

# 25

BILANCIO SOCIALE 2025  
GREENPEACE ETS



GREENPEACE

<b>1. IL NOSTRO 2025</b>	<b>4</b>	<b>5. CAMPAGNE E PROGETTI</b>	<b>31</b>
1.1 IL 2025 IN NUMERI	4	5.1 IL PROGRAMMA DI GREENPEACE	31
1.2 IMPACT REPORT	5	5.2 L'AREA PROGRAMMA	32
1.3 L'IMPATTO DI GREENPEACE NEL MONDO	7	La co-direzione e la nuova organizzazione dell'area di Programma	
1.4 UN ANNO DI AZIONI E VITTORIE IN ITALIA (più info nel capitolo 5.3)	8	5.3 CAMPAGNE E PROGETTI	33
<b>2. LA NOSTRA IDENTITÀ</b>	<b>9</b>	Il Programma globale: cambiamento desiderato e obiettivi	
2.1 LA TEORIA DEL CAMBIAMENTO DI GREENPEACE	10	La strategia di Engagement: "Animare la Base, combattere per il Centro"	
2.2 MISSIONE, VALORI, POLICY	11	Il Portfolio di Greenpeace Italia	
I PRINCIPI ALLA BASE DELL'AGIRE		CLIMA	35
L'IMPORTANZA DI ESSERE INDIPENDENTI		ENI & ENERGIA	37
POLICY INTERNAZIONALI, INTEGRITÀ E INCLUSIVITÀ		PACE	41
<b>3. LA STRUTTURA E LE RELAZIONI</b>	<b>14</b>	MARE	43
3.1 STAKEHOLDER ENGAGEMENT	14	FORESTE	46
MAPPA DEGLI STAKEHOLDER		AGRICOLTURA E ALLEVAMENTI	48
LE RELAZIONI CON LA RETE INTERNAZIONALE		INQUINAMENTO	51
IL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER		5.4 LA VISIBILITÀ DELLE CAMPAGNE TRA MEDIA, SOCIAL E PETIZIONI	53
ADESIONE A INIZIATIVE E RETI, UN CONFRONTO CONTINUO		LE USCITE SUI MEDIA	
3.2 IL POTERE DI AGIRE INSIEME	18	I CONTATTI E L'ENGAGEMENT ONLINE	
DONA		<b>6. LA DIMENSIONE ECONOMICA</b>	<b>57</b>
DEDICA IL TUO TEMPO		6.1 I RISULTATI DELL'ANNO	57
ENTRA NELLO STAFF		6.2 IL VALORE ECONOMICO GENERATO	60
RAFFORZIAMO LE NOSTRE PARTNERSHIP E RELAZIONI		LA RACCOLTA FONDI	
3.3 ORGANI DI GOVERNO	19	6.3 IL VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO	65
L'EXECUTIVE DIRECTOR, LA DELEGA AI POTERI E LA CONDIVISIONE DI CRITICITÀ		<b>7. L'IMPATTO AMBIENTALE DELLA NOSTRA ORGANIZZAZIONE</b>	<b>66</b>
<b>4. LE PERSONE CHE RENDONO POSSIBILE IL NOSTRO OPERATO</b>	<b>22</b>	7.1 POLITICHE PER LA RIDUZIONE DEI CONSUMI	66
4.1 STAFF	22	GESTIONE UFFICI	
L'ORGANIGRAMMA		APPROVVIGIONAMENTO MATERIALI	
LE POLITICHE DI RECLUTAMENTO E DI SELEZIONE		EMISSIONI DI CO <sub>2</sub>	
LE POLITICHE INTERNE		CONSUMI ENERGETICI 2025	
LA FORMAZIONE E LO SVILUPPO		<b>NOTA METODOLOGICA</b>	<b>68</b>
LA CURA E IL BENESSERE		<b>INDICE DEI CONTENUTI COME DA LINEE GUIDA MINISTERIALI</b>	<b>69</b>
4.2 VOLONTARIATO E ATTIVISMO	28	<b>RELAZIONE DELL'ORGANO DI CONTROLLO</b>	<b>70</b>
FORMAZIONE, MOBILITAZIONE E INTERVENTI SUL TERRITORIO		<b>RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE</b>	<b>74</b>
ENGAGEMENT ONLINE			



Lo Staff di Greenpeace Italia festeggia il congedo da Direttore Esecutivo di Giuseppe Onufrio.  
© Greenpeace / Massimo Guidi

Foto di copertina: in azione contro il gas fossile, una delle principali cause del cambiamento climatico.  
© Greenpeace / Francesco Alesi

DENOMINAZIONE	<b>Greenpeace Ente del Terzo Settore</b> (Licenza sull'utilizzo del nome ricevuta da Greenpeace International)
NASCITA	1986
FORMA GIURIDICA E QUALIFICA	Associazione riconosciuta – Ente del Terzo Settore
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 AL REGISTRO UNICO DEL TERZO SETTORE	Ai sensi dell'articolo 22 del D. Lgs. del 3 luglio 2017 n. 117 e dell'articolo 17 del Decreto Ministeriale n. 106 del 15/09/2020. Determinazione N. G08504 del 03/07/2025, rep. n. 153649
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	<a href="https://www.greenpeace.org/italy/">https://www.greenpeace.org/italy/</a>

**GREENPEACE**

# 1. IL NOSTRO 2025

## 1.1 Il 2025 in numeri

Greenpeace<sup>1</sup>  
nel mondo

25  
UFFICI  
IN PIÙ DI  
55  
PAESI<sup>2</sup>

2.9  
MILIONI  
DI DONATORI

55  
MILIONI DI  
SOSTENITORI  
(DONATORI,  
VOLONTARI,  
ATTIVISTI  
ONLINE, ECC.)

<sup>1</sup>La denominazione statutaria di Greenpeace in Italia è "Greenpeace - Ente del Terzo Settore". Nel Bilancio, per sintesi, si utilizzerà prevalentemente la denominazione "Greenpeace" o anche, quando opportuno, per evitare confusione con Greenpeace International, anche "Greenpeace Italia".

<sup>2</sup>Sul sito di Greenpeace International, <https://www.greenpeace.org/international/about/worldwide/>, è disponibile la lista di tutti gli uffici operativi.

Greenpeace  
in Italia  
I GUERRIERI  
DELL'ARCOBALENO

59  
STAFF  
DIPENDENTE

250  
PERSONE  
ATTIVISTE/VOLONTARIE

25  
GRUPPI LOCALI

14  
FACE TO FACE  
FUNDRAISERS

1.105.968  
CYBERATTIVISTI

84.729  
DONATORI E DONATRICI ATTIVE

Il nostro impatto  
PER L'AMBIENTE  
E LA PACE

791.807  
FIRME RACCOLTE PER LE PETIZIONI (368.818 NUOVI CONTATTI)

10  
MOBILITAZIONI  
NAZIONALI

250  
ATTIVITÀ LOCALI

10.987  
USCITE MEDIA

La raccolta  
e destinazione  
dei fondi

€12.520.199  
FONDI RACCOLTI

€12.013.959  
FONDI UTILIZZATI



## 1.2 Impact Report

Il 2025 è stato un anno difficile, ma anche un anno di risultati importanti. In un contesto globale segnato da crisi climatiche, geopolitiche ed economiche, Greenpeace ha scelto di non arretrare, restando fedele ai propri valori fondativi: la tutela del pianeta, la difesa della pace, la giustizia ambientale e sociale.

**Abbiamo continuato a denunciare, a mobilitarci**, a stare dalla parte delle persone e dei territori più colpiti, **rendendo visibili responsabilità che troppo spesso restano nell'ombra**. Gli obiettivi necessari per proteggere il pianeta appaiono ancora lontani, mentre gli interessi che ostacolano il cambiamento restano forti e radicati. Eppure il nostro lavoro continua a dimostrare una verità essenziale: il cambiamento è possibile, anche se non è mai lineare né immediato. Richiede pressione, continuità, azione collettiva.

Nel corso dell'anno questo impegno ha preso forma anche attraverso azioni pubbliche capaci di rendere leggibili le ingiustizie del presente. A Venezia abbiamo portato un messaggio netto sulla disuguaglianza e sulla giustizia fiscale; a Roma abbiamo presentato simbolicamente il "conto" della crisi climatica, ricordando che il prezzo degli eventi estremi viene già oggi pagato dalle persone, mentre le responsabilità delle grandi aziende fossili restano troppo spesso impunte.

Ma il nostro lavoro non si è fermato alla denuncia. Ha prodotto anche risultati concreti.

Tra le tappe più importanti dell'anno va ricordata anche **la sentenza della Corte di Cassazione che ci ha dato ragione contro Eni**, confermando che le cause climatiche nel nostro Paese sono lecite e ammissibili.

A novembre, **dopo il nostro esposto alla procura di Mantova, è stato sequestrato l'allevamento intensivo La Pellegrina di Ron-**

**coferraro**, di proprietà del Gruppo Veronesi, dove immagini e video avevano documentato condizioni terribili per gli animali.

**Abbiamo inoltre contribuito a fermare l'apertura di un nuovo impianto di ingrasso di tonno rosso a Battipaglia**, dopo aver denunciato la mancanza di regole e controlli in questo settore.

Infine, la condanna di undici manager dell'azienda chimica Miteni, responsabile della contaminazione del territorio tra Vicenza, Verona e Padova, ha rafforzato un principio per noi essenziale: chi inquina paga.

Ma non finisce qui. Sul piano internazionale, il 2025 ha segnato due passaggi di grande rilievo: **il Global Ocean Treaty ha raggiunto il numero di ratifiche necessario**, aprendo la strada alla sua entrata in vigore, e il Tribunale civile di Parigi ha stabilito che TotalEnergies ha ingannato il pubblico sulle proprie ambizioni climatiche, segnando un precedente storico contro il greenwashing dell'industria fossile.

Questi risultati raccontano più di singole vittorie. Raccontano un metodo fatto di inchiesta, azione diretta nonviolenta, mobilitazione pubblica e pressione politica. Le vittorie del 2025 non sono un punto di arrivo, ma tappe di un percorso più lungo.

**Per noi la speranza non è mai passiva. È una forma di resistenza.** Difendere l'ambiente significa difendere anche le persone, i diritti e la possibilità di un futuro più giusto. **È con questa convinzione che continuiamo ad agire.**

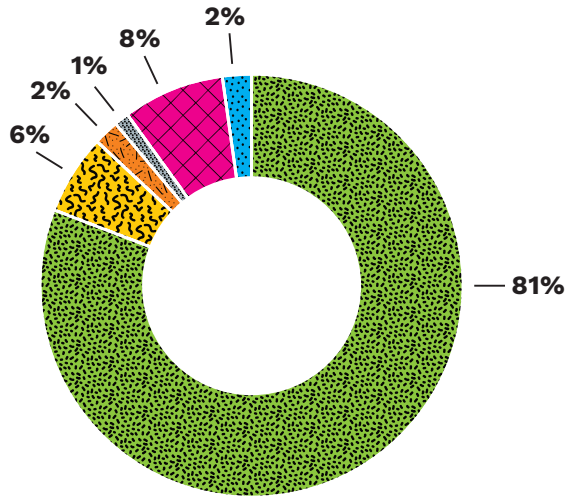
Il Presidente  
Ivano Novelli



La Direttrice Esecutiva  
Chiara Campione



## COME RACCOGLIAMO I FONDI

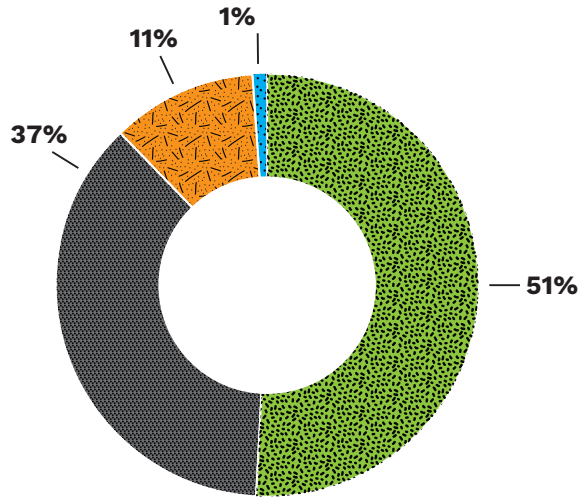


migliaia di euro (k)

81%	Donazioni da sostenitori	9.740
6%	5x1000	727
2%	Erogazioni liberali vincolate	195
1%	Contributi da Greenpeace International	94
8%	Lasciti	947
2%	Merchandising	235
<b>TOTALE PROVENTI DA RACCOLTA FONDI *</b>		<b>11.938</b>

\*A questo totale si aggiungono **386k** di proventi da attività tipiche, altri incassi per circa **116k** e rimanenze di prodotti per **80k**. Il totale raccolto è pari a **12.520k**.

## COME SPENDIAMO I FONDI\*



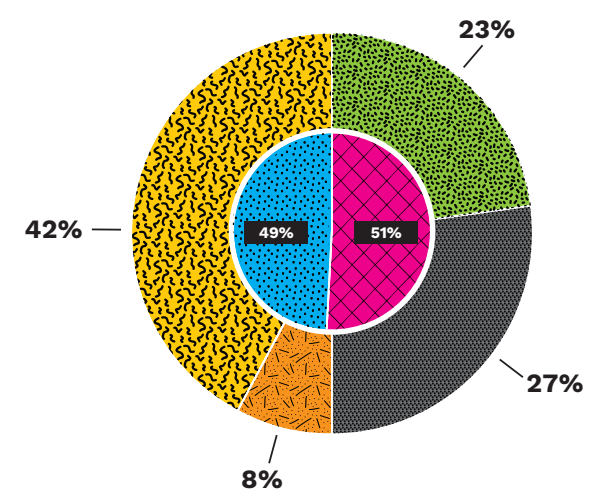
euro

51%	Attività di missione	6.105.483,91
37%	Oneri di raccolta	4.449.326,17
11%	Gestione e mantenimento della struttura	1.354.915,92
1%	Altro	104.233,00
<b>TOTALE</b>		<b>12.013.959,00</b>

\* Le imposte per un totale di 127.500 sono state ridistribuite su ognuna delle aree di attività dell'organizzazione.

\*La missione (vedi dettaglio nel grafico successivo) comprende campagne globali e italiane, attivismo e volontariato, mobilitazione, comunicazione e sensibilizzazione. Alcune di queste attività contengono ask di raccolta fondi.

## COME INVESTIAMO NELLA MISSIONE



euro

51%	Campagne nazionali	3.083.490,91
49%	Campagne globali	3.021.993,00
<b>TOTALE</b>		<b>6.105.483,91</b>
23%	Biodiversità (mare, foreste, agricoltura, inquinamento)	
27%	Clima e pace	
8%	Socioeconomico	
42%	Altro (Supporto campagne)	

## 1.3 L'impatto di Greenpeace nel mondo

Nel 2025 abbiamo continuato a difendere il pianeta, raggiungendo risultati importanti. Ecco alcuni dei successi che abbiamo ottenuto. Ma nulla di tutto questo è scontato, al contrario è un percorso complesso che riguarda tutte e tutti. È proprio in questi momenti che diventa fondamentale riconoscere i progressi fatti, festeggiare e fare in modo che il progresso non si arresti e gli impegni vengano mantenuti.



© Greenpeace / Lorenzo Moscia



**60 PAESI HANNO RATIFICATO IL TRATTATO GLOBALE SUGLI OCEANI: NEL 2026 POTRÀ ENTRARE IN VIGORE**

Il Trattato Globale sugli Oceani ha raggiunto quest'anno la ratifica da parte di 60 Paesi, aprendo la strada all'entrata in vigore, nel gennaio 2026, dello storico accordo che punta a un obiettivo ambizioso: proteggere il 30% degli oceani entro il 2030!

L'Italia, tuttavia, non l'ha ancora ratificato: più informazioni a pag 44.

**■ LA NORVEGIA HA FERMATO L'AVVIO DELLE ESTRAZIONI MINERARIE NELLE ACQUE DELL'ARTICO**

Un'altra vittoria contro il Deep Sea Mining: il governo norvegese non concederà licenze per le estrazioni minerarie nelle acque dell'Artico almeno fino alla fine del 2029.



**■ IL GOVERNO DEL REGNO UNITO HA CHIUSO LE PORTE ALLE NUOVE ESPLORAZIONI PETROLIFERE E DI GAS NEL MARE DEL NORD**

Non significa che tutta la produzione di petrolio e gas cesserà immediatamente, ma la decisione sancisce la fine delle licenze di esplorazione: le aziende non potranno più ottenere il permesso di cercare nuove riserve di petrolio e gas in aree precedentemente non sfruttate. Questa decisione interrompe le emissioni alla fonte.

**■ TOTALENERGIES È STATA GIUDICATA COLPEVOLE DI GREENWASHING PER AVER INGANNATO L'OPINIONE PUBBLICA CON FALSE PROMESSE**

Il tribunale giudiziario di Parigi ha emesso una sentenza contro la pubblicità ingannevole di TotalEnergies: l'azienda affermava di aver posto "il clima al centro della sua strategia". Questa sentenza è la prima a riconoscere la pubblicità di un'industria petrolifera come atto di *greenwashing*.

**■ LA CORTE INTERNAZIONALE DI GIUSTIZIA HA CONFERMATO CHE OGNI STATO DEVE PREVENIRE I DANNI CLIMATICI**

La Corte Internazionale di Giustizia ha stabilito che tutti i Paesi hanno il dovere di prevenire i danni ambientali, e che gli Stati devono vigilare sulle imprese per contenere i danni causati dalle loro emissioni, indipendentemente da dove questi si verifichino. La Corte ha inoltre affermato che il diritto a un ambiente pulito, sano e sostenibile è fondamentale per soddisfare tutti gli altri diritti umani.



**■ BANCO DO BRASIL CAMBIA ROTTA: FINE DEI FINANZIAMENTI PUBBLICI ALLA DISTRUZIONE DELL'AMAZZONIA**

Il Banco do Brasil ha aggiornato le sue norme ambientali e sociali per il credito rurale, con maggiori controlli per tutelare la foresta amazzonica. Questi cambiamenti rispondono alle richieste chiave di Greenpeace Brasile, che ha dimostrato come norme poco rigorose consentissero al denaro pubblico di finanziare la deforestazione, gli incendi e altri danni ambientali. L'aggiornamento è un passo importante, ma occorre fare ancora di più!

**■ UN ENORME PASSO AVANTI VERSO LA SOVRANITÀ DELLE SEMENTI IN KENYA**

A novembre un tribunale keniota ha emesso una sentenza rivoluzionaria dichiarando legale la condivisione delle sementi tra agricoltori e segnando una vittoria significativa per la sovranità alimentare in Africa. Questa sentenza storica protegge le pratiche agricole tradizionali e i diritti dei piccoli agricoltori di conservare, scambiare e piantare liberamente le sementi, sfidando il controllo delle risorse agricole da parte delle aziende.



© Greenpeace / Lorenzo Moscia

## 1.4 Un anno di azioni e vittorie in Italia (più info nel capitolo 5.3)



© Greenpeace / Lorenzo Moscia

**#LaGiustaCausa**

**Chi inquina, paga!**  
La Corte di Cassazione ha dato ragione a Greenpeace contro Eni! La sentenza della Suprema Corte ha detto chiaramente che i giudici italiani si possono pronunciare sui danni causati dai cambiamenti climatici e che, dunque, le cause climatiche nel nostro Paese sono lecite e ammissibili. Il Tribunale di Roma potrà entrare nel merito delle richieste, accertare gli eventuali danni causati da Eni con le sue emissioni e decidere se obbligarla a ridurle.

[PAG 37-39]



© Greenpeace / Michèle Lapini

**La giustizia climatica è anche giustizia sociale**  
La nostra azione a Venezia in occasione del matrimonio del miliardario Jeff Bezos.



© Greenpeace / Claudia Noferini

**In supporto delle comunità colpite dall'alluvione**  
Greenpeace è intervenuta in modalità "risposta rapida" organizzando, insieme alla comunità e alle associazioni sul territorio, un'unità di soccorso a Versa (in Provincia di Gorizia), tra le più colpite dall'alluvione, per dare aiuto e conforto alla popolazione.

[PAG 36]



© Greenpeace / Lorenzo Moscia

**Basta allevamenti intensivi**  
Dopo aver ricevuto immagini e video che documentavano le terribili condizioni di vita dei maiali rinchiusi nell'allevamento intensivo La Pellegrina di Roncoferraro, Greenpeace è intervenuta con un esposto alla Procura della Repubblica presso il Tribunale di Mantova per richiedere degli accertamenti. A seguito dell'ispezione dei carabinieri e dei NAS di Cremona, l'Agenzia di Tutela della Salute (ATS) della Val Padana ha posto sotto sequestro gli animali presenti nell'azienda e inflitto una maxi multa da 10mila euro.

Dopo la pubblicazione del report Greenpeace "Caccia all'oro rosso", in cui abbiamo denunciato la mancanza di regole e controlli sugli impianti di ingrasso di tonno rosso in Italia, l'amministrazione comunale di Battipaglia (Campania) ha annullato la concessione rilasciata alla società Tuna Sud per l'apertura di un nuovo allevamento intensivo.

[PAG 49-50]



© Greenpeace / Alfio Giannotti

**Proteggiamo il mare**  
Durante la campagna 30x30 Greenpeace ha deciso di sostenere attivamente - attraverso una causa legale e con comunicazioni congiunte con Marevivo - l'area marina protetta (AMP) di Gaiola, una preziosa area di mare nel cuore di Napoli.

[PAG 43-45]



© Greenpeace

**Il Tribunale di Vicenza ha condannato i manager della Miteni per una delle contaminazioni da PFAS più gravi al mondo**  
Per anni, l'azienda chimica Miteni ha inquinato il territorio tra Vicenza, Verona e Padova, compromettendo anche la falda acquifera da cui bevono 350mila persone. A giugno finalmente è arrivata una sentenza storica: 11 manager della Miteni sono stati condannati. Inoltre il tribunale ha stabilito un risarcimento per oltre 300 parti civili.

[PAG 51-52]



## 2.1 La teoria del cambiamento di Greenpeace

La *mission* di Greenpeace è quella di proteggere l'**ambiente** (inteso non solo come natura, ma come ecosistema completo, inclusi gli esseri umani) 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. Il fine ultimo è quello di intervenire sulle conseguenze sociali e ambientali della crisi climatica e ambientale, promuovendo soluzioni concrete per accelerare la transizione ecologica.

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. Greenpeace, inoltre, intende cambiare le dinamiche di potere a favore dei diritti delle persone e contro l'accentramento di potere economico e finanziario delle grandi multinazionali.

L'impegno si fonda sulla necessità di un cambiamento strutturale, che metta al centro giustizia climatica, democrazia e diritti: se non c'è transizione senza giustizia, è altrettanto vero che senza transizione non potrà più esserci giustizia. Negli ultimi anni, si è verificata 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.


La pressione delle industrie fossili e l'inerzia delle istituzioni continuano a ritardare le azioni necessarie, aggravando la crisi e amplificando le disuguaglianze. Tuttavia, 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, promuove 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 suo 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 per smontare le narrazioni strumentali che ostacolano l'azione climatica. Tale approccio permette non solo di rafforzare le campagne, ma anche di avvicinare le persone alle meraviglie della natura, mostrando ciò che è ancora possibile proteggere prima che sia troppo tardi.

Greenpeace Italia sviluppa **progetti integrati** che, nel loro insieme, compongono il portfolio di Programma dell'organizzazione, affrontando le sfide ambientali in modo sistemico. Gli obiettivi del Programma sono il contrasto ai combustibili fossili, la tutela della biodiversità, il monitoraggio dell'informazione e il contrasto alle narrazioni distorte dell'industria fossile. I progetti seguono un percorso di approvazione condiviso a livello internazionale. In questo contesto, l'**Unione Europea** svolge un ruolo centrale, perché è qui che vengono definite molte delle politiche ambientali e climatiche chiave per il futuro.

**Lavorare per campagne e obiettivi specifici è l'approccio che da sempre caratterizza Greenpeace** e che dà una forte impronta a tutte le attività. **Indipendenza, nonviolenza, confronto, mobilitazione delle persone** sono le modalità con cui Greenpeace ha scelto di raggiungere i propri obiettivi. Lavorare per progetti prioritari, inoltre, è la maniera migliore di **concentrare le limitate risorse e ottenere il maggiore impatto**, senza disperderle in troppe attività in contemporanea.

3 OBIETTIVI	3 MODALITÀ DI AZIONE	4 PRINCIPI ALLA BASE DELL'AGIRE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>favorire una rivoluzione energetica</b> e combattere le narrazioni distorte dell'industria fossile per affrontare il cambiamento climatico;</li> <li>• <b>tutelare la biodiversità</b> attraverso la protezione degli oceani, delle foreste e degli animali e delle popolazioni che da esse dipendono, e incoraggiando politiche agricole responsabili;</li> <li>• <b>lavorare per il disarmo e la pace</b>, affrontando le cause dei conflitti e chiedendo l'eliminazione di tutte le armi nucleari</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>investigando e usando solide basi scientifiche</b> per denunciare gli abusi ambientali;</li> <li>• <b>sfidando il potere politico ed economico</b> di chi può rendere effettivo il cambiamento;</li> <li>• <b>proponendo soluzioni</b> economicamente sostenibili e socialmente giuste</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>NONVIOLENZA</b></li> <li>• <b>CONFRONTO</b></li> <li>• <b>INDIPENDENZA</b></li> <li>• <b>AGIRE INSIEME</b></li> </ul>
		

## 2.2 Missione, valori, policy

Greenpeace è un'organizzazione senza scopo di lucro e opera nel rispetto di quanto indicato all'art. 8 del Codice del Terzo Settore<sup>3</sup> 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)<sup>4</sup>. Per l'anno 2025 Greenpeace ha implementato tutte le attività di interesse generale statutariamente previste. Lo svolgimento di eventuali attività secondarie e strumentali ad oggi è precluso, essendo ammesso esclusivamente lo svolgimento di attività istituzionali e quelle a 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 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.



<sup>3</sup>Nel 2025 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](#).

<sup>4</sup>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".

## 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 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 *Justice, Equity, Diversity, Inclusion and Safety (JEDIS)*, promosso dalla comunità internazionale, ha spinto tutti gli uffici verso la definizione di alcuni principi comuni di base sui temi della diversità, dell'equità, dell'inclusione e della tutela dell'integrità. Questo impegno ha portato all'elaborazione e diffusione di un **Codice di Condotta**<sup>5</sup> interno. Il rispetto del Codice e delle *policy* sull'integrità viene promosso e monitorato attraverso un sistema di responsabilità condivise da ogni persona all'interno dell'associazione, a partire dal *management* fino alla rete del volontariato, per garantire l'impegno di tutte le persone a mantenere un ambiente di lavoro in cui le persone si sentano sicure e a loro agio, e non siano esposte a molestie, abusi o discriminazioni. Greenpeace tutela chiunque desideri segnalare una sospetta violazione del Codice di Condotta e delle *policy* dell'associazione, fornendo **canali**

<sup>5</sup>Il Codice di Condotta è consultabile alla pagina del nostro sito internet: <https://www.greenpeace.org/italy/chi-siamo/integrita-valori/>.

<sup>6</sup>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 31.12.2025, Greenpeace Italia ha 3 persone di fiducia interne e una esterna.

<sup>7</sup>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/). 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.

**“Un ambiente di lavoro sicuro, equo e rispettoso non è solo un diritto di chi lavora con Greenpeace, ma la condizione necessaria perché la sua missione abbia credibilità e forza. La stessa cura che Greenpeace mette nel proteggere gli ecosistemi del pianeta, io e le altre Person of Trust la mettiamo nel proteggere le persone che ogni giorno animano questa organizzazione: perché un ambiente umano sano, come quello naturale, ha bisogno di essere coltivato, difeso e reso sostenibile nel tempo”.**

**Giorgia Ortu La Barbera, POT esterna**



**confidenziali per segnalare sospette violazioni.** Questo può avvenire attraverso le **persone di fiducia** (PoT - *Person of Trust*), elette dallo staff e dal network del volontariato<sup>6</sup>, 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 di *whistleblowing*<sup>7</sup>. Nel triennio 2023-2025 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* attraverso la [piattaforma dedicata](#). Nei primi mesi del 2025 è stata conclusa una procedura di verifica a seguito di segnalazione formale di potenziali violazioni del Codice di Condotta ricevuta nella seconda metà del 2024. Nel corso dell'anno non sono state presentate nuove segnalazioni formali.

### COME GREENPEACE PROMUOVE L'INTEGRITÀ ALL'INTERNO DEL NETWORK

Nel 2025 abbiamo continuato il nostro impegno per 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.

- **Sessioni su integrità e Codice di Condotta:** durante la **riunione del mondo del volontariato**, sono stati organizzati moduli dedicati per sensibilizzare i partecipanti sull'importanza dei valori di integrità e sull'osservanza del Codice di Condotta.
- **Elezione persona di fiducia (PoT) del volontariato:** nella seconda parte dell'anno si sono tenute le elezioni per la PoT eletta dal network del volontariato.
- **Induction per il nuovo staff:** ogni persona che entra a far parte dello staff partecipa 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, Greenpeace conferma l'impegno a costruire una comunità basata su trasparenza, responsabilità e rispetto reciproco, promuovendo un ambiente di lavoro e collaborazione allineato ai nostri valori fondamentali.



