

La campagna. Una ragazza indonesiana guarda l'acqua filtrata e resa potabile. P&G è impegnata con un programma globale per sensibilizzare l'opinione pubblica sulla crisi idrica globale. La campagna è stata raccontata in un documentario realizzato con National Geographic e trasmesso in occasione della Giornata Mondiale dell'acqua



L'INTERVISTA

Virginie Helias. La guida mondiale di Procter & Gamble sui temi di sostenibilità racconta il progetto It's Our Home

«Per le sfide ambientali il percorso obbligato è giocare di squadra»

“ Solo una visione integrata e sistemica, raccontata su tutti i media e soprattutto online, può fare la differenza

L’innovazione nella sostenibilità è un viaggio senza fine che si arricchisce di nuove ricerche, progetti, sperimentazioni. Ma perché le buone idee possano diventare di uso comune nella quotidianità dei consumatori è importante che vengano veicolate in modo accessibile, coinvolgente, persino social. Narrazioni ingaggianti che partono dall'ascolto delle comunità coinvolte. Ne è convinta Virginie Helias, Chief Sustainability Officer di Procter & Gamble. Perché il racconto della sostenibilità di questa top manager, a capo livello mondiale delle politiche ambientali del colosso P&G, si declina al plurale. Così le sfide si vincono con le alleanze e il loro racconto sugli stream social. «Ci stiamo impegnando attivamente coinvolgendo l'industria, i governi, le Ong e tutto il mondo accademico per trovare nuove strade e creare soluzioni innovative a beneficio del bene comune. Stiamo riducendo l'impatto ambientale delle nostre attività produttive e cercando soluzioni per un'economia circolare. Ora acquistiamo elettricità 100% rinnovabile negli Stati Uniti, in Canada e nell'Europa occidentale. Nei prossimi anni continueremo a innovare, investire per passare all'elettricità rinnovabile a livello globale. Oggi possiamo garantire che più di 240 nostri siti produttivi in quasi 40 Paesi al mondo stanno riducendo le emissioni. Diventa perciò importante raccontare in modo chiaro e trasparente cosa stiamo facendo», afferma Helias, che pochi giorni fa ha lanciato “It's Our Home”, un confronto con esperti e attivisti ambientali portato avanti con National Geographic. Impegni concreti, misurabili, globale e al contempo focalizzati a ciò che accade negli specifici territori. Obiettivo: ridurre drasticamente del 50% nella prossima decade le emissioni di anidride carbonica derivanti dalle varie attività industriali. «Intendiamo raggiungere questo obiettivo aumentando l'efficienza energetica e acquistando energia completamente rinnovabile», precisa Helias.

Come arrivare a questo ambizioso risultato?

Tutto questo percorso passa dal confronto con tutti gli interlocutori e i partner. Abbiamo già identificato tre progetti concreti: siamo al lavoro per il ripristino della foresta atlantica insieme al WWF. Abbiamo promosso l'Evergreen Alliance con Arbor Day Foundation: con aziende, comunità e cittadini planteremo alberi nel nord della California devastato dagli incendi e ripristineremo foreste in Germania.



«Ci stiamo impegnando coinvolgendo l'industria, i governi, le Ong e tutto il mondo accademico per trovare nuove strade»

E poi proteggeremo le mangrovie e gli ecosistemi critici di Palawan, nelle Filippine, la quarta area più insostituibile al mondo per la sua fauna selvatica, attualmente gravemente minacciata.

Oggi si parla di coinvolgimento multi-stakeholder: in che modo le alleanze trasversali risultano vincenti? Ora più che mai le aziende stanno adottando più partnership per risolvere le grandi sfide ambientali del nostro pianeta. Noi stessi abbiamo avviato coalizioni interindustriali. Con Alliance to End Plastic Waste ben 50 realtà si sono impegnate a sostenere con 1,5 miliardi di dollari l'incubazione di progetti che creeranno valore dai rifiuti di plastica. Siamo poi impegnati nel progetto “Intelligent Packaging”: con filigrane digitali promuoviamo lo smistamento presso gli impianti di riciclaggio insieme a 85 aziende.

L'emergenza sanitaria ha rallentato il percorso di sensibilizzazione legato all'emergenza ambientale?

In realtà il Covid-19 ha evidenziato l'interdipendenza della salute umana e planetaria. Come P&G sosteniamo una ripresa ambiziosa che protegga il pianeta, partendo dalla ricostruzione della nostra economia e delle nostre comunità. Ci impegniamo costantemente per raggiungere i nostri obiettivi di sostenibilità e in questo contesto di incertezza globale continueremo a far fronte a tutti i nostri impegni. Solo una visione integrata e sistemica, raccontata su tutti i media e soprattutto online, può permetterci di fare la differenza.

— G. Coll