

Semplificare i contenuti nel **green marketing**

ISTITUTO
DI MANAGEMENT



Scuola Superiore
Sant'Anna

Il ***“tool per le equivalenze”*** a supporto della
comunicazione dell'impronta ambientale

Life Effige

Environmental Footprint
For Improving and
Growing Eco-efficiency



Per valutare correttamente la capacità di un prodotto di offrire migliori *performance* dal punto di vista ambientale occorre considerare **TUTTI** gli impatti che esso produce nell'arco del suo intero ciclo di vita.

Se viene considerato l'impatto ambientale della sola fase produttiva e/o di consumo, l'esito potrebbe essere vistosamente ingannevole (es.: elettrodomestici)

→ **considerare tutte le fasi di prodotto**

Se viene considerato un solo indicatore di impatto ambientale, l'esito potrebbe essere vistosamente ingannevole

→ **considerare più categorie di impatto**

I risultati dell'impronta ambientale possono essere la base della comunicazione delle prestazioni ambientali dei prodotti.



PEF

L'impronta ambientale di prodotto PEF (Product Environmental Footprint) è un metodo basato sul **Life Cycle Assessment** per calcolare la performance ambientale di un prodotto o di un servizio.



European Green New Deal

Dicembre
2019

Reliable, comparable and verifiable information also plays an important part in enabling buyers to make more sustainable decisions and reduces the risk of 'green washing'. Companies making 'green claims' should substantiate these against a standard methodology to assess their impact on the environment. The Commission will step up its regulatory and non-regulatory efforts to tackle false green claims.

Circular Economy Action Plan

Marzo 2020

“La revisione della direttiva sulla progettazione ecocompatibile, nonché ulteriori lavori su gruppi di prodotti specifici, nell'ambito del quadro di progettazione ecocompatibile o nel contesto di altri strumenti, **si baseranno, ove opportuno, su criteri e regole stabiliti nell'ambito del regolamento sul marchio Ecolabel UE, del metodo dell'impronta ambientale dei prodotti e dei criteri dell'UE per gli appalti pubblici verdi.**”

Punti di forza:

- completezza dei risultati;
- base informativa affidabile e verificabile per evitare i rischi del Greenwashing.

Punti di debolezza:

- alcune categorie di impatto sono difficilmente comunicabili;
- complessità e abbondanza di risultati difficili da comunicare.

Quindi come comunichiamo?

ISO 14026:

È lecito individuare una o più aree di interesse (una o più categorie di impatto rilevanti) da comunicare



- E' consigliabile utilizzare i dati e gli indicatori come **base scientifica per campagne di marketing più mirate e circoscritte**, estrapolandoli ad es. dalla EPD o PEF e **rendendoli più comprensibili al vasto pubblico attraverso "equivalenze"** (es.: l'impatto in termini di consumo idrico equivale a n. docce medie di un italiano, l'impatto energetico equivale ai kWh generati da una centrale di una determinata potenza, etc.);
- Questo richiede uno sforzo ulteriore per esprimere gli indicatori in termini comprensibili al cittadino e, quindi, riformulati in parametri ambientali **vicini alla percezione della vita quotidiana** del singolo.
- La soluzione è particolarmente efficace per la comunicazione dei vantaggi ambientali che contraddistinguono il prodotto comparativamente ad altri, e che possono essere espressi, ad esempio, in termini di emissioni di gas serra **risparmiati** in "capacità di assorbimento di CO2 di n. di alberi" e di "n. di viaggi in bus da Milano a Roma **risparmiati**", rispetto alle alternative.
- Questa soluzione si può rivelare particolarmente efficace per la comunicazione indirizzata al **consumatore finale** del prodotto.

