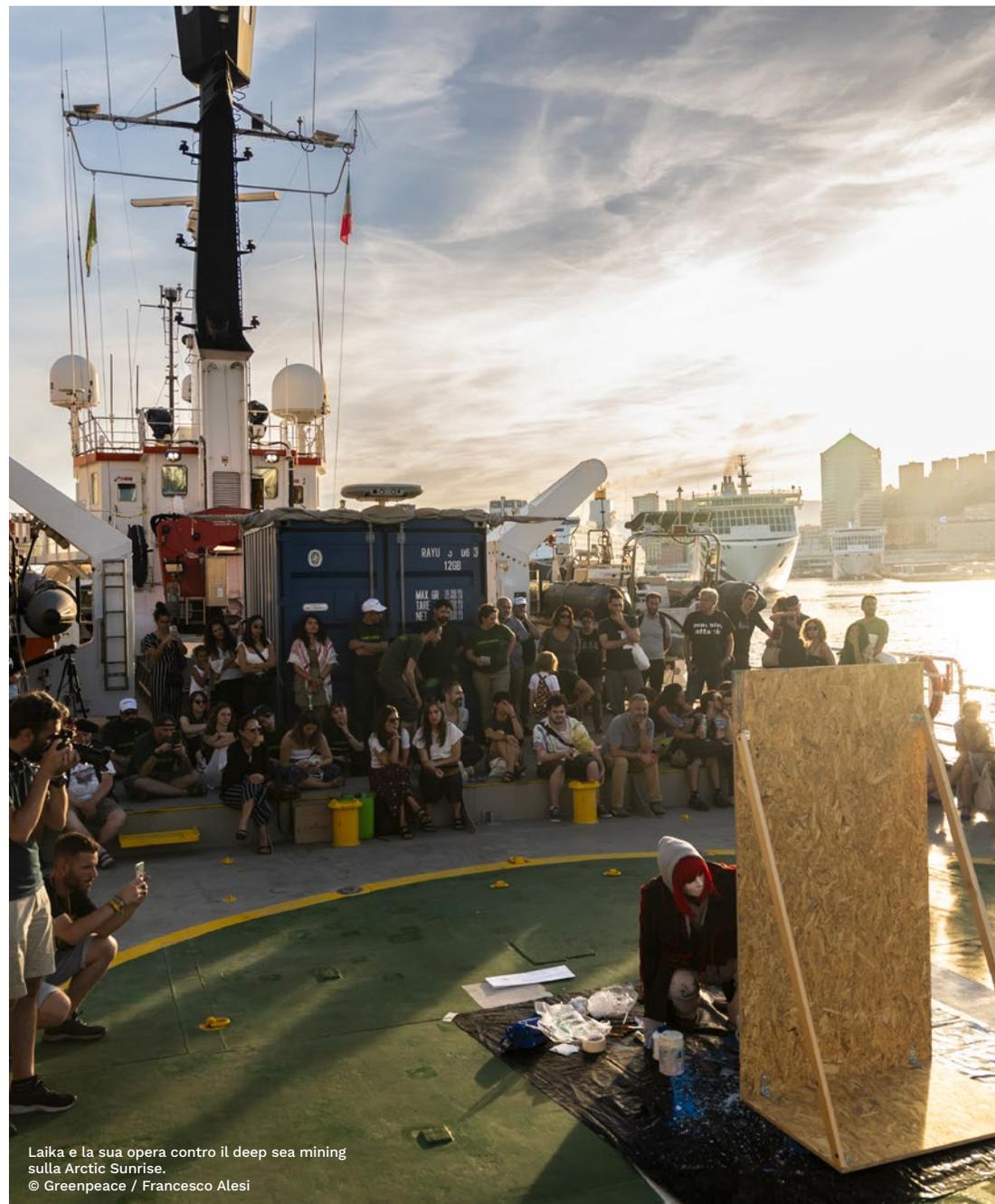
Potrebbe essere utile ampliare ulteriormente il coinvolgimento delle comunità locali, ad esempio attraverso laboratori interattivi per studenti o workshop per cittadine e cittadini interessati alla tutela marina. Inoltre, estendere la durata delle visite pubbliche o prevedere sessioni di approfondimento aggiuntive potrebbe consentire a un numero maggiore di persone di partecipare.

QUALI INDIVIDUATE COME RISCHI PRINCIPALI DI QUESTO PROGETTO?

La collaborazione tra il DISTAV dell'Università di Genova e Greenpeace Italia è stato un valore aggiunto per il successo del progetto, in particolare nella presentazione del rapporto Mare Caldo. La presenza di rappresentanti di diverse istituzioni e organizzazioni ha arricchito il dibattito e favorito una comunicazione efficace. Per potenziare ulteriormente l'impatto comunicativo, potrebbe essere vantaggioso sfruttare una gamma più ampia di canali mediatici, inclusi social media, podcast e collaborazioni con media locali, per raggiungere un pubblico ancora più vasto.

**MENO DELL'1% DEI MARI ITALIANI È SOTTOPOSTO
A MISURE DI TUTELA EFFICACI. SIAMO LONTANI
DALL'OBIETTIVO 30X30, CHE PREVEDE LA PROTEZIONE
DI ALMENO IL 30% DEI NOSTRI MARI ENTRO IL 2030,
DI CUI IL 10% CON AREE A PROTEZIONE INTEGRALE¹⁴**

¹⁴Fonte l'indagine di Greenpeace sullo stato di tutela del Mar Mediterraneo.



Laika e la sua opera contro il deep sea mining
sulla Arctic Sunrise.
© Greenpeace / Francesco Alesi

FINO ALL'ULTIMA GOCCIA
MAGGIO 2024 -
MARZO 2025
[CLIMA, AGRICOLTURA,
INQUINAMENTO]

Il progetto mira a denunciare l'impatto delle attività antropiche sulle riserve idriche in Italia, evidenziando il legame tra crisi climatica, gestione delle risorse idriche e produzione agricola. Attraverso ricerche scientifiche, reportage e campagne di sensibilizzazione, Greenpeace vuole spingere per politiche efficaci di tutela dell'acqua e adattamento climatico.



Attività di ricerca sul ghiacciaio del Lys.
 © Greenpeace / Marco Graziani

OBIETTIVI SPECIFICI Il progetto si propone di evidenziare il legame tra scarsità d'acqua e cambiamenti climatici, dando voce alle comunità colpite. Mira a produrre ricerche e analisi scientifiche per documentare l'impatto della crisi climatica sulle risorse idriche e sulla produzione alimentare. Attraverso reportage e materiali divulgativi, punta a rendere il tema più accessibile e a rafforzare la pressione politica per l'adozione di misure concrete, basate sulle otto richieste strategiche per la tutela delle risorse idriche e il contrasto alla crisi climatica.

ATTIVITÀ 2024 Nel 2024 abbiamo analizzato i dati sulla neve accumulata durante l'inverno, pubblicando un primo commento sulla riduzione delle riserve idriche e sulle conseguenze per la disponibilità d'acqua nel corso dell'anno. Abbiamo indagato l'impatto della siccità sulla produzione agricola italiana, evidenziando come la riduzione delle risorse idriche minacci colture strategiche per il Paese. Per raccontare la crisi idrica, abbiamo raccolto immagini e testimonianze sul campo, con un focus particolare sulla Sicilia, dove la siccità ha avuto impatti drammatici. Durante l'estate, abbiamo monitorato la situazione della carenza idrica nel Sud Italia, documentando il deterioramento delle riserve e le conseguenze sulle comunità locali. Una delle attività centrali del progetto è stata la spedizione sul ghiacciaio del Lys, nel gruppo del Monte Rosa, per analizzare lo stato di salute del ghiacciaio e misurare i livelli di inquinamento nelle acque di fusione, fornendo dati scientifici fondamentali per rafforzare la nostra denuncia.

RISULTATI RAGGIUNTI 2024 Abbiamo costruito una narrazione chiara che collega la crisi idrica ai cambiamenti climatici, al settore agricolo e all'inquinamento, sensibilizzando l'opinione pubblica e aumentando la pressione sulle istituzioni. Le ricerche condotte in collaborazione

con istituti scientifici hanno rafforzato la nostra credibilità, creando una solida base di dati per sostenere le richieste politiche. Attraverso reportage e testimonianze, abbiamo mostrato il volto umano della crisi idrica, raccontando come la scarsità d'acqua colpisca agricoltori, comunità locali ed ecosistemi naturali. Il nostro lavoro ha avuto ampia diffusione mediatica, stimolando il dibattito sulle soluzioni necessarie per affrontare il problema. Il monitoraggio del ghiacciaio del Lys ha evidenziato livelli di contaminazione preoccupanti, confermando come l'inquinamento arrivi fino alle riserve d'acqua più remote e rafforzando la nostra richiesta di misure urgenti per proteggere le risorse idriche.

RISULTATI DA RAGGIUNGERE Diffonderemo i risultati delle analisi sulle acque di fusione e sulla neve dei ghiacciai per evidenziare il livello di inquinamento, e mostreremo, con uno studio scientifico, l'evoluzione della perdita dei ghiacciai al 2050 e al 2100 per rafforzare la nostra denuncia. Continueremo a documentare gli impatti del cambiamento climatico sulle riserve idriche italiane, promuovendo soluzioni concrete e facendo pressione politica per una gestione più equa e sostenibile dell'acqua.

PARTNER

- Comitato Glaciologico Italiano
- Università degli Studi di Milano Statale
- Ricercatori ISTAT
- Osservatorio Siccità CNR-IBE
- Fondazione CIMA

BENEFICIARI E STAKEHOLDER

Il pubblico di Greenpeace Italia, i media locali e nazionali, i comitati per il diritto all'acqua e le istituzioni governative, che sono il target principale della nostra pressione politica per la tutela delle risorse idriche.

2. CAMPAGNE E PROGETTI

ACQUE SENZA VELENI
SETTEMBRE 24 - IN CORSO
[INQUINAMENTO,
MOBILITAZIONE DEI
GRUPPI LOCALI]

Greenpeace ha avviato il progetto Acque Senza Veleni per realizzare la prima mappa nazionale indipendente sulla contaminazione da PFAS nelle acque potabili italiane, rispondendo alle crescenti preoccupazioni della popolazione e alla mancanza di dati pubblici sul problema.



Attività di ricerca per monitorare la presenza di PFAS nell'acqua potabile.
 © Greenpeace / Alessandro Bianchi

OBIETTIVI SPECIFICI Il progetto punta a valorizzare il lavoro svolto negli anni nelle diverse Regioni italiane, ampliando la raccolta di dati sulla contaminazione da PFAS. Un obiettivo centrale è aumentare il coinvolgimento dell'opinione pubblica, anche in quelle aree dove il problema è ancora poco noto, trasformandolo in una questione di rilevanza nazionale. Attraverso un'azione coordinata, intendiamo rafforzare la richiesta di una legge che vieti la produzione e l'uso di queste sostanze tossiche. Vogliamo coinvolgere i comitati locali, promuovendo iniziative sui territori per sensibilizzare le comunità e spingere le istituzioni ad adottare misure concrete.

RISULTATI RAGGIUNTI NEL 2024 Il progetto ha ottenuto 24 uscite televisive (come PresaDiretta, Far West, E-Planet, 10 telegiornali regionali Rai), 25 uscite su quotidiani cartacei, più di 100 uscite web. Sono stati organizzati 16 incontri pubblici in collaborazione con 18 realtà locali. Ottimi i risultati di raccolta fondi: l'obiettivo è stato superato del 20%.

RISULTATI DA RAGGIUNGERE Se da una parte è necessario coinvolgere sempre di più l'opinione pubblica nazionale, dall'altro è fondamentale ottenere, nel più breve tempo possibile, una legge che vieti l'uso e la produzione dei PFAS.

PARTNER

- Medici per l'ambiente (ISDE)
- Mamme No PFAS
- CILLSA
- Forum dei Movimenti per l'Acqua
- Comitato Stop Solvay
- Anemos
- Fridays For Future
- RECA
- Per il Clima Fuori dal Fossile
- USB
- CGIL.

BENEFICIARI E STAKEHOLDER

Il lavoro con i comitati locali, le analisi e la diffusione di informazioni sui PFAS aumentano la consapevolezza sul tema, a beneficio dell'intera popolazione italiana.

**LUIGI PEROTTI,
COMITATO GLACIOLOGICO ITALIANO (CGI)**

QUALI INDIVIDUATE COME RISCHI PRINCIPALI DI QUESTO PROGETTO?

La divulgazione dei risultati del progetto svolto dal CGI in collaborazione con Greenpeace Italia richiede un grande sforzo, soprattutto in relazione alla tipologia di comunicazione prescelta che oggi definiremmo transmediale; una modalità complessa, per la quale è fondamentale investire molto tempo e risorse nell'*engagement*, utilizzando i più moderni mezzi di comunicazione che permettono di entrare nel campo di attenzione della cittadinanza, soprattutto dei più giovani e instillare in loro un seme di interesse per i temi ambientali, fondamentali per il nostro futuro. Il rischio principale è quello di non valutare correttamente nelle azioni di sensibilizzazione il rapporto tra le ricerche scientifiche e la comunicazione. Questo rapporto è spesso ancora molto sbilanciato verso la produzione scientifica, che è un fattore positivo per il mondo della ricerca, ma rischia di lasciare poche risorse alla comunicazione, che invece è indispensabile per diffondere e usare correttamente i contenuti scientifici.

AVETE TROVATO LA NOSTRA COMUNICAZIONE E IL NOSTRO COINVOLGIMENTO ADEGUATI DURANTE IL PROGETTO?

La collaborazione tra CGI e Greenpeace è stata senza dubbio molto produttiva in termini comunicativi per raggiungere una platea sempre più ampia di persone sensibili alle tematiche dell'alta montagna e ancor più al cambiamento globale. Un tema quest'ultimo che ci coinvolge tutti come cittadini e cittadine del mondo e che vediamo sostenuto dalla collaborazione del personale di Greenpeace alle nostre ricerche sui ghiacciai italiani.

**PROTEGGENDO
I GHIACCIAI,
PROTEGGIAMO ANCHE
LA NOSTRA ACQUA E
CON ESSA IL NOSTRO
FUTURO”**

SIMONA SAVINI, GREENPEACE ITALIA



© Greenpeace / Marco Graziani

Attività di ricerca sul ghiacciaio del Lys.
© Greenpeace / Marco Graziani



STOP ALLEVAMENTI INTENSIVI GENNAIO-DICEMBRE 2024 [AGRICOLTURA]

Puntiamo a incalzare i decisori politici affinché adottino misure concrete per ridurre gli impatti ambientali, sanitari e sociali del sistema zootecnico intensivo. L'obiettivo è promuovere una transizione agroecologica che coinvolga anche il settore agricolo, favorendo un modello di produzione sostenibile e più equo per ambiente e cittadini.

OBIETTIVI SPECIFICI Nel 2024 ci siamo posti l'obiettivo di denunciare gli impatti ambientali, sanitari e sociali del sistema degli allevamenti intensivi, evidenziando il loro peso sull'ecosistema e sulla salute pubblica. Abbiamo puntato a contrastare le lobby del settore zootecnico e agroindustriale, promuovendo proposte e modelli alternativi concreti. Inoltre, abbiamo mirato a stimolare il dibattito politico e sociale su misure normative specifiche, con l'obiettivo di ampliare il consenso sulla necessità di ridurre produzione e consumi di carne.

RISULTATI RAGGIUNTI SINO AL 2023 Il rinnovo della Direttiva sulle Emissioni Industriali (IED) ha fornito un'opportunità chiave per portare le evidenze scientifiche ai parlamentari europei e ai media. Abbiamo sviluppato una contronarrativa efficace contro le false informazioni diffuse dalle lobby, evidenziando il legame tra allevamenti e crisi idrica e presentato la proposta di legge "Oltre gli Allevamenti Intensivi".

ATTIVITÀ 2024 Nel 2024 abbiamo sperimentato metodi di *citizen science* per monitorare le emissioni di ammoniaca dagli allevamenti intensivi, raccogliendo dati indipendenti a supporto delle nostre denunce. La proposta di legge "Oltre gli allevamenti intensivi" è stata presentata ufficialmente, con il sostegno di un'ampia rete di associazioni. Abbiamo organizzato due eventi pubblici nazionali a Roma, tra cui la proiezione di *Food for Profit* e un convegno per stimolare il dibattito sulla transizione agroecologica. La pubblicazione del report *Superheaters* ha evidenziato il ruolo delle grandi aziende della carne nel riscaldamento globale, mentre il report *La crisi degli agricoltori italiani ed europei* ha messo in luce l'inequità del sistema agroindustriale. Abbiamo aggiornato la mappa dei carichi di azoto e dei fondi PAC destinati alla zootecnia in Lombardia e rafforzato la pressione politica su PAC, IED, OGM e glifosato, ottenendo reazioni istituzionali significative.