## 3. LA STRUTTURA E LE RELAZIONI

### 3.1 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.

**Stakeholder di missione:** l'ambiente, la cittadinanza e le generazioni future.

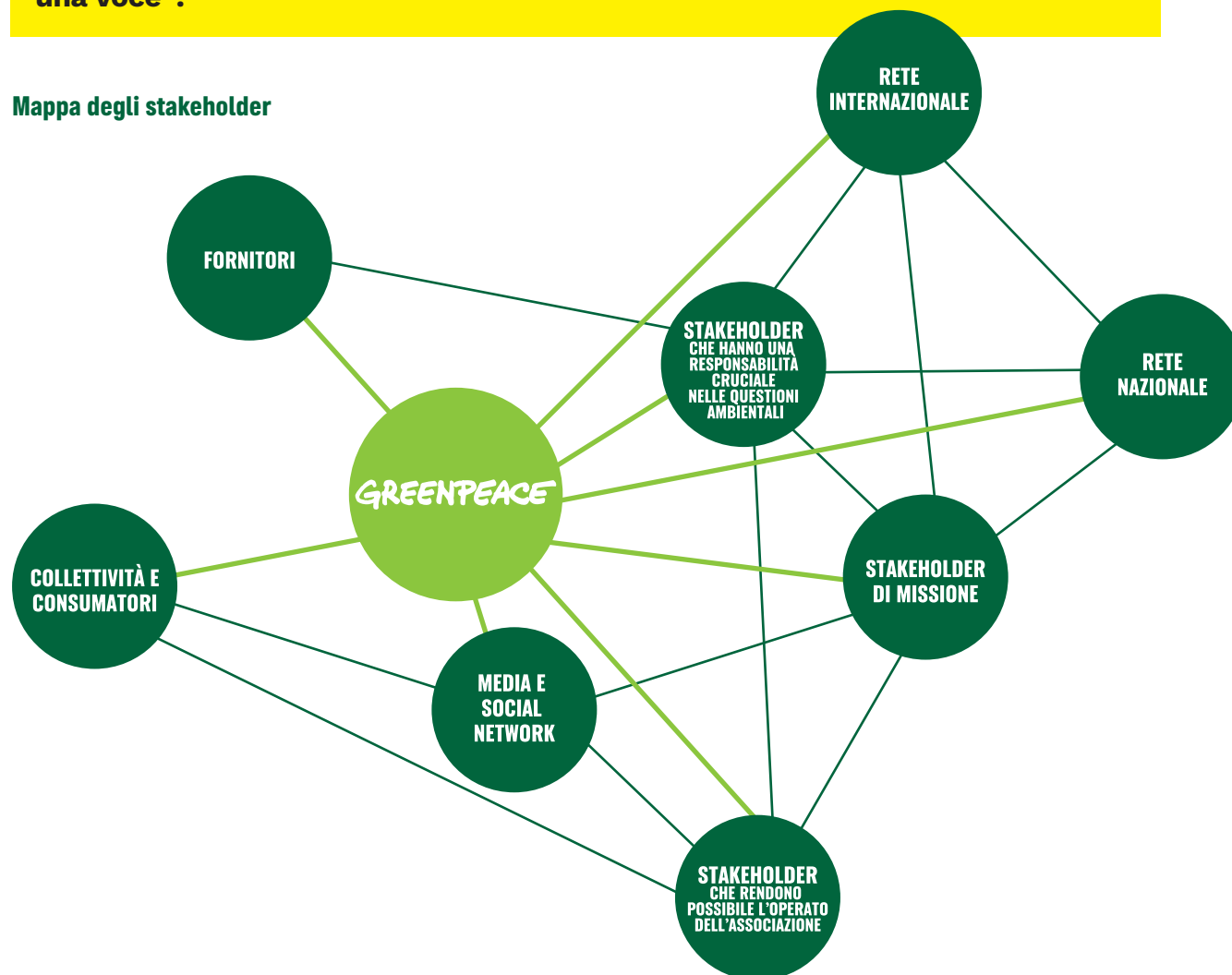
**Stakeholder che rendono possibile l'operato dell'associazione:** sono coloro che hanno un interesse legittimo rispetto alle decisioni e alle politiche dell'organizzazione e/o da cui dipende la sopravvivenza e la sostenibilità dell'organizzazione stessa.

Nel dettaglio, sono rappresentati da:

- **soci e socie** che partecipano al governo dell'associazione;
- tutte le **persone dello staff**, che a seguito della selezione contribuiscono concretamente alle attività;
- **volontarie, volontari, attiviste e attivisti**, che promuovono azioni dirette e nonviolente, divulgano le campagne di Greenpeace e si confrontano con l'ufficio e **cyberattiviste e cyberattivisti** che seguono e supportano le campagne

“Abbiamo ereditato la Terra dai nostri antenati e la lasceremo alle generazioni future. Greenpeace esiste perché questo fragile pianeta merita una voce”.

Mapa degli stakeholder



di Greenpeace, firmando le petizioni e diffondendo su internet le attività dell'organizzazione;

- **i fundraiser**, cioè le persone che cercano donatrici e donatori sul territorio nazionale in modalità *face to face* (il cosiddetto dialogo diretto), nonché le operatrici e gli operatori dei call center che effettuano attività di *tele-fundraising*;
- **Le donatrici e i donatori individuali**, che sostengono finanziariamente l'associazione e ricevono aggiornamenti tramite una *mailing list* e dei programmi di comunicazione dedicati;
- **Rete internazionale**: Greenpeace International e tutti gli altri uffici nazionali e regionali (NROs), ma anche le organizzazioni alleate.
- **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, del disarmo e della pace**: si tratta delle istituzioni, del governo nel suo complesso e del mondo della politica e delle imprese, in particolare di quelle multinazionali. Con queste realtà politiche ed economiche, che hanno un grande impatto sull'ambiente e sulle decisioni che vengono prese in materia di ambiente, Greenpeace comunica attraverso l'invio di comunicati stampa, rapporti, ricerche, ma anche tramite azioni dirette e nonviolente e attività di *lobbying*.
- **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 appro-

fondimenti, i blog pubblicati sul sito dell'associazione e ospitati all'interno di alcuni dei principali siti d'informazione in Italia, allo scopo di aumentare il livello e la qualità del dibattito pubblico sui temi di campagna.

- **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.

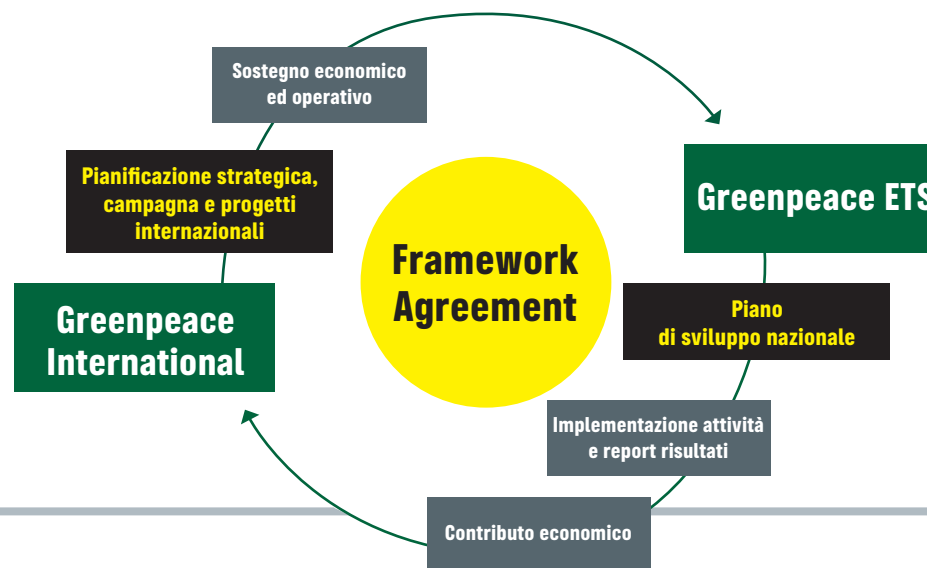
- **Fornitori**: Greenpeace attua precise politiche di trasparenza nei processi di selezione e nei rapporti con i fornitori, che devono garantire comportamenti ecologicamente sostenibili nella produzione. Per ulteriori informazioni è possibile consultare il Capitolo 7 del presente Bilancio Sociale.

### LE RELAZIONI CON LA RETE INTERNAZIONALE

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** (GPI) 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 alla figura internazionale del *development manager*. La relazione di Greenpeace Italia con Greenpeace International è di natura **sia programmatica che di sostegno economico** (vedi il grafico a pag 6) 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.



## 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 per aumentare il livello di trasparenza 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.

### Adesione a iniziative e reti, un confronto continuo

Greenpeace ha partecipato alla fondazione 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 2025 del cosiddetto “Decreto sicurezza” con interventi nel dibattito pubblico così come partecipando a varie manifestazioni. La rete In Difesa

Di si è anche allargata a tematiche come quella dell'ecoativismo: vari membri del network (ARCI, A Sud, Un ponte per...) promuovono progetti ai quale Greenpeace garantisce il proprio apporto in termini di competenze tecnico-legali. 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.

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!** alla quale l'ufficio ha contribuito anche nel 2025. Greenpeace è partner dell'**international campaign to abolish nuclear weapons (ICAN)**, la campagna internazionale per l'abolizione delle armi nucleari. Alla marcia Perugia-Assisi, oltre a un numeroso gruppo di volontarie e volontari e persone dello staff, hanno partecipato anche gli attivisti scalatori di Greenpeace che, in accordo con gli organizzatori, hanno aperto uno striscione pacifista sulle mura della Rocca Maggiore di Assisi.

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 la coalizione **Italia Libera da OGM**.

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): su questa base si sono attivate varie realtà locali della “rete zero PFAS” e Greenpeace ha sostenuto in particolare i nodi in Veneto e Piemonte. A seguito della pubblicazione del report “Acque senza veleni”, Greenpeace ha avuto interazioni con la Regione Umbria (che ha emanato disposizioni per controlli rigorosi sui PFAS) e con Nuove Acque S.p.A., gestore dell'acqua pubblica di Arezzo, per ulteriori campionamenti, anche congiunti, che hanno condotto a risultati più tranquillizzanti relativamente alla presenza di PFAS.

### L'ASCOLTO E IL COINVOLGIMENTO NEGLI ANNI

ANNI	STAKEHOLDER COINVOLTI	METODOLOGIA
2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>Staff, network del volontariato, cyberattiviste e cyberattivisti</li> <li>Donatori e donatrici</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Questionari di soddisfazione e interviste</li> </ul>
2022 2023 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>Assemblea dei soci, staff, network del volontariato</li> <li>Donatrici e donatori</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Report di incontri e interazioni</li> <li>Questionari di soddisfazione e interviste</li> </ul>
2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>Assemblea dei soci, staff, network del volontariato, donatrici e donatori</li> </ul>	

STAKEHOLDER	TEMI CHIAVE E CRITICITÀ EMERSI NELL'ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO	AZIONI MIGLIORATIVE MESSE IN ATTO DALL'ASSOCIAZIONE
STAFF	Necessità di consolidamento dei team di lavoro in seguito alle modifiche nell'organigramma	Percorso di <i>assessment</i> e di consolidamento dell'unità organizzativa avviato con TARA, agenzia di facilitazione esterna, che continuerà nel 2026.
NETWORK DEL VOLONTARIATO	Necessità di rafforzare i gruppi esistenti e ingrandire il network con nuovi ingressi. Adattamento alla nuova piattaforma di comunicazione Slack.	<p>Organizzazione di formazioni e momenti di scambio, accompagnate da mobilitazioni sul territorio. Ricostruzione del team dedicato alla logistica delle attività del network.</p> <p>Organizzazione di formazioni con raccolta di feedback e buone pratiche, condivisione di video pillole sull'utilizzo di Slack.</p>

Greenpeace collabora, poi, con la coalizione **#Cambiamo-Agricoltura** per nuovi modelli di produzione del cibo che rispettino equilibri naturali e comunità rurali. Partecipa anche 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.

In particolare, nel 2025 Greenpeace ha avviato una collaborazione con Legambiente, LIPU e WWF insieme alle quali ha elaborato numerosi documenti critici sul progetto del ponte sullo Stretto, inviando formali denunce alla Commissione Europea e altre istituzioni. Tra questi materiali c'era anche un dossier, inviato alla Corte dei Conti, i cui contenuti sono in gran parte i medesimi delle motivazioni che hanno indotto il controllore dei conti pubblici a non vidimare il progetto stesso.

Nel 2025, la rete **100% Rinnovabili Network**, di cui Greenpeace Italia è tra i fondatori assieme alla fondazione Sviluppo Sostenibile, Kyoto Club, Legambiente e WWF - e che comprende anche la partecipazione di un centinaio tra accademici e ricercatori, esponenti dell'industria, del sindacato e della società civile - ha promosso un convegno (11 marzo 2025) per presentare il documento "Elementi per un'Italia 100% rinnovabile", redatto da 21 accademici e ricercatori italiani e che propone uno scenario energetico basato interamente sulle fonti rinnovabili di cui viene dimostrata fattibilità e convenienza in alternativa a soluzioni avventurose come il ritorno del nucleare.

Nell'ambito del progetto **AMPower**, una collaborazione con la Blue Marine Foundation che punta a una rete efficace di aree marine protette che tuteli il 30% dei nostri mari entro il 2030, Greenpeace ha avuto relazioni con i gestori di nume-



L'artista Laika sostiene Greenpeace con un'opera solidale contro chi vorrebbe mettere a tacere il dissenso.  
© Greenpeace / Francesco Alesi

rose aree protette (Asinara, Torre Guaceto, Ventotene, Bergeggi, Portofino, Punta Campanella, Ustica...). Con molte di queste già da tempo è in corso una collaborazione per il progetto **Mare Caldo** (una rete di sensori che rileva l'impatto dei cambiamenti climatici sul Mediterraneo). Oltre ai gestori, il progetto AMPower ha previsto interazioni con funzionari del ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica, dell'istituto superiore per la Protezione e Ricerca Ambientale (ISPRA) e della Regione Sardegna. In particolare, a Porto Torres si è svolto un incontro tra gli *stakeholder* interessati alla gestione dell'AMP e delle altre aree vicine ricadenti nella rete

Natura 2000. Sempre su questo tema, si è partecipato all'elaborazione di una proposta normativa di aggiornamento della legge sui Parchi (legge 394/1991) promossa da Sergio Costa, vicepresidente della Camera.

Ancora, **le volontarie e i volontari 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.

## 3.2 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 a operare con efficacia e 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**  
<https://shop.greenpeace.it/>

### DEDICA IL TUO TEMPO

Unisciti a noi a livello locale per sensibilizzare, raccogliere fondi e agire per il cambiamento. Ci sono tanti modi per farlo: puoi organizzare eventi e incontri con le amministrazioni locali oppure puoi prendere parte alle nostre azioni coraggiose. Tu come ci vuoi aiutare?



**Trova il gruppo locale  
nella tua provincia e  
segui 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 e sostenitori, volontarie e volontari, attiviste e attivisti e figure 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](mailto:info.it@greenpeace.org)  
Oppure, per i media: [ufficio.stampa.it@greenpeace.org](mailto:ufficio.stampa.it@greenpeace.org)

**Vuoi salire a bordo?**

## 3.3 Organi di governo

La *governance* di Greenpeace è coerente ai dettami della riforma del Terzo Settore<sup>8</sup>. Proprio per adeguarci al Registro Unico Nazionale del Terzo Settore (RUNTS)<sup>9</sup>, in data 26/04/2025 è stato approvato un nuovo **statuto**. Questo non ha modificato la struttura della *governance*: come prima, 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 probiviri o ulteriori comitati con funzioni consultive.

Al 31/12/2025 non sono stati istituiti organismi oltre al **comitato di governance**, formato nel 2023 con voto assembleare e composto da un gruppo di socie e soci supportato dall'Executive Director 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.












<sup>8</sup>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*.

<sup>9</sup>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.



Open Boat a Venezia durante lo "Ship Tour" della Rainbow Warrior.  
© Greenpeace / Francesco Alesi

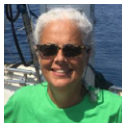
**ORGANI STATUTARI AL 31.12.2025**

	ASSEMBLEA	CONSIGLIO DIRETTIVO	ORGANO DI CONTROLLO
<b>COMPITI</b> 	Organo Sovrano dell'associazione: <ul style="list-style-type: none"> <li>• indica i criteri di gestione;</li> <li>• approva il bilancio di esercizio;</li> <li>• approva il bilancio sociale;</li> <li>• elegge il consiglio direttivo;</li> <li>• nomina l'organo di controllo;</li> <li>• assegna l'incarico alla società di revisione del bilancio</li> </ul>	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
<b>ELEZIONE</b>	Su presentazione di candidatura come da procedura statutaria	Eletto all'interno dell'Assemblea 	Incarico assegnato dall'Assemblea
<b>COMPOSIZIONE</b>	51 persone (3 fondatori, 48 ordinari) 	5 componenti	3 componenti
<b>BILANCIAMENTO DI GENERE</b>	27 uomini 24 donne 	4 donne 1 uomo	3 uomini
<b>ETÀ MEDIA</b>	59 anni 	60 anni	52 anni
<b>DURATA DEL MANDATO</b>	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	
<b>RUOLO DEL PRESIDENTE</b>	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
<b>PROFILO</b> 	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
<b>MODALITÀ CONVOCAZIONE RIUNIONI</b>	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
<b>PERIODICITÀ RIUNIONI</b> 	Solitamente una volta (tasso di partecipazione all'assemblea del 2025: 90%)	Circa 4-6 volte l'anno per: <ul style="list-style-type: none"> <li>• l'approvazione del bilancio</li> <li>• l'approvazione dei piani strategici</li> <li>• la propria autovalutazione e la valutazione del Direttore Esecutivo</li> <li>• la revisione semestrale del bilancio e delle attività</li> </ul>	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
<b>RIUNIONI 2025</b>	Nel corso del 2025 l'assemblea si è riunita 2 volte (in seduta ordinaria e straordinaria il 26/04/2025). Le principali decisioni prese e temi trattati nelle riunioni 2025 sono state: 1. Approvazione del bilancio di esercizio e sociale 2024 2. Modifiche statutarie per l'iscrizione al Registro Unico Nazionale del Terzo Settore.	Nel corso del 2025 il consiglio direttivo si è riunito 5 volte: (27/03/2025, 26/04/2025, 16/05/2025, 24/07/2025, 21/11/2025). Le principali decisioni prese e temi trattati nelle riunioni 2025 sono state: 1. Approvazione del bilancio previsionale di esercizio e sociale 2024 2. Selezione Executive Director 3. Approvazione del piano annuale 2026	Nel corso del 2025 l'organo di controllo 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.
<b>DIRITTI E DOVERI</b> 	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 2025 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 2025 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 31.12.2025



**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 dell'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 secondo mandato nel 2028*



**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 31.12.2025

**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*

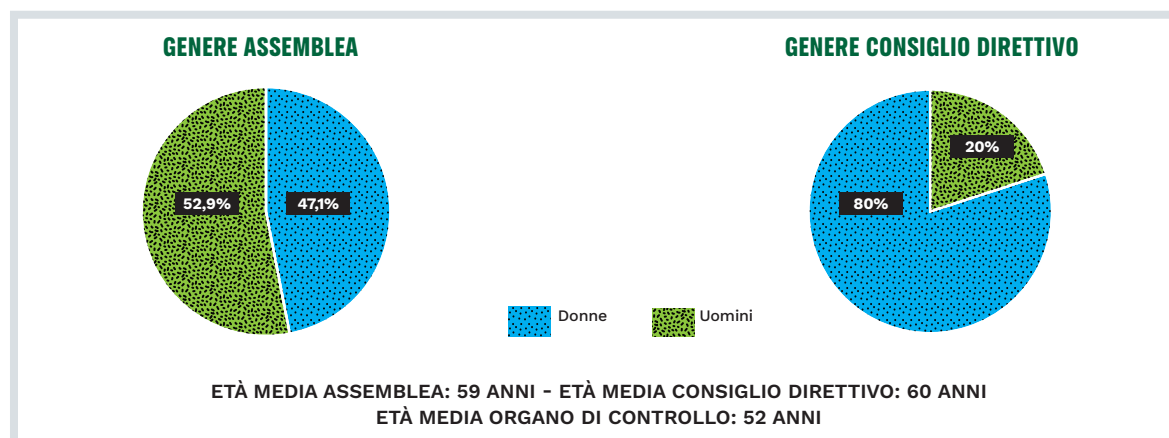
**GUIDO MARTINELLI (Revisore)**  
Laurea in Economia e Commercio. Iscritto all'Albo dei Dottori Commercialisti e al Registro dei revisori legali  
*In carica dal 2020 - scadenza secondo mandato nel 2026*

**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*

## L'Executive Director, la delega ai poteri e la condivisione di criticità

La Direttrice Esecutiva (ED) riceve la delega dei poteri del consiglio direttivo, in quanto il presidente non ricopre in nessun caso il ruolo di amministratore delegato; l'ED esegue, insieme con il *Senior Management Team* (SMT) costituito dalla direttrice della Raccolta Fondi, dalla co-direttrice Programma e dal 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 l'ED 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 l'ED e il SMT, 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 sull'aderenza dell'ordine alla procedura acquisti interna e per verificarne la compatibilità degli standard di produzione con le politiche ambientali dell'associazione.



### DATI SUGLI ORDINI DI ACQUISTO 2025

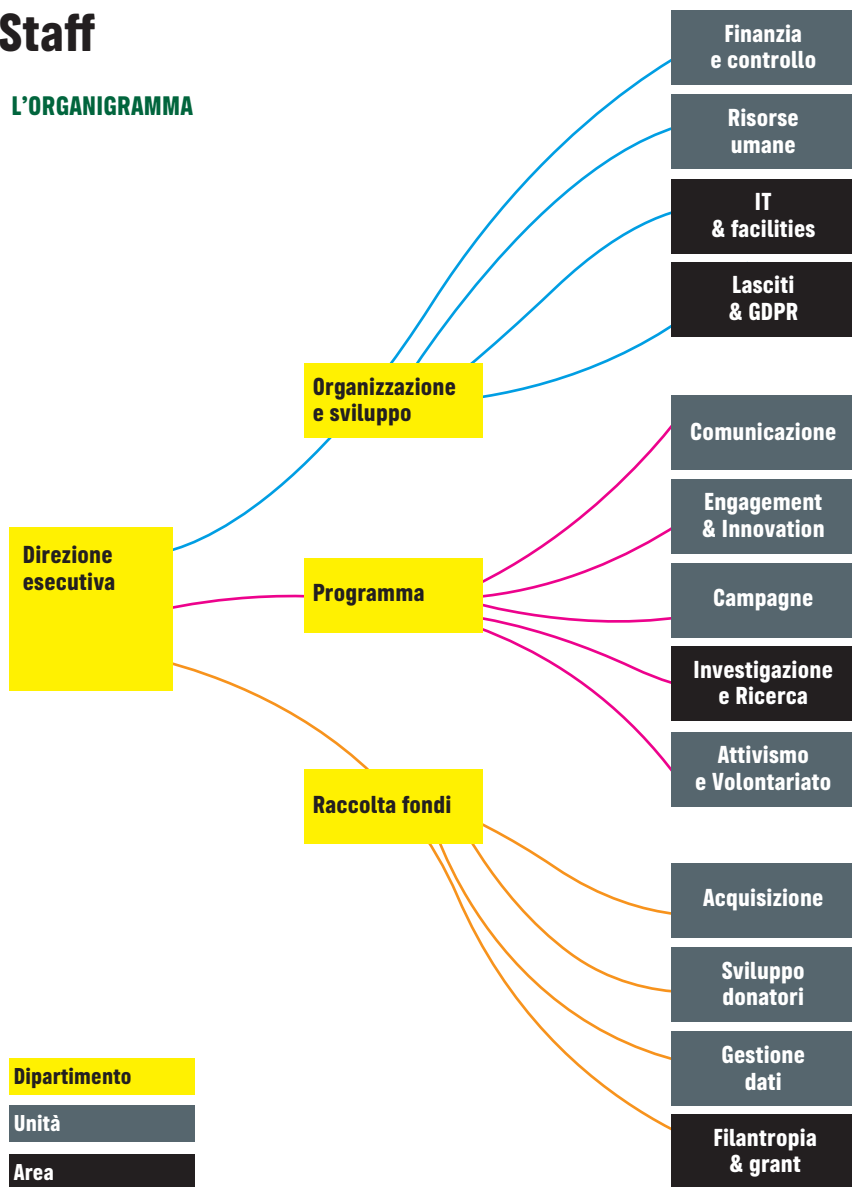
**521**  
ORDINI DI ACQUISTO  
EFFETTUATI

**265**  
FORNITORI CUI È STATO  
ASSEGNATO UN INCARICO

# 4. LE PERSONE CHE RENDONO POSSIBILE IL NOSTRO OPERATO

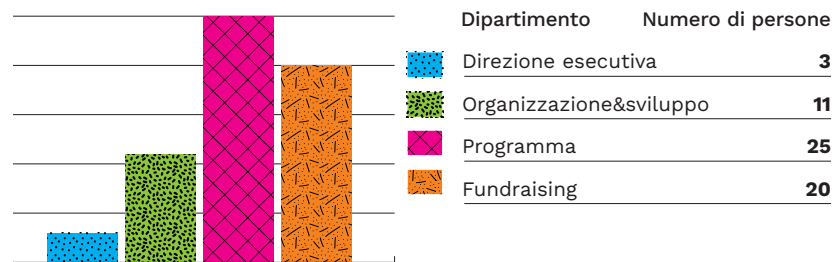
## 4.1 Staff

### L'ORGANIGRAMMA



L'organizzazione è divisa in quattro Dipartimenti: la Direzione Esecutiva, a capo dell'intera struttura; Organizzazione e Sviluppo, l'area che si occupa dei processi finanziari, delle risorse umane e della struttura organizzativa; Programma, che si occupa delle campagne, della comunicazione e della mobilitazione; Raccolta Fondi, che si occupa di reperire le risorse necessarie per sostenere le attività dell'organizzazione.

### DISTRIBUZIONE STAFF DIPENDENTE



Rispetto al 2024, quando si contavano 56 dipendenti, il personale cresce di tre persone, conservando una sostanziale divisione equilibrata tra donne e uomini (+1% uomini rispetto al 2024). Si conferma inoltre una tendenza all'utilizzo prevalente (90%) di contratti a tempo indeterminato (rispetto al 95% nel 2024) e full time (85% nel 2025, 86% nel 2024).

### TOTALE STAFF DIPENDENTE<sup>10</sup>

59

ETÀ MEDIA 43 ANNI

♀ 51%

♂ 49%

### CONTRATTO A TEMPO INDETERMINATO

53

1 DIRIGENTE  
3 QUADRI  
49 IMPIEGAT\*

45 TEMPO PIENO  
8 TEMPO PARZIALE

### CONTRATTO A TEMPO DETERMINATO

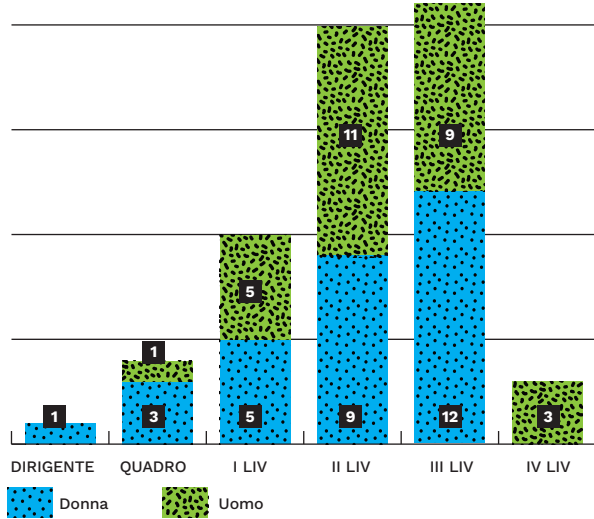
6

1 QUADRO  
5 IMPIEGAT\*

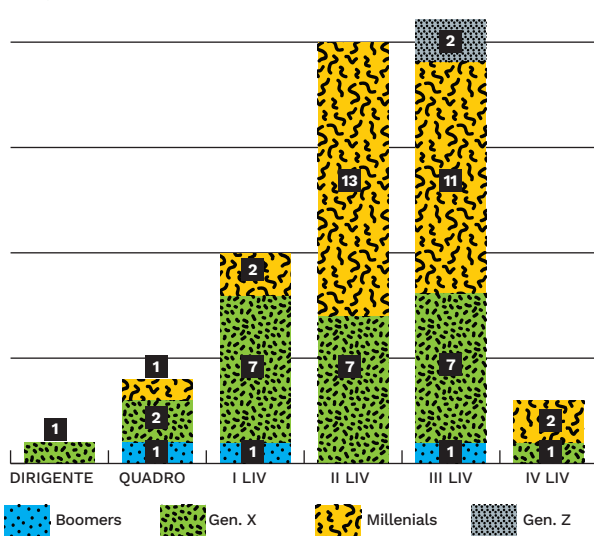
5 TEMPO PIENO  
1 TEMPO PARZIALE

<sup>10</sup>Quest'anno non sono stati inseriti i dati relativi ai contratti di collaborazione coordinata e continuativa in quanto risultano marginali rispetto alla larghissima maggioranza dei contratti da dipendente, sia a tempo determinato, sia indeterminato.