Esempi di equivalenze



Life Effige
Environmental Footprint
For Improving and
Growing Eco-efficiency

Da report 2018 Ecopneus «Facciamo parte di un mondo migliore»



Esempi di equivalenze



Da report 2018 Ecopneus «Facciamo parte di un mondo migliore»



Esempi di equivalenze



Da report 2018 Ecopneus «Facciamo parte di un mondo migliore»



Esempi di equivalenze



Life Effige
Environmental Footprint
For Improving and
Growing Eco-efficiency

Da report 2018 Ecopneus «Facciamo parte di un mondo migliore»

Bilancio delle EMISSIONI

-381.255

tCO₂ equivalente

pari alle emissioni di quasi 230 mila autovetture che percorrono 10.000 km in 1 anno

(Rif. Annuario delle Emissioni ISPRA, 2015)

Esempi di equivalenze

- **La media ponderata delle emissioni di anidride carbonica delle autovetture immatricolate in Italia anno 2015:** 0,1154 kg CO₂ per km (Fonte EEA, 2016)

Quindi, ad esempio, se secondo lo studio LCA il mio prodotto è responsabile dell'emissione di 20 kg di CO₂ eq. ... posso fare una semplice conversione ($20 / 0,1154 = 174$) e dire che la CO₂ eq. emessa nell'intero ciclo di vita del mio prodotto equivale alle *emissioni di anidride carbonica generate da un'automobile che percorre 174 km*

- **Il consumo medio di acqua per una doccia:** 45 litri. Si stima un consumo da 30 a 60 litri per doccia (Fonte ARPA)
- **Consumo di energia elettrica da mix italiano dello stadio per 90 minuti:** 5372 kWh (Fonte TERNA)



(https://www.mise.gov.it/images/stories/documenti/GUIDA_CO2_2016.pdf "Secondo l'Agenzia Europea per l'Ambiente, la media ponderata delle emissioni specifiche di anidride carbonica delle autovetture nuove sul mercato italiano, è nel 2015 pari a 0,1154 kg/km.")

Esempi di equivalenze

Stampa su Dove



«Dove ridurrà le sue emissioni di anidride carbonica di 27.265 tonnellate l'anno che si tradurrà in un risparmio energetico sufficiente a ricaricare 3,4 miliardi di smartphone ogni anno.»

Sostenibilità. Il marchio della galassia Unilever spinge sull'utilizzo dei flaconi ottenuti da materiale riciclato al 100%

Il sapone Dove perde la plastica In arrivo il deodorante ricaricabile

Marika Gervasio

«La sostenibilità è per noi un impegno concreto e di massima importanza. Sulla base delle informazioni disponibili, possiamo affermare che gli sforzi collettivi delle iniziative in corso di Dove contribuiscono a uno dei più grandi piani di riduzione noti del suo genere e speriamo che queste azioni ispirino altri a fare lo stesso». A parlare è Alessandro Manfredi, l'italiano che da poco ricopre il ruolo di vice presidente globale del marchio americano Dove (gruppo Unilever) che ha recentemente annunciato nuove iniziative nel piano di riduzione dei rifiuti di plastica risparmiando l'uso di oltre 20.500 tonnellate di plastica vergine l'anno entro il 2025. Le iniziative sono tre: niente più plastica nel packaging delle beauty bar (il famoso sapone Dove); nuovi flaconi in plastica riciclata al 100%; nuovo formato di deodorante ricaricabile.

«I progetti in atto sono numerosi - continua Manfredi - il più ambizioso è sicuramente quello di ridurre l'uso della plastica vergine in Nord

America ed Europa di oltre il 60%. Questo avrà un impatto positivo e significativo sulla nostra impronta di carbonio: attraverso il lancio di bottiglie di plastica riciclata al 100%, il marchio Dove ridurrà le sue emissioni di anidride carbonica di 27.265 tonnellate all'anno, che si tradurrà in un risparmio energetico sufficiente per caricare 3,4 miliardi di smartphone ogni anno. Inoltre ridurremo il consumo di acqua del 40% che, in termini di volume, è pari a 150 milioni di caffè americani ogni anno».