RISULTATI RAGGIUNTI 2024 La proposta di legge

Greenpeace e altre Associazioni presentano la moratoria contro gli allevamenti intensivi
© Greenpeace / Giuseppe Chiantera



ha raccolto oltre 20 firme da cinque gruppi politici, dimostrando un crescente interesse trasversale nel Parlamento. Gli eventi organizzati hanno riscosso grande partecipazione e copertura mediatica, favorendo il dibattito pubblico sugli allevamenti intensivi e la necessità di una transizione agroecologica. I report pubblicati nel 2024 - tra cui *Superheaters* e l'analisi sugli agricoltori - hanno rafforzato la nostra denuncia del sistema zootecnico intensivo, evidenziando il legame tra allevamenti, crisi climatica e iniquità sociale a livello globale. La nostra attività di advocacy ha contribuito a spostare la narrazione pubblica sul tema, collegandolo alle questioni economiche e di giustizia sociale. Il supporto ai comitati locali e la partecipazione a iniziative nazionali e territoriali hanno consolidato il ruolo di Greenpeace Italia come punto di riferimento per il contrasto agli allevamenti intensivi. Il collegamento tra questa campagna e il tema della siccità ha reso ancora più evidente l'impatto del sistema zootecnico sull'uso delle risorse idriche.

RISULTATI DA RAGGIUNGERE Puntiamo a rafforzare il dialogo con le aziende penalizzate dal sistema zootecnico attuale e a favorire l'adesione di nuove realtà alla transizione agroecologica. Amplieremo la narrativa economica della campagna, mostrando come l'accesso al cibo di qualità sia minacciato dagli allevamenti intensivi. Proseguiremo il lavoro di pressione politica, anche in vista della COP30 di Belém.

PARTNER

- ISDE, Lipu, WWF e Terra!
- Oltre 30 realtà nazionali e territoriali
- La coalizione Clima-Lavoro

BENEFICIARI E STAKEHOLDER

La proposta di legge e la mozione forniscono strumenti concreti ai comitati locali che si oppongono agli allevamenti intensivi. I report e le ricerche supportano associazioni, movimenti e istituzioni interessati al legame tra cibo e ambiente. Le proposte normative elaborate rappresentano un riferimento per i parlamentari che vogliono promuovere la transizione agroalimentare.

I BOSCHI DELLE API DAL 2020 - IN CORSO [TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ, RIGENERAZIONE URBANA, AGRICOLTURA SOSTENIBILE]

Il progetto mira a creare piccole oasi di biodiversità in aree urbane e periurbane abbandonate, trasformandole in *food forest* per favorire la presenza degli impollinatori, rafforzare il legame tra le persone e la natura e rendere le città più resilienti ai cambiamenti climatici attraverso pratiche di rigenerazione ecologica.



Attività al bosco delle api di Roma.
© Greenpeace / Alessandro Bianchi

OBIETTIVI SPECIFICI Il progetto è stato sviluppato per rigenerare aree urbane degradate, trasformandole in *food forest* capaci di favorire la biodiversità e offrire habitat agli impollinatori. Un focus centrale è stato il coinvolgimento della comunità locale attraverso attività di educazione ambientale e partecipazione attiva, promuovendo maggiore consapevolezza sulla tutela della natura e sull'importanza degli ecosistemi urbani.

RISULTATI RAGGIUNTI SINO AL 2023 Abbiamo avviato la progettazione e la manutenzione delle *food forest* a Roma e Cremona, trasformando spazi abbandonati in ecosistemi rigogliosi. Le attività hanno coinvolto volontari, scuole e partner locali, rafforzando la conoscenza sull'importanza degli impollinatori e sulle buone pratiche di gestione del verde urbano.

ATTIVITÀ 2024 Nel 2024 abbiamo completato la piantumazione nelle *food forest* di Roma e Cremona, integrando specie vegetali diverse, tra cui alberi da frutto, bacche, erbe medicinali e fiori, per favorire la biodiversità e garantire la stabilità dell'ecosistema. Sono stati installati *bee hotel* e rifugi per insetti impollinatori, contribuendo alla loro conservazione e riproduzione. Parallelamente, abbiamo organizzato eventi di sensibilizzazione e attività didattiche con scuole e associazioni locali, offrendo percorsi educativi sull'importanza degli impollinatori, sulla crisi climatica e sulla rigenerazione urbana. Il monitoraggio delle aree piantumate è stato una priorità, per assicurare la crescita delle piante e migliorare

2. CAMPAGNE E PROGETTI

la gestione ecologica degli spazi. La partecipazione della comunità è aumentata, creando un forte senso di appartenenza e rendendo i Boschi delle Api veri e propri laboratori di sostenibilità a cielo aperto.

RISULTATI RAGGIUNTI 2024 La presenza di impollinatori nelle *food forest* è aumentata significativamente, confermando l'efficacia delle azioni di piantumazione e gestione del verde. Gli eventi comunitari hanno rafforzato il legame tra la cittadinanza e la natura, coinvolgendo attivamente residenti, scuole e associazioni nella cura degli spazi verdi. La partecipazione è stata determinante per garantire il successo del progetto e per promuovere un modello di rigenerazione urbana replicabile in altre città. Il progetto ha ottenuto una maggiore visibilità, dimostrando come piccole azioni locali possano avere un impatto concreto sulla biodiversità e sulla resilienza urbana ai cambiamenti climatici. Grazie alla collaborazione con esperti ed esperte, ricercatori e ricercatrici, abbiamo migliorato le strategie di gestione delle *food forest*, aumentando la loro capacità di attrarre e sostenere popolazioni di api e altri insetti impollinatori.

RISULTATI DA RAGGIUNGERE Vogliamo garantire la sostenibilità a lungo termine delle *food forest*, coinvolgendo stabilmente la comunità e le istituzioni locali nella loro gestione. Il nostro obiettivo è replicare questo modello in altre aree urbane, ampliando l'impatto del progetto e rafforzando la tutela degli impollinatori a livello nazionale.

PARTNER

- La Cooperativa Sociale Agropolis (Cremona), che ha contribuito alla gestione della *food forest* locale
- Apiromane (Roma), attiva nella tutela degli impollinatori e nella promozione della biodiversità urbana.

BENEFICIARI E STAKEHOLDER

Le comunità locali di Roma e Cremona, che beneficiano di spazi verdi rigenerati e di nuove opportunità educative. Gli insetti impollinatori, fondamentali per la biodiversità e la sicurezza alimentare. Scuole, associazioni e comunità locali coinvolte nelle attività di sensibilizzazione e partecipazione attiva.

INVESTIGATION & RESEARCH UNIT

Greenpeace basa la sua azione sulla sinergia tra informazione, ricerca e attivismo, un modello consolidato che garantisce campagne basate su dati e fatti. Seguendo il metodo IDEAL (*Investigate, Document, Expose, Act and Lobby*), nel 2017 Greenpeace Italia ha istituito l'**Unità Investigazioni e Ricerca**, con l'obiettivo di accreditarsi come fonte autorevole, rafforzare la capacità di denuncia e aumentare l'impatto delle campagne.

Nel 2024, l'Unità ha supportato trasversalmente tutti i progetti e ha realizzato oltre 20 investigazioni e ricerche, metà delle quali dedicate ai temi climatici, tra cui tre focus sul legame tra crisi climatica e allevamenti. Un altro 25% ha riguardato l'inquinamento da PFAS, plastica e *overconsumption*, mentre il restante 25% è stato suddiviso tra le campagne Mare e Allevamenti.

Il progetto **Climate for Peace** è rimasto integrato nell'Unità, con un forte coordinamento con l'Unità Agile Clima. La risorsa dedicata ha continuato a lavorare su ricerca, *advocacy* e *lobby*, denunciando il legame tra fonti fossili e conflitti, opponendosi all'aumento della spesa militare - in contrasto con la volontà della maggioranza degli italiani, secondo un sondaggio SWG - e sostenendo la tassazione degli extraprofiti dell'industria bellica.

Le collaborazioni con **istituti di ricerca e università** sono state consolidate e ampliate, coinvolgendo ISPRA, CNR, ISTAT, il Comitato Glaciologico Italiano, CIMA Research Foundation e l'Università degli Studi di Milano Statale.

L'interesse mediatico per il lavoro dell'Unità è in crescita: le inchieste sono state riprese da **TG nazionali e regionali**, quotidiani come *Avvenire*, *Corriere*, *Repubblica*, *Il Fatto Quotidiano* e riviste di settore. Inoltre, due conferenze stampa sono state ospitate alla **Camera dei Deputati**, mentre la collaborazione con **Report** (RaiTre) ha portato alla denuncia dell'insostenibilità del sistema dei resi nel *fast fashion*.



Attività di ricerca sul ghiacciaio del Lys.
© Greenpeace / Marco Graziani

3. COMUNICAZIONE & ENGAGEMENT



Il modo di comunicare e di coinvolgere le persone di Greenpeace è profondamente cambiato nel tempo. Lo schema “classico” è quello legato all’esempio dei fondatori: una piccola imbarcazione, come la Phyllis Cormack, che sfida un colosso militare come gli USA, un gruppo di attivisti contro la grande multinazionale, Davide contro Golia. **Ispirato dal teorico Marshall McLuhan e dal successo dei media elettronici, fin dalla prima spedizione ad Amchitka Bob Hunter lancia l’idea di “bomba mentale”, antenata del concetto di “viralità”:** per creare un movimento ecologista, pensa, c’è bisogno d’immagini che circolino a livello globale, e di storie capaci di ispirare le persone a riconoscere la loro fondamentale natura ecologica, lo stretto legame con tutte le creature viventi della Terra. La partecipazione diretta, agli inizi, è limitata a qualche manifestazione: ma

L’OPINIONE PUBBLICA PUÒ FARE LA DIFFERENZA, E SE NON TUTTI POSSONO ENTRARE IN AZIONE CON GREENPEACE CHIUNQUE PUÒ SOSTENERE LE SUE CAMPAGNE.

La comunicazione di Greenpeace ha continuato a muoversi sul solco dell’innovazione, e in rapporto al mutare delle tecnologie dell’informazione: per collegare gli uffici e le navi in tutto il mondo senza essere intercettati, per esempio, ci si affida a Internet e alle email anni prima dell’ascesa del web. **Nel 2006 è proprio il web a essere protagonista di una nuova campagna: “Green My Apple”.** L’obiettivo è convincere Steve Jobs a eliminare le sostanze nocive dai Mac e da altri prodotti dell’azienda di Cupertino. La piattaforma della campagna viene disegnata per assomigliare quanto più possibile al sito della Apple e contenere tutti gli strumenti per diventare attivisti: si possono mandare messaggi a “Steve”, creare pubblicità alternative, invitare gli amici a partecipare tramite email (siamo ancora agli albori dei social media...) e ovviamente donare online. Non si tratta più semplicemente di sostenere le campagne, economicamente o meno, perché le persone ora possono partecipare direttamente.

Una vera e propria rivoluzione creativa, e nel modo di fare campagne, che nel 2007 è stata premiata con il Webby Award per l’attivismo, e che anticipa la famosa campagna di Barack Obama (“Yes We Can”) del 2008. “Green My Apple” ha grande successo: sono sufficienti pochi mesi di attività virale, e solo tre azioni “fisiche” (New York, Londra e Roma), affinché Steve Jobs annunci la graduale eliminazione delle sostanze chimiche più nocive dai prodotti Apple. Sono solo i primi passi nel mondo dell’attivismo digitale. **Oggi, non c’è campagna che non si ponga fin dall’inizio la questione di cosa e**

come comunicare e che non consideri il web e i media (vecchi, nuovi, social etc.) come terreno privilegiato. E che non punti a coinvolgere le differenti audience che hanno sostituito la tradizionale “opinione pubblica”.

L’integrazione delle funzioni

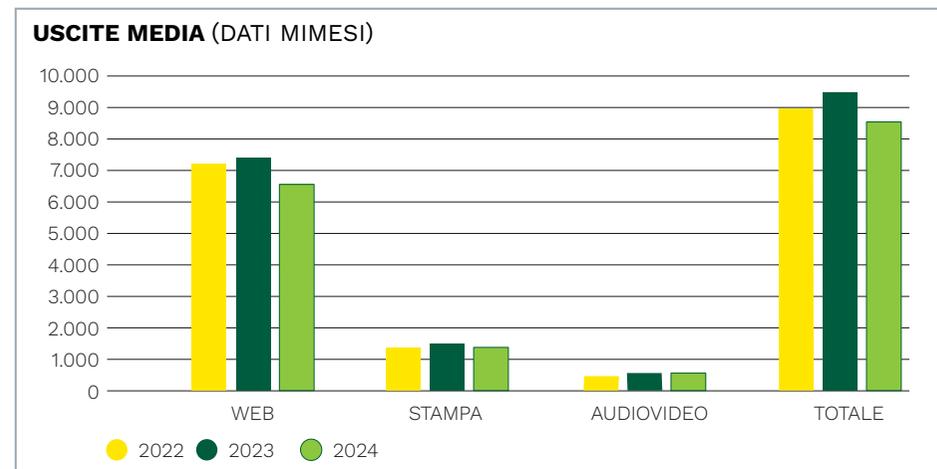
L’evoluzione sopra descritta ha avuto molte conseguenze operative, a iniziare dalla progressiva integrazione tra le funzioni di Campagna e quelle di Comunicazione/Engagement, per continuare con il precoce superamento della distinzione tra declinazione digitale e non digitale dei contenuti. Secondo un approccio che è deliberatamente di co-creazione, lo sviluppo del Programma di Greenpeace e ogni singolo progetto prevedono il coinvolgimento preliminare delle persone di comunicazione, così come di quelle di engagement, per assicurare il loro contributo in termini di narrativa, analisi delle audience e dei media. Alcuni specifici progetti, come per esempio “Stranger Green” o “La Giusta Causa”, vedono persone di comunicazione con responsabilità di leadership congiunta. **Un assetto destinato a essere ulteriormente sviluppato sulla base della decisione - presa a metà 2024 - di far convergere la direzione Campagne e quella Comunicazione & Engagement verso responsabilità di co-direzione del Programma.**

A sovrintendere all’allineamento dei progetti e delle attività è il cosiddetto “Team di Programma”, che si riunisce setti-