## INQUADRAMENTO & GENERE



## INQUADRAMENTO & GENERAZIONI\*



\* Boomers (nat\* tra il 1946 e il 1964), Generazione X (nat\* tra il 1965 e il 1980), Millennial (nat\* tra il 1981 e il 1996), Generazione Z (nat\* tra il 1997 e il 2012).

Rispetto l'inquadramento contrattuale e il genere binario uomo/donna, si può notare una prevalenza di donne nei ruoli *Executive* [Executive Director, Senior Management Team] seguiti da una sostanziale eguaglianza nel Middle Management Team. I ruoli di *line manager e/o specialist* di area sono sostanzialmente bilanciati in modo speculare tra il II e III livello. Chiude il quadro una prevalenza di uomini nei ruoli più operativi esecutivi al IV livello.

Rispetto all'inquadramento contrattuale e all'età anagrafica, si può notare una prevalenza di Millennial, specialmente nei ruoli *line manager e/o specialist* di area, ma presenti in ogni fascia dal quadro al IV livello. Segue la

Generazione X, con una presenza costante dalla Direzione al IV livello. I Boomer e la Generazione Z sono poco rappresentati.

## Le politiche di reclutamento e di selezione

Rispetto al 2024, rimane costante il numero delle persone che lasciano l'organizzazione (5 persone), mentre aumentano le nuove assunzioni da 3 persone nel 2024 a 8 nel 2025. Nel 2025, dopo 16 anni, c'è un cambio di persona nel ruolo di *Executive Director*. Non si segnala sotto nel grafico "assunzioni 2025", perché viene ricoperto da una persona interna già presente in organico.

## ASSUNZIONI 2025



## CESSAZIONI 2025





In tutte le nostre *vacancy* è sempre presente un paragrafo che esplicita l'equità, la diversità e l'inclusione verso qualsiasi identità di genere, cisgender o transgender. Chiediamo, inoltre, a ogni persona di leggere il nostro Codice di Condotta, prima di candidarsi.



Ci impegniamo a rispondere a tutte le candidature che riceviamo, per confermare l'avvenuta ricezione della candidatura e dare alcune indicazioni di massima sulle tempistiche di svolgimento del processo di selezione.



*Blind recruitment*: anonimizziamo tutte le candidature in fase di screening (eliminiamo tutti i dati relativi a età e genere ed eventuali immagini), nell'intento di ridurre il rischio di potenziali *bias* e/o preconcetti nella valutazione dei profili.

## Employer branding

Continua il lavoro di rafforzamento dell'*Employer branding* di Greenpeace Italia. Nell'ottica di condividere i momenti importanti della nostra vita organizzativa, sono state create delle *welcome aboard card* per celebrare i nuovi arrivi a Greenpeace.

Nel 2025 si sono aperti 6 processi di selezione, di cui 5 completati con assunzione. Un processo di reclutamento è stato chiuso per nuove sopraggiunte valutazioni organizzative. I 5 processi di selezione hanno riguardato: due il Programma (Co-direttrice Programma e *Head of Programme* Biodiversità), due il Fundraising (*Philanthropy Manager* e *Retention & De-*

*velopment Referent*) e una posizione in Organizzazione e Sviluppo (Assistente Amministrativo Grant e Progetti).

Nel 2025 ci sono stati 5 processi di *offboarding*, soltanto in tre casi è stato possibile procedere con l'intervista di uscita. Questo strumento è utile per comprendere le aree di maggiore soddisfazione e insoddisfazione circa l'esperienza lavorativa all'interno dell'organizzazione e anche le possibili cause dell'uscita soggettive e a carico dell'organizzazione. Su autorizzazione della persona in uscita, l'intervista viene letta da tutta la linea manageriale, inclusa l'*Executive Director*. Questi documenti sono anonimizzati dopo 12 mesi, come da Regolamento UE 2026/679 e successivi.



## INDICATORI RECLUTAMENTO/SELEZIONE

210 **TOTALE CANDIDATURE RICEVUTE/CANALI**

<b>SITO GREENPEACE</b>	<b>LINKEDIN</b>
4.605 VIEWS	22.686 PERSONE
3.302 PERSONE	RAGGIUNTE DAL POST
	1.569 CLICK DA POST

23 **TOTALE PERSONE INTERVISTATE**

18 **PERSONE STAFF COINVOLTE PANEL SELEZIONE**

90 gg **DURATA MEDIA OGNI PROCESSO DI SELEZIONE (DALLA VACANCY ALL'ASSUNZIONE)**



## Le politiche interne

Le politiche di miglior favore		
	<p>Fino a 20 giorni lavorativi retribuiti di congedo di paternità fino ai primi 6 anni di età del* bambin*</p>	
	<p>Possibilità di fruire delle ore di permesso anche non in gruppi di 4 o 8 ore e parità di trattamento su monte ore annuo, anche per neo assunti.</p>	
	<p>Servizio di <i>counselling</i> per il benessere organizzativo (<i>Green Counselling</i>) gratuito per ogni dipendente di Greenpeace per condividere con professionist* situazioni stressanti che possono verificarsi nella vita professionale o personale all'interno di uno spazio sicuro e confidenziale.</p>	
	<p>Per 3 mesi di congedo parentale, integriamo l'indennità corrisposta dall'INPS aggiungendo il 20% della retribuzione</p>	
	<p>Congedo retribuito per lutto, fino a tre giorni, senza certificare l'esistenza di un legame di parentela e senza certificato attestante la scomparsa della persona cara.</p>	
	<p>Ingresso senza timbratura e flessibilità di 1 ora, per la presenza giornaliera.</p>	<p>Fino al 50% dei giorni lavorativi da remoto nell'arco di un mese. Periodi più ampi vengono riconosciuti nei casi in cui la condizione medica lo renda preferibile o in periodi circoscritti e su autorizzazione del management.</p>
	<p>Per 1 giorno di malattia, non è necessario il certificato medico. Greenpeace decide di non diminuire la retribuzione dopo il secondo evento di malattia per tutte le persone, anche neoassunte.</p>	
		<p>Buoni pasto elettronici da 7 euro al giorno, riconosciuti per tutti i giorni lavorativi anche a tutte le tipologie di part time e anche in caso di lavoro da remoto. Non vengono erogati solo in caso di assenza prolungata per oltre un mese.</p>

## Trattamento retributivo del personale dipendente

Per tutto il personale dipendente si applica il CCNL per le aziende del Terziario, Distribuzione e Servizi. In relazione agli aumenti dei minimi previsti per l'anno 2025 dal 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.

La struttura delle retribuzioni è di seguito esposta evidenziando per ogni categoria e livello CCNL la RAL minima e quella massima e il numero delle persone con il medesimo inquadramento.

CCNL TERZIARIO		
LIVELLO	RETRIBUZIONE ANNUA LORDA FTE (€)	NUMERO PERSONE
DIRIGENTE	85.000	1
QUADRO	55.000 - 60.893	4
I	41.774 - 48.827	10
II	31.393 - 39.566	20
III	27.858 - 34.679	21
IV	25.436 - 25.726	3

La forbice retributiva, che rileva il divario retributivo esistente tra la retribuzione annuale lorda massima e quella minima nell'organizzazione, si assottiglia con un valore **al di sotto di quattro** e comunque sempre ben al di sotto del valore massimo di otto, come prescritto dal Codice del terzo settore.

INDICATORE ART.8 CODICE DEL TERZO SETTORE	2025	2024	2023
FORBICE RETRIBUTIVA	3.30	4.05	4.12

## La formazione e lo sviluppo

Nel 2025 aumentano gli investimenti nella formazione del personale di circa 18 mila euro. Si tratta di un importante incremento rispetto ai due anni precedenti (nel 2024 erano circa 62 mila euro e nel 2023 circa 40 mila). Continua l'investimento sul *coaching* e particolare attenzione nel 2025 è stata posta al processo di *change management* e alla metodologia *agile*.

PROVENIENZA DEI FONDI PER LE FORMAZIONI	INVESTIMENTO ECONOMICO
Greenpeace Italia	29.809 €
JEDIS Global Project (Greenpeace International)	26.419 €
Digital Transformation Fund (Greenpeace International)	24.705 €
TOTALE	80.973 €

TEMA DELLA FORMAZIONE	INVESTIMENTO ECONOMICO
Agile Training	24.705 €
Change Management	21.368 €
Skillshare network internazionale	15.000 €
Fundraising	5.391 €
Digital Marketing	4.323 €
Coaching	3.406 €
Competenze linguistiche	2.489 €
People & Culture	2.289 €
Engagement & Innovation	1.038 €
Sicurezza	537 €
Rapid Response	427 €

## Change Management

Nel 2025 la società partner *Tara Facilitazione* ha accompagnato Greenpeace Italia a mappare il sistema interno, individuando *blocchi e punti di forza*. Lavoro utile per allineare la visione e individuare insieme *le leve di sblocco*. Si è partiti quindi da una visione condivisa di *sistema Greenpeace Italia*. Il lavoro si concluderà con il disegno di un percorso, che riguarderà tutto il 2026, con l'individuazione di "cantieri verticali" e "cantieri orizzontali" e spazi di confronto. Il percorso nasce da un forte impegno e confronto costante con il *top management* e prevede il coinvolgimento di ogni livello dell'organizzazione.

## Metodologia agile

In collaborazione con la società partner *Better Change* si esplorano gli *asset* organizzativi che possono determinare impatto all'interno dell'organizzazione. L'obiettivo è disegnare un percorso condiviso e delineare i cambiamenti auspicati passando per la mappa culturale che caratterizza l'utilizzo del metodo *agile* [vedi figura a sinistra]. Metodo utilizzato, una formazione on line interattiva di otto ore per un gruppo trasversale di circa 25 persone di staff e management. La società accompagnerà un team cross funzionale con un *coaching* agile che lavorerà a stretto contatto con *Scrum Master* e *Product Owner* su un progetto specifico.

## La cura e il benessere

### Green Counselling

Dal 2022, Greenpeace ha attivato il *Green Counselling*, un supporto per il benessere organizzativo che contribuisce allo sviluppo di una cultura salutogenica di base, previene conseguenze negative o disfunzionali derivanti da eventi stressanti che possono accadere nella vita personale dello staff e delle organizzazioni.

Lo scopo di questo servizio è di fornire supporto e potenziare la collaborazione all'interno del contesto lavorativo, facilitando la creazione di relazioni costruttive e stimolanti nei gruppi di lavoro.

**GREENPEACE** Greenpeace in collaborazione con l'Istituto Europeo di Psicotraumatologia e Stress Management ha attivato

**IEP**  
Istituto Europeo di Psicotraumatologia e Stress Management  
psicotraumatologia.org

## "Green Counselling"

### Servizio di supporto del benessere del proprio personale

**VUOI FISSARE UN COLLOQUIO?**

**STEP 1**  
Invia una mail all'indirizzo [greencounselling@psicotraumatologia.org](mailto:greencounselling@psicotraumatologia.org) utilizzando la tua mail di Greenpeace con indicato un recapito telefonico dove potremo contattarti

**STEP 2**  
Entro 24 ore un\* professionista dello IEP ti contatterà per fissare il colloquio

**STEP 3**  
Scegli la modalità con cui effettuare il colloquio: in presenza, online oppure via telefono

**IMPORTANTE**  
Il colloquio di counselling è tutelato dal segreto professionale.  
Ogni percorso prevede un massimo di 5 incontri.

Per maggiori informazioni contattaci alla mail:



Il servizio sostiene le singole persone nel superare momenti di particolare difficoltà personali e professionali.

Non si tratta di supporto psicoterapeutico, ma sostiene la persona fino a sette incontri in una situazione specifica e circoscritta.

### 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 personale incaricato dell'attuazione delle misure di prevenzione incendi e lotta antincendio, di evacuazione dei luoghi di lavoro in caso di pericolo grave e immediato e del salvataggio di primo soccorso o, comunque, di gestione dell'emergenza;
- individuando due preposti;
- eleggendo il 29/02/24 il Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza;

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<sup>11</sup>.

<sup>11</sup>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.

GREEN COUNSELLING	CONTATTI	PERCORSI	ORE	TENDENZE	TEMATICHE
dal 2022 al 2024	<b>37 PERSONE</b> HANNO CONTATTATO IL SERVIZIO	<b>32 PERSONE</b> HANNO EFFETTUATO DA 1 A 7 INCONTRI	<b>120 ORE</b> DI ASCOLTO	<b>72% DONNE</b> <b>28% UOMINI</b> 47% MILLENNIAL 25% < 1 ANNO SENIORITY 25% 1-3 ANNI SENIORITY	RELAZIONI MANAGERIALI INCERTEZZA CONFLITTI
2025	<b>6 PERSONE</b> HANNO CONTATTATO IL SERVIZIO	<b>4 PERSONE</b> HANNO EFFETTUATO DA 1 A 7 INCONTRI	<b>26 ORE</b> DI ASCOLTO	<b>69% DONNE</b> <b>31% UOMINI</b> 41% MILLENNIAL 25% < 1 ANNO SENIORITY 25% 1-3 ANNI SENIORITY	PERSONALI DINAMICHE DI TEAM MANAGERIALI INCERTEZZA

## 4.2 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 (GL) 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 GL di volontariato sostengono, su autorizzazione e per conto di Greenpeace, vengono incluse nel bilancio dell'associazione.

**L'attivismo, abbracciando le campagne e gli obiettivi dell'organizzazione, impegna il volontario in azioni creative che rifiutano il ciclo della violenza e si oppongono in modo determinato a soprusi e ingiustizie.** L'attivismo rimane un elemento importante delle campagne di Greenpeace. Anche durante il 2025, l'organizzazione ha proposto opportunità di formazione su temi specifici, mirate a sviluppare competenze pratiche e rafforzare la coesione del network. Questi incontri, generalmente svolti nei fine settimana, offrono momenti di confronto e apprendimento. Per favorire una partecipazione più accessibile, è stato introdotto il rimborso delle spese di viaggio per le persone partecipanti, con l'obiettivo di rendere il coinvolgimento nell'attivismo più inclusivo e sostenibile.

### Persone attive nel 2025

- **25 Gruppi Locali (GL)** sul territorio nazionale, presenti in tutte le regioni a eccezione di Valle d'Aosta, Trentino-Alto Adige, Molise, Basilicata e Sardegna.
- **250 persone** risultano attive nel network di volontariato e attivismo e la maggior parte sono iscritte alla piattaforma

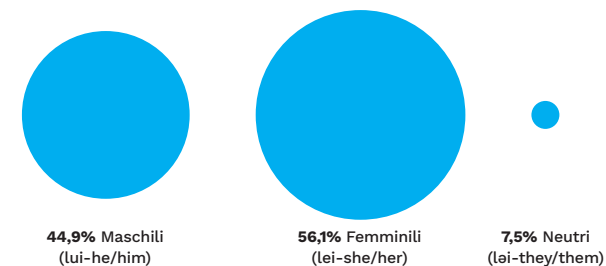
di comunicazione interna per il network *Slack*. 90 di queste sono "strutturali", quindi iscritte al registro del volontariato.

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)**.

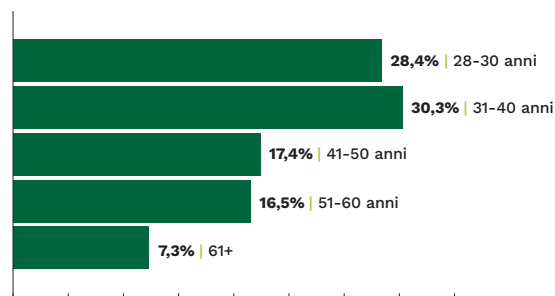
Il 2025 è stato positivo per i Gruppi Locali di volontariato. Infatti, a fronte di 48 persone che hanno smesso di essere attive, 77 hanno fatto il loro ingresso. A fine anno i GL contano 205 persone. Inoltre, il team di Formazione alla Nonviolenza ha registrato due nuovi ingressi e si è ricostituito il team specialistico di logistica.

### IDENTITÀ DI GENERE/PRONOME

consentite più di una scelta



### FASCIA DI ETÀ



**AMMONTARE TOTALE DEI RIMBORSI A PERSONE VOLONTARIE**

€ 5032,81

**NUMERO DI PERSONE CHE NE HANNO USUFRUITO**

35



### Formazione, mobilitazione e interventi sul territorio

#### INCONTRI NAZIONALI DI FORMAZIONE E CONDIVISIONE

**1 INCONTRO NAZIONALE "GREENDAYS25"** Incontro di tre giorni che ha coinvolto il network di volontariato e attivismo in un confronto diretto con lo staff. L'incontro nazionale chiamato "Greendays" si è svolto dal 26 al 28 Settembre 2025, con la partecipazione di **47 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.

Le sessioni hanno riguardato i cambiamenti organizzativi e la visione strategica di Greenpeace Italia, workshop di co-creazione delle attività prioritarie, sessione di raccolta feedback sulla piattaforma Slack, *Integrity System e Person of Trust (PoT)*, condivisione di esperienze e buona pratiche tra le diverse anime di Greenpeace, creazione di contenuti per le pagine social.

**2 INCONTRI DI FORMAZIONE ALLA NONVIOLENZA** Due incontri dedicati alla formazione alla nonviolenza, organizzati a **marzo e ottobre 2025**, 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 **41 tra volontari e volontarie** provenienti da **11 Gruppi Locali**, **4 persone dello staff** e **1 del Dialogo Diretto**.

**1 WORKSHOP RAPID RESPONSE** Workshop di due giorni a cui hanno preso parte circa 20 persone fra volontariato e staff dedicato alla **Rapid Response**, per rafforzare la capacità di intervenire in modo tempestivo, sicuro ed efficace in contesti di emergenza climatica e ambientale.

## Formazione e coinvolgimento nelle campagne

Nel 2025, 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 e le volontarie hanno organizzato eventi sui territori, col fine di divulgare i dati raccolti con l'indagine "Acque senza veleni". I risultati sono stati anche portati in diverse piazze, con dei totem che presentavano i dati a livello regionale. Volontarie e volontari hanno inoltre contribuito ad attività di mobilitazione come "Time to Resist", proiettando in strada il trailer del documentario "Il prezzo che paghiamo" e organizzandone le proiezioni. Una tipologia di formazione trasversale alle campagne, di tipo organizzativo e logistico, ha continuato a rappresentare un perno del percorso di crescita del volontariato: in particolare la Formazione alla Nonviolenza ha avuto una grande partecipazione.

## Partecipazione a eventi nazionali

### Dove, cosa e con chi - Le attività dei Gruppi Locali nel 2025



Nel corso del 2025, il volontariato ha preso parte a diverse mobilitazioni di rilievo. La tabella riporta i dati relativi alle attività realizzate nel corso dell'anno da tutti i gruppi locali della Penisola. Molti degli appuntamenti sono stati organizzati con realtà locali e rivolte principalmente alla popolazione nelle prossimità della città del gruppo locale. Altri appuntamenti invece sono di rilievo nazionale e si possono suddividere in due gruppi: iniziative esterne a cui l'organizzazione ha aderito facilitando la partecipazione del volontariato e mobilitazioni sul territorio italiano organiz-

zate da Greenpeace Italia che hanno visto il coinvolgimento di più Gruppi Locali in una o più città.

### Manifestazioni nazionali a cui Greenpeace ha aderito

- 8 marzo 2025 - Manifestazione nazionale per la Giornata internazionale della donna a Roma
- 31 maggio 2025 - Manifestazione nazionale contro il DDL "Sicurezza" a Roma
- 4 ottobre 2025 - Manifestazione nazionale a sostegno del popolo palestinese e della Global Sumud Flotilla a Roma
- 21 giugno 2025 - Manifestazione nazionale contro la guerra, il riarmo, il genocidio e l'autoritarismo a Roma
- 14 ottobre 2025 - Manifestazione nazionale "Show Israel the red card" a Udine
- 28-29 novembre 2025 - Mobilitazioni nazionali a sostegno del popolo palestinese
- 12 ottobre 2025 - Marcia per la Pace PerugiaAssisi

### Mobilitazioni nazionali organizzate da Greenpeace Italia

- Mobilitazione PFAS - Diffusione dati "Acque Senza Veleni"
- Proiezioni del documentario "Il prezzo che paghiamo"
- Open Boat, all'interno dello Ship Tour a Venezia
- Mobilitazione "Time to Resist"
- Greendays25 (incontro nazionale del volontariato)
- Climate Pride

### Interventi sul territorio

**La nave rompighiaccio di Greenpeace "Arctic Sunrise" è stata impegnata nel tour europeo "Stop fossil gas" attraverso il Mar Mediterraneo**, con l'obiettivo di accendere il dibattito pubblico sul sistema energetico europeo, mettere in discussione la dipendenza dal gas fossile e promuovere una giusta ed equa transizione ecologica. L'Arctic Sunrise è stata ancorata a Venezia, dove in occasione di un "open boat" circa 650 persone hanno visitato la nave e seguito le attività proposte all'interno dell'attiguo "Greenpeace Village". All'evento hanno partecipato 26 tra volontarie e volontari provenienti da 11 Gruppi Locali, che hanno poi fornito feedback molto positivi tramite survey: 87,5% di valutazioni generali

positive, con il 62,5% delle persone che si sono definite entusiaste dell'esperienza.

Nel novembre 2025, il network del volontariato è stato attivato per un **intervento di rapid response in Friuli Venezia Giulia**. Per una settimana, i volontari e le volontarie hanno operato a Versa, in provincia di Gorizia, 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.

## Engagement online

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 **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

## Piramide dell'engagement



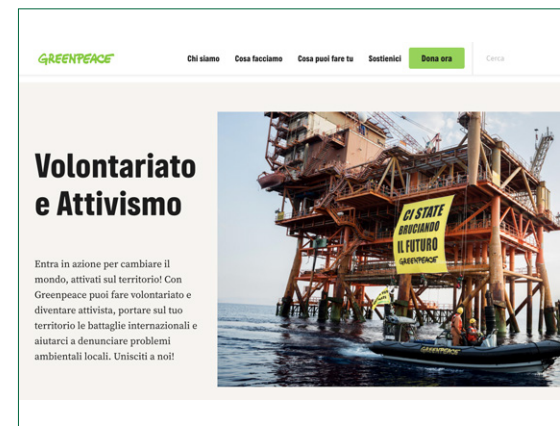
dei dati, metodologie associate, ai fini della promozione e realizzazione delle campagne: “L’urgenza della crisi climatica richiede di avere il maggiore impatto possibile, rafforzando anche la nostra capacità di essere reattivi e agire con equità. La tecnologia è un percorso per la rete di Greenpeace 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” già 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 (vd. Capitolo 5.2, in particolare il paragrafo sui risultati media). 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 alla progressiva digitalizzazione delle attività di tutto l’ufficio. **Un processo di Digital Transformation (DX) all’interno del quale la nuova unità ha mantenuto un ruolo di leadership per l’ufficio italiano, assumendo quello di contatto a livello globale.**

## LA DIGITAL TRANSFORMATION A GREENPEACE ITALIA

Il primo passo del processo di digitalizzazione è stato fatto nel 2022, con il **Digital Maturity Assessment (DMA)**, 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** investendo nella formazione dello staff. 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*.

**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 rinnovamento di Planet 4 (layout del sito di Greenpeace), un progetto pilota di coinvolgimento nel volontariato offline di contatti provenienti dal database digitale, un test sperimentale



tale sull’uso di WhatsApp come canale di *engagement* e **significativi progressi nella governance dei dati** (con la creazione di un team interdipartimentale e la scelta della piattaforma di Business Intelligence) sono stati i risultati più importanti. Confermati, a fine 2024, dal terzo *Digital Maturity Assessment*, con valutazioni ancora in crescita rispetto all’anno precedente.

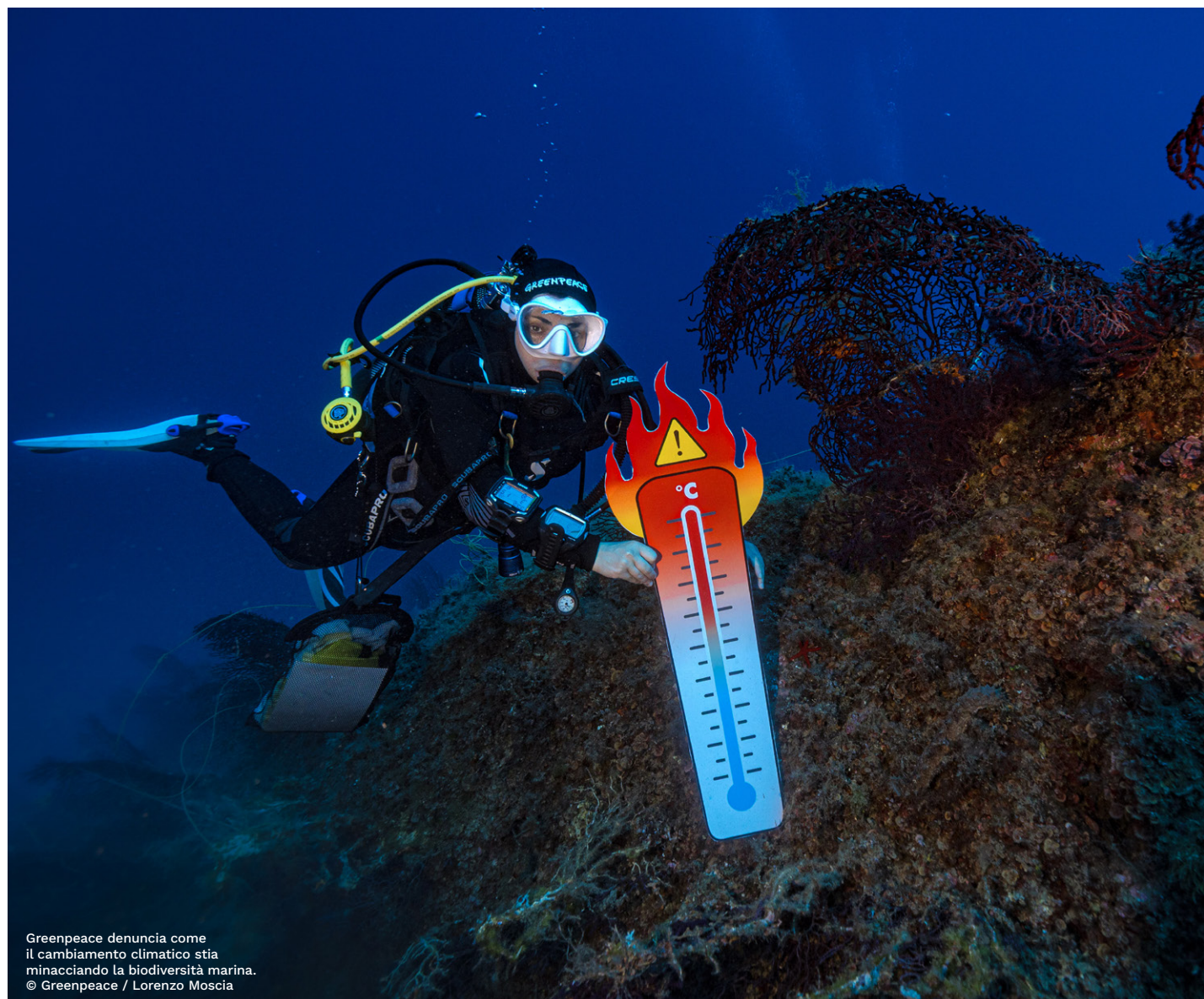
**A partire da inizio 2025**, con l’avvio del rinnovamento dell’area di Programma (vedi Capitolo 5.1-5.2), **l’accento ha iniziato a spostarsi sulla metodologia Agile e sulla promozione di una cultura dell’impatto** che rappresentano obiettivi avanzati della *Digital Transformation*. Grazie ai fondi ricevuti dal DXSC, sono stati fatti progressi sull’installazione della nuova Business Intelligence mentre, a fine anno, un gruppo di circa 25 persone provenienti da tutti i dipartimenti ha partecipato a una formazione sui fondamenti del metodo Agile. A dicembre 2025, **il quarto Digital Maturity Assessment** ha visto la partecipazione di 40 persone (come l’anno precedente), con risultati sostanzialmente in linea: in crescita, in particolare, le aree *Data, Reporting and Insight* e *Budget* così come quella *Learning*; in calo, al contrario, *Recruitment, Leadership* e *Comunicazione*.