E aggiunge: «Abbiamo anche un'altra iniziativa che ci sta molto a cuore, attualmente è *work in progress*, ma speriamo di lanciarla presto: si tratta di realizzare dei deodoranti stick in acciaio inossidabile e ricaricabili. Tutto questo rientra in un impegno che vuole massimizzare una riduzione degli sprechi».

Dove nasce nel 1957 negli Stati Uniti con il lancio della beauty bar, la saponetta con la sua miscela brevettata di detergenti delicati e crema idratante. Le donne sono sempre state fonte d'ispirazione per il marchio che, nelle sue campagne di comunicazione, da subito si è impe-

gnato a loro favore ispirandole a sviluppare un rapporto positivo con il loro aspetto. Attraverso il "Dove real beauty pledge" promette, infatti, di rappresentare le donne con onestà, diversità e rispetto, di ritrarle così come sono realmente, senza manipolazioni digitali, con tutte le loro diversità per età, corporatura, etnia, colore dei capelli e stile; inoltre si impegna ad aiutare le generazioni più giovani ad avere fiducia nel loro corpo e ad aumentare la loro autostima con un progetto ad hoc.

È l'Italia - il primo Paese al mondo in cui Dove ha lanciato i propri deodoranti - è un mercato di grande tradizione per il marchio. «A oggi l'Italia è il primo paese in Europa in termini di fatturato, sia nei deodoranti che nella detergenza corpo, oltre che leader di mercato - spiega il vicepresidente - I prodotti più venduti sono le icone di Dove come la beauty bar, il bagnoschiuma e il deodorante di bellezza. Una famiglia su due, in Italia, ha un prodotto Dove in casa, a testimonianza di quanto radicata sia la presenza della marca in questo Paese».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Ridurremo il consumo di acqua del 40% che in termini di volume è pari a 150 milioni di caffè americani ogni



PARMALAT: bottiglia blu prima realtà alimentare italiana certificata "Plastica Seconda Vita Food"

25 marzo 2019



PARMALAT: DA OGGI LA BOTTIGLIA BLU DIMEZZA LA QUANTITA' DI NUOVA PLASTICA IMMESSA NELL'AMBIENTE, SONO CIRCA 600 LE TONNELLATE RISPARIATE ALL'ANNO

Un progetto di economia circolare fortemente voluto da Parmalat per la sua bottiglia blu, destinato a ridurre la quantità di nuova plastica immessa nell'ambiente dall'azienda, prima realtà alimentare italiana certificata "Plastica Seconda Vita Food".

E' partito l'innovativo progetto di Parmalat destinato a dimezzare la quantità di nuova plastica immessa nell'ambiente che vede protagonisti gli storici brand Parmalat Puroblu, il primo latte a lunga durata in Italia dall'iconica bottiglia blu, e Parmalat Zymil microfiltrato in tutte le sue varianti in banco frigo.

Da marzo tutte le bottiglie blu di Parmalat saranno realizzate con il 50% di plastica riciclata, il massimo consentito dalla legge per i prodotti alimentari, permettendo così un risparmio all'anno pari a circa 600 tonnellate di nuova plastica.

Parmalat si impegna in un processo virtuoso definito "bottle to bottle", attraverso il quale le bottiglie usate vengono trasformate in nuove attivando un sistema di economia circolare potenzialmente ripetibile all'infinito.

NUOVA BOTTIGLIA BLU
50% DI PLASTICA RICICLATA.
COSA SIGNIFICA PER L'AMBIENTE?