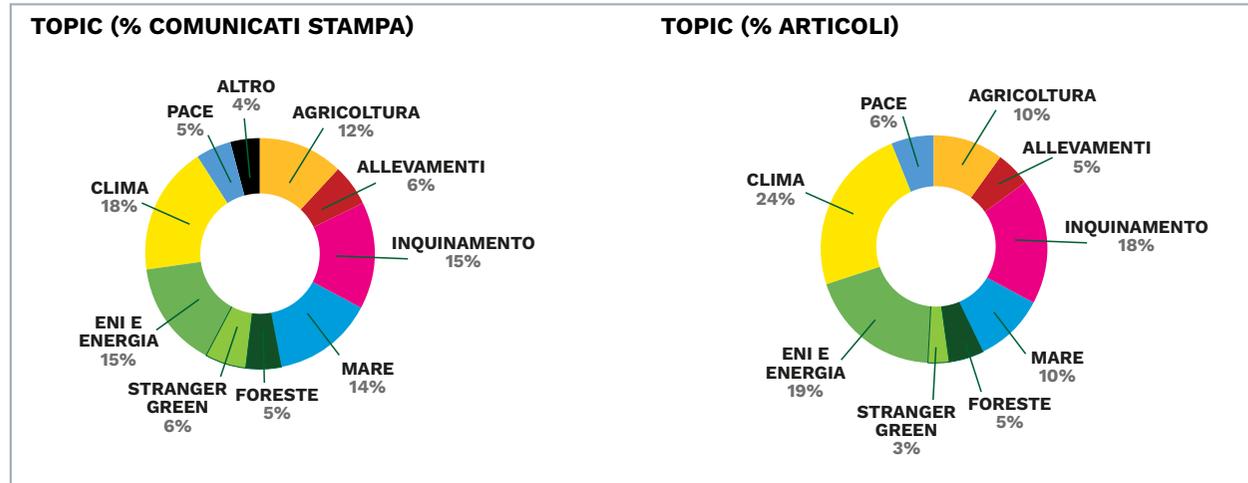
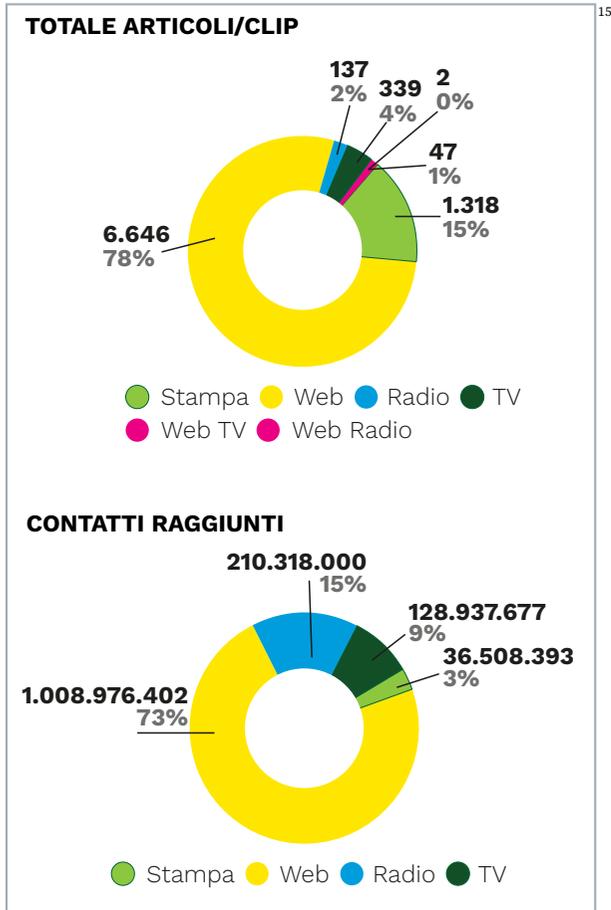
manalmente e al quale partecipano prevalentemente risorse dei dipartimenti Comunicazione & Engagement e Campagne, ma anche Raccolta Fondi. In quest’ambito viene definito e aggiornato un **calendario** che raccoglie le attività previste, le fasi preliminari, gli appuntamenti “imposti” dallo scenario esterno a Greenpeace. All’interno del Dipartimento Comunicazione & Engagement agisce invece il **“Team Editoriale”** che si occupa quotidianamente di definire il palinsesto, monitorare i risultati sui diversi canali media e identificare le opportunità di intervento prendendo spunto dalle notizie di attualità. Se il Team di Programma ha come ambito la pianificazione, quello dell’Editoriale è uno sguardo verso la quotidianità, con un orizzonte di pochi giorni al massimo.

A inizio 2024 è entrato in funzione a pieno regime il nuovo “Team Social”, che assorbe i compiti tradizionalmente di responsabilità del social media manager. Si tratta di una delle novità ispirate alla strategia di trasformazione digitale introdotta dalla Technology Vision [della quale si parla nel prossimo paragrafo, ndr.], e in linea con questa lavora in modalità cross-dipartimentale integrando obiettivi di coinvolgimento (engagement), comunicazione (brand awareness) e fundraising (raccolta di donazioni). Funzione principale del team, infatti, è quella di sviluppare una strategia onnicomprensiva dei contenuti, in grado di garantire la crescita, lo sviluppo e il mantenimento dei canali digitali e rafforzare così la capacità di Greenpeace di coinvolgere i propri stakeholder a diversi livelli.

LE USCITE SUI MEDIA E IMPATTO



Nel 2024 il numero complessivo delle uscite media (8.489) è in calo rispetto ai due anni precedenti (8.948 nel 2022 e 9.318 nel 2023). A fare la differenza è soprattutto il dato delle uscite web (da 7.365 a 6.646), mentre la stampa è inferiore al 2022, e TV/ radio confermano i buoni risultati del 2023.



La suddivisione delle uscite media per canali indica come nel 2024 ben il 78% delle stesse si sia registrato in ambito digitale, il 15% sulla stampa, il 4% in televisione e intorno al 3% su radio e web TV: sono percentuali in continuità assoluta con quelle degli anni precedenti. Il discorso cambia quando si fa un'analisi in termini di "reach" (i contatti potenziali di ogni singola uscita), a conferma del primato dell'audiovideo quanto a capacità di raggiungere il numero più alto di persone: se il web rimane al primo posto con il 73%, infatti, tele-



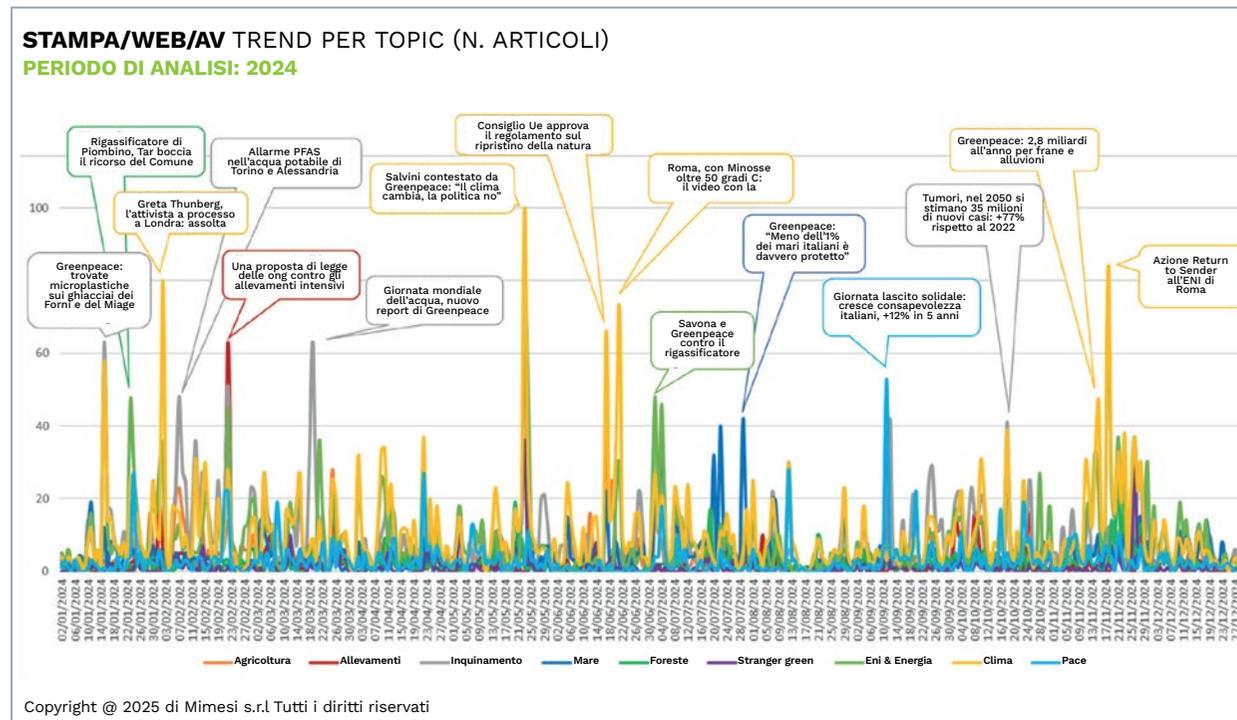
¹⁵ Si segnala che nello stesso grafico presente nel documento del Bilancio Sociale 2023 i colori relativi a web e stampa nel grafico sono stati invertiti.

visione e radio insieme determinano ben il 24% dei contatti raggiunti, mentre il dato della stampa crolla dal 15 al 3%. L'impatto complessivo delle uscite media che parlano di Greenpeace viene calcolato da Mimesi in quasi 1,4 miliardi di contatti potenziali. Un dato in calo rispetto agli 1,7 miliardi di contatti potenziali del 2023, ma superiore rispetto al 2022 (870 milioni), anche se quest'ultimo risultato è penalizzato da parametri che sottostimavano il traffico effettivo, poi rivisti - proprio a partire dal 2023 - dal fornitore della rassegna stampa, Mimesi.

Interessante è il confronto tra impegno in termini di "spinta" (i comunicati stampa) e risultato finale (le uscite). Nel 2024, il numero di comunicati realizzati (110) è quasi identico a quello del 2023 (108). La maggior parte di questi (20) è stata prodotta per la campagna Clima, dato sempre in linea con l'anno precedente. Se a questi si aggiungono i comunicati a tema "ENI ed energia" (16) e quelli per il progetto "Stranger Green" (7) si arriva a quasi il 40% del totale. I contenuti prodotti nell'ambito delle campagne Inquinamento (17) e Mare

(15), che nel 2023 erano conteggiate come categoria unica, hanno registrato nel complesso un aumento significativo (da 21 a 32, grazie soprattutto al progetto PFAS). Rimane, infine, stabile il numero di comunicati prodotti per le campagne Agricoltura e Allevamenti, Pace e Foreste.

In termini generali, tra comunicati e uscite media c'è una sostanziale coincidenza nella divisione per argomenti, a conferma del fatto che la maggior parte delle uscite sono conseguenza delle attività di ufficio stampa. Alcune differenze, tuttavia, sono indicative, anche perché in controtendenza con i risultati delle attività di Engagement (come vedremo nei prossimi paragrafi). I comunicati stampa su clima, energia ed ENI, infatti, rappresentano il 33% del totale ma determinano il 43% delle uscite, mentre quando si parla di agricoltura, allevamenti e biodiversità, la percentuale delle uscite è inferiore a quella delle note stampa inviate. Da segnalare il caso limite del progetto Stranger Green, che tra comunicati e uscite crolla dal 6% al 3%, a riprova di quanto il mondo del giornalismo sia restio a occuparsi dei problemi



della categoria, tra cui spicca - nel caso specifico - il potere di influenza, e ricatto, degli investimenti pubblicitari da parte delle aziende fossili.

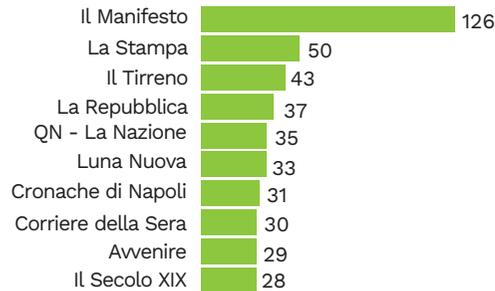
Anche nel 2024 il numero delle uscite media registra un andamento mensile discontinuo. Si registrano due picchi nei mesi di febbraio (dovuto alla diffusione dei risultati dell'indagine sui PFAS in Piemonte e alla presentazione alla Camera della proposta di legge "Oltre gli allevamenti intensivi") e novembre (legato alle attività della campagna Clima durante il periodo della COP). Livelli minori di uscite nei mesi di gennaio, agosto e dicembre, risultati in linea con la ridotta operatività delle campagne in quei periodi dell'anno. **Nello specifico, la maggior parte dei momenti di picco relativi a contenuti prodotti da Greenpeace Italia hanno riguardato la campagna Clima** (per esempio: la contestazione del ministro Matteo Salvini a Trento, le ondate di calore a Roma con l'uso della termocamera, i costi della crisi climatica). Buona copertura media hanno riscontrato anche le uscite sul rigassificatore di Piombino, sulle microplastiche rinvenute sui ghiacciai, la Giornata mondiale contro la desertificazione e il report sull'1% dei nostri mari protetti. Tra i picchi relativi a uscite di Greenpeace a livello internazionale, si segnala quella sull'approvazione del regolamento dell'Unione Europea per il ripristino della natura.

STAMPA

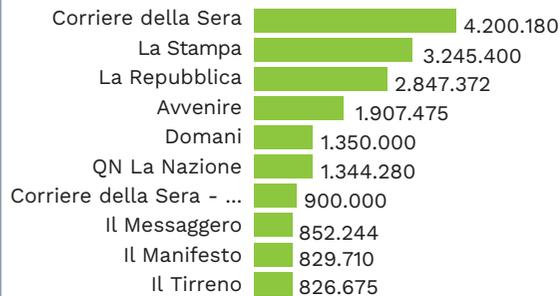
TOP 10 TESTATE PER N. ARTICOLI E CONTATTI

PERIODO DI ANALISI: 2024

STAMPA Top testate (n. articoli)



STAMPA Top testate (per contatti)



Nota: i contatti stampa fanno riferimento al dato di diffusione fornito da "Dati e Tariffe", per il web i contatti fanno riferimento ai visitatori giornalieri medi forniti da ComScore.

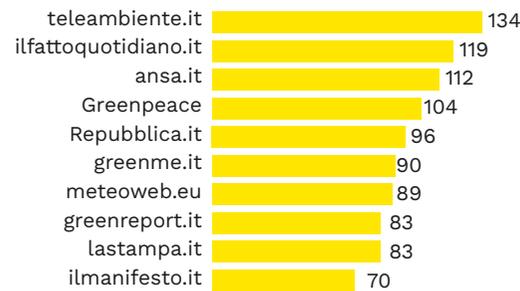
Copyright @ 2025 di Mimesi s.r.l Tutti i diritti riservati

WEB

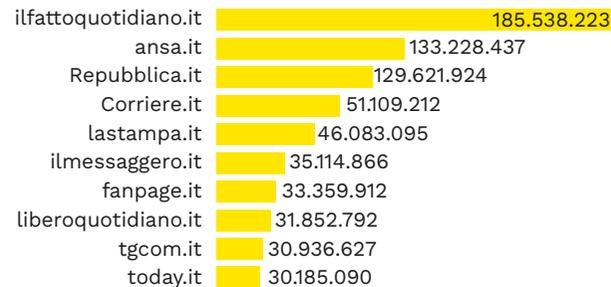
TOP 10 TESTATE PER N. ARTICOLI E CONTATTI

PERIODO DI ANALISI: 2024

WEB Top testate (n. articoli)



WEB Top testate (per contatti)



Nota: i contatti stampa fanno riferimento al dato di diffusione fornito da "Dati e Tariffe", per il web i contatti fanno riferimento ai visitatori giornalieri medi forniti da ComScore.

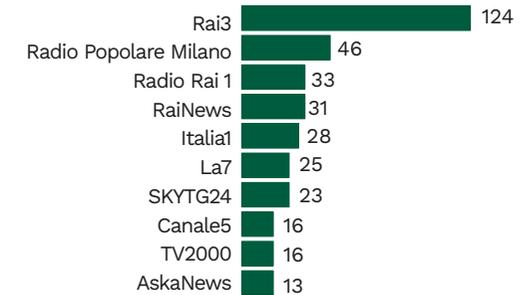
Copyright @ 2025 di Mimesi s.r.l Tutti i diritti riservati

AUDIO/VIDEO

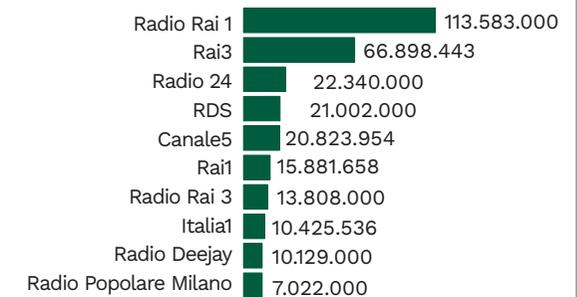
TOP 10 EMITTENTI PER N. CLIP E CONTATTI

PERIODO DI ANALISI: 2024

AUDIO VIDEO - Tutte le emittenti per n clip



AUDIO VIDEO - Tutte le emittenti (per contatti)



Copyright @ 2025 di Mimesi s.r.l Tutti i diritti riservati

LE MIGLIORI USCITE MEDIA DEL 2024

TELEVISIONE



servizio
Valeria Cucchiaroni

tg1

RAI1 - 13.01.24 - EDIZIONE ORE 20:00

TG1 - MICROPLASTICHE TRA I NOSTRI GHIACCIAI

UN'INDAGINE DI GREENPEACE RIVELA LA PRESENZA DI MICROPLASTICHE NEI GHIACCIAI ITALIANI, CONTAMINATO L'80% DEI CAMPIONI RILEVATI.



tg3

Giuseppe Ungherese
Greenpeace

RAI3 - 03.02.24 - EDIZIONE ORE 19:00

TG3 - GREENPEACE TORNA A LANCIARE L'ALLARME SUL SURRISCALDAMENTO DEI NOSTRI MARI

IL PROGETTO MARE CALDO DI GREENPEACE DIMOSTRA COME L'INQUINAMENTO E L'AUMENTO DELLE TEMPERATURE DEI NOSTRI MARI STIA FAVORENDO SPECIE CHE NON DOVREBBERO ESSERCI. INTERVISTA A GIUSEPPE UNGHERESE, GREENPEACE.