## 5. CAMPAGNE E PROGETTI

### 5.1 Il programma di Greenpeace

**Il Programma di Greenpeace è da diversi anni il terreno di incontro e sperimentazione tra le funzioni solitamente divise tra Campagne, Comunicazione ed Engagement.** Una dinamica rafforzata dal documento di TechVision e dal processo di Digital Transformation che ne è scaturita (vd. box nel paragrafo 4.2): se la trasformazione digitale ha lo scopo di amplificare – grazie a un uso sempre più sapiente della tecnologia – il potere degli agenti di cambiamento (il “People Power” sopra descritto), questo implica la ricerca di nuovi modi di lavorare tra le componenti che concorrono a tale obiettivo.

**Tale processo di convergenza e integrazione ha una lunga storia,** con diverse tappe che si ispirano all’esperienza del progetto “Green My Apple” del 2007 (che aveva come target l’omonima azienda fondata da Steve Jobs), quando anche Greenpeace Italia inizia a sperimentare nuovi modi di fare campagna, introducendo l’*engagement* digitale nelle sue pratiche. Una spinta che si intensifica, a livello globale, di pari passo con la riflessione sul “fallimento” della Conferenza sul clima di Copenhagen (COP15), nel 2009, e sulla necessità da parte di Greenpeace di innovare il suo approccio attraverso l’ascolto sistematico delle *audience* e il test di differenti narrative. Sfruttando in questo modo i vantaggi della comunicazione circolare per adeguare la progettazione delle campagne alle aspettative di attivisti, volontari e semplici cittadini interessati.



Greenpeace denuncia come il cambiamento climatico stia minacciando la biodiversità marina.  
© Greenpeace / Lorenzo Moscia

## 5.2 L'area programma

### La co-direzione e la nuova organizzazione dell'Area Programma

Nel 2024 Greenpeace Italia ha avviato una riorganizzazione dell'Area Programma, i cui effetti si sono sviluppati nel corso del 2025. La scelta principale è stata affidare la guida dell'area a una co-direzione, con l'obiettivo di **rafforzare l'integrazione tra campagne, comunicazione ed engagement**. Questa ristrutturazione nasce dall'esigenza di rendere il Programma più unificato, efficiente e capace di sostenere gli obiettivi dell'organizzazione, migliorando l'allineamento strategico tra le attività, l'uso delle risorse e la capacità di risposta alle priorità. Nel nuovo assetto, la co-direzione definisce le priorità comuni e coordina il portfolio dei progetti, per garantire un lavoro più integrato tra le diverse unità. **La nuova Area Programma è organizzata in quattro unità, guidate da quattro Head of Programme:**

- **Clima e Pace**, che lavora sulle crisi climatica e dei conflitti, sul contrasto alle aziende fossili e militari, e sulle attività di investigazione e ricerca;
- **Biodiversità**, che riunisce il lavoro su mare, inquinamento, foreste e sistemi alimentari;
- **Comunicazione**, con il compito di rafforzare la comunicazione pubblica e il supporto ai progetti prioritari;
- **Engagement & Innovazione**, focalizzata sul coinvolgimento delle persone e sull'innovazione degli strumenti e delle modalità di partecipazione.

#### INVESTIGATION & RESEARCH

L'unità Investigations & Research è una **funzione strategica che supporta il Programma**, con l'obiettivo di assicurare che le attività pubbliche di Greenpeace Italia si basino su evidenze, analisi indipendenti e rigore metodologico.

Nel 2025 il team è confluito nell'unità Clima e Pace e ha continuato a **trasformare dati e informazioni in contenuti utili per l'advocacy, la mobilitazione e il confronto con i decisori pubblici**. Questo lavoro rafforza la capacità di Greenpeace Italia di portare all'attenzione pubblica **fatti e responsabilità**, consolidandone il ruolo come fonte autorevole e indipendente. Le attività dell'unità seguono principi condivisi a livello internazionale nel network Greenpeace, a tutela dell'accuratezza, verificabilità e indipendenza delle informazioni diffuse.

Proiezione sul Ghiacciaio  
Presenza per denunciare come  
il cambiamento climatico  
contribuisca al suo scioglimento.  
© Greenpeace / Francesco Alesi



Alcuni aspetti della riorganizzazione, in particolare quelli legati al **Coordinamento Nazionale Attivismo e Volontariato** (CNAV), sono stati rinviati a un approfondimento successivo, con sviluppi previsti nel 2026.

### Come opera l'Area Programma

L'Area Programma lavora attraverso un modello di coordinamento che punta a garantire **allineamento strategico e rapidità operativa**.

La co-direzione e gli *Head of Programme* definiscono in

modo regolare le priorità, monitorano l'avanzamento dei progetti e aggiornano la pianificazione delle attività, anche in relazione agli sviluppi esterni. A questo si affiancano momenti di confronto più ampi con altre funzioni dell'organizzazione, per assicurare coerenza tra Programma, comunicazione, engagement e fundraising. Sul piano editoriale e dei contenuti, Greenpeace Italia continua a sviluppare un lavoro coordinato e trasversale tra dipartimenti, con particolare attenzione alla qualità dei contenuti, alla capacità di intervento sull'attualità e al rafforzamento dei canali digitali. In questo quadro:

- il **Social & Content Team** contribuisce a integrare obiettivi di coinvolgimento, comunicazione e raccolta fondi, in linea con il percorso di trasformazione digitale dell'organizzazione;
- 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.

## 5.3 Campagne e progetti

### Il Programma globale: cambiamento desiderato e obiettivi

Le campagne e i progetti portati avanti in Italia fanno riferimento, nella quasi totalità, al Programma Globale di Greenpeace. Il **“Global Programme Plan 2025-27” (GPP)** illustra dettagliatamente la visione di Greenpeace del cambiamento per gli anni a venire. Ribadisce l'importanza, nella sua teoria del cambiamento, di ispirare le persone a unirsi all'organizzazione e ad avere un impatto attraverso donazioni, parole di conforto, tempo libero o cambiamenti comportamentali, sempre nell'ottica del “People Power”.

Il portfolio dei progetti del Programma Globale di Greenpeace cerca di raggiungere i suoi obiettivi secondo tre filoni strategici - **Socio-Economico, Clima ed Energia, Biodiversità** - che si sovrappongono e si rafforzano a vicenda. Il portfolio getta anche le basi per rafforzare la capacità di trasformazione di Greenpeace. Nei tre anni, infatti, Greenpeace ha l'obiettivo di svolgere un ruolo fondamentale per:

- accelerare la transizione energetica e forzare un rapido ed equo **phase-out dei combustibili fossili**;
- **minare il modello estrattivista**, che minaccia la protezione della natura su larga scala;
- costruire le condizioni per una **redistribuzione di ricchezza e potere**.

### La strategia di Engagement: “Animare la Base, combattere per il Centro”

La parte iniziale del “GPP 2025-27” è un riconoscimento dell'interdipendenza tra la battaglia per fermare la crisi climatica e la perdita di biodiversità e quella per arrestare le ingiustizie del capitalismo, del colonialismo e della guerra. E quindi della necessità di creare legami tra le diverse componenti di un potenziale movimento globale. Un difficile lavoro quotidiano di costruzione della comunità di Greenpeace, attraverso campagne ed *engagement*, denun-



ciando i problemi, identificando le cause e i responsabili e ispirando soluzioni per accelerare la transizione.

L'obiettivo principale della strategia di *engagement* è proprio quello di far crescere la “Comunità” principale di Greenpeace (il network di attivisti, volontari, donatori) per animare la “Base” e conquistare il “Centro”. Ciò significa un maggiore investimento nel coinvolgimento approfondito della Comunità di Greenpeace, per consentire a essa di essere più attiva e ispirare all'azione coloro che sono più vicini e simili (la Base), e attraverso questi raggiungere la massa di persone che sono apparentemente meno impegnate ma che spostandosi verso un polo o l'altro possono fare un'enorme differenza per la vittoria o meno delle campagne ambientaliste (il Centro).

**Per aumentare la visibilità e far crescere la Comunità di Greenpeace sono fondamentali quelli che nella strategia vengono definiti i “momenti” chiave:** eventi o crisi, naturali o provocati dal genere umano, di solito episodi relativamente brevi o finiti, durante i quali molte persone prestano maggiore attenzione alle questioni ambientali e possono essere più ricettive nei confronti di ciò che Greenpeace afferma e delle soluzioni che propone. Durante questi episodi anche la Comunità è maggiormente coinvolta nel lavoro di Greenpeace: il loro entusiasmo può contribuire a dare impulso alle attività e ad accelerare una crescita significativa. “Cogliere l'attimo”, invece di tentare di imporre un'agenda a un mondo che spesso guarda altrove, sta diventando sempre più importante per Greenpeace.

**Proprio nel 2025, tale capacità è stata messa alla prova dalle novità dirompenti** della nuova Presidenza Trump, dal processo che l'azienda Energy Transfer ha intentato contro Greenpeace USA e dalle minacce che si stanno sviluppando in geografie diverse. L'anno passato, inoltre, è stato il primo nel quale le temperature medie globali del Pianeta sono cresciute più di 1,5 gradi, ovvero della soglia considerata di maggior rischio. Se questi rappresentano altrettanti eventi negativi, allo stesso tempo hanno finito per rafforzare la determinazione della comunità di Greenpeace, che si è impegnata a livello globale nella nuova campagna “**Time to Resist**”. In un'epoca di



crisi, sempre più sfide destabilizzanti e attacchi diretti - alcuni dei quali prevedibili, altri no - attendono l'organizzazione. Di qui la necessità di accelerare la realizzazione del Programma Globale e allo stesso tempo di aumentare la reattività al contesto esterno, sia esso di carattere politico-sociale o ambientale-climatico.

## Il Portfolio di Greenpeace Italia

**Nel 2025 Greenpeace Italia ha approfondito il cambiamento strategico avviato nel Piano Triennale 2024-26**, con l'Area di Programma che ora consente narrazione integrata, mobilitazione, coinvolgimento e lavoro mediatico sotto una leadership condivisa. Sfidare il potere delle aziende e attivare le comunità per avere un impatto in termini politici, legali e comportamentali resta la strada maestra: l'applica-

zione pratica di tali principi ha visto una combinazione di contenziosi mirati, mobilitazione pubblica e battaglia culturale per denunciare la responsabilità dei combustibili fossili, difendere lo spazio civico e accelerare i cambiamenti nei sistemi climatici, di protezione della natura e alimentari.

**L'allineamento con le priorità globali si riflette nelle campagne e nei progetti che hanno caratterizzato il portfolio del 2025.**

Nel caso del filone strategico “**Clima ed energia**”, tale allineamento è evidente nel contenzioso climatico lanciato nei confronti di ENI (“La Giusta Causa”), nel progetto “Stranger Green” sull'influenza dei media sui combustibili fossili e nella capacità di risposta rapida che collega gli impatti climatici alla responsabilità sui combustibili fossili: grazie a un protocollo specifico, dopo i primi interventi in Emilia-Romagna, persone di Greenpeace sono state attivate, nel 2025, in occasione degli eventi meteorologici estremi che hanno colpito il Friuli-Venezia Giulia.

Per quanto riguarda il filone strategico “**Biodiversità**”, Greenpeace Italia ha rafforzato l'identità mediterranea/marittima attraverso il sostegno al nuovo Trattato sugli oceani e a un Trattato sulla plastica rinforzato e nel contrasto all'attività di estrazione mineraria in acque profonde; importante anche il lavoro intrapreso per rafforzare le aree marine protette italiane, con il progetto “AMPower”. Riguardo i sistemi alimentari, Greenpeace ha innescato un dibattito nazionale con la proposta di moratoria sugli allevamenti intensivi e ha iniziato a testare il benessere animale come punto di accesso per aumentare l'interesse dell'opinione pubblica.

In crescita anche il lavoro che interessa il filone strategico “**Sociale ed economico**”. La campagna contro i PFAS rimane un'iniziativa di punta a livello nazionale, con un forte valore legale, di mobilitazione e visibilità, ora estesa oltre la regione Veneto. Il profilo di Greenpeace sullo spazio civico è cresciuto attraverso il caso dell'iniziativa contro la SLAPP (la querela temeraria intentata da ENI), la difesa legale dell'attivismo nonviolento e il crescente impegno nei dibattiti sulla pace, con la denuncia del genocidio a Gaza e il supporto mediatico alla Global Sumud Flotilla.

## STRANGER GREEN

### TITOLO DEL PROGETTO

Stranger Green

### PERIODO DI RIFERIMENTO

Dal 2022 - in corso

### OBIETTIVO STRATEGICO

Ridurre la licenza sociale nella società italiana delle aziende fossili che fanno greenwashing e rafforzare un'informazione libera da condizionamenti che evidenzia la loro responsabilità nella crisi climatica.

### ATTIVITÀ/output 2025 in ordine cronologico e partner

Nel corso del 2025, Greenpeace ha pubblicato il terzo report sul monitoraggio dell'informazione climatica, realizzato con l'Osservatorio di Pavia, e due approfondimenti sul racconto mediatico delle dichiarazioni sul clima di Trump e delle ondate di calore estive. Grazie a un corso di formazione online sono stati coinvolti circa 60 giornalisti sui temi del greenwashing e dell'informazione climatica, mentre con un'inchiesta giornalistica insieme a Voxeurop è stato svelato il ruolo dei media italiani nell'alimentare il greenwashing di Eni. Greenpeace ha anche fatto richiesta di accesso agli atti sulla sponsorizzazione di Eni al Festival di Sanremo. Per allargare il più possibile il pubblico da raggiungere, sono stati realizzati: un podcast di fantascienza in collaborazione con i membri del network "Voci per il clima"; un toolkit per insegnanti frutto di un percorso didattico con la metodologia del "design thinking"; e una serie di inserzioni pubblicitarie su alcuni dei quotidiani italiani che più si occupano di crisi climatica.

### RISULTATI/outcome 2025

Mentre il monitoraggio dell'informazione climatica continua a essere un punto di riferimento sul tema in Italia, nel 2025 sono stati raggiunti nuovi pubblici attraverso il podcast "DOLOS - L'inganno del greenwashing" e il toolkit per insegnanti, diversificando così le risorse a disposizione sul sito di "Voci per il clima". Attenzione da parte dei media, di altri soggetti della società civile e del pubblico è stata generata nel momento in cui una inserzione pubblicitaria di denuncia del silenzio sulla crisi climatica è stata rifiutata dal Corriere della Sera. Infine, grazie alle inchieste, approfondimenti e report prodotti, Greenpeace ha permesso che le questioni del greenwashing delle aziende fossili e della disinformazione sulla crisi climatica continuassero a restare nel dibattito mediatico.



### BENEFICIARI E STAKEHOLDER

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



## RAPID RESPONSE

### TITOLO DEL PROGETTO

#### Rapid Response in Friuli-Venezia Giulia

### PERIODO DI RIFERIMENTO

Novembre 2025

### OBBIETTIVO STRATEGICO

Intervenire in prima persona nelle aree colpite dagli eventi climatici estremi, con attività che siano sia di supporto alle comunità colpite che di comunicazione e mobilitazione, per documentare l'impatto devastante del cambiamento climatico, denunciare le responsabilità delle aziende fossili nell'alimentarlo e l'inerzia delle istituzioni nel contrastarlo.

### ATTIVITÀ/output 2025 in ordine cronologico e partner

In risposta all'alluvione che ha colpito il Friuli-Venezia Giulia a novembre 2025, Greenpeace è intervenuta in modalità "risposta rapida" organizzando, insieme alla comunità e alle associazioni sul territorio, un'unità di soccorso a Versa (in Provincia di Gorizia), tra le più colpite dall'alluvione, per dare aiuto e conforto alla popolazione. Inoltre, è stata realizzata una serie di attività di comunicazione per accendere i riflettori sulla grave situazione vissuta dalla popolazione locale e collegare l'evento alimentato dalla crisi climatica alle discussioni politiche sulle risorse finanziarie nella Legge di bilancio. L'evento estremo del Nordest italiano è stato anche collegato, da un punto di vista mediatico, con la conferenza sul clima (COP30) in corso in quegli stessi giorni in Brasile, attraverso l'esposizione dello "scontrino climatico", ovvero del conto dei danni al clima e al territorio provocati dalle aziende dei combustibili fossili.

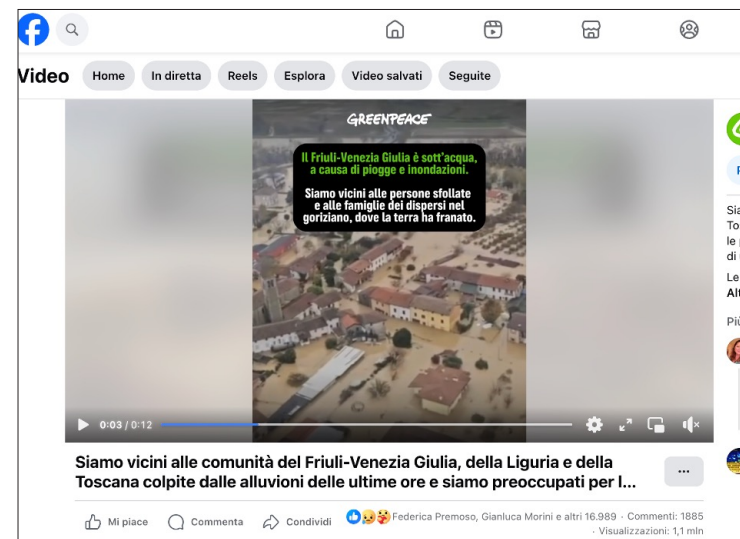
### RISULTATI/outcome 2025

Nell'intervento di *Rapid Response* in Friuli-Venezia Giulia, Greenpeace ha collaborato con la comunità e le realtà del volontariato, in particolare con le Brigate di Solidarietà Attiva, attraverso un team di undici persone di Greenpeace, che nel giro di pochi giorni ha pulito più di venti case, dando aiuto concreto alla popolazione oltre a un forte segnale di solidarietà e vicinanza. Tramite questo intervento, inoltre, è stata consolidata la presenza di Greenpeace sui territori colpiti dalle alluvioni, rafforzando le collaborazioni con i movimenti locali e rendendo più evidente il legame tra crisi climatica, responsabilità delle aziende fossili e inazione dei governi, con una buona ripresa da parte dei media. Su *il manifesto*, in particolare, è stata pubblicata una testimonianza scritta a quattro mani Greenpeace/Brigate di Solidarietà Attiva corredata da diverse foto dell'intervento.



### BENEFICIARI E STAKEHOLDER

- Comunità colpite dall'alluvione del Friuli Venezia Giulia
- Brigate di Solidarietà Attiva e altri gruppi di volontariato impegnati nelle operazioni di intervento e supporto
- Team della campagna internazionale di Greenpeace "Stop Drilling Start Paying"



## LA GIUSTA CAUSA

### TITOLO DEL PROGETTO

La Giusta Causa

### PERIODO DI RIFERIMENTO

Dal maggio 2023 e tuttora in corso

### OBIETTIVO STRATEGICO

Una causa che ponga Greenpeace come promotore della giustizia climatica in Italia e che dimostri le responsabilità di Eni e dell'industria fossile nella crisi climatica e nella violazione dei diritti umani.

### OBIETTIVI SPECIFICI

Aumentare la consapevolezza pubblica sullo stretto legame tra le emissioni di gas serra e l'aggravarsi della crisi climatica, mettendo in luce il ruolo e le responsabilità, anche storiche, delle compagnie fossili.

In particolare, sensibilizzare l'opinione pubblica sul caso Eni, illustrando i presupposti e l'importanza dell'azione legale e denunciando il potere e l'influenza dell'azienda sulla politica, i media e la cultura. L'obiettivo è duplice: da un lato, ottenere giustizia climatica; dall'altro, consolidare il ruolo di Greenpeace come leader riconosciuto nel campo delle *climate litigation*.

### ATTIVITÀ/output 2025 in ordine cronologico

A inizio anno, la causa era in una fase di stallo legata alla attesa della sentenza delle Sezioni Unite della Cassazione, alla quale Greenpeace si era rivolta. Parallelamente, continuavano le attività di richiamo alla *accountability* smascherando le responsabilità del comparto fossile nei confronti delle persone e del clima. Poi, il 21 luglio 2025 la Corte Suprema ha emesso una sentenza che riconosce la possibilità per i giudici italiani di pronunciarsi sui danni derivanti dalla crisi climatica sia sulla scorta della normativa nazionale, quanto delle normative sovranazionali.

Inoltre, Greenpeace ha dato voce alla Generazione Z (definita anche "Generazione Clima") tramite il sondaggio sull'ecoansia ("solastalgia") - svolto dall'Istituto Europeo di Psicotraumatologia e Stress Management (I.E.P.) - che ha coinvolto più di 3600 studenti e studentesse tra i 18 e i 35 anni e due organizzazioni studentesche nazionali. La ricerca, pubblicata in una rivista scientifica, ha consolidato il ruolo di Greenpeace come organizzazione capace di denunciare su base scientifica anche gli impatti sociali e sanitari della crisi climatica.

Investendo sulla sinergia con altre realtà giovanili come la rivista "Scomodo", Greenpeace ha aumentato la propria capacità di fare rete, ponendo le basi per



sperimentare il confronto generazionale tramite focus group, nuovi linguaggi e modalità comunicative: il linguaggio grafico delle vignette è stato inaugurato nel 2025 ma vedrà maggiori output nel 2026.

Nel corso dell'anno, molto lavoro è stato dedicato alla causa per diffamazione intentata da Eni: Greenpeace ha risposto a un chiaro tentativo di intimidazione attivandosi in 8 città contemporaneamente e denunciando il bavaglio che industrie dell'*oil&gas* e diversi governi vogliono mettere a tutte le forme di dissenso. Sempre con l'obiettivo di rendere visibili le responsabilità della crisi climatica, un'azione simbolica è stata messa in scena a Piazza di Spagna, mostrando il costo umano e sociale dell'emergenza ambientale. Parallelamente, grazie a un'intensa attività di *lobbying* in Parlamento, Greenpeace ha incontrato

Protesta pacifica contro il CEO di ENI durante un meeting a Milano. © Greenpeace / Francesco Alesi

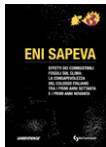




**2023**

**09/05/2023**  
Greenpeace lancia la Giusta Causa

Insieme a ReCommon e dodici tra cittadine e cittadini italiani – molti provenienti da aree già colpite dagli impatti dei cambiamenti climatici – abbiamo deciso di portare ENI in tribunale per fermare i suoi piani distruttivi.



**26/05/23**  
**Solidarietà**  
Abbiamo portato supporto alle vittime dell'alluvione in Emilia-Romagna

**22/06/23**  
Report sulla strategia climatica di ENI

**25/09/23**  
Uscita report "ENI sapeva"

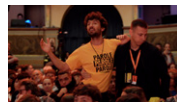
**23/10/23**  
**Azione a Ravenna**  
Abbiamo interrotto una partita di golf tra i rappresentanti dell'industria fossile

**05/12/23**  
Uscita report "Le emissioni di oggi le morti di domani"

**05/12/23**  
**Azione sul palazzo di ENI**  
Alcuni attivisti hanno aperto due banner giganti sui lati del palazzo di ENI con la scritta "Today's emissions = tomorrow's deaths"



**2024**



**18/11/24**  
**Azione "Return to Sender"**  
Abbiamo scaricato davanti al quartier generale di ENI un cumulo di oggetti distrutti dalle recenti alluvioni avvenute in Emilia-Romagna e nello stato del Rio Grande do Sul (Brasile)

**15/11/24**  
**"E ora chi paga?"**  
Abbiamo allestito una mostra per raccontare il prezzo della crisi climatica

**10/10/2024**  
**ENI ci fa causa per diffamazione**

**09/24**  
**Solidarietà**  
Abbiamo nuovamente portato supporto alle vittime dell'alluvione in Emilia-Romagna

**23/05/24**  
Abbiamo contestato il Ministro Salvini al festival dell'economia di Trento

**17/02/2025**  
**Greenpeace presenta il ricorso in Cassazione**

Questo ricorso nasce dalla necessità di confermare che nella Giusta Causa, a differenza di quanto sostenuto da ENI nelle memorie presentate, la competenza decisionale su casi come il nostro spetta al giudice ordinario italiano.

**21/07/2025**  
**Vittoria in cassazione**

Le Sezioni Unite della Corte di Cassazione ci hanno dato ragione, stabilendo che in Italia è possibile portare le aziende inquinanti in tribunale per chiedere giustizia climatica.



**2025**

**30/01/25**  
Abbiamo contestato l'Amministratore Delegato di ENI al Festival "La Ripartenza"

**11/02/25**  
Accesso agli atti Sanremo

**21/03/25**  
Uscita report "Ghiacciai italiani, addio"

**23/05/25**  
Lancio del documentario "il prezzo che paghiamo"

**24/06/25**  
**Azione a Ravenna**  
Siamo entrati in azione al largo di Ravenna per chiedere al governo italiano di fermare gli investimenti sul gas fossile

**29/10/25**  
**Azione a Piazza di Spagna**  
Abbiamo srotolato uno scontrino gigante a Piazza di Spagna: chi inquina deve pagare i costi della crisi climatica

**20/11/25**  
**Solidarietà**  
Abbiamo portato supporto alle vittime dell'alluvione in Friuli Venezia Giulia

**16/12/25**  
**Uscita studio sull'ecoansia**  
Come la crisi climatica ha un impatto psicologico dei giovani

**12/25**  
**Presentati gli emendamenti sulla tassazione dei profitti fossili**



## IL PREZZO CHE PAGHIAMO



Per guardare il documentario:

<https://www.youtube.com/watch?v=cIThww9al7o>

### TITOLO DEL PROGETTO Il prezzo che paghiamo

PERIODO DI RIFERIMENTO  
Ottobre 2024 - in corso

#### OBBIETTIVO STRATEGICO

Raccontare in modo chiaro, empatico e diretto quali sono le conseguenze della crisi climatica, spiegando di chi sono le responsabilità, grazie alle testimonianze delle vittime degli eventi climatici estremi e il contributo di esperti.

#### OBBIETTIVI SPECIFICI

Parlare di crisi climatica in modo semplice, ma non semplicistico, anche al di fuori dell'ambito mediato dei social e usando un linguaggio emotivo come quello visivo. Bypassare i media, spesso assenti quando devono parlare di crisi climatica, per spiegare questa emergenza direttamente alle persone in forma disintermediata. Fornire ai gruppi locali di volontariato uno strumento per organizzare eventi di divulgazione su un tema spesso ostico, perché molto complesso.

#### PUNTO DI PARTENZA

A inizio 2025 è stata completata la fase di post produzione del documentario ed è stata impostata la parte di programmazione di lancio e diffusione prevista per la tarda primavera.

#### ATTIVITÀ/output 2025 in ordine cronologico e partner

- Chiusura di documentario e strategia di lancio - febbraio 2025.
- Lancio del documentario - 23 maggio 2025.
- Pubblicazione su Youtube - 14 novembre 2025.
- Proiezione presso il Parlamento europeo - 13 dicembre 2025.

#### RISULTATI/OUTCOME 2025

Le proiezioni organizzate in pochissimi mesi, dal lancio del maggio 2025, sono state quasi 100. Dal mese di novembre in poi, quando il documentario è stato pubblicato online sul canale Youtube de "Il Fatto Quotidiano", è difficile avere un numero preciso di proiezioni poiché alcune date sono state organizzate autonomamente da cittadine e cittadini. Migliaia le persone che hanno guardato il documentario di persona e oltre un centinaio le partnership attivate a più livelli (politico, società civile, cittadinanza attiva) per l'organizzazione di eventi.

Pubblicato online su Youtube, "Il prezzo che paghiamo" è stato finora visto su questa piattaforma da oltre 14 mila persone. Il documentario, inoltre, ha vinto il premio come miglior documentario nell'ambito del Clorofilla Festival, è stato selezionato nella short list dei finalisti al premio dell'AICA (Associazione Internazionale Comunicazione Ambientale) nella sezione "Comunicare i cambiamenti climatici" ed è stato invitato a diversi eventi che si svolgeranno nel 2026: Festival Internationale du Film Vert, (Lugano, marzo 2026), European Festival of Journalism and Media Freedom (Firenze, marzo 2026) e Festival Life After Oil (Sardegna, giugno 2026).

#### BENEFICIARI E STAKEHOLDER

- ReCommon (organizzazione co-produttrice del documentario).
- FADA Collective (collettivo di giornalismo investigativo che ha realizzato il documentario su mandato di Greenpeace Italia e ReCommon).
- Fatto Quotidiano (media partner per la pubblicazione online).

## GAZA E DISARMO

### TITOLO DEL PROGETTO

Gaza e disarmo

### PERIODO DI RIFERIMENTO

15 gennaio - 19 dicembre

### OBIETTIVO STRATEGICO

Consolidare il ruolo di Greenpeace Italia all'interno del movimento pacifista italiano, schierandola a sostegno del popolo palestinese e del tentativo della Global Sumud Flotilla di rompere l'assedio illegale di Gaza, all'interno di un percorso già avviato di denuncia e contrasto del processo di riarmo in corso.