Confronto con la stessa quantità di bottiglie blu 100% PET vergine. Elaborazione LCA basata su ReCiPe 2016 Midpoint (9E)

L'Università di Parma, attraverso un'analisi LCA (Life Cycle Assessment)*, che valuta l'impatto ambientale di un prodotto o di un servizio, ha confermato la natura ecosostenibile delle nuove bottiglie blu realizzate da Parmalat che consentono di risparmiare in un anno circa 18 mila m3 di acqua, l'equivalente di tre volte quella presente nelle vasche dell'Acquario di Genova. L'utilizzo di materia prima riciclata riduce, inoltre, di quasi 1700 tonnellate le emissioni di CO2 prodotte in un anno, una quantità di anidride carbonica che potrebbe essere assorbita da circa 69.000 alberi in un anno.

www.parmalat.it

Ufficio stampa Parmalat - HAVAS PR Milan - Via San Vito, 7 - 20123 Milano



|| *Life Cycle Communication* tool

Questo tool è stato realizzato dall'*Istituto di Management della Scuola Superiore Sant'Anna* nell'ambito del progetto Life EFFIGE. Lo strumento mira a supportare la comunicazione dell'**impronta ambientale** di prodotti e servizi tramite l'utilizzo di **equivalenze** intuitive.

Conoscendo i valori degli indicatori che risultano da studi *Life Cycle Assessment* di un certo prodotto o servizio, i responsabili della comunicazione possono tradurli in dimensioni più vicine alla vita quotidiana del consumatore, costruendo una comunicazione più comprensibile ed efficace.

Chi utilizza lo strumento è tenuto a citare la **fonte del dato** e a **riconoscere la paternità** di Life EFFIGE (es. in caso di comunicazione sul sito web aziendale mettere il link al progetto EFFIGE).

<https://www.lifeeffige.eu/>

Istruzioni

Nel foglio "**Inserisci i dati**", compilare le celle bianche inserendo i valori degli indicatori di impatto, derivanti da studi LCA, che si vogliono comunicare.

Nel foglio "**Risultati_per_Categoria Impatto**", leggere le possibili equivalenze comunicative, classificate per ambiti di relazione con la vita del consumatore.

Entrambi i fogli dei **Risultati** riportano per ciascuna equivalenza: un **claim***, la **fonte del dato** e la **qualità media del dato**.

Inoltre, sono esplicitati gli SDGs a cui ciascun indicatore è legato. Infatti, migliorando le performance ambientali misurate da ciascun indicatore, si può contribuire al raggiungimento di alcuni Sustainable Development Goals UN. Cliccando sulla cella dove sono riportati gli SDGs di riferimento, si accede al foglio "**SDGs**" in cui sono riportate informazioni sugli stessi.

* I **risultati numerici** inclusi nei claim sono arrotondati di default alla seconda cifra decimale. Sta ai responsabili della comunicazione, in base al caso specifico, decidere di arrotondare ulteriormente.

Nel foglio "**Valutazione Qualità dato**", sono esplicitati i criteri secondo cui è stato valutato il dato utilizzato per la creazione dell'equivalenza.

Nel foglio "**Database**", sono presenti tutte le informazioni di dettaglio su ciascuna equivalenza. Ad ogni equivalenza è associato un codice univoco.

Life Cycle Communication tool

Inserisci i valori degli indicatori di impatto

Cambiamento climatico

Inserisci il valore dell'indicatore: Unità di misura
kg CO₂ eq.

L'indicatore **Cambiamento Climatico** (*Climate Change - fossil*) indica la quantità di emissioni di gas a effetto serra di origine fossile generate direttamente o indirettamente nell'intero ciclo di vita di un prodotto o di un servizio. È misurato in kg CO₂ equivalenti.

Impronta Idrica

Inserisci il valore dell'indicatore: Unità di misura
m³ H₂O eq.

L'indicatore **Impronta Idrica** (*Water Use*) indica la quantità d'acqua consumata direttamente o indirettamente nell'intero ciclo di vita di un prodotto o di un servizio. È misurato in metri cubi di acqua equivalenti.

Eutrofizzazione delle acque dolci

Inserisci il valore dell'indicatore: Unità di misura
kg P eq.

L'indicatore **Eutrofizzazione delle Acque dolci** (*Freshwater Eutrophication*) indica la quantità di sostanze nutritive in ambiente acquatico, principalmente azoto (N) e fosforo (P), che inducono la crescita delle alghe, che sottraggono ossigeno all'acqua, causando moria dei pesci. È misurato in kg di fosforo equivalenti.