MARIO CATALANO
GREENPEACE ITALIA

ANTERENNA
REPORT

RAI3 - PUNTATA DEL 17.02.24

REPORT - NEL SISTEMA DEL FAST FASHION LA SPEDIZIONE E IL RESO DI DUEMILA CAPI EQUIVALE ALLE EMISSIONI DI CO₂ ASSORBITE DA UN BOSCO

INSIEME A GREENPEACE ITALIA REPORT HA SEGUITO PER DUE MESI 24 PACCHI CONTENENTI INDUMENTI DELL'INDUSTRIA DEL FAST FASHION PER CAPIRE L'IMPATTO AMBIENTALE DEI TRASPORTI E DELLA POLITICA DEI RESI. ALCUNI MARCHI, COME AMAZON E ZALANDO, HANNO ATTIVATO PERSINO L'OPZIONE PROVA PRIMA E PAGA POI. MA CHE FINE FANNO QUANDO LI RISPEDIAMO AL MITTENTE? L'IMPATTO DI UNO DI QUESTI PRODOTTI, CHE PERCORRE MEDIAMENTE 4500 CHILOMETRI, È DI 2,8 CHIOLOGRAMMI DI CO₂ EQUIVALENTE, E QUESTA EMISSIONE INCLUDE UNA PARTE DEL PACKAGING CHE HA UN IMPATTO DI CIRCA IL 16%. INTERVISTA A GIUSEPPE UNGHERESE, GREENPEACE ITALIA.

RADIO

RADIO RAI 2 - 06.03.24 - 13:53

DECANTER - PROPOSTA DI LEGGE SUGLI ALLEVAMENTI INTENSIVI

ALLEVAMENTI INTENSIVI: PROPOSTA DI LEGGE CHE MIRA A BLOCCARE L'ESPANSIONE E AD AVVIARE UN PIANO DI RICONVERSIONE DEGLI ALLEVAMENTI INTENSIVI. È STATA PRESENTATA ALLA CAMERA DEI DEPUTATI DA GREENPEACE ITALIA.

RADIO 24 - 02.10.24 13:30

EFFETTO GIORNO - CARENZA D'ACQUA

RAPPORTO DI GREENPEACE SULLA CARENZA D'ACQUA. INTERVISTA A RAMONA MAGLIO (CNR).

STAMPA

POLITICA IL CLIMA

La febbre cresce e cambia il mare

SILVIA PERDICHIZZI

C'è un posto poco visibile agli occhi che ci dice molto più di quanto immaginiamo sugli effetti dei cambiamenti climatici. È il mare. O meglio, sono i fondali del mare e le sue specie che, reagendo all'innalzamento delle temperature, rimandano una fotografia dello stato di salute dell'ecosistema marino e di quello terrestre nel suo insieme. A darne contezza è Greenpeace che, con il Dipartimento di Scienze della terra, dell'ambiente e della vita (Distav) dell'Università di Genova, ha monitorato i fondali di 13 aree marine protette. Ne è uscito il progetto "Mare caldo" che lancia l'allarme sull'invasione di specie aliene, spesso predatrici aggressive, a discapito di quelle più vulnerabili e sensibili al caldo, tipiche dei nostri mari. Un dato che non va sottovalutato: il mare, al pari delle foreste, infatti è il nostro polmone. Produce ossigeno. E accumula calore che poi sfoga sotto forma di uragani e tempeste che si vanno a sommare ai fenomeni estremi che caratterizzano quella che il segretario delle Nazioni unite, Antonio Guterres, ha definito «l'era dell'ebolizione globale». Ma se da un lato "Mare caldo" ha restituito il volto di un mare ferente, dall'altro ha dimostrato con conseguenze del riscaldamento gli sott'acqua siano attenuate – e questo merito è davvero importante – nelle marine protette, dove le attività dell'uomo notevolmente ridotte o azzerate. Si tratta di quelle zone di mare oggetto del Trattato Onu per la protezione gli oceani (detto "30x30") che punta a sfiorare il 30% dei mari in aree protette entro il 2030. Un accordo, la cui firma poco apposta da più di 80 Paesi, è definita storica e può rappresentare l'

In superficie temperature record. Alcune specie non si adattano, altre soccombono a quelle aliene. Solo nelle aree protette i fondali si conservano. Per questo bisogna istituirne di nuove

co vero scudo – a breve termine – per la protezione del delicato ecosistema marino. E proprio per questo gli ecologisti chiedono ai governi impegni più concreti e rapidi.

Il primo novembre scorso la temperatura media della superficie degli oceani è stata di 20,79 gradi, la più alta finora registrata da quando esistono strumentazioni moderne. Ben 0,4 gradi sopra la media del periodo (dati Nasa). A luglio, il Mediterraneo si è riscaldato nell'arco di due settimane molto più che in quasi due mesi dello scorso anno. Uno sbalzo repentino rispetto al passato, quando si è a lungo osservato un andamento che **Monica Montefalcone**, docente di Ecologia presso il Distav di Genova, definisce «len-



Una foto che spiega come questo processo si svolge. In un mondo diretto e indotto. Ci sono cioè specie che stanno scomparendo perché non possono adattarsi al caldo, non è nella loro natura. Il ricorso per esempio delle naufraga di mare e delle lincee giganti come quelle che generano i nostri gamberi, insomma. E poi ci sono specie che potrebbero anche sopravvivere, ma non fanno bene, magari mangiate da quelle aliene che sono resistenti al caldo. Come predatrici aggressive che arrivano dai mari tropicali, come il pesce scorpione, ma anche specie come il porcellino marino, una volta limitato al Mediterraneo orientale e che oggi vive anche nell'Adriatico ioniano. E i tonni. La loro popolazione che sta facendo saltare il lago di un delicato equilibrio ambientale e che assume un significato più disprezzato e considerato è quello nei loro ricami. Gli ricami marini infatti perdono la metà dell'habitat che registrano e rappresentano il 90% della biodiversità del Pianeta. Oltre all'essere il più grande serbatoio di carbonio al mondo, il mare è come un termometro: riscalda, si scioglie e per clima, abbandonando ogni rito.

GREENPEACE Il monitoraggio dei ricami marini da Greenpeace. Qui a sinistra: la naufraga di mare e delle lincee giganti come quelle che generano i nostri gamberi, insomma. E poi ci sono specie che potrebbero anche sopravvivere, ma non fanno bene, magari mangiate da quelle aliene che sono resistenti al caldo. Come predatrici aggressive che arrivano dai mari tropicali, come il pesce scorpione, ma anche specie come il porcellino marino, una volta limitato al Mediterraneo orientale e che oggi vive anche nell'Adriatico ioniano. E i tonni. La loro popolazione che sta facendo saltare il lago di un delicato equilibrio ambientale e che assume un significato più disprezzato e considerato è quello nei loro ricami. Gli ricami marini infatti perdono la metà dell'habitat che registrano e rappresentano il 90% della biodiversità del Pianeta. Oltre all'essere il più grande serbatoio di carbonio al mondo, il mare è come un termometro: riscalda, si scioglie e per clima, abbandonando ogni rito.

42 | **L'Espresso** | 5 gennaio 2024

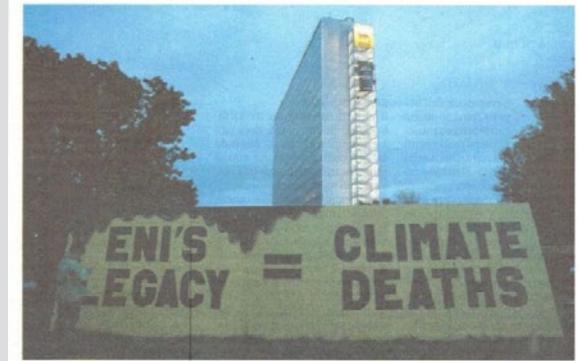
L'ESPRESSO - 05.01.24

LA FEBBRE CRESCE E CAMBIA IL MARE DI SILVIA PERDICHIZZI

LE FONTI FOSSILI ALLA SBARRA

Economia contro scienza. Al via il processo climatico contro Eni

FERDINANDO COTUGNO MILANO



Prima udienza della causa di Greenpeace e ReCommon contro l'azienda. Che ha scelto come consulenti un docente di sistemi energetici e un economista liberista.

re di energia, clima e impatti umani. Sarà il giudice a dover decidere se accettare le richieste delle due ong, cioè il riconoscimento della responsabilità storica dell'azienda e la modifica del suo piano industriale per essere coerente con l'accordo di Parigi.

Una protesta di Greenpeace contro Eni davanti alla sede della società a Roma. FOTO ANSA

IL DOMANI - 15.02.24

ECONOMIA CONTRO SCIENZA. AL VIA IL PROCESSO CLIMATICO CON ENI. DI FERDINANDO COTUGNO

STAMPA

24/05/2024
Pag. 13

LA STAMPA

LA POLITICA

Se Salvini fa il guru "Non capite la vita"

FLAVIA PERINA

«Non avete capito niente della vita» dice Matteo Salvini agli (educatissimi) contestatori di Greenpeace che al Festival dell'Economia lo incalzano sull'emergenza clima. **PIRELLA GÖTTSCHE LOWE**

L'ANALISI

Flavia Perina

Educazione salviniana

Greenpeace contesta Salvini
"Parole, parole, parole"
Lui dal palco di Trento ribatte
"Non capite niente della vita"
L'ultimo step della metamorfosi
atteggiarsi a guru
che educa le giovani masse

LA STAMPA - 24.05.24

**EDUCAZIONE SALVINIANA
DI FLAVIA PERINA**

VENERDI
Pag. 62 N.1911 - 1 novembre 2024

ilvenerdì la Repubblica

URUSKAR: 102442
Statura: 268775



SCIENZE
OVERFISHING
È UNA PESCA SFRENATA, SENZA REGOLE, QUELLA CHE VIENE PRATICATA A 200 MIGLIA DALLA COSTA, IN ACQUE INTERNAZIONALI: QUI SI CONSUMANO STRAGI DI SPECIE OVUNQUE PROTETTE. COME DOCUMENTA GREENPEACE

di Silvia Perdicchizzi

LA DIFESA DEGLI SQUALI È ANCORA IN ALTO MARE

UN RITMO di circa tre squali all'ora, catturati senza valutarne l'età o il livello di protezione. È una vera strage quella registrata la scorsa estate nell'area della catena sottomarina Hawaii. **Emmerich Lichtner/Anadolu Agency**

IL VENERDÌ DI REPUBBLICA - 01.11.24

**LA DIFESA DEGLI SQUALI È ANCORA IN ALTO MARE
DI SILVIA PERDICCHIZZI**

ONLINE

REPUBBLICA.IT - 12.02.24

GREENPEACE TRACCIA I RESI ONLINE: GLI ABITI PERCORRONO FINO A 10MILA CHILOMETRI

MENU | CERCA | NOTIFICHE | **la Repubblica** | ABBONATI | GEDI SMILE | 1530564AL

Mondo



IL RETROSCENA

Libia, il principe in esilio vuole un ruolo de mediatore per il Paese. E l'ipotesi tenta Dbeibah

di Leonardo Martinelli



AMBIENTE

Greenpeace traccia i resi online: gli abiti percorrono fino a 10mila chilometri

di Giacomo Taligiani



TEXAS

Donna con bambino entra nella megachiesa del telepredicatore e spara: uccisa da due agenti fuori servizio, grave il piccolo, ferito un 57enne

LA TRAGEDIA
Atene, ex dipendente spara negli uffici di una compagnia marittima: quattro vittime. Poi si suicida

IL RETROSCENA
Come andò l'incontro fra Biden e il procuratore Hur che portò alle dure conclusioni sui "vuoti di memoria" di Massimo Rastrelli

IL FATTOQUOTIDIANO.IT (APERTURA HOMEPAGE) - 14.05.24

POLITICHE AMBIENTALI ANNUNCIATE E POI TRADITE, LA LETTERA-APPELLO DI 145 ASSOCIAZIONI AI VERTICI UE: "FERMATEVI, PRIMA CHE SIA TROPPO TARDI"

"Fermatevi o sarò tardi": l'appello di 145 associazioni ai leader europei che hanno affossato il Green Deal. Dai pesticidi alle auto: tutte le tappe del tradimento



BRUTTO CLIMA - Ambientalisti, società civile, attivisti: sono quasi 150 i firmatari del testo che chiede ai decisori politici di non distruggere il percorso nato all'inizio della legislatura (leggi) e che negli ultimi mesi è stato affossato per interessi elettorali

Di Lulliana Garza

INVERSIONE DI MARCIA - Il Ppe dal Green deal alle misure che accontentano le lobby

TRATTORI - Ignorati, blanditi o usati per interesse politico: dove nasce la protesta

PAC - Approvata la conferma dello status quo

ONLINE

SOSTIENICI

il Fatto Quotidiano

AMBIENTE & VELENI

Plastica, con le nuove regole Ue l'Italia che si racconta "campione del riciclo" non raggiunge neanche gli obiettivi minimi | l'indagine



di Luisiana Gaita | 11 NOVEMBRE 2024

🔖 📄 💬

ILFATTOQUOTIDIANO.IT - 11.11.24

PLASTICA, CON LE NUOVE REGOLE UE L'ITALIA CHE SI RACCONTA "CAMPIONE DEL RICICLO" NON RAGGIUNGE NEANCHE GLI OBIETTIVI MINIMI | L'INDAGINE

Sezioni Edizioni Locali Servizi

CORRIERE DELLA SERA

ABBONATI Accedi

La denuncia di Greenpeace: «Fondi Ue in pasto ai maiali, così si perpetua un sistema che inquina l'ambiente»

di Alessandro Sala

Il nuovo report del gruppo ambientalista: «Il 40% dei contributi arrivati in Lombardia finanzia aziende di Comuni già oltre i limiti di legge per l'azoto nei terreni e nelle acque. Vanno spostati dagli allevamenti intensivi alle piccole aziende». La proposta di legge trasversale alla Camera




CORRIERE TV



«Emozionante»: lo spettacolo di migliaia di delfini che saltano fuori dall'acqua in California



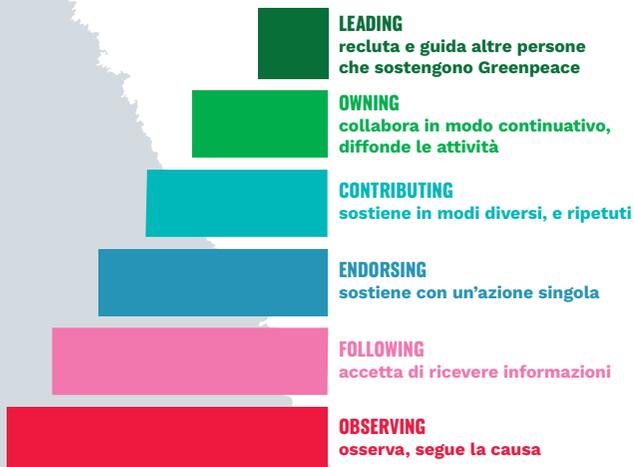

CORRIERE.IT - 27.11.24

LA DENUNCIA DI GREENPEACE: «FONDI UE IN PASTO AI MAIALI, COSÌ SI PERPETUA UN SISTEMA CHE INQUINA L'AMBIENTE»

ENGAGEMENT & INNOVAZIONE

A completare l'approccio integrato al Programma di Greenpeace, e ai suoi progetti, dopo le funzioni di Campagna e Comunicazione ci sono quelle di Engagement; l'Unità di Engagement & Innovazione ha l'obiettivo di raggiungere un alto numero di persone, motivate a fare azioni varie e per un lungo periodo di tempo, e lo persegue creando occasioni multiple di contatto e coinvolgimento di volontari, attivisti, donatori, sostenitori, alleati e simpatizzanti. Web, nuovi media, social network hanno un ruolo centrale in questa sfida: **Greenpeace crede nel "potere di agire insieme"**, perché il futuro dell'ambiente è nelle mani di milioni di persone nel mondo che condividono le aspirazioni ambientali e pacifiste dell'organizzazione. È il "People Power", che Greenpeace promuove attraverso diversi strumenti e canali di comunicazione, mobilitazione e raccolta fondi integrati in un percorso di crescente impegno, rappresentato dalla cosiddetta a **piramide dell'engagement**.