### OBIETTIVI SPECIFICI

Sostenere la mobilitazione italiana in solidarietà con la popolazione di Gaza, denunciare le violazioni del diritto internazionale da parte del governo Netanyahu e avviare una interlocuzione con le forze di opposizione in Parlamento sulla tassazione dell'industria militare.

### PUNTO DI PARTENZA

All'inizio dell'anno, Greenpeace non aveva ancora un posizionamento contro il genocidio in corso a Gaza, mentre era già posizionata contro il riarmo con diversi studi pubblicati.

### ATTIVITÀ/output 2025 in ordine cronologico

Greenpeace ha fatto da eco ad attività di protesta e comunicazione per chiedere la fine del genocidio a Gaza e ha organizzato due attività sul tema: la prima alla fontana del Gianicolo di Roma, la seconda dalla Rocca di Assisi in coincidenza con la Marcia per la Pace. Ha inoltre co-organizzato due mobilitazioni di piazza per la pace e contro il riarmo (Roma e Perugia-Assisi) e partecipato a due mobilitazioni in sostegno della Global Sumud Flotilla (a Roma), mobilitando il network di volontari e attivisti.

Per mostrare chi guadagna dall'aumento della spesa militare e chiedere una tassa sugli extra profitti del settore, è stato pubblicato un blog sul ruolo dell'Italia e di Leonardo, il gigante italiano delle armi, nell'economia del genocidio, e un report sugli extra profitti dell'industria bellica. In relazione alla tassa sugli extraprofitti sono stati effettuati diversi incontri (nove in totale) con parlamentari di Camera e Senato. Greenpeace ha anche co-promosso la nascita della campagna Stop Rearm Europe in Italia mentre continua la partecipazione alla campagna Ferma Il Riarmo! Diverse interviste sul tema della spesa militare sono state realizzate; in particolare si segnalano quelle rilasciate a due importanti quotidiani del panorama italiano ("Avvenire" e "Il Fatto Quotidiano").

**Le guerre spingono le spese per le missioni italiane a tutela del fossile**

di Elisa Campisi

Greenpeace: rispetto al 2024 è aumentato il totale che viene speso nelle missioni che hanno tra i propri obiettivi la protezione di gas e petrolio

2 min di lettura 25 giugno 2025

**AMBIENTE**

8 LUGLIO 2025 Ultimo aggiornamento: 14:20 del 8 Luglio

**L'accusa di Greenpeace: "La spesa militare ci rende meno sicuri e non aiuta la crescita economica"**

DI ELISABETTA AMBROSI

Secondo l'associazione, l'Europa dovrebbe concentrarsi su transizione ecologica e la riduzione delle disuguaglianze. E invece si smantellano welfare e green deal per produrre armamenti e far arricchire le lobby

### RISULTATI/OUTCOME 2025

Dopo diversi mesi di posizionamento contro il genocidio in corso a Gaza, Greenpeace è stata contattata dal Global Movement to Gaza Italia (GMTG) per parlare dal palco di Catania in occasione della partenza della Global Sumud Flotilla. Dopo la partenza della Flotilla, Greenpeace ha denunciato i ripetuti attacchi alle imbarcazioni e ad attiviste e attivisti, insieme alle minacce da parte del governo israeliano, con diversi post social pubblicati in collaborazione con la pagina del GMTG. In particolare, la condanna dell'abbordaggio israeliano contro la Global Sumud Flotilla è stata ripresa anche dalla trasmissione Otto e mezzo (La7) e da RaiNews24.

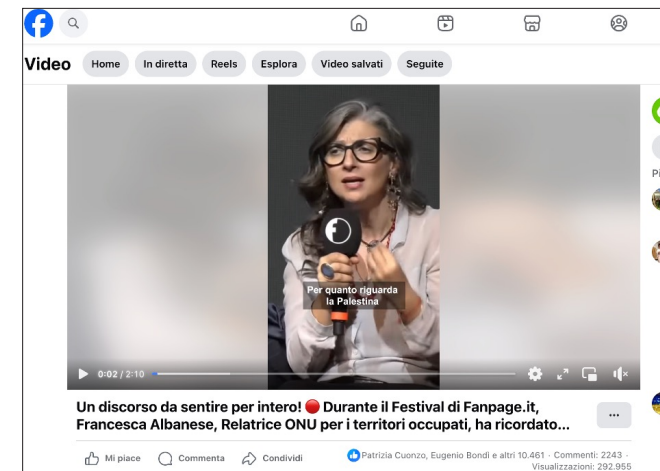
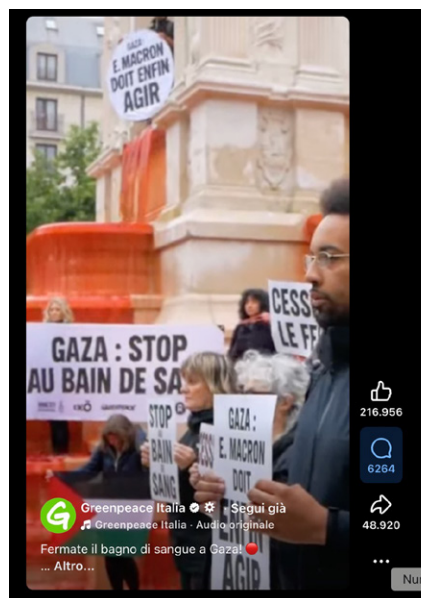
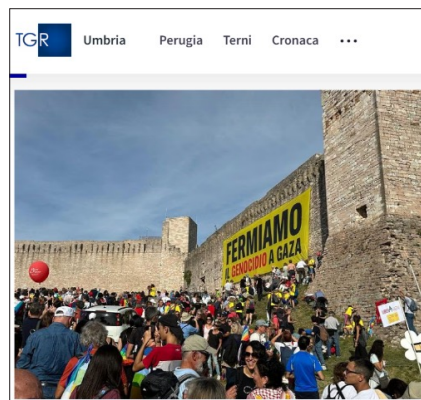
Sul fronte della tassazione degli extraprofitti dell'industria militare, Greenpeace è stata convocata a un'audizione sulla manovra in Commissione Bilancio del Senato ed è riuscita a far presentare da PD, M5S e AVS un emendamento alla Legge di Bilancio 2026. Anche se l'emendamento non è poi stato approvato, la proposta è stata illustrata in una conferenza stampa al Senato, ottenendo l'attenzione dei media ed entrando nella Controfinanziaria di Sbilanciamoci. La campagna ha quindi permesso a Greenpeace di ottenere maggior credito e ruolo all'interno del movimento pacifista e di portare alcune istanze importanti all'attenzione della classe politica.

### BENEFICIARI E STAKEHOLDER

- Ferma il Riarmo!
- Stop Rearm Europe
- Global Movement to Gaza / Global Sumud Flotilla
- Rete Pace Disarmo
- Sbilanciamoci
- Fondazione Perugia Assisi

## LA RICOSTRUZIONE VERDE DELL'UCRAINA

L'inaugurazione dell'ufficio di Greenpeace a Kyiv (avvenuta nel 2024) è stato un passaggio strategico per rafforzare sul territorio il **lavoro sulla ricostruzione verde dell'Ucraina e sulle indagini relative ai crimini ambientali di guerra**. L'avvio dell'ufficio si inserisce in un impegno di lungo periodo: Greenpeace è presente da anni nel Paese e nella regione con attività indipendenti di monitoraggio dei rischi nucleari e della radioattività a seguito dell'incidente di Chernobyl. Nel quadro della **Ukraine Recovery Conference di Roma (luglio 2025)**, Greenpeace Italia ha sostenuto il team ucraino nelle attività di networking istituzionale e nella partecipazione ai tavoli internazionali, contribuendo anche all'organizzazione del **side event "Fostering solar investments in Ukraine"**, promosso con SolarPower Europe. Nell'ambito della campagna **"Green Reconstruction of Ukraine"**, Greenpeace Italia ha inoltre assicurato la donazione e l'invio di pannelli solari per la realizzazione del progetto di solarizzazione dell'asilo nido di Okhtyrka.



## AMPOWER

**TITOLO DEL PROGETTO**  
AMPower

**PERIODO DI RIFERIMENTO**  
Febbraio 2025 - in corso

### OBIETTIVO STRATEGICO

Ampliare la superficie di mare protetto in Italia sostenendo diverse Aree Marine Protette (AMP) che hanno in essere progetti di espansione o in gestione Siti Natura 2000. Il progetto rientra nella strategia 30x30, che ha l'obiettivo di ottenere il 30% di mare protetto entro il 2030.

### ATTIVITÀ/output 2025 in ordine cronologico

AMPower integra una forte componente di advocacy: sono stati realizzati quattro incontri istituzionali con il Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica e quattro con l'ISPRA, consolidando il confronto con le autorità competenti. In due occasioni sono state coinvolte direttamente le Aree Marine Protette per fornire supporto tecnico ai percorsi di ampliamento; complessivamente le AMP coinvolte sono sei.

Sono stati condotti due monitoraggi scientifici sulla Posidonia e sul coralligeno presso l'AMP di Torre Guaceto e l'AMP dell'Asinara. Presso l'Asinara si è inoltre svolto un evento con diversi stakeholder, tra cui alcuni rappresentanti regionali. Sul piano della comunicazione, è stato prodotto un breve documentario sul primo anno di attività pubblicato sul canale Youtube di Greenpeace, insieme a cinque comunicati stampa, di cui due diffusi a livello nazionale, con materiale foto video e tre post social a doppio logo GP e BMF, sottolineando anche l'urgenza di ratificare il Trattato degli Oceani.

### RISULTATI/OUTCOME 2025

Il lavoro di Greenpeace ha rafforzato la pressione sul governo affinché adotti misure più efficaci per la tutela del mare e degli oceani in generale e ha permesso il confronto diretto con le autorità competenti, smentendo le dichiarazioni ufficiali sulla protezione del mare italiano.

I monitoraggi effettuati insieme all'Università di Genova nel sito dell'Argentiera, in Sardegna, e nell'area di Torre Guaceto, in Puglia, hanno supportato le evidenze scientifiche per una maggiore protezione di queste aree. L'evento organizzato nella sede dell'AMP dell'Asinara ha permesso di fare passi avanti a livello regionale per la protezione del mare in Sardegna e di divulgare i dati di Greenpeace sulla protezione di mari e oceani sia a livello globale che nazionale. La petizione "Il nostro mare è in pericolo. Aiutaci a proteggerlo!" ha raggiunto 44.165 firme.



### BENEFICIARI E STAKEHOLDER

- Le comunità locali costiere, che dipendono dalla salute degli ecosistemi marini
- Le AMP che necessitano di maggiore attenzione e sostegno
- Le amministrazioni competenti tra le quali il ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica (MASE) e l'Istituto Superiore per la Protezione e Ricerca Ambientale (ISPRA)
- Gli enti locali e territoriali che amministrano lo spazio e le risorse marine



## IL TRATTATO DEGLI OCEANI

Dopo anni di battaglie, campagne e sforzi internazionali, l'**Agreement on Marine Biological Diversity of Areas beyond National Jurisdiction (BBNJ)**, conosciuto anche come **Trattato degli oceani**, entra in vigore a gennaio 2026, dopo che nel settembre 2025 è stata superata la soglia della ratifica da parte di almeno 60 nazioni. Greenpeace ha già individuato ampie aree oceaniche in acque internazionali per istituire dei santuari marini (il mar dei Sargassi, la convergenza zone tra la Guinea e le Canarie, e il mar di Tasmania) con la finalità di raggiungere il **30x30**, il 30% di mari e oceani protetti entro il 2030. L'Italia purtroppo non ha ratificato il trattato, rimanendo indietro sulla protezione della biodiversità marina. La ratifica del BBNJ da parte dell'Italia rappresenta per Greenpeace un obiettivo da ottenere il prima possibile.

## FERMIAMO IL DEEP SEA MINING

Greenpeace continua a sostenere **una moratoria internazionale sul Deep Sea Mining (DSM)**, con l'obiettivo di impedire l'avvio di nuove attività industriali e di estrazione nei fondali profondi, potenzialmente distruttive per mari e oceani. Oltre 40 Paesi hanno firmato la moratoria, ma l'Italia non è tra questi. Grazie alle proteste di Greenpeace, nel 2025 è stata ottenuta un'**importante vittoria**: il governo norvegese, infatti, ha bloccato per quattro anni l'apertura prevista per l'estrazione mineraria in acque profonde nella zona artica. L'istituzione di santuari marini attraverso l'applicazione del Trattato degli oceani risulta di estrema importanza anche per proteggere ampie aree di mare da attività distruttive come il DSM.



## PROTEGGIAMO L'AMP DI GAIOLA

Durante la campagna 30x30 Greenpeace ha deciso di sostenere attivamente - attraverso una causa legale e comunicazioni congiunte con Marevivo - l'**AMP di Gaiola**, una preziosa area di mare nel cuore di Napoli. Questa AMP e la limitrofa **Zona Speciale di Conservazione (ZSC) "Fondali marini di Gaiola e Nisida"** affrontano già l'impatto dovuto agli scarichi esistenti di acque non trattate provenienti dalla rete fognaria cittadina. A questo problema si andrebbe a sommare il progetto di INVITALIA per la riqualificazione del sito di Bagnoli, che prevede un'ulteriore condotta fognaria sottomarina e un nuovo scarico di bypass sulla linea di costa. Ciò risulta in palese contrasto con l'obiettivo di tutela e salvaguardia della biodiversità degli ecosistemi marini e con l'obiettivo 30x30. Per sostenere l'AMP di Gaiola, Greenpeace ha svolto un'attività insieme al gruppo locale di volontari e volontarie di Napoli, mostrando un banner - nell'arco naturale dell'AMP - raffigurante un water gigante per dire Basta scarichi!

## MARE CALDO

### TITOLO DEL PROGETTO

Mare Caldo

### PERIODO DI RIFERIMENTO

2019 - in corso

### OBIETTIVO STRATEGICO

Studiare gli effetti del riscaldamento climatico sulla biodiversità marina nei mari italiani. L'installazione di termometri nella colonna d'acqua permette di indagare le variazioni di temperatura nel tempo, mentre i monitoraggi scientifici studiano l'impatto dell'aumento delle temperature sulla biodiversità marina. In tal modo Greenpeace si posiziona con dati chiari e rigore scientifico nei confronti del cambiamento climatico.

### ATTIVITÀ/output 2025 in ordine cronologico e partner

Le stazioni di monitoraggio si trovano in 11 Aree Marine Protette (AMP), che costituiscono insieme all'Università di Genova stakeholder essenziali per lo sviluppo del progetto. Ogni anno viene pubblicato un report scientifico con l'analisi dei dati di temperatura (andamenti stagionali, variazioni nella colonna d'acqua ecc) e delle ondate di calore, nonché dei monitoraggi svolti in particolare sul coralligeno, uno degli habitat più preziosi del mar Mediterraneo. Viene prestata attenzione anche alle specie termofile e/o invasive. Il rapporto è presentato alle AMP che partecipano alla rete di monitoraggio e poi pubblicato e condiviso con i media. Il progetto è stato posto all'attenzione anche del Ministero dell'Ambiente (MASE).

### RISULTATI/OUTCOME 2025

Il progetto può contare oggi su una grande mole di dati distribuiti in diverse aree dei mari italiani, permettendo così anche analisi comparative e un approfondimento sul cambiamento climatico in relazione alle AMP (quest'ultime dimostrano di poter mitigare gli effetti del riscaldamento dei mari). L'attenzione al tema è molto alta, soprattutto nel periodo estivo: negli ultimi anni, infatti, le temperature del Mediterraneo hanno raggiunto record mai visti rispetto a quelli precedenti. Inoltre l'analisi approfondita delle ondate di calore permette di studiare come stanno cambiando alcuni fenomeni fisici all'interno della colonna d'acqua.

Tra le uscite principali si segnalano un articolo sul Guardian, Repubblica.it (in homepage), Avvenire e il servizio del TG1 con i dati di Greenpeace sulle ondate di calore nel Mediterraneo.

### BENEFICIARI E STAKEHOLDER

- Le comunità locali costiere, che dipendono dalla salute degli ecosistemi marini
- Le AMP che necessitano di maggiore attenzione e sostegno



## L'ALLEVAMENTO DI TONNI ROSSI A BATTIPAGLIA

Nel 2025 la Campagna Mare insieme all'Unità Investigativa ha raccontato attraverso la pubblicazione dell'inchiesta "[Corsa all'oro rosso](#)" i meccanismi - spesso poco trasparenti - legati alla filiera del tonno rosso in Italia. Il lavoro ha fatto emergere i forti interessi economici legati a questo settore, nonché la mancanza di controlli e norme ambientali specifiche. Il report, in particolare, ha creato scalpore per l'autorizzazione concessa dal comune di Battipaglia alla Tuna Sud per la costruzione di un impianto di ingrasso a largo delle sue acque. Grazie all'investigazione di Greenpeace, ripresa da diversi media locali, la concessione è stata ritirata, creando un acceso dibattito tra le varie parti interessate. Ci sono voluti anni affinché la popolazione del tonno rosso si riprendesse nelle acque del Mediterraneo: un equilibrio raggiunto a fatica, che Greenpeace è impegnata a mantenere nel tempo.

## BOSCHI DELLE API

### TITOLO DEL PROGETTO

I Boschi delle Api

### PERIODO DI RIFERIMENTO

2020 - in corso

### OBBIETTIVO STRATEGICO

Aumentare la biodiversità nelle aree urbane e periurbane, sostenere impollinatori, trasformare gli spazi verdi in ambienti accoglienti e didattici per cittadini e natura, e rafforzare la resilienza delle città ai cambiamenti climatici tramite interventi ecologici integrati e sostenibili.

### ATTIVITÀ/output 2025 in ordine cronologico

Nel 2025 è proseguita la gestione ordinaria e straordinaria delle *food forest* di Roma e Cremona. A Roma, dove la *food forest* ha compiuto cinque anni, sono state realizzate potature invernali, sfalcio e fertilizzazione primaverile, interventi di pacciamatura, compostaggio e miglioramento del sistema di irrigazione.

A Cremona sono stati effettuati sopralluoghi stagionali per monitorare suolo e piante, realizzate nuove piantumazioni e potenziate le strutture dedicate agli insetti impollinatori. In particolare, è stata realizzata la piantumazione di nuovi alberi e la creazione di un "Boschetto Miyawaki" con circa 150 piante, utilizzando materiali ecologici per la pacciamatura.

In entrambe le *food forest*, l'impianto di irrigazione è stato adattato alla crescente scarsità di acqua estiva in modo da garantire la sostenibilità del progetto. Sono poi state promosse attività educative con le scuole e interventi di gestione del verde, con particolare attenzione alla resilienza, alla siccità e alla salute del suolo. In entrambe le località sono state organizzate giornate di manutenzione partecipata in primavera e autunno, oltre a visite guidate con il coinvolgimento di esperti e volontari. Le attività hanno prodotto manutenzione continuativa delle aree, ampliamento degli habitat e momenti pubblici di coinvolgimento.

### RISULTATI/OUTCOME 2025

Nel corso del 2025 il Bosco delle Api ha contribuito al rafforzamento della biodiversità urbana attraverso il miglioramento della qualità del suolo, l'aumento della copertura vegetale e il consolidamento di



habitat favorevoli agli impollinatori. Gli interventi realizzati hanno aumentato la resilienza delle *food forest* rispetto agli stress climatici, in particolare periodi di siccità e temperature elevate.

Il coinvolgimento di volontari, scuole e comunità locali ha accresciuto la consapevolezza sui temi dell'agroecologia e della tutela degli impollinatori, trasformando i boschi delle api in spazi permanenti di educazione ambientale e partecipazione civica. Le attività pubbliche e la narrazione positiva hanno rafforzato il legame tra azione locale e campagne internazionali.

### BENEFICIARI E STAKEHOLDER

- Comunità locali di Roma e Cremona
- Volontari e attivisti
- Studenti e docenti delle scuole coinvolte
- Partner territoriali e associazioni locali

## EUDR

### TITOLO DEL PROGETTO

#### European Union Deforestation Regulation (EUDR)

### PERIODO DI RIFERIMENTO

2021 - in corso

### OBBIETTIVO STRATEGICO

**Chiedere l'approvazione e l'entrata in vigore del Regolamento Europeo per smettere di "importare deforestazione", in modo da arginare l'impatto dei consumi europei sulle foreste del Pianeta.**

### ATTIVITÀ/output 2025 in ordine cronologico

Nel 2025, Greenpeace ha realizzato due azioni di *advocacy*: pressione istituzionale/monitoraggio dei negoziati alla COP16, e attività di denuncia e interlocuzione su EUDR e trattato UE-Mercosur. Sono state anche promosse due mobilitazioni pubbliche: un'azione simbolica e manifestazione alla COP16 di Roma e un presidio davanti al Centro Carni Rigamonti contro la multinazionale JBS. Sono stati pubblicati 5 report e diffusi 10 comunicati stampa, accompagnati da incontri istituzionali e momenti di confronto con stakeholder chiave.

In maggiore dettaglio, nel primo trimestre Greenpeace è intervenuta alla COP16 Bis sulla biodiversità (convocata presso la FAO a Roma per sbloccare le questioni finanziarie rimaste in sospenso dopo la conferenza di Cali del 2024) con un'installazione per chiedere ai governi di rispettare gli impegni finanziari contro la perdita di biodiversità. L'attività ha coinvolto attivisti e reti della società civile.

Ad aprile, ha aderito alla mobilitazione globale contro JBS, il più grande produttore mondiale di carne, con un presidio davanti al Centro Rigamonti, per denunciare le responsabilità ambientali e sociali della filiera.

Nel trimestre luglio-settembre la campagna Foreste ha denunciato il lavoro di lobby per un progressivo indebolimento dell'EUDR, da parte di diversi governi, incluso quello italiano, e multinazionali, inclusa Lavazza, evidenziando come le politiche attuali mettano a rischio l'efficacia della

normativa. Ha inoltre segnalato il rafforzamento delle posizioni favorevoli al trattato UE-Mercosur e la distruzione dei Carpazi rumeni legata alle politiche di IKEA, mantenendo alta la pressione pubblica e istituzionale e stimolando il dibattito sulle filiere sostenibili.

### RISULTATI/OUTCOME 2025

Nel 2025 le attività della campagna hanno contribuito a rafforzare l'attenzione pubblica e istituzionale su biodiversità, deforestazione e responsabilità delle filiere.

L'azione alla COP16 presso la FAO ha aumentato la visibilità mediatica delle richieste della società civile sul rispetto degli impegni finanziari per la tutela della natura, consolidando il dialogo con decisori politici e reti internazionali.

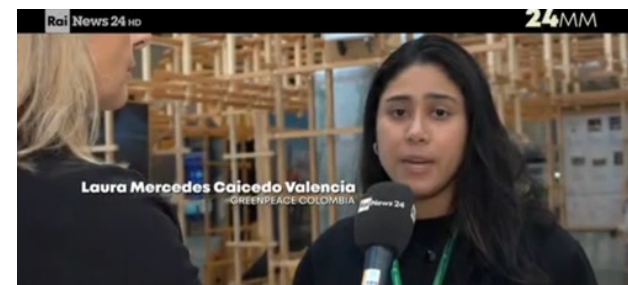
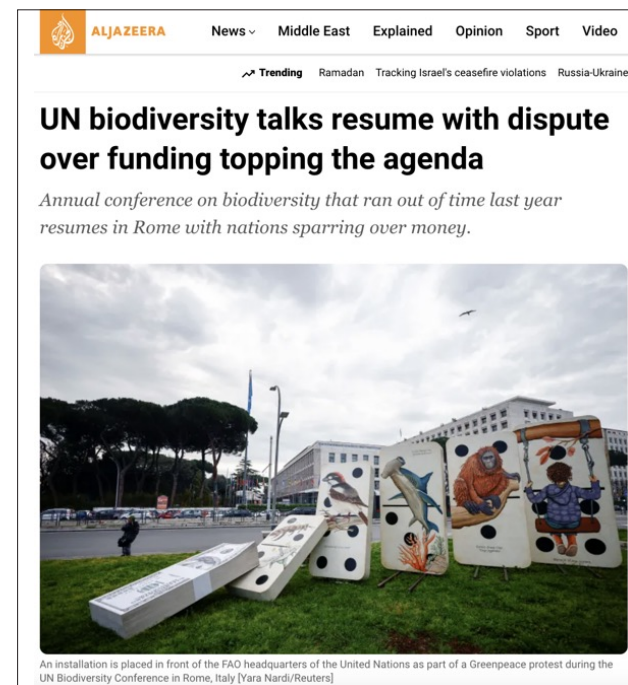
Le coperture mediatiche sono state ottime, per un totale di oltre 165 articoli su testate nazionali e internazionali riguardanti sia l'attività "Se cade la natura, casca il mondo" sia la manifestazione di protesta in collaborazione con altre associazioni organizzate in apertura dei negoziati; anche la partecipazione della delegazione di Greenpeace alla tre giorni di conferenza ha avuto una discreta eco. Tra le principali uscite, si segnalano gli articoli online su La Repubblica, Il Sole 24 Ore; servizi di RaiNews (Speciale COP16Bis) e Italia Uno (E-Planet), con interviste a Greenpeace; le uscite delle principali agenzie media nazionali e internazionali (Reuters, Ansa, Aska, Adnkronos).

I report pubblicati hanno ampliato la consapevolezza sui legami tra mercati europei e distruzione ambientale, generando copertura stampa e stimolando interlocuzioni con istituzioni e imprese, tra cui Lavazza e IKEA. La mobilitazione contro JBS, con presidio davanti al Centro Carni Rigamonti, ha rafforzato il dibattito pubblico sulle responsabilità delle filiere agroalimentari anche in Italia.

Nel complesso, le attività hanno consolidato la partecipazione interna e rafforzato il coinvolgimento di *stakeholder* esterni, contribuendo a mantenere alta la pressione per l'attuazione dell'EUDR e la tutela delle foreste.

### BENEFICIARI E STAKEHOLDER

- Climate Pride, in particolare coordinamento con WWF, Legambiente, A Sud, FFF, europarlamentari italiani



## FINO ALL'ULTIMA GOCCIA

**TITOLO DEL PROGETTO**  
Fino all'ultima goccia

**PERIODO DI RIFERIMENTO**  
Maggio 2024 - marzo 2025

### OBIETTIVO STRATEGICO

Denunciare l'impatto delle attività umane sulle riserve idriche in Italia, evidenziando il legame tra crisi climatica, gestione delle risorse e produzione agricola, per chiedere politiche efficaci di mitigazione della crisi climatica e di tutela dell'acqua.

### ATTIVITÀ/output 2025 in ordine cronologico

In occasione della prima giornata internazionale dei ghiacciai stabilita dalle Nazioni Unite, Greenpeace Italia ha pubblicato una ricerca e una [mappa online interattiva](#) sul declino dei ghiacciai italiani fra il 2000 e il 2100. La ricerca si è basata sui dati forniti dal Politecnico di Zurigo, ed è stata amplificata dalla realizzazione di una enorme proiezione di un messaggio con un simbolico grido di aiuto sul ghiacciaio Presena Ovest in Trentino-Alto Adige. Sempre sulle Alpi, sono stati inoltre effettuati dei campionamenti di acqua di fusione dei ghiacciai per verificare l'eventuale contaminazione da PFAS in ambienti incontaminati (risultati pubblicati nel 2026).

### RISULTATI/OUTCOME 2025

Le attività organizzate in occasione della giornata internazionale dei ghiacciai hanno permesso di ottenere un'ampia copertura mediatica e di contribuire alla diffusione dell'allarme di Greenpeace sulla salute dei ghiacciai e della necessità di intraprendere azioni immediate per la loro salvaguardia.

Impatto mediatico: circa 60 uscite media su carta stampata, online e tv, trainate dalla ricorrenza della Giornata internazionale dei ghiacciai e potenziate dal lavoro di ricerca che ha proiettato il futuro dei ghiacciai alpini al 2100. In particolare, si segnalano l'uscita in anteprima di Repubblica su carta (con infografica e richiamo in prima), gli articoli sul sito del Corriere della Sera e il servizio dedicato del TG5, con intervista a Federico Spadini, con sullo sfondo la proiezione sul ghiacciaio Presena Ovest.

### BENEFICIARI E STAKEHOLDER

- Politecnico di Zurigo
- "Gloab Mapping Hub" di Greenpeace International
- Greenpeace Germania
- Comitato Glaciologico Italiano
- Media e mondo della ricerca



21/03/2025 Pag. 1 **la Repubblica** diffusione: 122774 tiratura: 196332

### Quei ghiacciai condannati all'estinzione

di GIACOMO TALIGNANI  
alle pagine 24-25  
Con un servizio di ANNA LOMBARDI

## L'agonia dei ghiacciai "Ridotti alla metà nei prossimi 25 anni"

Lo studio di Greenpeace e politecnico di Zurigo: se non agiamo nel 2050 l'Italia avrà perso quasi il 50% della superficie gelata

di GIACOMO TALIGNANI ROMA

olimpioniche al secondo

sciremò a invertire la rotta della crisi del clima, nel 2000 le nuove proiezioni indicano che la superficie dei ghiacciai italiani si ridurrà dai 379 chilometri quadrati di oggi ad appena 22. Colossi come l'Adamello, che solo lo scorso anno ha perso 3 metri di spessore frontale, saranno un ricordo. Idem per la Marmolada.