A partire dal 2020, Greenpeace ha scelto a livello globale di articolare ulteriormente questa strategia, accentuando le componenti innovative e tecnologiche, così come espresso dal documento "The Next Horizon: Our Technology Vision". In un mondo che è digitale, la direzione presa da Greenpeace è quella di digitalizzare non solo i processi ma anche il Programma. L'obiettivo fondamentale della TechVision non è una semplice trasformazione tecnologica (competenza dell'area IT), ma l'uso di tecnologie e piattaforme digitali, analisi dei dati, metodologie associate, ai fini della promozione e realizzazione delle campagne:



"L'URGENZA DELLA CRISI CLIMATICA RICHIEDE DI AVERE IL MAGGIORE IMPATTO POSSIBILE, RAFFORZANDO ANCHE LA NOSTRA CAPACITÀ DI ESSERE REATTIVI E AGIRE CON EQUITÀ. LA TECNOLOGIA È UN PERCORSO PER LA RETE DI GREENPEACE PER FAR PROGREDIRE TUTTI QUESTI OBIETTIVI".

La trasformazione digitale ha quindi lo scopo di amplificare, grazie a un uso sempre più sapiente della tecnologia, il potere degli agenti di cambiamento (il "People Power" sopra descritto): in questo modo, **la TechVision risponde anche alla necessaria evoluzione dell'esperienza di integrazione dell'area del Programma**, terreno di incontro e sperimentazione tra Campagne, Comunicazione ed Engagement. All'interno di Greenpeace Italia, la conseguenza principale di tale approccio è stata una riorganizzazione strutturale dell'area digitale, a partire dalla trasformazione dell'Unità Digitale in Unità di Engagement & Innovazione: da una funzione centralizzata si è passati al processo di progressiva digitalizzazione delle attività di tutto l'ufficio. **Un processo di Digital Transformation (DX) all'interno del quale la nuova unità ha assunto un ruolo di contatto a livello globale e di leadership per l'ufficio italiano.**

La digital transformation a Greenpeace Italia

Il primo passo del processo di digitalizzazione è stato fatto nel 2022, con il Digital Maturity Assessment (DMA, che ha coinvolto tutto lo staff), promosso da Greenpeace International e al quale ha partecipato la maggior parte degli uffici; alla valutazione è quindi seguita la preparazione di una **Strategia di trasformazione digitale** di breve periodo, che ha catalizzato alcuni processi di innovazione già in corso, e che è stata presentata a fine anno al Digital Transformation Support Center (DXSC) di Greenpeace. **Ma è nel 2023 che la Digital Transformation di Greenpeace Italia ha preso corpo**, con l'avvio dell'Unità Engagement & Innovazione e la creazione di un team digitale "allargato" a risorse provenienti da tutti i dipartimenti dell'ufficio. Contemporaneamente, la nuova "Unità Agile Clima" ha iniziato a funzionare da spazio di co-creazione e da pilota sperimentale per una cultura del lavoro agile, contribuendo alla trasformazione in corso.

In questa fase iniziale, la strategia DX si è concentrata soprattutto sul cambiamento culturale, usando il team digitale allargato come volano del processo e investendo nella formazione dello staff, a superare quelle lacune che erano emerse dal DMA. Molte energie, inoltre, sono state dedicate a implementazioni di carattere tecnico per la gestione dei dati digitali. **Seguendo questo percorso, l'ufficio italiano ha raggiunto quasi tutti gli**

obiettivi della strategia di breve periodo, come testimoniato dai risultati del secondo *Digital Maturity Assessment*, effettuato a un anno di distanza dal primo: tutti i punteggi, infatti, hanno registrato una crescita significativa, con una media superiore a quella globale di Greenpeace (nel primo DMA tale media era risultata inferiore).

Nel 2024 è iniziata la realizzazione della strategia DX di medio-lungo termine i cui obiettivi, da una parte, sono il consolidamento dei risultati raggiunti e dall'altra la digitalizzazione del Programma e l'innovazione sistemica. Per garantire il consolidamento, l'ufficio ha continuato a investire sulle tre "T": *team, training e tracking* (ovvero, gruppi, formazione e monitoraggio). Il progetto di rinnovamento di Planet 4, il layout del sito di Greenpeace, ha segnato i primi mesi dell'anno. Nello stesso periodo, è stato realizzato un progetto pilota di coinvolgimento in attività di volontariato offline di contatti provenienti dal database digitale. In tema di innovazione, è stato effettuato un test sperimentale sull'uso di WhatsApp come canale di *engagement* per i sostenitori di Greenpeace. **Significativi progressi sono stati fatti nell'ambito della governance dei dati**, con la creazione di un team interdipartimentale e l'identificazione della migliore soluzione per la Business Intelligence.

Sempre nel corso dell'anno sono stati avviati, con la citata definizione della co-direzione, **il rinnovamento dell'area di Programma e la promozione di una cultura dell'impatto** che rappresentano di fatto gli obiettivi ultimi della *Digital Transformation*. A fine 2024, nel mese di novembre, è stato effettuato il **terzo Digital Maturity Assessment**. Il sondaggio è stato compilato da 40 persone (73% del totale del personale), un numero in linea con la partecipazione dell'anno precedente. I risultati della valutazione hanno visto un aumento significativo del punteggio per tre delle quattro macroaree: "attitudini", "sistemi" e "risultati". La quarta area ("persone") ha mostrato una crescita del punteggio meno significativa (da 3.1 a 3.2, in una scala da 1 a 5).

I contatti e l'engagement online

Il numero complessivo dei contatti digitali e social nel 2024 si avvicina a 3,4 milioni (erano 3,1 milioni nel 2023 e 2,8 milioni nel 2022). A crescere, in particolare, sono gli indirizzi e-mail, ovvero quei contatti online (i cosiddetti "cyberattivisti") importanti per il successo delle attività di *engagement* digitale. I follower delle pagine Facebook, Instagram e YouTube continuano lentamente a crescere, mentre quelli su Twitter/X si riducono ulteriormente e in percentuale superiore all'anno precedente, probabilmente per effetto del coinvolgimento in politica del nuovo proprietario Elon Musk. La pratica di ricorrere a piccoli investimenti per spingere

3. COMUNICAZIONE & ENGAGEMENT

CONTATTI ONLINE - STATISTICHE

	EMAIL TOTALI	EMAIL ATTIVE	FACEBOOK	TWITTER/X	INSTAGRAM	YOUTUBE
2022	1.403.561	946.117	726.275	509.903	192.257	22.400
2023	1.640.164	1.082.413	760.614	501.577	201.401	23.800
2024	1.880.156	1.053.086*	765.273	486.901	215.428	24.000

* il dato delle email attualmente attive è solo apparentemente in calo; per un accordo con un fornitore esterno, infatti, circa 300 mila indirizzi sono momentaneamente gestiti dallo stesso per attività concordate di Digital FR.

ENGAGEMENT 2024 - KPI PETIZIONI E GUIDE AL CONSUMO

PETIZIONE	LANCIO	FIRME TOTALI	FIRME 2024	NUOVI CONTATTI	% NUOVI
PLASTICA, CHIEDI UN TRATTATO GLOBALE	2022	354.345	89.633	13.802	15,40%
STOP ALLEVAMENTI INTENSIVI	2021	739.235	313.914	98.085	31,25%
SALVIAMO LE API	2019	727.016	97.879	32.603	33,31%
STOP ARMI E GUERRE	2021	93.703	1.710	320	18,71%
PROTEGGI GLI OCEANI	2019	398.447	41.555	18.400	44,28%
STOP CAMBIAMENTI CLIMATICI	2020	206.007	10.940	686	6,27%
STOP DEFORESTAZIONE	2024	87.654	43.827	4.140	9,45%
STOP DEEP SEA MINING	2024	147.724	73.862	13.848	18,75%
ENI - LA GIUSTA CAUSA	2023	62.435	21.755	2.034	9,35%
ZERO PFAS	2023	125.246	68.571	14.786	21,56%
STOP FAST FASHION	2024	67.213	67.213	13.721	20,41%
IKEA OPEN LETTER	2024	14.014	14.030	1.164	8,30%
GUIDA AI FIORI AMICI DELLE API	2024	18.573	18.573	8.933	48,10%
GUIDA FRUTTA/VERDURA DI STAGIONE	2024	6.027	6.027	3.659	60,71%
TOTALE			869.489	213.589	24,56%

la circolazione di alcuni post si è consolidata, a causa dell'evoluzione degli algoritmi dei principali canali social che favoriscono sempre di più la circolazione dei post a pagamento, a discapito delle interazioni di carattere organico.

Nel 2024, con una strategia integrata tra social media e creazione di contenuti, Greenpeace ha iniziato a collaborare con diversi influencer e content creator, che sono serviti di sostegno per amplificare le campagne. Le persone coinvolte in questa strategia sono state 36, tra le quali l'attore Claudio Santamaria (338 mila follower su Instagram) per la campagna 5x1000 e Lorenzo Biagiarelli (234 mila follower su Instagram) per quella sugli allevamenti intensivi. Altri influencer e content creator sono stati contattati per il lancio della Guida su frutta e verdura di stagione, per il progetto contro il *greenwashing* e per altre attività clima, mare e foreste.

TOTALE FIRME (PETIZIONI + GUIDE)

2022 607.195 | 2023 758.012 | 2024 869.489

Grazie anche a questa strategia combinata il numero delle firme è aumentato notevolmente nel 2024, in un ambito che già era positivo: da 758 mila a 869 mila, per una crescita che rispetto al dato del 2022 è del 43%. Significativo anche il contributo delle guide al consumo, non tanto in termini di volumi complessivi, quanto per la capacità di interessare persone nuove, non ancora contattate dall'organizzazione. Nel 2024, infatti, Greenpeace ha iniziato a promuovere attivamente stili di consumo sostenibili come mezzo per ingaggiare il pubblico. Le prime due guide lanciate sono state quella dedicata ai fiori amici delle api e quella alla frutta e verdura di stagione.

Le firme generate dalle sole petizioni nel 2024 sono state 845 mila. Quattro i nuovi appelli lanciati: "STOP Deforestazione", "STOP Deep Sea Mining", "STOP Fast Fashion" e "IKEA Open Letter". **Ma il maggior numero di firme è arrivato dalla petizione "STOP Allevamenti intensivi", che grazie alla nuova legge proposta da Greenpeace insieme ad altre organizzazioni è stata firmata da quasi 314 mila persone, delle quali 98 mila nuove (il 31% del totale delle firme dell'anno).** In termini di generazione di nuovi contatti, fatte salve le guide al consumo, le petizioni più efficaci sono state "Proteggi gli oceani" (44% di nuovi *lead*) e "Salviamo le api" (33%). Con percentuali basse (sotto al 10%), al contrario, sono le petizioni con tema clima e foreste, a conferma che si tratta di campagne che insistono su persone che si sono già avvicinate nel tempo a Greenpeace e meno su un pubblico nuovo.

POST DI MAGGIORE SUCCESSO SUI SOCIAL NETWORK

INSTAGRAM
(IN TERMINI DI INTERACTION)

**CENSURA ENI PETROLIO
ALLUVIONI IN SPAGNA
DOCUMENTARIO FOOD FOR PROFIT/PROPOSTA DI LEGGE “OLTRE GLI ALLEVAMENTI INTENSIVI”**



LINKEDIN
(IN TERMINI DI ENGAGEMENT)

**CHIARA CAMPIONE NUOVA DIRETTORA
CAROUSEL ALBERI PIÙ VECCHI DEL PIANETA
FORMAZIONE PERSONS OF TRUST**



FACEBOOK
(IN TERMINI DI ENGAGEMENT)

**VITTORIA TRIBUNALE BELGA
CONTRO LE TRIVELLE
STOP SOLVAY IN PIEMONTE
PROPOSTA DI LEGGE “OLTRE
GLI ALLEVAMENTI INTENSIVI”**



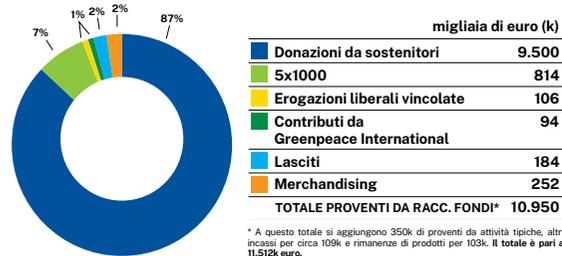
4. LA DIMENSIONE ECONOMICA



4.1 RACCOLTA FONDI

Il principio dell'indipendenza definisce il modo di raccogliere finanziamenti per portare avanti la propria missione: l'associazione, infatti, non accetta fondi da aziende, governi, partiti politici o istituzioni, si rivolge alle singole persone che credono e quindi decidono di sostenere la sua capacità di difesa del pianeta.

COME RACCOGLIAMO I FONDI



Nel 2024 il 93% dei fondi raccolti proviene da persone che hanno scelto di sostenerci attraverso una donazione regolare, una donazione singola, un lascito, l'acquisto sul nostro sito di prodotti solidali, oppure di destinare a Greenpeace il loro 5x1000. I restanti fondi, come indicato in tabella, provengono da Fondazioni, da contributi della nostra casa madre per attività vincolate.

A tutte le donatrici e ai donatori finanziari va il nostro ringraziamento sincero, perché l'associazione esiste e può programmare le sue attività e le sue campagne grazie al loro sostegno economico, che rappresenta sempre la percentuale più rilevante di fondi che l'organizzazione raccoglie e su cui può contare.

Per questo motivo:

- al centro della raccolta fondi di Greenpeace c'è la persona;
- essere indipendenti aumenta inevitabilmente le dimensioni dei costi sostenuti nella raccolta fondi;
- in Greenpeace è alta l'attenzione verso le tecniche di fundraising e la continua innovazione nel settore, per migliorare l'efficienza e la qualità dei programmi.

Il programma Fondazioni

Il Programma Fondazione nel 2024, a partire da quest'anno, ha usufruito di una risorsa dedicata al 20% che, in collaborazione con la Direttrice Organizzazione e Sviluppo, si è occupata di ampliare il portfolio delle Fondazioni con cui interagire e di avviare un lavoro di formazione dello staff per rendere più

chiare, da un lato, le potenzialità che le fondazioni possono offrire a Greenpeace e, dall'altro, dotarsi degli strumenti base per poter svolgere il lavoro di disegno e progettazione a esse legato. Nel 2025 è prevista l'assunzione di una nuova risorsa Grant & Projects Assistant Administrator con il compito duplice di supportare l'area Programma nella stesura delle proposte, nella partecipazione a bandi, e l'unità Finance nel lavoro di stipula contratti (verifica e analisi degli stessi), controllo e amministrazione dei progetti e follow up dei budget a essi correlati. Da un punto di vista del peso economico, il Programma Fondazioni ha portato a GP un contributo di complessivi € 130.000, di cui €120.000 da fondazioni già presenti e € 10.000 come contributo da una nuova realtà mai contattata in precedenza. Sono stati inoltre presentati progetti per il futuro triennio per un ammontare complessivo di € 982.013.

La tabella sotto riassume gli sforzi fatti nel 2024 e i risultati raggiunti in termini di fondi confermati o in attesa di approvazione.

Le policy

Le policy globali regolano la raccolta fondi e le relazioni di carattere finanziario "con soggetti terzi", che devono:

- essere compatibili con gli obiettivi ambientali di Greenpeace;

- contribuire al progresso della sua mission;
- proteggere l'indipendenza di Greenpeace;
- essere compatibili con l'immagine pubblica di Greenpeace, organizzazione attiva, indipendente, internazionale e credibile;
- prendere in considerazione i possibili effetti delle attività svolte da un ufficio di Greenpeace verso un altro;
- proteggere l'uso del nome di Greenpeace.

CRITERI DI ACCETTAZIONE DELLE DONAZIONI DI GREENPEACE

	IN DENARO	IN NATURA
SI		
INDIVIDUI	●	●
MAJOR DONOR (GRANDI DONATORI INDIVIDUALI)	●	●
FONDAZIONI (TRUST INDIVIDUALI)	●	●
CON SCREENING		
IMPRESE E AZIENDE PROFIT	●	●
FONDAZIONI DI ORIGINE BANCARIA E DI IMPRESA	●	●
COMUNITÀ EUROPEA	●	●
NAZIONI UNITE	●	●
FONDAZIONI ONU	●	●
GOVERNI, ISTITUZIONI	●	●
PARTITI POLITICI	●	●
NO		

FONDAZIONE	PROGETTO	TOTALE GRANT PREVISIONE	2024 CONSUNTIVO	2025 PREVISIONE	2026 PREVISIONE	2027 PREVISIONE
Blue Marine Foundation (BMF)	Oceans are life 30x30	€235,000.00	€0.00	€71,000.00	€85,000.00	€79,000.00
Energy Transition Fund (ETF)	SDSP - Engagement	€148,439.00	€0.00	€121,939.00	€26,500.00	€0.00
European Climate Foundation (ECF)	Stranger Green Stampa libera per il clima Voci per il clima	€250,000.00	€120,000.00	€130,000.00	€0.00	€0.00
Unione Buddhista Italiana (UBI)	Moratoria Allevamenti Intensivi	€10,000.00	€10,000.00	€0.00	€0.00	€0.00
8x1000 Chiesa Valdese	Foqus - Food Forest	€56,269.00		€56,269.00		
Wellcome Found	Climate and Mental Health	€412,305.00		€199,092.14	€135,738.64	€95,450.00
TOTALE COMPLESSIVO		€1,112,013.00	€130,000.00	€578,300.14	€247,238.64	€174,450.00

Ci sono delle eccezioni a queste regole. Purché condividano finalità e obiettivi dell'organizzazione, alcune aziende – ciò non vale per governi e istituzioni – possono fare doni in natura (*gift in kind*) a Greenpeace, quali servizi, materiale di supporto e spazi pubblicitari gratuiti: qualsiasi dono richiede l'approvazione del Direttore Esecutivo e, se il valore è superiore ai 10 mila euro, deve essere comunicato nella relazione annuale. In occasione di eventi organizzati da terzi, inoltre, Greenpeace può essere destinataria di una raccolta fondi, a condizione che l'evento non abbia come scopo principale fare pubblicità o comunicare le attività di qualche azienda. Nel caso in cui una società si impegni a corrispondere il dono dei dipendenti con una cifra dello stesso importo (*match giving*), Greenpeace può accettare le donazioni dei singoli, ma rifiuta il contributo da parte dell'azienda.

Per casi controversi, la decisione viene demandata al Direttore Esecutivo e, nell'eventualità che questa possa avere un impatto al di là dei confini nazionali, la questione deve essere valutata dal Direttore Esecutivo di Greenpeace International. Inoltre, l'organizzazione effettua uno screening delle donazioni uguali o superiori a 5 mila euro.

Sebbene organizzata per campagne, Greenpeace in generale chiede un sostegno per l'organizzazione nel suo complesso. Solo in alcuni casi specifici accetta donazioni mirate a progetti. Le eccezioni si attuano per esempio in casi particolari, come l'espresso desiderio del sostenitore di donare per una causa o attività specifica.

Le organizzazioni no profit che effettuano attività di raccolta fondi attraverso il Dialogo Diretto si sono dotate di linee guida che stabiliscono delle "Buone Prassi" da applicare a tutela dell'organizzazione, del donatore e del personale coinvolto nell'attività e in conformità alle norme vigenti in materia. Tra i firmatari, oltre a Greenpeace Italia, Amnesty International, ActionAid, Save The Children, Medici senza frontiere, UNHCR, WWF. Il tavolo di contatto tra le diverse organizzazioni è sempre aperto.

4.2 LA RACCOLTA DEI FONDI DA INDIVIDUI

Il 2024 segna un risultato economico pari a 10.950k

Questo risultato è stato possibile grazie al generoso contributo delle donatrici e dei donatori che nel 2024 hanno sostenuto le attività e le campagne dell'associazione e che le hanno garantito di agire, protestare, elaborare report, indagare, fare ricerca; a tutte e tutti loro va il nostro ringraziamento sentito e sincero.

I contributi da privati raccolti da Greenpeace Italia nel 2024

sono stati 10.750k, che equivale al 93% dell'intera Raccolta Fondi.

Sono 84.033 le persone che hanno sostenuto finanziariamente l'associazione di cui l'81% lo ha fatto tramite addebito diretto sul conto corrente bancario o tramite carta di credito, mentre il 15% con una donazione sporadica e il 4% ha effettuato un acquisto dal nostro sito di prodotti sostenibili. Questo risultato in termini di donatori e donatrici è in linea con lo scorso anno, mentre aumenta di 0,23% il totale raccolto.

Infine 21.752 persone hanno destinato il loro 5x1000 a Greenpeace con un importo complessivo pari a 814.021,00 euro. La donazione continuativa rappresenta un pilastro fondamentale per l'Organizzazione al fine di poter programmare gli interventi, effettuare una pianificazione e rimanere indipendente.

DONATORI ATTIVI 2024			
ANNO	ATTIVI 12 MESI		
	REGOLARI	NON REGOLARI	TOTALE
2022	70.759	16.540	87.299
2023	69.282	14.582	83.864
2024	67.913	16.188	84.101
VARIAZIONE 2023/2024	-1369 -1.98%	1606 11.01%	237 0.28%

DONATORI ATTIVI DINAMICA			
	2022	2023	2024
Inizio anno	92.843	86.983	83.809
Nuovi	15.512	12.880	13.680
Recuperati	3.512	3.756	5.360
Persi	24.568	19.755	18.748
Fine anno	87.299	83.864	84.101

Le attività della raccolta fondi da individui

Nel 2024 il Dipartimento di Raccolta Fondi ha organizzato alcuni eventi per dare l'occasione a chi ci sostiene di incontrare e vedere da vicino parte dei progetti e delle attività che l'associazione promuove in Italia e nel mondo. Sabato 18 maggio 2024 abbiamo aperto le porte della nostra *food forest* di Roma

dopo avere (a novembre 2023) inaugurato anche il Bosco delle Api a Cremona. Mentre il 4 e il 5 luglio abbiamo inviato i nostri donatori e le nostre donatrici con le loro famiglie a visitare la nave Arctic Sunrise presso il porto di Genova. Questi momenti sono preziosi e speciali per poter incontrare di persona coloro che sono al nostro fianco e condividere con loro momenti di confronto e scambio.

SEMPRE NELL'OTTICA DI AMPLIARE LE POSSIBILITÀ DI SOSTENERE L'ORGANIZZAZIONE, NEL 2024 SONO STATE PROMOSSE DUE NUOVE MODALITÀ DI SOSTEGNO: LE DONAZIONI IN MEMORIA E L'ADOZIONE (SIMBOLICA) DELLE NAVI DI GREENPEACE, LA NOSTRA FLOTTA UNICA AL MONDO.

Le nostre donatrici e i nostri donatori già acquisiti, grazie alla loro fedeltà alla causa, hanno contribuito in modo generoso al raggiungimento del risultato economico positivo, confermando gli sforzi e l'impegno che l'organizzazione promuove nel creare una relazione significativa, di accoglienza e ascolto attivo verso di loro.

La cura e l'attenzione rappresentano le direttrici fondanti sulle quali impostiamo il nostro lavoro, cercando giorno per giorno di fornire informazioni, messaggi e materiali che siano in linea con le esigenze e le richieste del nostro pubblico.

L'unità di Retention è responsabile della relazione tra il donatore e Greenpeace e ha come driver principale la soddisfazione delle loro esigenze, con l'obiettivo dichiarato di "mettere la persona al centro".

Il Servizio Sostenitori è il punto di contatto e centro nevralgico di queste attività. Uno dei suoi compiti principali è dare seguito alle richieste nel minor tempo possibile e comunque entro le 48 ore. In caso di lamentele per errori di addebito, o in generale concernenti le donazioni, l'orientamento di Greenpeace è quello di ascoltare le ragioni del sostenitore, accreditando la cifra oggetto di contestazione se richiesto.

Il Servizio Sostenitori è raggiungibile all'indirizzo e-mail sostenitori.it@greenpeace.org e al Numero Verde 800.969.834 (dal lunedì al venerdì dalle ore 10.00 alle 18.00) o tramite Whatsapp al numero 348.398.86.14.

Grandi donatori

Gli obiettivi dell'organizzazione sono ambiziosi, per questo abbiamo bisogno di grandi alleanze: le costruiamo con persone che condividono con noi ideali e missione e instauriamo con loro relazioni di fiducia, dirette e durature. Alle nostre grandi donatrici e ai nostri grandi donatori, anche per quest'anno, va il nostro più sentito ringraziamento. Nel 2024 abbiamo la-

vorato per aumentare le opportunità di incontro e ingaggio di nuovi potenziali grandi donatori, attraverso la realizzazione di eventi esclusivi e la collaborazione con il network internazionale di Greenpeace. Abbiamo realizzato un evento a Milano a marzo 2024 presso il Teatro Parenti parlando della nostra campagna sui Pfas con il nostro direttore esecutivo e il responsabile della campagna e abbiamo organizzato la prima “charity dinner” a bordo di una nave di Greenpeace, a Genova, nel luglio 2024, in occasione della missione estiva della Arctic Sunrise nel Mar Mediterraneo.

Ci siamo concentrati anche sulla fidelizzazione dei nostri grandi donatori, arricchendo le loro esperienze di partecipazione alle campagne e alle spedizioni di Greenpeace, consapevoli che il loro generoso contributo nasce da una grande aderenza di valori e da un desiderio di difendere, insieme a noi e in prima linea, gli interessi del pianeta.

Insieme, i primi dieci donatori di Greenpeace hanno contribuito nel 2024 per un importo pari a 87.300 euro. Nella tabella, invece, sono indicate le cinque principali donazioni ottenute nel corso dell'anno. I nomi sono omessi in rispetto alla normativa sulla privacy e sono escluse da quest'anno le donazioni che sono arrivate dalle fondazioni.

PRINCIPALI DONAZIONI (E CATEGORIE) PER SINGOLO ANNO		
2022	2023	2024
100.000 IND	20.000 IND	10.000 - IND
30.000 IND	19.000 IND	10.000 - IND
30.000 FOND	8.500 IND	10.000 - IND
14.200 IND	5.500 IND	5.000 - IND
8.000 IND	5.000 IND	5.000 - IND

Legenda: IND (donatore individuale)



Il programma lasciti

Da diversi anni Greenpeace Italia ha avviato e strutturato il programma lasciti, con l'obiettivo di promuovere, tra i propri donatori e le proprie donatrici e anche verso il pubblico esterno, la possibilità di fare un lascito solidale all'organizzazione. Il programma, quindi, realizza attività di informazione, sensibilizzazione e campagne di comunicazione sul tema. Nell'ultimo anno è stato consolidato l'impegno promozionale, attraverso campagne periodiche di advertising su diversi media (televisione lineare, connected TV e web).

Nel 2024 abbiamo realizzato una nuova proposta per la campagna lasciti, che è “A chi lascerai la tua VERA casa?” identificando la vera casa con il pianeta e facendo leva sulla domanda che ognuno di noi si pone: a chi lascerò uno dei miei beni primari? Gli obiettivi della nuova campagna sono trasmettere l'importanza del lascito, avvicinare le persone in target all'idea di includere Greenpeace nel loro testamento, emozionarle mostrando loro la bellezza del nostro pianeta e posizionare il brand di Greenpeace come organizzazione storica, solida e autorevole.

Dal 2018, Greenpeace è parte del “Testamento Solidale”, un comitato composto da 28 organizzazioni non profit che si pone l'obiettivo di diffondere la cultura del lascito solidale attraverso una stretta collaborazione con il Consiglio Nazionale del Notariato e lo sviluppo di attività di comunicazione e sensibilizzazione della società civile.

IL PROGRAMMA LASCITI NEL 2024
GREENPEACE HA RICEVUTO LA COMUNICAZIONE DI 5 NUOVI LASCITI
13 PERSONE HANNO COMUNICATO DI AVERE INSERITO L'ORGANIZZAZIONE NEL PROPRIO TESTAMENTO
5 PERSONE HANNO COMUNICATO L'INTENZIONE DI VOLERE INSERIRE GREENPEACE NEL PROPRIO TESTAMENTO
74 PERSONE HANNO CHIESTO INFORMAZIONI IN MERITO

4.3 IL VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO

I dati esposti in questa sezione sono tratti dal Bilancio d'esercizio o sono frutto di riclassificazioni dello stesso.

In data 18 aprile 2020 è stato pubblicato in Gazzetta Ufficiale il decreto contenente la nuova modulistica di bilancio richiamata all'art. 13 CTS per gli Enti del Terzo Settore. Tenuto conto che l'obbligo di adozione di detta modulistica decorre a partire dall'esercizio 2021 sono stati utilizzati gli schemi di bilancio conformi a detta norma e quanto disposto dal principio contabile OIC 35 specificamente dedicato agli Enti del Terzo Settore.

Il bilancio dell'Associazione è stato certificato dalla società di revisione Crowe Bompani Srl. Il costo della revisione limitata del bilancio sociale e della revisione contabile del bilancio d'esercizio è stato di € 21.960. Non sono stati affidati incarichi ulteriori di revisione/attestazione sul presente bilancio.

Il valore economico distribuito è stato così ripartito: Costi operativi €8.431.653¹⁶, Costi per il personale €3.079.530, Costi per la Pubblica Amministrazione €110.862.

Valore economico generato

La gestione 2024 chiude in disavanzo per €110.458 contro un avanzo di €282.346 del precedente esercizio.

I proventi ammontano complessivamente a €11.511.587 con un leggero incremento (+0,2%) rispetto ai proventi del 2023. Facendo riferimento ai dati esposti nel bilancio d'esercizio, e in particolare al rendiconto gestionale redatto ai sensi del DM 05/03/2020, si evince che tale risultato deriva in gran parte dall'attività di raccolta fondi, i cui proventi sono passati da €9.728.803 a €9.777.681 (con un incremento di €48.878 pari al 0,5%) e dall'attività di interesse generale i cui proventi sono passati da €1.355.332 a €1.269.465 (con un decremento di €85.867 pari al -6,3%). I proventi dell'attività di raccolta fondi costituiscono l'84,9% del totale dei proventi dell'Associazione. Il resto dei proventi è costituito dalle seguenti voci:

- proventi delle attività di interesse generale (€1.269.465), in cui confluisce il contributo 5x1000 anno finanziario 2023 pari a €814.022;
- proventi delle attività diverse (€355.028), che contengono le voci relative alle attività direttamente connesse a quella istituzionale;
- proventi di supporto generale (€56.628).

L'Associazione, nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, non ha ricevuto finanziamenti e/o donazioni, non ha stipulato contratti né avuto contenziosi, conformemente a quanto disposto dal suo Statuto.

Valore economico generato	2024	2023
Contributi GPI	407.707	451.232
Contributi da soci e associati	6.120	6.000
Contributi da sostenitori	9.478.043	9.290.105
Contributi da altri:		
5 per mille	814.022	888.291
liberalità da gruppi locali	540	426
lasciti	183.875	366.652
Altri	621.280	490.975
Totale valore economico generato	11.511.587	11.493.681
Valore economico distribuito	2024	2023
Campagne	6.139.486	5.933.387
Raccolta fondi	3.725.882	3.583.068
Gestione e mantenimento della struttura	1.304.332	1.280.594
Altro	452.345	414.286
Totale valore economico distribuito	11.622.045	11.211.335
	2024	2023
Totale valore economico Trattenuto	-110.458	282.346

Il 5x1000

Il 5x1000 permette ai contribuenti italiani di indirizzare una parte delle proprie imposte a Onlus, istituti di ricerca, centri culturali, ecc. Nel corso del 2024, l'Agenzia delle Entrate ha comunicato i risultati del 2023. Il trend del numero di persone che scelgono Greenpeace attraverso il 5X1000 si conferma in

calo anche nel 2023, con una riduzione del numero delle scelte pari al -7% (seppure in leggera diminuzione rispetto al '22), pari a 1823 scelte in meno rispetto all'anno precedente. La quota media resta superiore al 2021 ed è pari a € 35,42 e di poco inferiore all'anno precedente.