Dal 2000, anno che può sembrarci vicino se torniamo con la mente allo scudetto della Roma o al dibattito del Grande Fratello in tv, abbiamo già perso 206 ghiacciai alpini. Nello stesso lasso di tempo il Friuli Venezia Giulia ha saltato praticamente tutti i suoi ghiacciai.

Nel frattempo nel mondo in 20 anni si sono sciolti 207 miliardi di tonnellate di ghiaccio ogni anno con l'acqua rilasciata si potrebbero riempire tre piscine olimpioniche ogni secondo. Tra i grandi, i resti di que-

professore di Glaciologia del Politecnico di Zurigo, «se la crisi climatica si aggraverà, porterà una differente distribuzione delle precipitazioni, con più piogge e meno neve ad alta quota come è già avvenuto tra il 2022 e il 2023, elementi che aggravano lo stato di salute già precario dei ghiacciai italiani».

Non tutto, però, è perduto: le previsioni indicano infatti che se si uscirà dalla tendenza climatica odierna, attuando realmente gli Accordi di Parigi per limitare l'innalzamento delle temperature, anziché restare a fine secolo con appena 22 chilometri quadrati di ghiacciai riusciremo a conservarne almeno 34 distribuiti in 22 "giganti" sulle Alpi. I grandi ghiacciai poi, più che scomparire, si ridurrebbero, stabilizzandosi, in modo da mantenere parte delle loro funzioni idriche.

21/03/2025 Pag. 1 **la Repubblica** diffusione: 122774 tiratura: 196332

so dal Cai (Club alpino italiano) e da 60 associazioni abbassando le emissioni climateranti, chiosano, «potremmo salvare i ghiacciai in due terzi dei siti del patrimonio mondiale». A un patto per: «Agire subito».

**LA CONSEGNA**  
A fine secolo, nel 2100, la superficie dei ghiacciai italiani sarà ridotta del 48,5% rispetto al 2024. In totale, i ghiacciai italiani perderanno 136 miliardi di metri cubi di ghiaccio, equivalenti a 136 miliardi di litri d'acqua. La perdita di ghiaccio è pari a 136 miliardi di litri d'acqua, equivalenti a 136 miliardi di litri d'acqua.

**LA CONSEGNA**  
A fine secolo, nel 2100, la superficie dei ghiacciai italiani sarà ridotta del 48,5% rispetto al 2024. In totale, i ghiacciai italiani perderanno 136 miliardi di metri cubi di ghiaccio, equivalenti a 136 miliardi di litri d'acqua. La perdita di ghiaccio è pari a 136 miliardi di litri d'acqua.

**ADDIO GIGANTI BIANCHI**

A causa del cambiamento climatico, nel 2050 rischiamo di perdere il 48,5% della superficie coperta dai ghiacciai sulle Alpi italiane.

**NESSUNA REGIONE È AL SICURO** (perdita di acqua dovuta alla fusione dei ghiacciai, var. 2025-2050)

perdita in miliardi di m<sup>3</sup> **-2,15**

perdita in % **-46%**

## ALLEVAMENTI INTENSIVI

### TITOLO DEL PROGETTO

#### Stop Allevamenti intensivi

### PERIODO DI RIFERIMENTO

2024 - In corso

### OBIETTIVO STRATEGICO

Ottenere misure concrete per ridurre gli impatti ambientali, sanitari e sociali del sistema zootecnico intensivo. Promuovere una transizione agroecologica del settore agricolo, contrastando il potere e la social licence delle grandi lobby agricole e zootecniche per realizzare un modello di produzione sostenibile ed equo per consumatori e piccoli produttori.

### ATTIVITÀ/output 2025 in ordine cronologico

**2 azioni di protesta nonviolenta:** una a marzo davanti a Montecitorio per “celebrare” l’anniversario della Proposta di Legge “Oltre gli allevamenti intensivi”, e una a settembre alla FAO durante la conferenza mondiale sulla “trasformazione sostenibile” degli allevamenti in collaborazione con GPI.

**2 partecipazioni ad eventi:** fiera “Fà la cosa Giusta” e convegno su antibiotico resistenza in collaborazione con *stakeholder salute*.

**1 test metodologico** di campionamento e analisi sulla presenza di antibiotici e batteri resistenti nelle acque superficiali in Pianura Padana.

**5 media briefing** diffusi sui seguenti temi: export di pesticidi vietati dall’Europa; profitti e reti di potere delle grandi aziende zootecniche italiane; irregolarità in uno degli allevamenti intensivi della Pellegrina; i ricchi beneficiari della politica agricola comune.

### RISULTATI/OUTCOME 2025

La campagna per la proposta di legge ha portato all’approvazione della mozione di sostegno in oltre dieci comuni e la presentazione per la discussione in almeno altri dieci. In corrispondenza degli output di campagna la prima firmataria della legge ha pubblicamente preso parola e altri hanno rilanciato le nostre comunicazioni.

**Impatto in termini di engagement:** la petizione in appoggio alla Proposta Di Legge (PDL) presentata da Greenpeace nel 2024 ha raggiunto a fine anno 958.136 firme, delle quali 218.901 raccolte nel solo 2025.

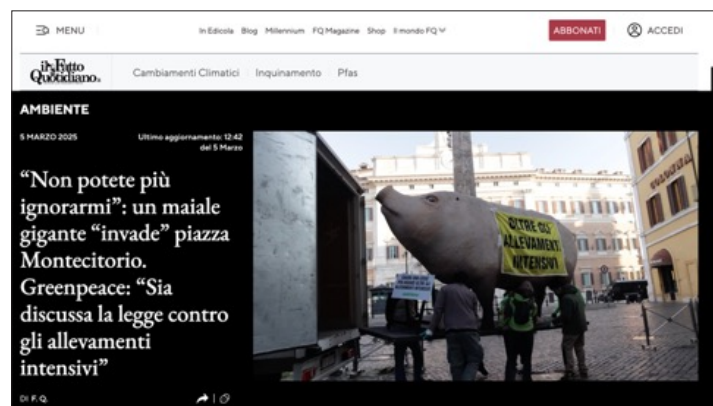
**Impatto economico:** per il digital FR, la tematica ha prodotto ca. 30% del totale di donazioni e income del 2025, posizionandosi come tematica più sostenuta dai donatori di Greenpeace.

**Impatto mediatico:** ambedue le attività nonviolente effettuate rispettivamente davanti a Montecitorio (in occasione dell’anniversario della proposta di legge) e alla FAO a Roma (in apertura del meeting internazionale sull’allevamento sostenibile) hanno avuto una buona copertura mediatica, da ricondurre all’originalità delle attività realizzate e alla scelta di sedi politico-istituzionali.

In particolare, l’attività a Montecitorio (marzo 2025) ha avuto buone uscite media, con il video dell’azione ripreso da tutte le agenzie e i principali quotidiani nazionali, sia nelle loro pagine online che social (Ansa, Aska, LaPresse, AGI, La Repubblica, Il Sole 24 Ore, “Il Fatto Quotidiano, Open, L’Espresso).

Ottimi risultati anche per l’attività internazionale FAO a Roma, coordinata sul campo dall’ufficio stampa italiano (settembre 2025): oltre 80 uscite media, su agenzie, quotidiani nazionali e media internazionali, tra cui Il Corriere della Sera, La Repubblica, Il Sole 24 Ore, Ansa, RaiNews24, Reuters.

Anche i media briefing su export pesticidi fuori dall’Ue e sui più grandi emettitori di metano globali hanno ottenuto una buona copertura sui media nazionali.



### ESTERI

#### La protesta di Greenpeace davanti alla Fao: vol... animali inscenano un allevamento intensivo



30 SETTEMBRE 2025

EMBED



Mentre l’organizzazione discute su come aumentare la produzione zootecnica

Francesco de Augustinis / CorriereTv

In che modo si deve intervenire nel settore zootecnico, per rendere il sistema alimentare globale sostenibile, anche a fronte di una popolazione che sta crescendo e che potrebbe raggiungere i 10 miliardi di individui nei prossimi anni?



Alcune uscite media sulle investigazioni condotte negli allevamenti intensivi italiani sono state poi coordinate e realizzate a livello nazionale e locale, nonostante il contesto difficile, dominato dallo strapotere delle lobby dell'agroalimentare e della zootecnia e dal loro condizionamento anche nel panorama mediatico italiano.

## BENEFICIARI E STAKEHOLDER

- Collaborazione con Openpolis
- Collaborazione con Food For Profit e Giulia Innocenzi
- Collaborazione con Alan Cappelli Goetz
- Greenpeace European Unit
- La proposta di legge e la mozione hanno fornito strumenti concreti ai comitati locali che si oppongono agli allevamenti intensivi
- I report e le ricerche hanno supportato associazioni, movimenti e istituzioni interessati al legame tra cibo, ambiente, uso di fondi pubblici e potere
- Nel corso delle attività di campagna sono state coinvolte più di 30 realtà nazionali e locali

6 NOVEMBRE 2025 11:05

## Animali morti, topi e sporcizia: cosa è emerso dall'indagine di Greenpeace in un allevamento nel Mantovano

Greenpeace Italia ha pubblicato oggi la sua nuova indagine intitolata "Dietro le sbarre" e svolta all'interno di uno degli allevamenti intensivi di proprietà della Società Agricola La Pellegrina S.p.a. a Roncoferraro (Mantova). Tra le altre cose, l'indagine ha portato alla luce la presenza di "carcasse di animali abbandonate, ferite non disinfettate e una seria infestazione di ratti all'interno delle gabbie".

03/11/2025  
Pag. 8

Domani

Diminuisci lo zoom

L'IMPATTO DELLA ZOOTECNIA SUL CLIMA

## Allevamenti intensivi I più grandi emettono gas serra uno stato

GIULIO CAVALLI



Le imprese della carne e del latte...  
Tra il 2022 e il 2023 le 45 principali multinazionali della carne e del latte hanno prodotto oltre 1 miliardo di tonnellate di gas serra. Se fossero uno stato sarebbero il 9° emettitore

In vista della Cop30 di Belem un'analisi indipendente firmata da Foodrise, Friends of the Earth U.S., Greenpeace Nordic e Institute for Agriculture and Trade Policy mette al centro il grande rimorso della crisi climatica: la zootecnia industriale. Tra il 2022 e il 2023 le 45 principali multinazionali della carne e del latte hanno prodotto oltre 1,2 miliardi di tonnellate di gas serra, più dell'intera Arabia Saudita.

Oltre la metà il metano il gas più potente nel breve periodo, decisivo per restare vicini a 1,5°C. Se queste aziende fossero uno stato, sarebbero il nono emettitore mondiale. In testa c'è la brasiliana JBS, che da sola vale quasi un quarto del totale. Seguono Marfrig, Tyson, Minerva e Cargill, insieme 485 milioni di tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente, più di Chevron, Shell o bp. L'Italia è presente con Cremonini Inalca, venesina con 14,4 milioni di tonnellate nel 2023, pari a un terzo di tutte le emissioni zootecniche nazionali stimate dalla Fao. Il rapporto descrive un'opzione simile a quella dei colossi fossili: le promesse di "neutralità climatica" e investimenti marginali in tecnologie che non riducono il problema alla radice. Le grandi imprese della carne e del latte continuano ad aumentare la produzione mentre dichiarano impegni di "net zero" spesso senza piani credibili. Il metano è il vero nodo. La sua capacità di trattenere calore è oltre ottanta volte superiore a quella della CO<sub>2</sub> nei primi vent'anni dopo l'emissione. Per questo l'Onu chiede un taglio del 45 per cento entro il 2030.

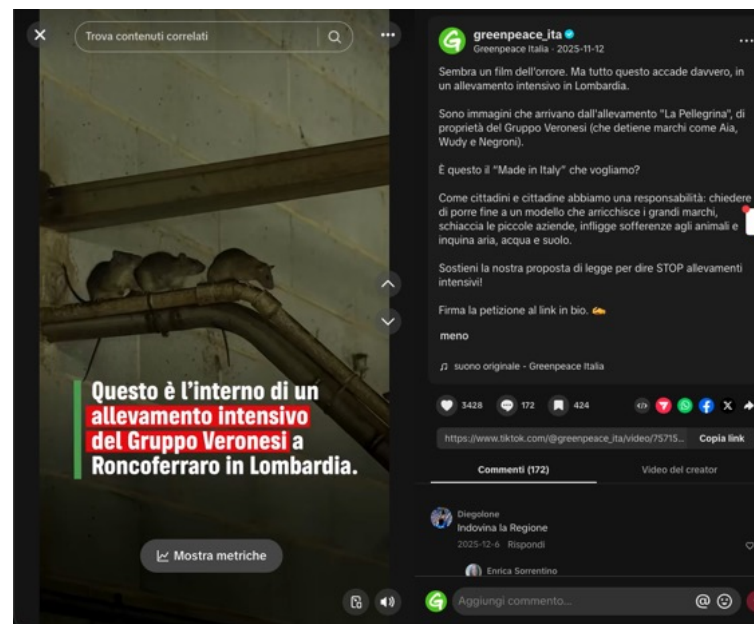
Ma i giganti dell'agroindustria preferiscono metriche che diluiscono il peso del metano su cento anni, ritardandone l'urgenza apparente. Secondo il rapporto i bovini sono responsabili di circa l'80 per cento delle emissioni del campione: i suini dell'11 e il pollame del 9. Una bestia di manzo può avere un impatto climatico fino a cento volte superiore a quello di una porzione di legumi. Le aziende respingono finanziando lobby internazionali per frenare norme su allevamenti e metano, promuovendo "false soluzioni" come additivi per i mangimi o biogas. Questi strumenti possono ridurre le emissioni per chilo di carne, ma non quelle complessive se la produzione continua a crescere.

Le proposte dei ricercatori Gli autori indicano una nota chiara. Primo: obblighi di trasparenza sui dati produttivi e sulle emissioni lungo l'intera filiera. Oggi gran parte delle multinazionali non pubblica volentieri i metodi di calcolo né dati aggregati per specie o paese, senza queste informazioni non si può verificare nulla. Secondo: obiettivi vincolanti di riduzione, separando il metano dagli altri gas serra. Terzo: politici che pubbliche che riducono sovrapproduzione e iperconsumo di carne e latticini, spostando i sussidi verso l'agroecologia e la diversificazione proteica. Nei paesi ricchi una dieta a prevalenza vegetale ridurrebbe le emissioni alimentari del 61 per cento e libererebbe superfici per l'azione europea che restituisce alla natura. Le emissioni agricole globali aumentano da 14 anni di emissioni agricole mondiali. Il rapporto propone anche di aggiornare le linee guida internazionali e gli appalti pubblici (mense scolastiche e ospedaliere) per favorire alimenti vegetali locali, insieme a una etichettatura di clima chiara e verificata.

Cambiamento necessario L'Italia ha aderito al Global Me...



In gabbia alla Fao contro gli allevamenti intensivi: la protesta di Greenpeace



# INQUINAMENTO

## ACQUE SENZA VELENI

### TITOLO DEL PROGETTO

Acque senza veleni

### PERIODO DI RIFERIMENTO

Luglio 2024 - marzo 2025

### OBIETTIVO STRATEGICO

Denunciare la mancanza di controlli sulla presenza di PFAS nelle acque potabili di tutta Italia attraverso una campagna di campionamenti in tutte le regioni (oltre 220 città), per realizzare la prima mappa italiana di questo inquinamento e spingere il governo a intervenire.

### ATTIVITÀ/output 2025 in ordine cronologico

Da luglio a settembre 2024: Pianificazione dell'attività di campionamento a livello logistico, organizzativo e comunicativo. Settembre/ottobre 2024: Attività di campionamenti in tutta Italia, con relative comunicazioni stampa e social e organizzazione di eventi di divulgazione nei territori.

Gennaio 2025: Lancio, durante una conferenza stampa, della prima mappa sull'inquinamento da PFAS mai realizzata in Italia.

Febbraio 2025: Attività di pressione sul governo alla luce dei risultati emersi dai campionamenti dell'autunno 2024. Eventi di presentazione e divulgazione dei dati nazionali organizzati localmente dalle persone volontarie.

Marzo 2025: Il governo Meloni approva in Consiglio dei Ministri un limite alla presenza di 4 PFAS nelle acque potabili italiane. Attività di piazza dei volontari per sensibilizzare la cittadinanza sui valori della propria regione (11 gruppi locali in 6 città).

### RISULTATI/OUTCOME 2025

Grazie all'efficacia di questa campagna, che ha visto un lavoro mirato, integrato e coordinato su più livelli (sensibilizzazione tra la popolazione, precisa strategia di comunicazione sui media e social, lavoro di pressione sul mondo politico), **Greenpeace è stata riconosciuta sempre di più come la realtà che più si è battuta in Italia per denunciare l'inquinamento da PFAS.** Arrivando anche a ottenere dal governo una regolamentazione

in merito più restrittiva rispetto a quanto già previsto dalla direttiva UE che è entrata in vigore a inizio 2026.

**Molto ampia la copertura mediatica del progetto**, soprattutto dopo il lancio della prima mappa dell'inquinamento da PFAS, con oltre un migliaio di uscite tra quotidiani, tv, siti di informazione, radio (sia a livello nazionale che locale) tra ottobre 2024 e marzo 2025. La petizione "Stop PFAS" ha aggiunto nel corso dell'anno 48.687 nuove firme per un totale di 173.933.

### BENEFICIARI E STAKEHOLDER

- Gruppi locali di volontariato di Greenpeace distribuiti sul territorio nazionale
- Comitati locali che si battono per il diritto a poter bere acqua non inquinata.
- Decine le testate che hanno parlato di PFAS, in certi casi anche per la prima volta nel loro territorio.
- Diverse le interlocuzioni avute anche con il mondo politico per riuscire a ottenere una regolamentazione della presenza dei PFAS



greenpeace\_ita · Segui già ...

greenpeace\_ita · Elemento modificato sett

L'PFAS sono anche nell'acqua in bottiglia

La nostra nuova indagine ha rilevato la presenza di queste sostanze inquinanti nell'acqua minerale di 6 marche su 8, tra le più diffuse nel nostro Paese. Nello specifico la sostanza rilevata nei campioni analizzati è il TFA, l'acido trifluoroacetico, classificato di recente dalla Germania come "tossico per la riproduzione" alla luce degli ultimi studi scientifici.

La presenza dei PFAS nell'acqua potabile non è una novità: nei mesi scorsi la nostra spedizione "Acque Senza Veleni" aveva denunciato la contaminazione delle acque pubbliche in tutte le regioni italiane. Al nostro

12.361 · 264 · 9 ottobre 2025

Aggiungi un commento...

Visualizzazioni: 290.734  
Interazioni: 6.993



greenpeace\_ita · Segui già ...

greenpeace\_ita · Elemento modificato sett

L'Italia è contaminata da PFAS da Nord a Sud. 🇮🇹

La nostra spedizione Acque Senza Veleni, che si è svolta a settembre e ottobre, ha svelato dati preoccupanti. 206 dei 260 campioni d'acqua potabile che abbiamo raccolto e analizzato in tutte le Regioni italiane risultano contaminati - a vari livelli - da PFAS, ovvero il 79% del totale. La sostanza più diffusa è il cancerogeno PFOA. Scorri le slide per scoprire di più.

Chiediamo subito al governo Meloni, ai ministri competenti e al Parlamento di accelerare le norme sulla responsabilità e

5054 · 234 · 22 gennaio 2025

Aggiungi un commento...

Visualizzazioni: 649.160  
Interazioni: 29.887



Video

Home · In diretta · Reels · Esplora · Video salvati · Seguite

video player: 0:37 / 1:47

Anche nell'acqua ci sono i PFAS

1941 · Commenti: 60 · Visualizzazioni: 86.002



## 5.4 La visibilità delle campagne tra media, social e petizioni

### Le uscite sui media

Nel 2025 il numero complessivo delle uscite media (10.987) è in sensibile crescita rispetto ai due anni precedenti (8.489 nel 2024 e 9.318 nel 2023). L'aumento rispetto al 2024 è di oltre il 29%. La crescita dei risultati è avvenuta su tutti i canali.

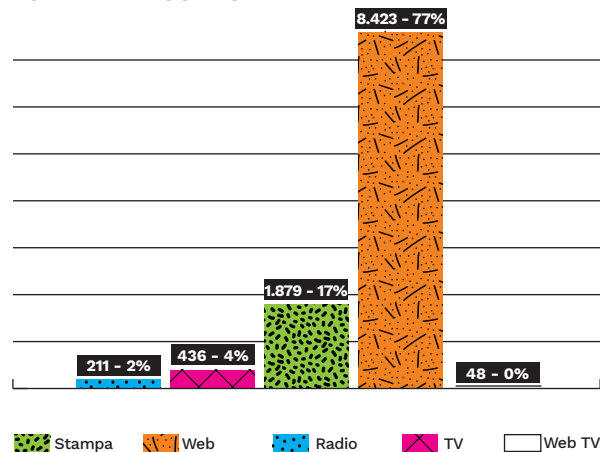
La suddivisione delle uscite media per canali indica come nel 2025 ben il 77% delle stesse si sia registrato in ambito digitale, il 17% sulla stampa, il 4% in televisione e intorno al 2% su radio e WEB TV: sono percentuali in continuità con quelle degli anni precedenti. Il discorso cambia quando si fa 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 69%, infatti, televisione e radio insieme determinano ben il 28% dei contatti raggiunti, mentre il dato della stampa crolla dal 17 al 3%.

L'impatto complessivo delle uscite media che parlano di Greenpeace viene calcolato da Mimesi in quasi 1,7 miliardi di contatti potenziali: un dato superiore a quello del 2024 (1,4 miliardi), e che pareggia il già ottimo risultato del 2023.

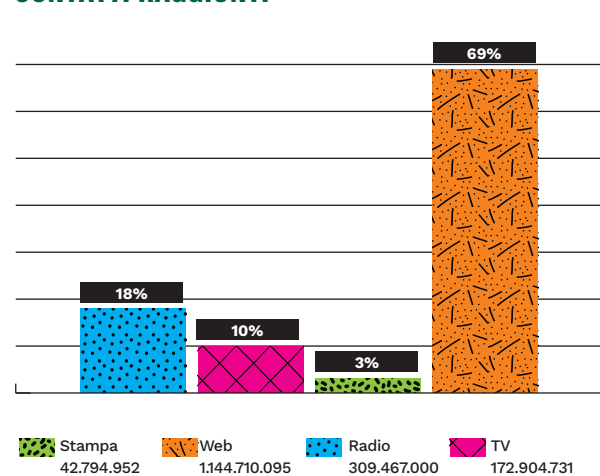
Interessante il confronto tra impegno in termini di "spinta" (comunicati stampa) e risultato finale (uscite). Nel 2025, il numero di comunicati realizzati (124) è superiore a quello di 2024 (110) e 2023 (108). La maggior parte di questi (27) è stata prodotta per la campagna Clima, dato in crescita rispetto all'anno precedente. Se a questi si aggiungono i comunicati a tema "Eni ed energia" (13) e quelli per il progetto "Stranger Green" (5) si arriva al 36% del totale. Notevole il contributo dei comunicati a tema "inquinamento" (23, per effetto della campagna PFAS), mentre anche il tema "Pace" cresce come conseguenza dei posizionamenti e delle iniziative contro l'intervento israeliano a Gaza.

In termini generali, tra comunicati e uscite media c'è una sostanziale coincidenza nella divisione per argomenti, a

### TOTALE ARTICOLI/CLIP<sup>12</sup>



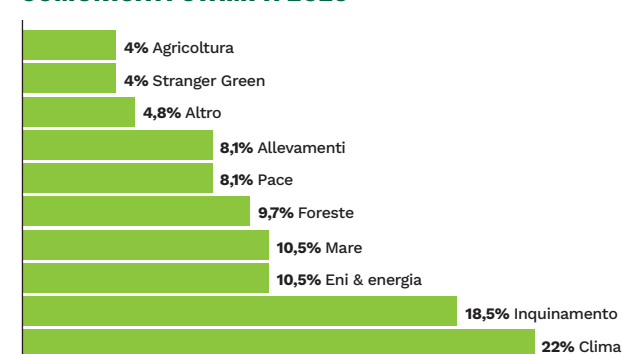
### CONTATTI RAGGIUNTI



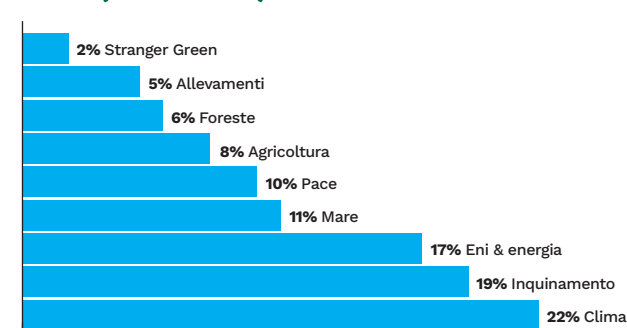
<sup>12</sup>Si segnala che nello stesso grafico presente nel documento del Bilancio Sociale 2023 i colori relativi a web e stampa nel grafico sono stati invertiti.

conferma del fatto che la maggior parte delle uscite sono conseguenza delle attività di ufficio stampa. Alcune differenze, tuttavia, sono indicative. I comunicati stampa su Eni ed Energia, infatti, rappresentano il 17% del totale, ma determinano solo il 10% delle uscite, a conferma della difficoltà di superare gli ostacoli posti dall'influenza sui media operata dall'azienda gas & oil italiana. Curioso il caso di agricoltura e allevamenti, dove il 4% e l'8% dei comunicati stampa determinano rispettivamente l'8% e il 5% delle uscite.

### COMUNICATI STAMPA 2025



### TOPIC (% ARTICOLI)



**Anche nel 2025 i picchi delle uscite media sono discontinui, con un alternarsi di campagne e progetti diversi.** Non tutto, inoltre, è misurabile da questo punto di vista: pur non determinando picchi di uscite, infatti, la realizzazione e la diffusione del documentario “Il prezzo che paghiamo” (sugli effetti dei combustibili fossili sulla crisi climatica e sul territorio italiano) è stato proiettato nell’ambito di oltre 80 eventi organizzati in tutta Italia, consentendo di aggirare l’ostracismo dei media e di far conoscere la Giusta Causa a un pubblico più ampio.

In particolare:

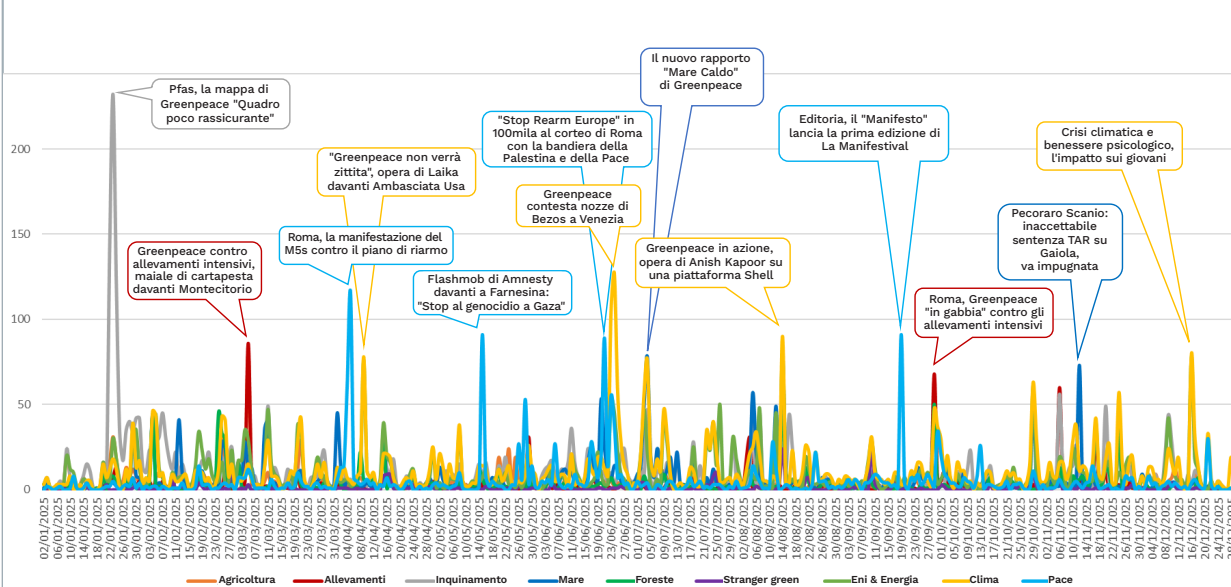
- le **migliori uscite** in termini qualitativi si sono registrate sul tema **Inquinamento**, con particolare riferimento agli output **PFAS** e **fast-fashion** (questi ultimi riadattati da output globali e in collaborazione con la trasmissione *Report*), nonché in relazione ai rapporti **“Mare caldo”** (luglio) e **“Ghiacciai italiani, addio”** (lanciato in occasione della

Giornata mondiale dei Ghiacciai, 21 marzo);

- il progetto **“Acque senza veleni”**, sviluppato nell’ambito della campagna sui PFAS, ha avuto un numero molto elevato di uscite sui giornali locali e sui TGR di ogni regione italiana, consentendo di nazionalizzare la campagna e di generare un ampio dibattito pubblico che ha portato a diverse proposte di legge per limitare questi pericolosi inquinanti;
- buoni risultati in termini di copertura video, soprattutto sul web, hanno generato l’intervento dell’artista **Laika di fronte all’ambasciata statunitense** per protestare contro la sentenza Energy Transfer (aprile) e le **azioni di Greenpeace contro gli allevamenti intensivi** (“maiale gigante davanti a Montecitorio” e “animali in gabbia” davanti alla FAO, a ottobre);
- ottima copertura media (anche a livello internazionale) ha

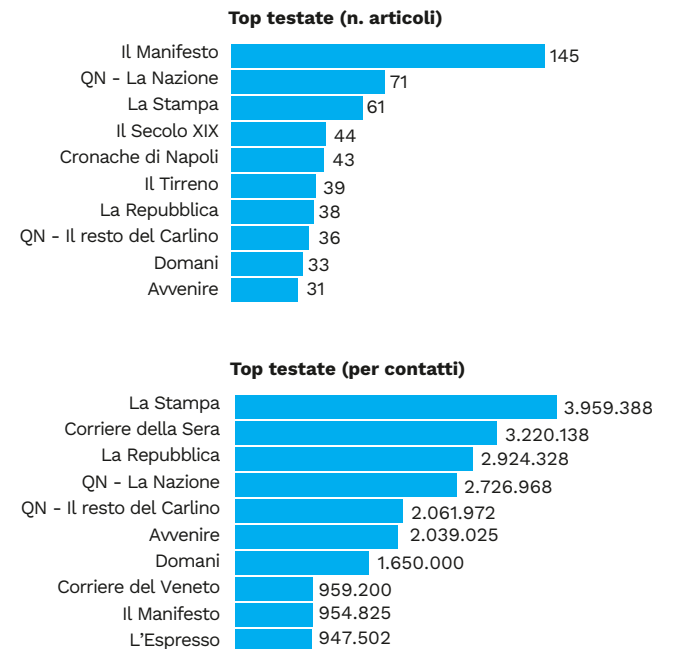
- avuto a giugno l’azione di protesta cui abbiamo co-partecipato in occasione del **matrimonio di Jeff Bezos** in piazza San Marco a Venezia, nell’ambito della campagna internazionale *People Over Greed*;
- ha generato ottime uscite, a dicembre, anche la diffusione dello studio sull’**Ecoansia**;
- alcune buone uscite media in termini quali-quantitativi hanno riguardato progetti sviluppati in coalizione con altre associazioni, come per esempio le manifestazioni contro il riarmo e in favore di **Gaza**, il ricorso al TAR sullo scarico a mare di **Gaiola** o il **Ponte sullo Stretto** di Messina.

**STAMPA/WEB/AV TREND PER TOPIC (N. ARTICOLI)**  
**PERIODO DI ANALISI: 2025**



Copyright @ 2026 di Mimesi s.r.l Tutti i diritti riservati

**STAMPA**  
**TOP 10 TESTATE PER N. ARTICOLI E CONTATTI**  
**PERIODO DI ANALISI: 2025**

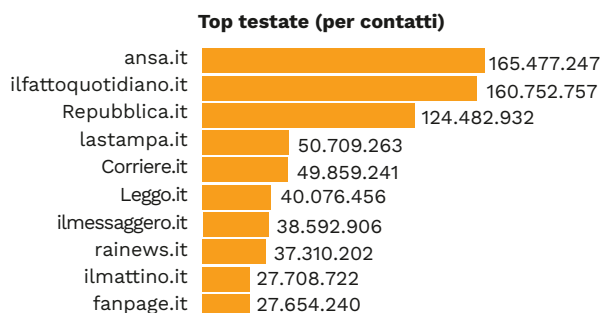
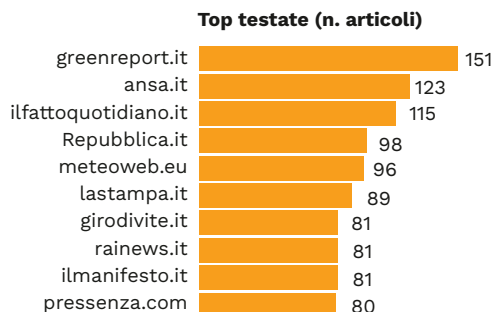


Nota: i contatti stampa fanno riferimento al dato di diffusione fornito da “Dati e Tariffe”, per il web i contatti fanno riferimento ai visitatori giornalieri medi forniti da ComScore.

Copyright @ 2026 di Mimesi s.r.l Tutti i diritti riservati

## WEB

TOP 10 TESTATE PER N. ARTICOLI E CONTATTI  
PERIODO DI ANALISI: 2025

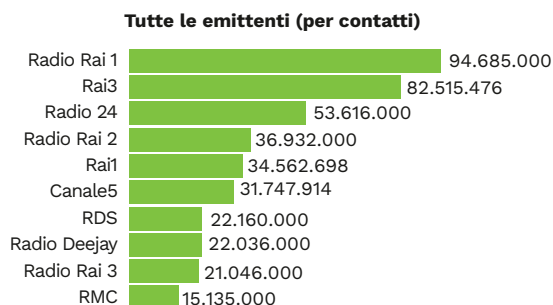
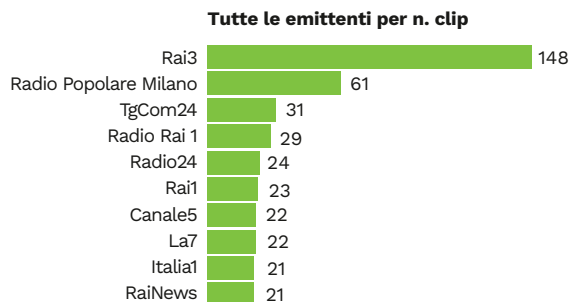


Nota: i contatti stampa fanno riferimento al dato di diffusione fornito da "Dati e Tariffe", per il web i contatti fanno riferimento ai visitatori giornalieri medi forniti da ComScore.

Copyright @ 2026 di Mimesi s.r.l Tutti i diritti riservati

## AUDIO/VIDEO

TOP 10 EMITTENTI PER N. CLIP E CONTATTI  
PERIODO DI ANALISI: 2025



Copyright @ 2026 di Mimesi s.r.l Tutti i diritti riservati

## I contatti e l'engagement online

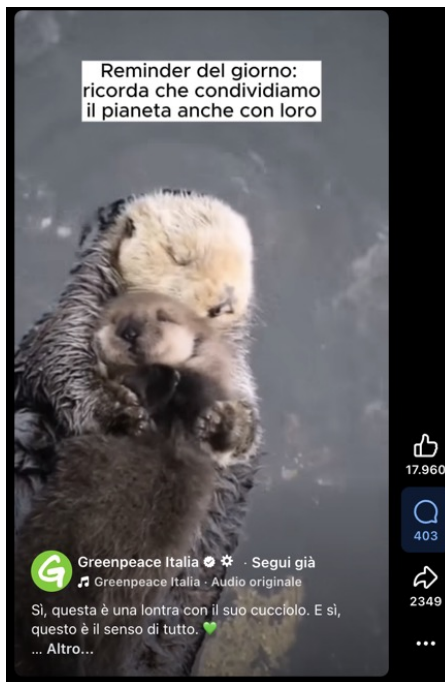
Il numero complessivo dei contatti digitali e social nel 2025 conferma il suo trend di crescita. A crescere, in particolare, sono gli indirizzi e-mail, ovvero quei contatti online (i cosiddetti "cyberattivisti") importanti per il successo delle attività di *engagement* digitale. I follower delle pagine Facebook, Instagram e YouTube continuano lentamente a crescere, mentre quelli su Twitter/X si riducono ulteriormente e in percentuale superiore all'anno precedente, sempre per effetto del coinvolgimento in politica del proprietario Elon Musk e dello strisciante abbandono della stessa piattaforma. **La pratica di ricorrere a piccoli investimenti per spingere 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 2025 si è consolidata la strategia di collaborazione con diversi influencer e content creator, che sono serviti da sostegno per amplificare le campagne.** Sono stati coinvolti oltre 35 *influencer* e *content creator*, attivati in modo mirato sui diversi progetti strategici oppure - in certe occasioni - su singole campagne e momenti chiave, con l'obiettivo di intercettare pubblici specifici e rafforzare l'impatto dei diversi lanci. La *reach* complessiva così generata è stata particolarmente significativa e ha permesso a Greenpeace di ampliare in modo concreto il proprio pubblico, rafforzando il posizionamento su *community* nuove e allo stesso tempo mantenendo coerenza valoriale e chiarezza strategica.

### CONTATTI ONLINE - STATISTICHE

	EMAIL TOTALI	EMAIL ATTIVE	FACEBOOK	TWITTER/X	INSTAGRAM	YOUTUBE
<b>2023</b>	1.640.164	1.082.413	760.614	501.577	201.401	23.800
<b>2024</b>	<b>1.880.156</b>	<b>1.053.086*</b>	<b>765.273</b>	<b>486.901</b>	<b>215.428</b>	<b>24.000</b>
<b>2025</b>	<b>2.176.963</b>	<b>1.105.968*</b>	<b>772.918</b>	<b>452.142</b>	<b>244.000</b>	<b>24.400</b>

\* il dato delle email attive è solo apparentemente in calo nel 2024; per un accordo con un fornitore esterno, infatti, circa 300 mila indirizzi erano momentaneamente gestiti dallo stesso. Finito il periodo, gli indirizzi sono stati comunque considerati "non attivi", fatte salve eventuali azioni effettuate in seguito.



ENGAGEMENT 2025 - KPI PETIZIONI, GUIDE E NEWSLETTER			
PETIZIONE	LANCIO	CONTATTI TOTALI	CONTATTI 2025
PLASTICA, UN TRATTATO GLOBALE	2022	372.233	17.888
STOP ALLEVAMENTI INTENSIVI	2021	958.136	218.901
SALVIAMO LE API	2019	855.259	128.243
STOP ARMI E GUERRE	2021	120.328	26.625
PROTEGGI GLI OCEANI	2019	403.210	4.763
STOP CAMBIAMENTI CLIMATICI	2020	210.759	4.752
STOP DEFORESTAZIONE	2024	96.693	9.039
STOP DEEP SEA MINING	2024	220.242	72.518
ZERO PFAS	2023	173.933	48.687
STOP FAST FASHION	2024	91.822	24.609
GREENPEACE IN PERICOLO	<b>2025</b>	138.675	138.675
STOP ALLEVAMENTI DI PESCI	<b>2025</b>	49.284	49.284
GUIDA FRUTTA E VERDURA	2024	49.765	43.738
NEWSLETTER MARTEDÌ PER IL PIANETA	<b>2025</b>	4.085	4.085
<b>TOTALE</b>			<b>791.807</b>

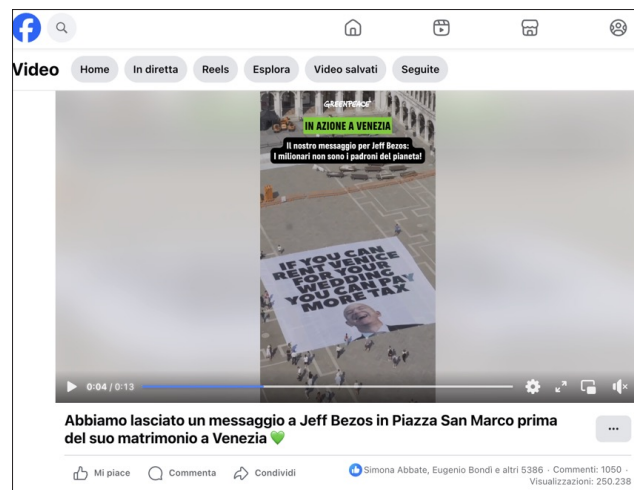
Un passo in avanti in questa strategia è stato l'avvio di una collaborazione stabile con una *content creator*, Zeina Ayache, finalizzata a potenziare la presenza digitale di Greenpeace, in particolare su TikTok e Instagram, con contenuti originali, dinamici e coerenti con la *brand identity* e i valori dell'organizzazione.

Per il progetto Occhi Verdi abbiamo coinvolto Pediatra Carla (oltre 500 mila follower su Instagram), Carlotta Mendini ed Elisa Nicoli, rafforzando il posizionamento del progetto su target sensibili ai temi di salute, sostenibilità e consumo consapevole. Per il rilancio della Guida su frutta e verdura di stagione abbiamo collaborato con @cucinaverza e Alessio Cicchini (@rucoolaaa), valorizzando il contenuto attraverso creator specializzati in alimentazione vegetale e cucina sostenibile.

TOTALE PERSONE INGAGGiate		
2023	758.012	2024 869.489   2025 802.232

Grazie anche a questa strategia combinata il numero di firme si è mantenuto su buoni livelli nel 2025 (802 mila), per quanto in calo rispetto alla cifra record del 2024 (869 mila). Alle guide al consumo si è aggiunto il contributo delle iscrizioni a nuove newsletter elaborate dall'ufficio. **Le firme generate dalle sole petizioni nel 2025 sono state quasi 792 mila.** Due gli appelli lanciati - "Greenpeace in pericolo" e "STOP allevamenti di pesci" - insieme alla nuova newsletter "Martedì per il Pianeta".

Ma il maggior numero di firme è arrivato (esattamente come nel 2024) dalla petizione "STOP Allevamenti intensivi", che è stata firmata da quasi 219 mila persone. In termini di engagement digitale, molto efficace si rivela ancora la petizione "Salviamo le api." e la petizione "Stop allevamenti intensivi". Interessante la performance della nuova petizione "Greenpeace in Pericolo", firmata da 139 mila persone, il 25% delle quali sono nuovi contatti. Con percentuali basse, al contrario, le petizioni con tema clima, pace e foreste, a conferma che si tratta di campagne che insistono su persone già vicine a Greenpeace e meno su un pubblico nuovo.



## 6. LA DIMENSIONE ECONOMICA

### 6.1 I risultati dell'anno

I dati economici ufficiali di Greenpeace sono puntualmente riportati all'interno del bilancio d'esercizio redatto ai sensi dell'art. 13 del D. Lgs. 117/2017 (Codice del Terzo Settore) ed in conformità agli schemi di bilancio previsti dal D.M. 5 marzo 2020, in applicazione del principio contabile OIC 35, specifico per gli Enti del Terzo Settore, nonché degli ulteriori principi contabili nazionali, in quanto compatibili e applicabili.

La tabella che segue illustra in via sintetica i risultati fotografati all'interno del rendiconto gestionale di cui al bilancio d'esercizio 2025 predisposto dal Consiglio Direttivo e approvato dall'Assemblea dei Soci. Sono indicati altresì i risultati economici del 2024 per favorire la comparabilità dei dati.

Pur rimandando al bilancio d'esercizio per un'analisi dettagliata delle voci contabili, Greenpeace ritiene opportuno fornire, all'interno di questo Bilancio Sociale, una lettura complementare che faciliti la comprensione del valore economico creato e della sua distribuzione.

Per questo motivo, pur garantendo la riconciliabilità dei dati economici con il bilancio d'esercizio, questi ultimi sono stati oggetto di una riclassificazione avente l'obiettivo di:

- enfatizzare l'**apporto economico** delle aree organizzative;
- rappresentare in modo chiaro e trasparente il **valore economico generato e distribuito** a favore dei propri stakeholder;
- orientare la lettura del Bilancio Sociale ad una logica di **processi e risultati** che possa evidenziare l'efficace azione

dell'Associazione e rispondere ad un'esigenza di trasparenza nei confronti dei destinatari del documento.

La riclassificazione di seguito rappresentata ha il solo scopo di informare i lettori e non modifica né sostituisce la rappresentazione contabile ufficiale del bilancio d'esercizio.

Il valore economico "generato" viene rappresentato come il totale delle risorse acquisite a vario titolo durante l'anno, mentre per valore "distribuito" si intende il totale delle risorse utilizzate per il perseguimento diretto o indiretto delle proprie finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale. Dalla differenza tra valore generato e distribuito scaturisce quella parte di risorse generate che permane all'interno della struttura organizzativa come forma di autofinanziamento per attività future, ovvero il valore economico "trattenuto".

#### IL VALORE GENERATO E DISTRIBUITO NEL 2025 - Sintesi del rendiconto della gestione 2025

RENDICONTO GESTIONALE (DM 5 MARZO 2020 MLPS)					
COSTI E ONERI	2025	2024	RICAVI E PROVENTI	2025	2024
A) Attività di interesse generale	6.063.404	6.139.486	A) Attività di interesse generale	1.308.296	1.269.465
B) Attività diverse	269.437	340.462	B) Attività diverse	314.569	355.028
C) Attività di raccolta fondi	4.212.800	3.725.882	C) Attività di raccolta fondi	10.780.633	9.777.681
D) Attività finanziarie e patrimoniali	1.166	1.021	D) Attività finanziarie e patrimoniali	47.218	1.021
E) Attività di supporto generale	1.339.611	1.304.332	E) Attività di supporto generale	69.483	56.628
<b>Totale costi e oneri</b>	<b>11.886.418</b>	<b>11.511.183</b>	<b>Totale ricavi e proventi</b>	<b>12.520.199</b>	<b>11.511.587</b>
<b>Totale costi e oneri (incluse imposte)</b>	<b>12.013.959</b>	<b>11.622.045</b>	<b>Imposte</b>	<b>127.541</b>	<b>110.862</b>
			<b>Avanzo / disavanzo di gestione</b>	<b>506.240</b>	<b>-110.458</b>

VALORE ECONOMICO GENERATO	2025	2024
Contributi da network Greenpeace	497.315,45	407.707,64
Quote associative	6.120,00	6.120,00
<b>La raccolta, di cui</b>	<b>11.829.414,00</b>	<b>10.836.766,00</b>
<b>Raccolta fondi abituali e</b>	<b>9.725.591,00</b>	<b>9.481.111,00</b>
<i>Di cui donazioni da nuovi sostenitori</i>	937.608,00	748.838,00
<i>Di cui donazioni da sostenitori già</i>	8.783.335,00	8.729.205,00
<i>Di cui raccolta fondi occasionale</i>	4.648,00	3.068,00
<b>Erogazioni liberali vincolate</b>	<b>194.884,00</b>	<b>105.797,00</b>
<b>Lasciti</b>	<b>947.310,00</b>	<b>183.875,00</b>
<b>5x1000</b>	<b>727.028,00</b>	<b>814.022,00</b>
<b>Merchandising</b>	<b>234.601,00</b>	<b>251.961,00</b>
<b>Altri</b>	<b>187.349,55</b>	<b>260.994,36</b>
<b>Totale valore economico generato</b>	<b>12.520.199,00</b>	<b>11.511.587,00</b>

VALORE ECONOMICO TRATTENUTO	2025	2024
<b>Totale valore economico generato</b>	<b>12.520.199,00</b>	<b>11.511.587,00</b>
<b>Totale valore economico distribuito</b>	<b>12.013.959,00</b>	<b>11.622.045,00</b>
<b>TOTALE VALORE ECONOMICO TRATTENUTO</b>	<b>506.240,00</b>	<b>-110.458,00</b>

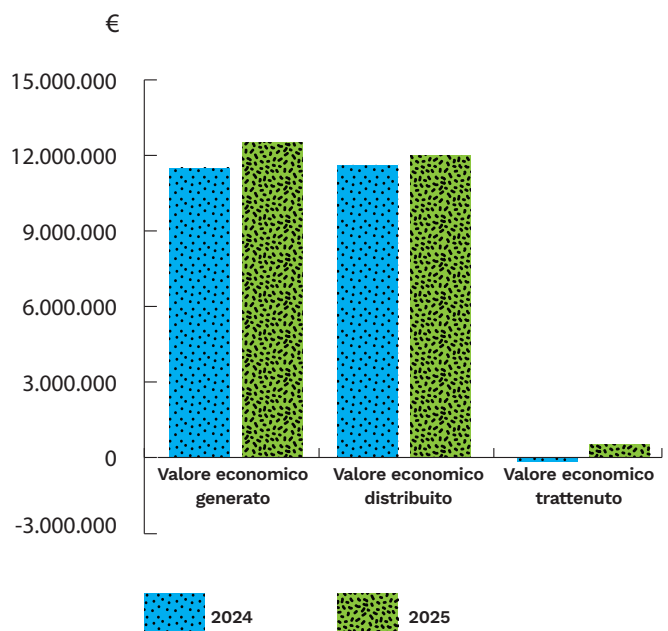
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO	2025	2024
<b>Supporto campagne internazionali</b>	<b>3.021.993,00</b>	<b>2.974.747,00</b>
<b>Campagne, di cui</b>	<b>700.654,00</b>	<b>723.627,00</b>
<i>Campagna mare</i>	126.492,00	81.167,00
<i>Campagna foreste</i>	63.066,00	60.475,00
<i>Campagna agricoltura</i>	78.846,00	111.269,00
<i>Campagna inquinamento</i>	52.188,00	131.666,00
<i>Campagna energia e clima</i>	320.123,00	285.799,00
<i>Campagna pace e disarmo</i>	59.939,00	53.251,00
<b>Supporto campagne, di cui</b>	<b>2.061.882,00</b>	<b>2.179.585,00</b>
<i>Comunicazione campagne</i>	454.775,00	499.604,00
<i>Mobilitazione digitale</i>	830.106,00	800.805,00
<i>Unità ricerche supporto campagne</i>	132.950,00	132.571,00
<i>Action team</i>	292.249,00	303.309,00
<i>Gruppi locali</i>	104.723,00	198.551,00
<i>Greenpeace news</i>	101.905,00	116.837,00
<i>Altre attività</i>	145.174,00	127.908,00
<b>Coordinamento campagne</b>	<b>255.909,00</b>	<b>211.795,00</b>
<b>La raccolta, di cui</b>	<b>4.402.836,00</b>	<b>3.991.475,00</b>
<i>Raccolta fondi abituale</i>	3.355.377,00	2.904.831,00
<i>Raccolta fondi occasionale</i>	2.638,00	3.181,00
<i>Lasciti</i>	158.261,00	184.667,00
<i>5x1000</i>	134.966,00	161.732,00
<i>Altri oneri da raccolta fondi</i>	584.524,00	521.203,00
<i>Merchandising</i>	166.370,00	215.861,00
<b>Gestione e mantenimento della struttura</b>	<b>1.339.611,00</b>	<b>1.304.332,00</b>
<b>Altro</b>	<b>231.774,00</b>	<b>236.484,36</b>
<b>Totale valore economico distribuito*</b>	<b>12.013.959,00</b>	<b>11.622.045,00</b>

\*Tale importo diverge dal totale degli oneri di cui al bilancio di esercizio perché include le imposte.

Nel 2025 si registra un **rafforzamento complessivo dell'equilibrio economico dell'Associazione**: a fronte di una crescita del **valore economico generato**, aumentano anche il **valore economico distribuito** e il **valore economico trattenuto**, che passa da un saldo negativo nel 2024 a un saldo positivo nel 2025. Questo andamento segnala una **maggiore sostenibilità economica** e una migliore capacità di mantenere nel tempo il proprio impegno istituzionale.

Di seguito vengono approfonditi la composizione e l'andamento del valore economico generato e del valore economico distribuito per il 2025.

### ANDAMENTO NEL BIENNIO DEL VALORE ECONOMICO



In azione contro il gas fossile e contro le politiche di Giorgia Meloni e Donald Trump.  
© Greenpeace / Emmanuele Calautti

## 6.2 Il valore economico generato

Il valore economico generato nel 2025 da Greenpeace è inteso come l'ammontare delle risorse che l'Associazione ha acquisito a vario titolo, e nello specifico attraverso:

- **contributi dal network Greenpeace** che rappresentano i trasferimenti di risorse economiche che l'Associazione ha ricevuto da Greenpeace International, l'ente di coordinamento globale della rete Greenpeace, e da altri uffici del network Greenpeace. Le risorse possono includere finanziamenti per specifici progetti, supporto operativo e contributi per attività di ricerca, comunicazione e advocacy a livello internazionale;
- **quote associative** versate dai soci all'atto dell'iscrizione o del rinnovo;
- **la raccolta**, che comprende l'insieme delle iniziative e degli strumenti attraverso i quali l'organizzazione acquisisce risorse economiche da soggetti privati, nel rispetto dei principi di trasparenza, correttezza ed efficienza, a sostegno delle finalità istituzionali e delle campagne ambientali e sociali promosse (approfondimento nel capitolo successivo). Nel dettaglio, tale attività include:

- I. la raccolta fondi abituale, costituita dalle donazioni ricorrenti o una tantum provenienti dai da nuovi sostenitori e sostenitrici che contribuiscono all'ampliamento della base di supporto dell'organizzazione e dalle donazioni continuative o una tantum da sostenitori e sostenitrici fedeli che rappresentano una fonte stabile e ricorrente di finanziamento;
- II. la raccolta fondi occasionale, derivante da iniziative episodiche, legate a campagne specifiche o eventi non ricorrenti;
- III. le erogazioni liberali vincolate, ossia contributi destinati a progetti o finalità specifiche, nel rispetto dei vincoli espressi dai donatori e dalle donatrici;

- IV. i lasciti, costituiti da disposizioni testamentarie a favore dell'organizzazione, finalizzate al sostegno delle attività istituzionali e delle campagne nel medio-lungo periodo;
  - V. i contributi derivanti dal 5x1000, assegnati dai contribuenti e dalle contribuenti attraverso la scelta di destinazione dell'imposta sul reddito delle persone fisiche, in conformità alla normativa vigente;
  - VI. i proventi da merchandising, generati dalla vendita di prodotti a marchio Greenpeace, al netto delle rimanenze finali, a sostegno delle finalità istituzionali e delle campagne ambientali e sociali promosse.
- **altri proventi** derivanti da attività accessorie, finanziarie e patrimoniali.

Nel 2025 il **valore economico generato** registra una cre-

VALORE ECONOMICO GENERATO NEL 2025

**Euro 12.520.199,00**  
+9% RISPETTO AL 2024

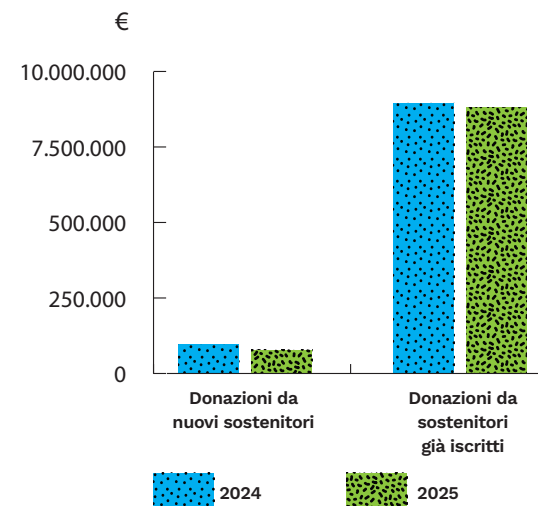
scita significativa del 9%, con un aumento di più di un milione di euro trainato in modo netto dalla **raccolta fondi**, che si conferma la componente largamente prevalente e il vero motore della sostenibilità economica di Greenpeace.

All'interno della raccolta, la componente che continua a sostenere maggiormente l'equilibrio economico è quella delle **donazioni da sostenitori e sostenitrici con modalità di donazione ricorrente**, che resta molto solida (+1% rispetto al 2024) e sostanzialmente stabile rispetto all'anno precedente: si tratta di un segnale importante, perché evidenzia la tenuta della base fidelizzata e la capacità dell'organizzazione di mantenere nel tempo la relazione con i propri donatori e donatrici.

Accanto a questa base stabile, emerge però anche una dinamica particolarmente positiva sulle **donazioni da nuovi sostenitori e sostenitrici**, in crescita rispetto al 2024 (+25% rispetto al 2024).

Molto rilevante è anche l'aumento dei **lasciti**, che contribuisce in modo significativo alla crescita del valore economico generato; in aumento risultano inoltre i **contributi da Network Greenpeace** e le **erogazioni liberali vincolate**.

### ANDAMENTO RACCOLTA ABITUALE 2024-2025



## La raccolta fondi

Greenpeace per portare avanti la propria missione: **l'organizzazione, infatti, non accetta fondi da aziende, governi, partiti politici o istituzioni, e si rivolge alle singole persone** che credono nella mission di Greenpeace e che quindi decidono di sostenere la sua capacità di difesa del pianeta. Da due anni, inoltre, in accordo con le indicazioni globali di Greenpeace international, la sezione italiana dell'organizzazione ha avviato un percorso di ricerca di fondazioni non bancarie, non aziendali, non istituzionali, di tipo privato che possano sostenere alcuni progetti prioritari. Per garantire e rispettare il principio di indipendenza che Greenpeace si è data, il contributo da parte delle fondazioni non può eccedere il 6% dei ricavi complessivi dell'associazione.