Una corretta valutazione dell'efficienza della raccolta fondi di

Dichiarazione	Numero Scelte	Totale	Totale Q/M	Flusso scelte	%
2021	26.136	939.931,45	34,48	+ 99	+ 0 %
2022	23.575	888.291,30	36,13	- 2.561	- 10 %
2023	21.752	814.021,96	35,42	- 1,823	- 7%

¹⁶Errata corrige: i costi operativi del valore economico distribuito riportati nel bilancio sociale del 2023 ammontano a €8.419.804 anziché €8.416.333 a seguito di una rettifica in aumento di €3.470 dovuta ad una riclassificazione delle autofatture emesse nell'Area delle Attività diverse che erano state portate in diminuzione della voce materie prime di merci. La riclassificazione determina un aumento di pari importo del valore economico generato.

Greenpeace deve tenere conto delle policy restrittive adottate a tutela della propria indipendenza, di cui si è detto in precedenza: rifiutare i fondi provenienti da governi, istituzioni internazionali o aziende, infatti, obbliga a cercare finanziamenti sollecitando una miriade di singoli donatori, dai quali arrivano donazioni medie di entità limitata, dell'ordine di decine o centinaia di euro. Ciò non può che determinare un'efficienza nella raccolta fondi più bassa rispetto alle organizzazioni che accedono a sponsorizzazioni o fondi istituzionali, a fronte però di una indipendenza piena.

Valore economico distribuito

Gli oneri ammontano complessivamente a €11.511.183 con un aumento del 3,6% rispetto al 2023.

Gli oneri sostenuti per le attività di interesse generale passano da €5.933.387 a €6.139.486 con un incremento di €206.099 pari a 3,5%. Gli oneri da attività di interesse generale hanno rappresentato il 53,3% degli oneri totali.

Gli oneri sostenuti per le attività di raccolta fondi sono stati pari a €3.725.882 con un incremento del 4% rispetto al 2023. L'indice di efficienza complessiva della raccolta fondi si attesta in questo esercizio al 38,1% contro il 36,8% dello scorso esercizio. Il rapporto tra gli oneri delle attività di raccolta fondi e il totale degli oneri è pari al 32,4% contro il 32,2% dello scorso esercizio. In particolare, la spesa sui nuovi sostenitori, fondamentali per il futuro sviluppo dell'Associazione, è stata di €2.398.366 contro €2.430.977 del 2023.

La sezione del rendiconto della gestione relativa agli oneri del supporto generale, e cioè i costi della Direzione, l'Amministrazione e la Gestione degli uffici, passa da €1.280.594 a €1.304.332. L'incidenza rispetto al totale degli oneri è pari al 11,3% contro l'11,5% del 2023.



Manifestazione
"Non una di meno" a Roma.
Greenpeace / Alessandro Bianchi

5. L'IMPATTO AMBIENTALE DELLA NOSTRA ORGANIZZAZIONE

5.1. POLITICHE PER LA RIDUZIONE DEI CONSUMI

Greenpeace Italia si impegna a mettere in atto comportamenti che riducano al minimo l'impatto ambientale determinato dalla propria attività. Per perseguire questo obiettivo l'associazione ha approvato una policy per gli acquisti di beni e servizi che tiene conto della loro sostenibilità e annualmente effettua una stima delle emissioni di CO₂ derivanti dalle sue attività. Grazie al contributo del Registro dei crediti di CO₂ volontari eCO2care® (www.eco2care.org), gestito da CESISP - Centro interuniversitario per lo Sviluppo della Sostenibilità dei Prodotti - l'associazione è stata in grado negli ultimi anni di neutralizzare le emissioni con crediti verificati.



Condizionamento:
solo se temperatura interna uffici >26°



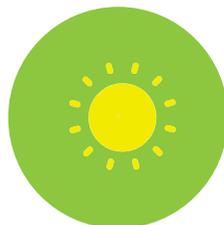
Rifiuti solidi urbani
solo raccolta differenziata



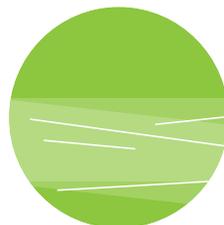
Carta per uffici e uso promozionale
sbiancata e senza cloro con almeno il 60% di fibre riciclate post consumo e parte restante con fibre certificate fsc o non legnose



Inchiostri
solo a base di oli vegetali



Riscaldamento:
solo se temperatura interna uffici <18°



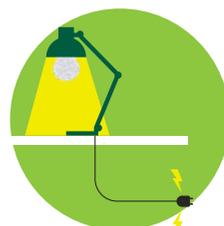
Cellofanatura:
Pellicola ecologica trasparente in mater-bi, un derivato del mais



Attrezzature elettroniche
migliori standard di efficienza energetica



Mobili
certificati FSC e riciclabili



Energia elettrica uffici e magazzino
da fonti rinnovabili (nel 2024 l'88%¹⁷ dell'energia elettrica utilizzata per la sede di Roma, il magazzino e l'ufficio di Milano proviene da fonti rinnovabili)



Pulizie
materiali di consumo esenti da cloro e dalle sostanze riportate nel Regolamento CE n. 1907/2006 (reach - register evaluation and authorization of chemicals)



Materiale di consumo per uso staff (es. bicchieri, posate, piatti etc)
Prevalentemente prodotti in mater-bi, o derivati del mais, in ogni caso nessun prodotto in plastica



Merchandise
solo prodotti:
- con certificazione ambientale FSC per carta e legno, biologica per cotone e tessuti
- privi di prodotti chimici selezionati
- realizzati da aziende che non utilizzano lavoro minorile

¹⁷Errata corrige: la percentuale nel 2023, a seguito dei dati consuntivi, è dell'84% e non dell'81% come riportato nel Bilancio Sociale 2023.

5.2. EMISSIONI DI CO₂

È stata effettuata la stima delle emissioni di CO₂ indotte dalle attività dell'Associazione nel 2024, secondo uno schema di calcolo adottato da Stichting Greenpeace Council, e valido per tutte le sedi di Greenpeace nel mondo.

Tale schema è basato sul "Greenhouse Gas Protocol", lo strumento di misurazione maggiormente utilizzato a livello internazionale per quantificare le emissioni di gas serra. Il GHG Protocol è stato elaborato in partnership con il World Resources Institute e il World Business Council for Sustainable Development. Il calcolo delle emissioni viene condotto considerando tre aree di calcolo, identificate con il termine scope.

Come si evince dai dati in tabella, la quasi totalità delle emissioni è di tipo indiretto (SCOPE 3). Il metodo concreto di rilevazione e calcolo delle emissioni è stato basato sull'analisi dei documenti contabili del 2024.

L'associazione è socia della cooperativa di energia 100% rinnovabile "ènostra", un fornitore elettrico cooperativo a finalità non lucrativa.

EMISSIONI DI ANIDRIDE CARBONICA DERIVANTI DALL'ATTIVITÀ DI GREENPEACE O.N.L.U.S

(Tonnellate CO ₂)	2024	2023	2022	Variazione 2024/23
SCOPE 1: emissioni dirette prodotte dai veicoli dell'organizzazione (navi, elicotteri, gommoni o altri veicoli) e dal consumo di gas naturale per il riscaldamento della sede	11,6* (12%)	13,6** (12%)	12,7 (12%)	-2,0
SCOPE 2: emissioni indirette prodotte dai consumi elettrici dell'ufficio	1,2* (1%)	1,6** (1%)	2,0 (2%)	-0,4
SCOPE 3: altre emissioni indirette (voli di lavoro del personale, consumo di carta, stampa documenti per l'esterno, etc.)	80,2* (86%)	97,2** (86%)	94,0 (86%)	-16,9
TOTALE	93,1* (100%)	112,4** (100%)	108,7 (100%)	-19,3 (-17,2%)

* Per il 2024, al momento della redazione del presente documento, non avendo ancora ricevuto il dato consuntivo dal condominio sul consumo di gas naturale e di energia elettrica dell'illuminazione condominiale e dell'impianto centralizzato di riscaldamento/condizionamento dell'ufficio di Roma, viene confermato il dato consuntivo del 2023.

** Il dato relativo ai consumi energetici e alle emissioni del 2023 è stato modificato rispetto a quanto pubblicato nel Bilancio Sociale 2023, in quanto è stato considerato il dato puntuale fornito direttamente dal condominio (consumo di gas naturale e energia elettrica dell'illuminazione condominiale e dell'impianto centralizzato di riscaldamento/condizionamento dell'ufficio di Roma), anziché quello stimato sulla base dei consumi dell'anno precedente. La variazione totale a seguito di questo aggiornamento è di -0,7 tonnellate di CO₂.

EMISSIONI DI ANIDRIDE CARBONICA DERIVANTI DALL'ATTIVITÀ DI GREENPEACE ONLUS NEGLI ULTIMI 5 ANNI

	2024	2023	2022	2021	2020
TOTALE (Tonnellate CO₂)	93,1	112,4	108,7	95,1	92,7

CONSUMI ENERGETICI 2024¹⁸

Consumi energetici nel triennio 2022-2024			
Unità di misura: GJ	2024	2023	2021
Consumo di benzina ¹⁹	42,19 ²⁰	52,04	58,50
Consumo di gasolio ²¹	34,58 ²²	52,27	29,07
Gas naturale per riscaldamento sede	101,81 ²³	101,44 ²⁴	103,36
Consumo elettricità da fonti rinnovabili ²⁵ :			
Diretti (uffici)	77,00 ²³	75,86 ²⁴	72,84
Consumo elettricità da fonti non rinnovabili:			
Diretti (uffici)	11,00 ²³	14,22 ²⁴	17,74
Totale Consumi	266,58²³	295,84²⁴	281,50

¹⁸ Al momento della redazione del documento non si dispone del dato singolo relativo ai consumi dell'acqua, in quanto è aggregato a livello condominiale e non direttamente attribuibile all'Associazione.

¹⁹ Fattori di conversione in GJ utilizzati: ISPRA - Tabella parametri standard - coefficienti utilizzati per l'inventario delle emissioni di CO₂ nell'inventario nazionale UNFCCC (media dei valori degli anni 2021-2023). Tali dati possono essere utilizzati per il calcolo delle emissioni dal 1° gennaio 2024 al 31 dicembre 2024.

²⁰ In questa voce sono compresi anche i consumi dei veicoli alimentati con benzina/metano che sono calcolati a partire dalle tonnellate di CO₂ sui KM percorsi. I fattori di conversione utilizzati tonnellate CO₂/GJ sono quelli indicati alla nota successiva.

²¹ Fattori di conversione in GJ utilizzati: DEFRA - UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting.

²² La voce è calcolata a partire dalle tonnellate di CO₂ prodotte dai veicoli a gasolio sui KM percorsi.

²³ Per il 2024, al momento della redazione del presente documento, non avendo ancora ricevuto il dato consuntivo dal condominio relativo al consumo di gas naturale e di energia elettrica dell'illuminazione condominiale e dell'impianto centralizzato di riscaldamento/condizionamento dell'ufficio di Roma, viene confermato il dato consuntivo del 2023.

²⁴ Valore aggiornato con il dato consuntivo del 2023 ricevuto dal condominio, relativo al consumo di gas naturale e di energia elettrica dell'illuminazione condominiale e dell'impianto centralizzato di riscaldamento/condizionamento dell'ufficio di Roma. La variazione totale a seguito di questo aggiornamento è di -5,3 GJ.

²⁵ Il consumo di energia elettrica dell'ufficio di Milano è stimato. Nella stima viene preso come riferimento il consumo di energia elettrica dell'ufficio di Roma (al netto dei consumi di energia elettrica condominiali) e parametrato in base al numero di postazioni dell'ufficio di Milano.

RELAZIONE DELL'ORGANO DI CONTROLLO

RELAZIONE UNITARIA DEL COLLEGIO DEI REVISORI ALL'ASSEMBLEA DEI SOCI DI GREENPEACE ONLUS

All'Assemblea dei Soci di Greenpeace Onlus.

Premessa

Il Collegio dei Revisori, nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024, ha svolto sia le funzioni previste dagli artt. 2403 e segg. del c.c. sia quelle previste dall'art. 2409-bis, c.c.

La presente relazione unitaria contiene nella sezione A) la "Relazione del Collegio dei Revisori ai sensi dell'art. 14 del D.Lgs. 27 gennaio 2010, n. 39" e nella sezione B) la "Relazione ai sensi dell'art. 2429, comma 2, c.c."

A) Relazione del revisore indipendente ai sensi dell'art. 14 del D.Lgs. 27 gennaio 2010, n. 39

Relazione sulla revisione contabile del bilancio d'esercizio

Giudizio

Abbiamo svolto la revisione contabile dell'allegato bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2024 di Greenpeace Onlus, costituito dallo stato patrimoniale al 31 dicembre 2024, dal rendiconto della gestione a sezioni divise e contrapposte per Oneri e Proventi e dalla Relazione di Missione comprensiva del rendiconto finanziario.

A nostro giudizio, il bilancio d'esercizio fornisce una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale e finanziaria dell'Associazione al 31 dicembre 2024, del risultato economico e dei flussi di cassa per l'esercizio chiuso a tale data in conformità alle norme italiane che ne disciplinano i criteri di redazione.

Elementi alla base del giudizio

Abbiamo svolto la revisione contabile basandoci anche sulle informazioni ricevute dalla Società di Revisione Crowe Bompani S.r.l., che ha svolto la revisione contabile volontaria del bilancio d'esercizio in base ai principi di revisione emanati dal Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili la quale emetterà la propria relazione.

Le nostre responsabilità ai sensi di tali principi sono ulteriormente descritte nella sezione *Responsabilità del revisore per la revisione contabile del bilancio d'esercizio* della presente relazione. Siamo indipendenti rispetto all'Associazione in conformità alle norme e ai principi in materia di etica e di indipendenza applicabili nell'ordinamento italiano alla revisione contabile del bilancio.

Riteniamo di aver acquisito elementi probativi sufficienti ed appropriati su cui basare il nostro giudizio.

Responsabilità degli amministratori e del collegio dei revisori per il bilancio d'esercizio

Gli amministratori sono responsabili per la redazione del bilancio d'esercizio che fornisce una rappresentazione veritiera e corretta in conformità alle norme italiane che ne disciplinano i criteri di redazione e, nei termini previsti dalla legge, per quella parte del controllo interno dagli stessi ritenuta necessaria per consentire la redazione di un bilancio che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

1



Il collegio dei revisori ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sul processo di predisposizione dell'informativa finanziaria dell'Associazione.

Responsabilità del revisore per la revisione contabile del bilancio d'esercizio.

I nostri obiettivi sono l'acquisizione di una ragionevole sicurezza che il bilancio d'esercizio nel suo complesso non contenga errori significativi, dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali, e l'emissione di una relazione di revisione che includa il nostro giudizio. Per ragionevole sicurezza si intende un livello elevato di sicurezza che, tuttavia, non fornisce la garanzia che una revisione contabile svolta in conformità ai principi di revisione individui sempre un errore significativo, qualora esistente. Gli errori possono derivare da frodi o da comportamenti o eventi non intenzionali e sono considerati significativi qualora ci si possa ragionevolmente attendere che essi, singolarmente o nel loro insieme, siano in grado di influenzare le decisioni economiche prese dagli utilizzatori sulla base del bilancio d'esercizio.

Nell'ambito della revisione contabile anche basata sulle informazioni ricevute dalla Società di Revisione Crowe Bompani S.r.l. che ha svolto la revisione contabile volontaria del bilancio d'esercizio, abbiamo esercitato il giudizio professionale ed abbiamo mantenuto lo scetticismo professionale per tutta la durata della revisione contabile. Inoltre:

- abbiamo identificato e valutato i rischi di errori significativi nel bilancio d'esercizio, dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali; abbiamo acquisito elementi probativi sufficienti ed appropriati su cui basare il nostro giudizio. Il rischio di non individuare un errore significativo dovuto a frodi è più elevato rispetto al rischio di non individuare un errore significativo derivante da comportamenti o eventi non intenzionali, poiché la frode può implicare l'esistenza di collusioni, falsificazioni, omissioni intenzionali, rappresentazioni fuorvianti o forzature del controllo interno;
- abbiamo acquisito una comprensione del controllo interno rilevante ai fini della revisione contabile allo scopo di valutare procedure di revisione appropriate nelle circostanze e non per esprimere un giudizio sull'efficacia del controllo interno dell'Associazione;
- abbiamo valutato l'appropriatezza dei principi contabili utilizzati nonché la ragionevolezza delle stime contabili effettuate dagli amministratori, inclusa la relativa informativa;
- abbiamo valutato la presentazione, la struttura e il contenuto del bilancio d'esercizio nel suo complesso, inclusa l'informativa, e se il bilancio d'esercizio rappresenti le operazioni e gli eventi sottostanti in modo da fornire una corretta rappresentazione;
- abbiamo comunicato ai Responsabili delle attività di governance, identificati ad un livello appropriato, tra gli altri aspetti, la portata e la tempistica pianificate per la revisione contabile e i risultati significativi emersi, incluse le eventuali carenze significative nel controllo interno identificate nel corso della revisione contabile.

Richiamo d'informativa

Si richiama l'attenzione del lettore nel paragrafo "Informazioni generali" della Relazione di Missione nella parte in cui gli Amministratori segnalano che in data 8 marzo 2025 la Commissione Europea ha dato il via libera alle norme fiscali in favore del Terzo Settore, consentendo la piena attuazione del Codice del Terzo Settore pertanto Greenpeace procederà

2



con l'iscrizione al Registro Unico del Terzo Settore nei termini previsti di legge per acquisire la qualifica di Ente del terzo Settore.

Giudizio ai sensi dell'art. 14, comma 2, lettera e), del D.Lgs. 39/10

Gli Amministratori di Greenpeace Onlus sono responsabili per la predisposizione della sezione "Illustrazione dell'andamento economico e finanziario dell'Ente e delle modalità di perseguimento delle finalità statutarie" inclusa nella relazione di missione di Greenpeace Onlus al 31 dicembre 2024, incluse la sua coerenza con il relativo bilancio d'esercizio e la sua conformità alle norme di legge.

Abbiamo svolto le procedure indicate nel principio di revisione (SA Italia) n. 720B al fine di esprimere un giudizio sulla coerenza della sezione "Illustrazione dell'andamento economico e finanziario dell'Ente e delle modalità di perseguimento delle finalità statutarie" inclusa nella relazione di missione di Greenpeace Onlus al 31 dicembre 2024 e sulla conformità della stessa alle norme di legge, nonché di rilasciare una dichiarazione su eventuali errori significativi.

A nostro giudizio, la sezione "Illustrazione dell'andamento economico e finanziario dell'Ente e delle modalità di perseguimento delle finalità statutarie" inclusa nella relazione di missione è coerente con il bilancio d'esercizio della Greenpeace Onlus al 31 dicembre 2024 ed è redatta in conformità alle norme di legge.

Con riferimento alla dichiarazione di cui all'art. 14, co. 2, lettera e), del D.Lgs. 39/10, rilasciata sulla base delle conoscenze e della comprensione dell'Associazione e del relativo contesto acquisite nel corso dell'attività di revisione, non abbiamo nulla da riportare.

B) Relazione sull'attività di vigilanza ai sensi dell'art. 2429, comma 2, c.c.

Nel corso dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024 la nostra attività è stata ispirata alle disposizioni di legge e alle Norme di comportamento del collegio dei revisori emanate dal Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili, nel rispetto delle quali abbiamo effettuato l'autovalutazione, con esito positivo, per ogni componente il collegio dei revisori.

B1) Attività di vigilanza ai sensi dell'art. 2403 e ss. c.c.

Abbiamo vigilato sull'osservanza della legge e dello statuto e sul rispetto dei principi di corretta amministrazione.

Abbiamo partecipato alle assemblee dei soci ed alle riunioni del Consiglio direttivo, in relazione alle quali, sulla base delle informazioni disponibili, non abbiamo rilevato violazioni della legge e dello statuto, né operazioni manifestamente imprudenti, azzardate, in potenziale conflitto di interesse o tali da compromettere l'integrità del patrimonio dell'Associazione.

Abbiamo acquisito dal CEO, dal CFO e dal Consiglio direttivo, durante le riunioni svolte, informazioni sul generale andamento della gestione e sulla sua prevedibile evoluzione, nonché sulle operazioni di maggiore rilievo, per le loro

dimensioni o caratteristiche, effettuate dall'Associazione, in base alle informazioni acquisite, non abbiamo osservazioni particolari da riferire.

Abbiamo acquisito conoscenza e abbiamo vigilato sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile e sul suo concreto funzionamento e a tale riguardo non abbiamo osservazioni particolari da riferire.

Abbiamo acquisito conoscenza e vigilato, per quanto di nostra competenza, sull'adeguatezza e sul funzionamento del sistema amministrativo-contabile, nonché sull'affidabilità di quest'ultimo a rappresentare correttamente i fatti di gestione, mediante l'ottenimento di informazioni dai responsabili delle funzioni e l'esame dei documenti aziendali, e a tale riguardo, non abbiamo osservazioni particolari da riferire.

Nel corso dell'esercizio non sono stati rilasciati dal collegio dei revisori pareri previsti dalla legge.

Nel corso dell'attività di vigilanza, come sopra descritta, non sono emersi altri fatti significativi tali da richiederne la menzione nella presente relazione.

Relazione su altre disposizioni di legge e regolamentari

Gli amministratori di Greenpeace Onlus sono responsabili per la predisposizione del bilancio sociale e di sostenibilità al 31/12/2024, incluse la sua coerenza con il relativo Bilancio d'esercizio e la conformità alle linee Guida del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

Ai sensi dell'articolo 30 comma 7 del D.lgs 117/2017 (Codice Terzo Settore), "L'organo di controllo esercita inoltre compiti di monitoraggio dell'osservanza delle finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale, avuto particolare riguardo alle disposizioni di cui agli articoli 5, 6, 7 e 8, ed attesta che il bilancio sociale sia stato redatto in conformità alle linee guida di cui all'articolo 14. Il bilancio sociale dà atto degli esiti del monitoraggio svolto dall'organo di controllo".

A tal proposito, secondo quanto riportato nelle Norme di comportamento dell'organo di controllo degli enti del Terzo settore del CNDEC del dicembre 2020, si riportano di seguito attività del collegio in merito al monitoraggio delle finalità e alla rendicontazione sociale (Norma ETS 3.9.), ai sensi del paragrafo 6 delle linee guida del bilancio sociale di cui al decreto 4 luglio 2019 del Ministero del lavoro e delle politiche sociali, e in merito al rilascio della suddetta attestazione ai sensi dell'art. 30, co. 7, del CTS.

1) Attività ed esiti del monitoraggio dell'osservanza delle finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale

Abbiamo vigilato sull'osservanza della legge e dello statuto, sul rispetto delle finalità civiche, solidaristiche e sociali. In particolare, è stato effettuato il riscontro:

- > dell'effettivo esercizio in via esclusiva o prevalente delle attività di interesse generale di cui all'art. 5, co. 1, del CTS, segnatamente quelle di salvaguardia e miglioramento delle condizioni dell'ambiente e dell'utilizzazione accorta e razionale delle risorse naturali;
- > il rispetto nelle raccolte pubbliche di fondi dei principi di verità, trasparenza e correttezza nei rapporti con sostenitori e pubblico e la conformità alle linee guida ministeriali di cui all'art. 7, co. 2, del CTS; l'ente ha posto

in essere attività di raccolta fondi secondo le modalità e i limiti previsti dall'art. 7 del Codice del Terzo Settore e dalle relative linee guida approvate dal D.M. 09.06.2022; ha correttamente rendicontato i proventi e i costi di tali attività nella Relazione di missione e, ai sensi dell'art. 87 c. 6 e dell'art. 79 c. 4 lett. a) del Codice del Terzo Settore, ha riportato in un allegato specifico la rendicontazione delle due singole raccolte fondi occasionali eseguite:

- o dal 04 al 05 luglio 2024 riferita alla campagna "Open Boat" presso il Porto di Genova all'interno dello SHIP TOUR "C'è di mezzo il mare" 2024 previsto da fine giugno a luglio 2024. Il provento lordo della raccolta occasionale è stato pari a euro 2.593,00;
- o dal 13 al 14 settembre 2024 riferita alla campagna "Gazebo informativo presso Spring Attitude 2024" previsto dal 13 al 14 settembre 2024. Il provento lordo della raccolta occasionale è stato pari a euro 475,00;

- il perseguimento dell'assenza di scopo di lucro soggettivo e il rispetto del divieto di distribuzione anche indiretta di utili, avanzi di gestione, fondi e riserve a fondatori, associati, lavoratori e collaboratori, amministratori ed altri componenti degli organi sociali di cui all'art. 8, co. 1 e 2, del CTS;

Il monitoraggio è stato effettuato attraverso le verifiche effettuate in seno alle periodiche riunioni del collegio dei Revisori, tenute presso la sede dell'Associazione.

2) Attestazione di conformità

Il Collegio dei Revisori ha effettuato le verifiche sulla conformità del bilancio sociale alle linee guida di cui all'art. 14, co. 1, del CTS adottate con decreto ministeriale 4 luglio 2019 del Ministro del lavoro e delle politiche sociali.

Per quanto riguarda l'esito dei riscontri effettuati in tema di rispetto dei principi di redazione del bilancio sociale di cui al paragrafo 5, delle Linee guida del DM 4 luglio 2019, si rappresenta quanto segue:

1. rilevanza: nel bilancio sociale sono riportate le informazioni rilevanti per la comprensione della situazione e dell'andamento dell'ente e degli impatti economici, sociali e ambientali della sua attività, o che comunque potrebbero influenzare in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder;
2. completezza: sono stati identificati i principali stakeholder che influenzano e/o sono influenzati dall'organizzazione con tutte le informazioni ritenute utili per consentire a tali stakeholder di valutare i risultati sociali, economici e ambientali dell'ente;
3. trasparenza e neutralità: le informazioni contenute nel testo di bilancio sono rappresentate in maniera imparziale, indipendente da interessi di parte e completa, riguardare gli aspetti sia positivi che negativi della gestione senza distorsioni volte al soddisfacimento dell'interesse degli amministratori o di una categoria di portatori di interesse;

4. competenza di periodo e comparabilità: le attività e i risultati sociali rendicontati sono relativi all'anno di riferimento e consentono la comparabilità nel tempo, tenuto conto del fatto che è il primo anno di redazione, e nello spazio;
5. chiarezza: le informazioni sono espresse in maniera chiara e comprensibile;
6. veridicità e verificabilità: i dati riportati fanno riferimento alle fonti informative utilizzate;
7. attendibilità: i dati riportati sono forniti in maniera oggettiva e non sovrastimata/sottostimata;
8. autonomia delle terze parti: non vi sono terze parti incaricate di trattare specifici aspetti del bilancio sociale.

Per quanto riguarda l'esito dei riscontri effettuati in tema di struttura e contenuto del bilancio sociale di cui al paragrafo 6, delle Linee guida del DM 4 luglio 2019, si rappresenta che:

1. E' stata verificata la compilazione delle sezioni e sotto-sezioni obbligatorie previste dal DM, come segue:
 - Nota metodologica, con informazioni relative a tutte le sottosezioni, tranne quella relativa ai "cambiamenti significativi di perimetro o metodi di misurazione rispetto al precedente periodo di rendicontazione", in quanto N/A;
 - Informazioni generali sull'ente, con informazioni su tutte le sotto-sezioni contemplate nel DM;
 - Struttura, governo e amministrazione, con informazioni su tutte le sottosezioni contemplate nel DM;
 - Persone che operano per l'ente, sono state fornite tutte le informazioni rilevanti richieste, ivi compresa la struttura dei compensi e la formazione del personale;
 - Obiettivi e attività, sono state fornite tutte le informazioni rilevanti richieste;
 - Situazione economico-finanziaria, sono presenti tutte le indicazioni richieste;

Pertanto, all'esito delle attività di verifica espletate sulla conformità del bilancio sociale in esame alle prescrizioni in tema di struttura, contenuti e principi di redazione, il Collegio dei Revisori attesta che il bilancio sociale è stato redatto in conformità alle linee guida di cui all'art. 14, co. 1, del CTS adottate con decreto 4 luglio 2019 del Ministro del lavoro e delle politiche sociali, riscontrando altresì

- la conformità della struttura del bilancio sociale rispetto all'articolazione per sezioni di cui al paragrafo 6 delle linee guida;
- presenza nel bilancio sociale delle informazioni di cui alle specifiche sotto-sezioni esplicitamente previste al paragrafo 6 delle linee guida;
- rispetto dei principi di redazione del bilancio sociale di cui al paragrafo 5 delle linee guida.

B2) Osservazioni in ordine al bilancio d'esercizio

Per quanto a nostra conoscenza, gli amministratori, nella redazione del bilancio, non hanno derogato alle norme di legge.

I risultati della revisione legale del bilancio, basata anche sulle informazioni ricevute dalla Società di Revisione Crowe Bompani S.r.l. che ha svolto la revisione contabile volontaria del bilancio d'esercizio, sono contenuti nella sezione A) della presente relazione.

B3) Osservazioni e proposte in ordine alla approvazione del bilancio

Considerando le risultanze dell'attività da noi svolta, non rileviamo motivi ostativi all'approvazione, da parte dell'assemblea, del bilancio chiuso al 31 dicembre 2024, così come redatto dagli Amministratori.

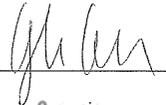
Roma, 10 aprile 2025

Il Collegio dei Revisori

Giovanni Luca CEZZA
Presidente

Guido Martinelli

Riccardo Di Salvo



RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE



Crowe Bompani Srl a Socio Unico
Member Crowe Global
Via Flaminia, 21
00196 Roma
Tel. +39 06 68395091
infosrl@crowebompani.it
www.crowe.com/it/crowebompani

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE

Ai Soci
di Greenpeace Onlus

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato ("limited assurance engagement") del Bilancio Sociale di Greenpeace Onlus relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024.

Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio Sociale

Gli Amministratori di Greenpeace Onlus sono responsabili per la redazione del Bilancio Sociale in conformità alle Linee Guida di cui al Decreto Ministeriale del 4 luglio 2019 emanato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali (MLPS), come descritto nella sezione "Nota metodologica" del Bilancio Sociale.

Gli Amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di un Bilancio Sociale che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli amministratori sono inoltre responsabili per la definizione degli obiettivi di Greenpeace Onlus in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza del Code of Ethics for Professional Accountants emesso dall'International Ethics Standards Board for Accountants, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica l'International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1) e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del Bilancio Sociale rispetto a quanto richiesto dalle Linee Guida del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali di cui al DM 4/07/2019. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel "International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" (di seguito anche "ISAE 3000 Revised"), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) per gli incarichi di limited assurance. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il Bilancio Sociale non contenga errori significativi.

Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised ("reasonable assurance engagement") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a

MILANO ANCONA BARI BOLOGNA BRESCIA BRINDISI FIRENZE
GENOVA NAPOLI PADOVA PIACENZA PISA ROMA TORINO

Crowe Bompani Srl a Socio Unico
Sede Legale e Amministrativa
Via Leone XIII, 14 - 20145 Milano
Capitale Sociale € 700.000 i.v. - Iscritta al Registro delle Imprese di Milano, Monza Brianza e Lodi
Codice fiscale, P.IVA e numero iscrizione: 0258590742
Iscritta nel Registro dei Revisori presso il Ministero dell'Economia e delle Finanze (D.M. del 02.07.2019)



Crowe Bompani Srl a Socio Unico
Member Crowe Global

conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sul Bilancio Sociale si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale di Greenpeace Onlus responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Bilancio Sociale, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nel Bilancio Sociale, con riferimento alle modalità di analisi e comprensione del contesto di riferimento, identificazione, valutazione e prioritizzazione degli impatti effettivi e potenziali e alla validazione interna delle risultanze del processo;
2. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel capitolo 4 del Bilancio Sociale e i dati e le informazioni incluse nel bilancio d'esercizio di Greenpeace Onlus;
3. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nel Bilancio Sociale.
4. In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di Greenpeace Onlus e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio Sociale.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche di Greenpeace Onlus:

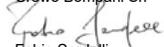
- a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nel Bilancio Sociale abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificare la coerenza con le evidenze disponibili;
- b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Bilancio Sociale di Greenpeace Onlus relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dalle Linee Guida di cui al DM 4/07/2019 come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del Bilancio Sociale.

Roma, 28 marzo 2025

Crowe Bompani Srl


Fabio Sardelli
(Revisore legale)

© 2025 Crowe Bompani Srl a Socio Unico

www.crowe.com/it/crowebompani

Greenpeace Onlus
Via della Cordonata, 7
00187 Roma
telefono 06.68136061
info.it@greenpeace.org
www.greenpeace.it

GREENPEACE