I fondi raccolti da privati sono classificati come fondi di natura non dedicata, ossia liberi da vincoli nel loro utilizzo e sostengono il lavoro dell'organizzazione nel suo complesso. I fondi raccolti vengono indirizzati sulle attività che rispondono a requisiti di rilevanza, elevata priorità ambientale e urgenza, in conformità con le indicazioni del piano globale di Greenpeace International. La parte dei fondi raccolti proveniente da fondazioni è di natura modale, ossia vincolata a specifiche attività sempre rientranti negli obiettivi strategici di Greenpeace.

**Nel 2025 il 99% 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 da persone che hanno scelto di destinare a Greenpeace il loro 5x1000. I restanti fondi, come indicato nel grafico, provengono da fondazioni e da contributi della nostra casa madre per attività vincolate.

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.

## Le policy per la raccolta fondi

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.

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 dell'*Executive Director* e, se il valore è superiore ai 10 mila euro, deve essere comunicato nella relazione

## CRITERI DI ACCETTAZIONE DELLE DONAZIONI DI GREENPEACE



	IN DENARO	IN NATURA
INDIVIDUI	👍	👍
MAJOR DONOR (GRANDI DONATORI INDIVIDUALI)	👍	👍
FONDAZIONI (TRUST INDIVIDUALI)	👍	👍
IMPRESE E AZIENDE PROFIT	👎	👁️
FONDAZIONI DI ORIGINE BANCARIA E DI IMPRESA	👎	👎
COMUNITÀ EUROPEA	👎	👎
NAZIONI UNITE	👎	👎
FONDAZIONI ONU	👎	👎
GOVERNI, ISTITUZIONI	👎	👎
PARTITI POLITICI	👎	👎

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 all'*Executive Director* 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.

## La raccolta fondi da individui

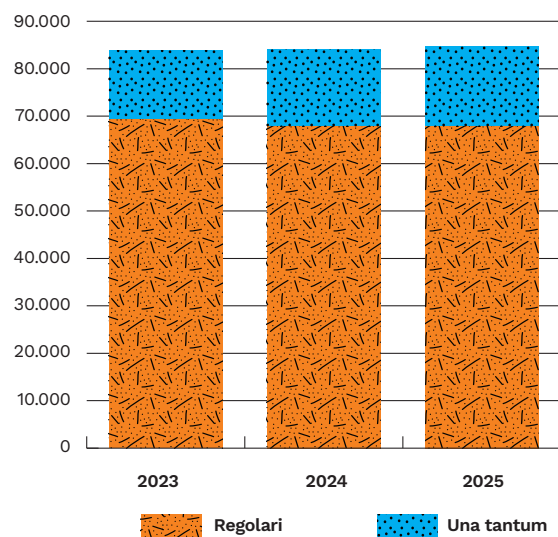
**Nel 2025 i fondi raccolti grazie al sostegno di donatrici e donatori è pari a 11.649k che equivalgono al 99% dell'intera Raccolta Fondi.**

Questo risultato è stato possibile grazie al generoso contributo di coloro che 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, perché il

loro sostegno racconta la generosità ma anche la fiducia che viene riposta nell'organizzazione, la condivisione di valori, idee e obiettivi.

**Sono 84.730 le persone che hanno sostenuto finanziariamente l'associazione** durante quest'anno, di cui **l'80% tramite una donazione continuativa** attraverso addebito diretto sul conto corrente bancario, carta di credito, Paypal o bonifico, mentre il 15% ha sostenuto l'organizzazione con una donazione una tantum e non ricorrente e il 5% ha effettuato un acquisto dal nostro sito di prodotti sostenibili. Questo risultato in termini di donatori e donatrici è leggermente superiore rispetto allo scorso anno e segna una crescita se confrontato con il 2023. La percentuale sempre elevata di donatrici e donatori che hanno una donazione continuativa (l'80%) è un indicatore importante perché 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



Un contributo molto significativo, sebbene in diminuzione rispetto agli anni precedenti, proviene anche dalle 20.800 persone hanno destinato il loro 5x1000 a Greenpeace con un importo complessivo pari a 726.348 €.

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, attraverso l'utilizzo di strumenti di feedback come survey e sondaggi, di comunicazione diretta come e mail e telefono per poter ricevere indicazioni e richieste di informazione.

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 delle persone che "sposano" la causa.

Rimane prioritario per l'organizzazione continuare a in-

tegrare ed ampliare il pubblico di persone che la sostiene finanziariamente: per tale motivo nel 2025 è stato ulteriormente **consolidato un ecosistema di canali di acquisizione**, orientato alla crescita qualitativa e quantitativa delle donatrici e dei donatori nel tempo. In questo contesto, sono state confermate e potenziate le attività di digital fundraising, così come le attività di raccolta fondi telefonica e il programma di Dialogo Diretto; è stato presidiato con continuità il programma di DRTV (Direct Response Television), attraverso appelli televisivi dedicati alla promozione di Greenpeace, finalizzati all'acquisizione di nuove donatrici e nuovi donatori e al consolidamento della notorietà dell'organizzazione presso un pubblico ampio e diversificato. Per poter contribuire sempre più solidamente agli obiettivi di missione, nel 2025 il Dipartimento di Raccolta Fondi da individui ha lavorato a realizzare una proposta di donazione dedicata al pubblico di bambine e bambini dai 5 ai 9 anni. Da ottobre 2025 è disponibile, attraverso il sito di Greenpeace, la **possibilità di sostenere l'organizzazione con una donazione regolare e di ricevere a casa materiale educativo** scritto e pensato per una fascia di età corrispondente ai primi anni della scuola primaria. I materiali sono stati curati grazie alla collaborazione di un esperto e con un'agenzia specializzata è stata realizzata l'eroina "**Occhi Verdi**" che guida ed introduce queste



© Greenpeace

giovanissime e giovanissimi al mondo dell'associazione e dell'ambientalismo, attraverso giochi, quiz, news e ricette.

Oltre all'evento di benvenuto per visitare la nave durante il tour a Venezia in cui l'associazione ha accolto oltre 650 persone tra cui molte donatrici e donatori che hanno voluto vedere da vicino la rompighiaccio Arctic Sunrise, anche quest'anno **è stata realizzata una giornata presso la Warehouse di Roma aperta a tutte le donatrici e i donatori di Greenpeace**. Un momento di confronto e di incontro pensato per rafforzare il legame prezioso che c'è tra l'organizzazione e i sostenitori e le sostenitrici, una giornata in cui è stato proiettato un video, sono stati allestiti giochi per ragazzi, è stata presentato il programma dell'organizzazione per l'anno in corso.

### 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. Anche nel 2025 abbiamo lavorato 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.

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.

### 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 confermato l'impegno promozionale, attraverso campagne periodiche di pubblicità su diversi media (televisione lineare, televisione digitale, web e social media), con la realizzazione di un nuovo spot video che riprende e declina il concept della campagna **"A chi lascerai la tua vera casa"**.

Dal 2018, Greenpeace è parte del **"Testamento Solidale"**,

**"Praticando lo yoga ho conosciuto il sistema filosofico del Advaita: tutto è uno. Non c'è separazione tra vita umana e natura. Nella vita quotidiana provo ad esserne consapevole nei miei pensieri e attraverso comportamenti rispettosi verso natura, flora e fauna. E oltre al mio comportamento personale, vedo in Greenpeace una grande potenza internazionale che difende con determinazione e rispetto l'ambiente, gli animali e i loro diritti contro le grandi minacce che il singolo, da solo, non può contrastare. Competenza, anche nella ricerca, e Amore per la vita: questo è per me Greenpeace".**

***Birgit, donatrice di Greenpeace***

### IL PROGRAMMA LASCITI NEL 2025

GREENPEACE HA RICEVUTO LA COMUNICAZIONE DI <b>5</b> NUOVI LASCITI
<b>6</b> PERSONE HANNO COMUNICATO DI AVERE INSERITO L'ORGANIZZAZIONE NEL PROPRIO TESTAMENTO
<b>15</b> PERSONE HANNO COMUNICATO L'INTENZIONE DI VOLERE INSERIRE GREENPEACE NEL PROPRIO TESTAMENTO
<b>40</b> PERSONE HANNO CHIESTO INFORMAZIONI IN MERITO

un comitato composto da 29 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 Fondazioni

A supporto del Programma Fondazioni nel 2025, a partire da metà anno, è stata assunta una risorsa in qualità di Grants

& Projects Assistant Administrator part-time, 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 ad essi correlati, a questa è assicurato anche il supporto di circa il 20% del tempo del *Philanthropy Manager*, dedicato allo *scouting* delle fondazioni, alla *due diligence* e alla elaborazioni delle proposte e bandi, in collaborazione con la Direttrice Organizzazione e Sviluppo.

L'obiettivo del programma è di **ampliare il portfolio di progetti** finanziati dalle fondazioni, oltre che avviare un lavoro di formazione dello staff per rendere più chiare da un lato le potenzialità che in questo ambito possono offrire a Greenpeace, e dall'altro dotarsi degli strumenti di base per poter svolgere il lavoro di disegno e progettazione ad esse legato.

Nell'anno il Programma Fondazioni ha portato a Green-



peace Italia un contributo di € 319.800, di cui € 120.000 da fondazioni già presenti e € 199.800 da due nuove realtà mai contattate in precedenza, la Blue Marine Foundation, che finanzia un progetto triennale sulle aree marine protette (Oceans are life - AMPOWER), e Energy Transition Fund che ha finanziato il progetto Winter Olympics 2026<sup>13</sup>.

La seguente tabella riassume gli sforzi fatti nel 2025 e i risultati raggiunti in termini di fondi assicurati:

<sup>13</sup>Il progetto Winter Olympics 2026 è parte di una collaborazione con Greenpeace International che ha raccolto il contributo dal Energy Transition Fund è lo ha erogato tramite i canali interni. Dunque nella relazione di missione e negli schemi del bilancio lo ritroviamo alla voce 'Contributi da soggetti privati', anziché alla voce 'Erogazioni liberali vincolate'

NOME	PROGETTO	DATA PRESENTAZIONE	DURATA	TOTAL GRANT	2024	2025	2026	2027
Unione Buddhista Italiana	Moratoria Allevamenti Intensivi	Q3 2024	2024	€10k	€10k	/	/	/
European Climate Foundation	Stranger Green Stampa libera per il clima Voci per il clima	Q1 2024	2024	€120k	€120k	/	/	/
Blue Marine Foundation	Oceans are life AMPOWER	Q3 2024	2025-2027	€235k	/	€71k	€85k	€79k
European Climate Foundation	Stranger Green Stampa libera per il clima Voci per il clima	Q1 2025	2025	€120k	/	€120k	/	/
Energy Transition Fund	Winter Olympics	Q3 2024	2025-2026	€140k	/	€129k	/	/
<b>TOTALE ASSICURATO</b>				<b>€625k</b>	<b>€130k</b>	<b>€320k</b>	<b>€85k</b>	<b>€79k</b>

## 6.3 Il valore economico distribuito

La distribuzione del valore economico mette in luce l'impegno di Greenpeace per una gestione responsabile delle risorse, orientata all'efficienza operativa e alla qualità delle attività svolte, ma anche al corretto funzionamento dell'intera struttura organizzativa e alla sostenibilità nel lungo periodo dell'azione associativa.

Questo approccio contribuisce a rafforzare la fiducia dei sostenitori e delle sostenitrici, offrendo garanzie sull'utilizzo consapevole ed efficace di ogni contributo ricevuto e valorizzando, attraverso una rendicontazione trasparente, il legame diretto tra le risorse raccolte, gli obiettivi perseguiti e l'impatto generato.

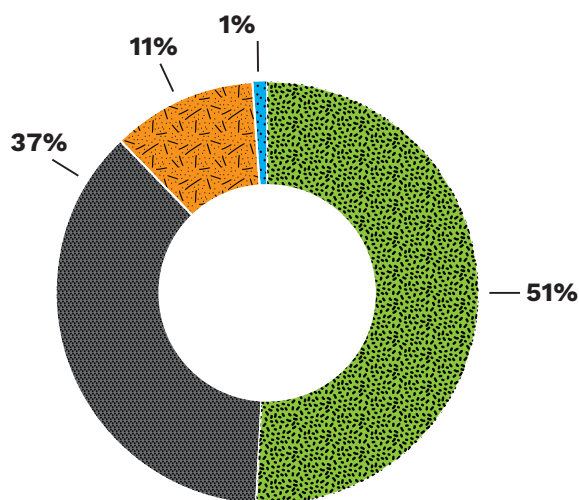
Per il 2025, il valore economico distribuito, inteso come ammontare complessivo delle risorse impiegate da Greenpeace nel corso dell'anno, è stato costituito da:

- **oneri per il supporto delle campagne internazionali**, ossia l'insieme di risorse economiche destinate al sostegno delle campagne e delle iniziative coordinate a livello internazionale nell'ambito della rete Greenpeace. Tali costi contribuiscono alla realizzazione di azioni comuni, allo sviluppo di strategie condivise, alla partecipazione a progetti globali e al rafforzamento dell'impatto delle campagne su scala sovranazionale;
- **oneri per le campagne**, intesi come costi per la realizzazione di tutte quelle attività direttamente finalizzate alla progettazione, realizzazione e sviluppo delle campagne tematiche dell'organizzazione;
- **oneri per il supporto alle campagne**, ossia l'insieme di costi che l'Associazione ha sostenuto per garantire la diffusione e il successo delle proprie attività. La voce, dunque, include funzioni di comunicazione, mobilitazione dei sostenitori, ricerca, coordinamento delle azioni, coinvolgimento dei volontari e delle volontarie e produzione di contenuti informativi, sia a livello nazionale che locale;
- **oneri per il coordinamento delle campagne**, cioè i costi

che hanno consentito a Greenpeace di assicurare coerenza, integrazione e allineamento tra le diverse aree tematiche ed operative, incluso il monitoraggio dell'andamento delle campagne e il raccordo tra livelli nazionale e internazionale;

- **oneri per l'attività di raccolta fondi** sostenuti per le iniziative di ricerca e di ingaggio di nuovi donatori e nuove donatrici e

### COME SPENDIAMO I FONDI\*



	euro
51% Attività di missione	6.105.483,91
37% Oneri di raccolta	4.449.326,17
11% Gestione e mantenimento della struttura	1.354.915,92
1% Altro	104.233,00
<b>TOTALE</b>	<b>12.013.959,00</b>

\* Le imposte per un totale di 127.500 sono state ridistribuite su ognuna delle aree di attività dell'organizzazione.

per i programmi rivolti alle attività di sensibilizzazione, informazione e ingaggio dei donatori e delle donatrici fedeli, le attività connesse ai lasciti, al 5x1000, al merchandising e agli altri oneri direttamente attribuibili all'attività di raccolta fondi;

- **oneri di gestione e mantenimento della struttura**, ossia i costi necessari al funzionamento e alla continuità organizzativa dell'Associazione. Dunque, la voce include tutte le spese di amministrazione, gestione del personale, infrastrutture, sistemi informativi, logistica, servizi generali e tutte le attività di supporto che consentono lo svolgimento efficace delle attività istituzionali e di missione;
- **altri oneri**, voce che contiene tutti quei costi e oneri residuali o non direttamente riconducibili alle altre categorie, riferiti ad attività accessorie, straordinarie o trasversali, comunque coerenti con le finalità dell'organizzazione e correttamente rendicontate secondo i principi di trasparenza e completezza informativa.

### VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO NEL 2025

# Euro 12.013.959

+3% RISPETTO AL 2024

Nel 2025 il **valore economico distribuito** cresce da **11,6 milioni** a **12 milioni** di euro, con un incremento complessivo del **3%**.

Nel complesso, il valore economico distribuito nel 2025 evidenzia una sostanziale **continuità nell'investimento sulla missione**, accompagnata da alcune riallocazioni che riflettono un affinamento delle priorità organizzative. Da un lato si conferma il peso del sostegno al network internazionale; dall'altro emergono scelte più selettive sia nelle campagne sia nelle funzioni di supporto, coerenti con **un orientamento volto a rafforzare l'efficacia dell'azione e la sostenibilità complessiva** dell'ente.

# 7. L'IMPATTO AMBIENTALE DELLA NOSTRA ORGANIZZAZIONE

## 7.1 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 CO<sub>2</sub> derivanti dalle sue attività.



**Condizionamento:**  
solo se temperatura interna uffici >26°



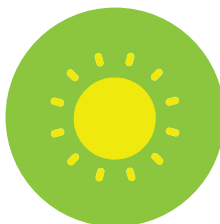
**Rifiuti solidi urbani**  
raccolta differenziata



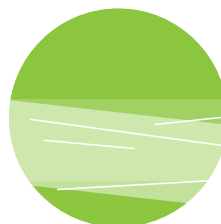
**Carta per uffici e uso promozionale**  
sbiancata e senza cloro con almeno il 60% di fibre riciclate post consumo e parte restante con fibre certificate fsc o non legnose



**Inchiostri**  
solo a base di oli vegetali



**Riscaldamento:**  
solo se temperatura interna uffici <18°



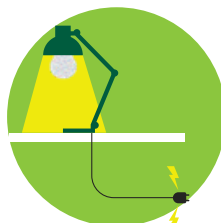
**Cellofanatura:**  
Pellicola ecologica trasparente in mater-bi, un derivato del mais



**Attrezzature elettroniche**  
migliori standard di efficienza energetica



**Mobili**  
certificati FSC e riciclabili



**Energia elettrica uffici e magazzino**  
Nel 2025 il 90%<sup>14</sup> 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)**  
L'ufficio si è dotato di stoviglie e piatti per evitare monouso. Quando strettamente necessario si utilizzano 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

<sup>14</sup>Aggiornamento: la percentuale nel 2024, a seguito dei dati consuntivi, è del 91% e non dell'88% come riportato nel Bilancio Sociale 2024.

## Emissioni di CO<sub>2</sub>

È stata effettuata la stima delle emissioni di CO<sub>2</sub> indotte dalle attività dell'Associazione nel 2025, 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 2025<sup>15</sup>.

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 ITALIA

(Tonnellate CO <sub>2</sub> )	2025	2024	2023	Variazione 2025/24
<b>SCOPE 1:</b> emissioni dirette prodotte dai veicoli dell'organizzazione (navi, elicotteri, gommoni o altri veicoli) e dal consumo di gas naturale per il riscaldamento della sede	6,7* (7%)	8,1** (9%)	13,6 (12%)	-1,4
<b>SCOPE 2:</b> emissioni indirette prodotte dai consumi elettrici dell'ufficio	0,9* (1%)	0,9** (1%)	1,6 (1%)	0,0
<b>SCOPE 3:</b> altre emissioni indirette (spostamenti del personale, consumo di carta, stampa documenti per l'esterno, etc.)	87,5* (92%)	79,6** (90%)	97,2 (86%)	7,8
<b>TOTALE</b>	<b>95,0*</b> <b>(100%)</b>	<b>88,6**</b> <b>(100%)</b>	<b>112,4</b> <b>(100%)</b>	<b>6,4</b> <b>(7,3%)</b>

\* Per il 2025, al momento della redazione del presente documento, non avendo ancora ricevuto il dato consuntivo del 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 2024.

\*\* Il dato relativo ai consumi energetici e alle emissioni del 2024 è stato modificato rispetto a quanto pubblicato nel Bilancio Sociale 2024, 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 -4,5 tonnellate di CO<sub>2</sub>.

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

	2025	2024	2023	2022	2021
<b>TOTALE (Tonnellate CO<sub>2</sub>)</b>	95,0	88,6	112,4	108,7	95,1

## CONSUMI ENERGETICI 2025

Consumi energetici nel triennio 2023-2025			
Unità di misura: GJ	2025	2024	2023
Consumo di benzina <sup>16</sup>	46,91	42,19	52,04
Consumo di gasolio <sup>17</sup>	9,43	34,58	52,27
Gas naturale per riscaldamento sede	40,05	39,96	101,44
<b>Consumo elettricità da fonti rinnovabili<sup>18</sup>:</b>			
Diretti (uffici)	69,79	75,86	75,86
<b>Consumo elettricità da fonti non rinnovabili:</b>			
Diretti (uffici)	7,87	7,87	14,22
<b>Totale Consumi<sup>19</sup></b>	<b>174,05</b>	<b>201,45</b>	<b>295,84</b>

<sup>15</sup>Nel 2025 è stata introdotta la prima versione della CO2APP, programmata con lo specifico obiettivo di raccogliere i dati sulla produzione della CO<sub>2</sub> derivante dai viaggi di dipendenti, dialogo diretto, network del volontariato. Grazie all'app, tutti i dati derivanti dalle note spesa e dai rimborsi contenuti nelle spese di viaggio sono stati inseriti, permettendo una rilevazione dei dati più precisa e puntuale rispetto al passato.

<sup>16</sup>Fattori di conversione in GJ utilizzati: ISPRA - Tabella parametri standard - coefficienti utilizzati per l'inventario delle emissioni di CO<sub>2</sub> nell'inventario nazionale UNFCCC (media dei valori degli anni 2022-2024). Tali dati possono essere utilizzati per il calcolo delle emissioni dal 1° gennaio 2025 al 31 dicembre 2025. In questa voce sono compresi anche i consumi dei veicoli alimentati con benzina/metano che sono calcolati a partire dalle tonnellate di CO<sub>2</sub> sui KM percorsi. I fattori di conversione utilizzati tonnellate CO<sub>2</sub>/GJ sono quelli indicati alla nota successiva.

<sup>17</sup>Fattori di conversione in GJ utilizzati: DEFRA - UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting. La voce è calcolata a partire dalle tonnellate di CO<sub>2</sub> prodotte dai veicoli a gasolio sui KM percorsi.

<sup>18</sup>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.

<sup>19</sup>Per il 2025, al momento della redazione del presente documento, non avendo ancora ricevuto il dato consuntivo del 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 2024.

Il valore del 2024 è stato aggiornato con il dato consuntivo del 2024 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 -65,13 GJ.

## Nota metodologica

Il presente report rappresenta il 15° esercizio di rendicontazione sociale di Greenpeace - Ente del Terzo Settore (da qui in avanti anche chiamata “Greenpeace ETS”), 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 ETS 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 a partire dal 2024 ha deciso di aggiornare 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”), garantendo una rendicontazione più pertinente, chiara e accessibile: la trattazione dei temi rilevanti per gli *stakeholder* non subisce infatti per il Bilancio Sociale 2025 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.

Il presente documento, inoltre, assolve all’obbligo di predisposizione del Bilancio Sociale di cui all’art. 18 dello Statuto di Greenpeace ETS. I dati e le informazioni presenti nel documento si riferiscono all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2025. Il documento viene redatto e pubblicato online<sup>20</sup> con cadenza annuale ed è stato approvato dall’Assemblea dei Soci il 16 maggio 2026. 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.

In linea con la modalità operativa di Greenpeace ETS, sono state apportate alcune modifiche alla struttura del paragrafo relativo ai progetti, in modo da 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 reda-

zione 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 e dando feedback puntuali in merito alle modifiche proposte, 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 svolta secondo le procedure indicate nella “Relazione della Società di Revisione”, inclusa nel presente documento.

Per maggiori informazioni, contattare Francesca Cresta, *Executive Director & Governance Assistant*, all’indirizzo [francesca.cresta@greenpeace.org](mailto:francesca.cresta@greenpeace.org).

<sup>20</sup>La data di approvazione del Bilancio Sociale 2025 è il 16/05/2026, pubblicato sul sito in data 28/05/2026

## Indice dei contenuti come da linee guida ministeriali

SEZIONE DM	CONTENUTI	PARAGRAFO
<b>Sezione 1</b>	Metodologia adottata per la redazione del Bilancio Sociale	Nota metodologica
<b>Sezione 2</b>	Informazioni generali sull'Ente	Cap. 2 La nostra identità
<b>Sezione 3</b>	Struttura, governo e amministrazione	Cap. 3 La struttura e le relazioni
<b>Sezione 4</b>	Persone che operano per l'Ente	Cap. 4 Le persone che rendono possibile il nostro operato
<b>Sezione 5</b>	Obiettivi e attività	Cap. 5 Campagne e progetti
<b>Sezione 6</b>	Situazione economica e finanziaria	Cap. 6 La dimensione economica
<b>Sezione 7</b>	Altre informazioni	Cap. 7 L'impatto ambientale della nostra organizzazione
<b>Sezione 8</b>	Monitoraggio svolto dall'Organo di Controllo (modalità effettuazione ed esiti)	Relazione dell'Organo di Controllo

## RELAZIONE UNITARIA DEL COLLEGIO DEI REVISORI ALL'ASSEMBLEA DEI SOCI DI GREENPEACE ENTE DEL TERZO SETTORE

All'Assemblea dei Soci di Greenpeace Ente del Terzo Settore.

### **Premessa**

Il Collegio dei Revisori, nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025, 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 2025 di Greenpeace ETS, costituito dallo stato patrimoniale al 31 dicembre 2025, 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'Ente al 31 dicembre 2025, 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 anche tenendo conto delle informazioni e delle risultanze dell'attività di revisione contabile volontaria svolta dalla Società di Revisione Crowe Bompani S.r.l., la quale ha redatto la propria relazione sul bilancio d'esercizio in conformità ai principi di revisione internazionali (ISA Italia), nonché, con riferimento al bilancio sociale, ai sensi del principio ISAE 3000 (Revised) per gli incarichi di limited assurance.

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'Ente 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 fornisca 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.

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

**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 Bonpani 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'Ente;
- 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.



Nel paragrafo "Informazioni generali" della Relazione di Missione, gli Amministratori evidenziano che, con assemblea straordinaria del 26 aprile 2025, l'Ente ha apportato allo Statuto gli adeguamenti richiesti dal D.Lgs. n. 117/2017 e successive modifiche e integrazioni (Codice del Terzo Settore), al fine di procedere con l'iscrizione al Registro Unico Nazionale del Terzo Settore ("RUNTS"). Gli Amministratori segnalano altresì che, in data 3 luglio 2025, Greenpeace è stata iscritta al RUNTS, acquisendo 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 ETS 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 ETS al 31 dicembre 2025, 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 ETS al 31 dicembre 2025 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 ETS al 31 dicembre 2025 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'Ente 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 2025 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'Ente.



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'Ente, 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 ETS sono responsabili per la predisposizione del bilancio sociale e di sostenibilità al 31/12/2025, 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 riportato in un allegato specifico la rendicontazione della singola raccolta fondi occasionali eseguita:
  - o nelle giornate del 21 e 22 giugno 2025, nell'ambito dello ship tour europeo "StopFossilGas" promosso dalla campagna internazionale di Greenpeace "Fossil Free Future", ha realizzato l'iniziativa denominata "OPEN BOAT" presso la Riva dei Sette Martiri a Venezia, in occasione della quale è stata svolta un'attività di raccolta fondi mediante cessione di beni di modico valore collegati alle campagne Mare ed Oceani e Stop Fossil Gas, con proventi complessivi raccolti in denaro pari a Euro 4.648,00;
- 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'Ente.

#### **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 esposte 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

*gl*

*105*

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 2025, così come redatto dagli Amministratori.

Da ultimo Vi ricordiamo che con l'approvazione del presente bilancio giunge a scadenza il nostro mandato; ringraziandoVi per la fiducia che ci avete accordato, Vi invitiamo a voler deliberare in merito al rinnovo del Collegio dei Revisori.  
Roma, 29 aprile 2026

Il Collegio dei Revisori  
Giovanni Luca CEZZA  
Presidente  
Guido Martinelli  
Sindaco Effettivo  
Riccardo Di Salvo  
Sindaco Effettivo

*glc cezza*  
*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 68385091  
infosrl@crowebompani.it  
www.crowe.com/it/crowebompani

## RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE

Ai Soci  
di GREENPEACE ENTE DEL TERZO SETTORE

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato ("limited assurance engagement") del Bilancio Sociale di GREENPEACE ENTE DEL TERZO SETTORE relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025.

### Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio Sociale

Gli Amministratori di GREENPEACE ENTE DEL TERZO SETTORE 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 ENTE DEL TERZO SETTORE 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.

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

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: 02588900742  
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

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 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 ENTE DEL TERZO SETTORE 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 6 del Bilancio Sociale e i dati e le informazioni incluse nel bilancio d'esercizio di GREENPEACE ENTE DEL TERZO SETTORE;
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 ENTE DEL TERZO SETTORE 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 ENTE DEL TERZO SETTORE:

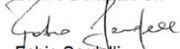
- a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nel Bilancio Sociale abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
- b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche 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 ENTE DEL TERZO SETTORE relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025 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, 16 aprile 2026

Crowe Bompani Srl

  
Fabio Sardelli  
(Revisore legale)

© 2026 Crowe Bompani Srl a Socio Unico

www.crowe.com/it/crowebompani

**Greenpeace ETS**

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

**GREENPEACE**