Life Cycle Communication tool Leggi le possibili equivalenze per categoria d'impatto

Cambiamento climatico

Relazione con SDGs	Relazione con la sfera del consumatore	Claim equivalenze					Qualità media del dato	Fonte	
12-13	Mobilità	34	kg CO2 eq.	equivalgono ai	kg di CO2 emessi percorrendo	758,93	km in treno AV	1,0	Elaborazione su database EcoInver
12-13	Mobilità	34	kg CO2 eq.	equivalgono ai	kg di CO2 emessi percorrendo	103,03	km con un'auto Euro 4 di cilindrata media	1,3	Elaborazione su database EcoInver
12-13	Natura	34	kg CO2 eq.	equivalgono ai	kg di CO2 assorbiti in un anno da	0,23	Querce	2,0	Dossier forestazione di AzzeroCO2
12-13	Vita quotidiana	34	kg CO2 eq.	equivalgono ai	kg di CO2 emessi in un anno per produrre l'energia necessaria a far funzionare	0,39	Forni elettrici	1,3	Elaborazione su dati Carbon Footprint (2020)
12-13	Vita quotidiana	34	kg CO2 eq.	equivalgono ai	kg di CO2 emessi per produrre l'energia necessaria per ricaricare in un anno	4.250.000,00	Smartphone	2,0	Elaborazione su stime studio Unilev
12-13	Sport e tempo libero	34	kg CO2 eq.	equivalgono ai	kg di CO2 emessi dalle automobili di	0,00	Grand Prix di Formula 1	2,0	Elaborazione su dati Formula 1 Sustainability report (2019)

Impronta Idrica

Relazione con SDGs	Relazione con la sfera del consumatore	Claim equivalenze					Qualità media del dato	Fonte	
6-12	Vita quotidiana	0	m3 H2O eq.	equivalgono ai	m3 di acqua consumati in un giorno da	0,00	abitanti Italiani	1,3	Elaborazione su Dati Istat (201
6-12	Natura	0	m3 H2O eq.	equivalgono ai	m3 di acqua consumati per irrigare in una stagione	0,00	metri quadri di terreno coltivato a pomodoro	1,7	Elaborazione su Dati Regione Emilia- (2014)
6-12	Mobilità	0	m3 H2O eq.	equivalgono ai	m3 di acqua consumati per lavare	0,00	automobili	1,7	Elaborazione su Dati ARPA Emilia-R
6-12	Natura	0	m3 H2O eq.	equivalgono ai	m3 di acqua consumati per irrigare	0,00	metri quadri di giardino	1,7	Elaborazione su Dati ARPA Emilia-R
6-12	Sport e tempo libero	0	m3 H2O eq.	equivalgono ai	m3 di acqua consumati per riempire	0,00	piscine olimpioniche	1,0	Elaborazione su standard FINA - Féd erazione Internationale de Natation

Il database...

[illegible]

Obiettivi di sviluppo sostenibile (OSS) | Sustainable Development Goals (SDGs)

Nel settembre 2015 più di 150 leader internazionali si sono incontrati alle Nazioni Unite per contribuire allo sviluppo globale, promuovere il benessere umano e proteggere l'ambiente.

La comunità degli Stati ha approvato l'Agenda 2030 per uno sviluppo sostenibile, i cui elementi essenziali sono 17 obiettivi di sviluppo sostenibile (OSS/SDGs, Sustainable Development Goals) e 169 sotto-obiettivi, i quali mirano a porre fine alla povertà, a lottare contro l'ineguaglianza e allo sviluppo sociale ed economico. Inoltre riprendono aspetti di fondamentale importanza per lo sviluppo sostenibile quali l'affrontare i cambiamenti climatici e costruire società pacifiche entro l'anno 2030.

Gli OSS hanno validità universale, vale a dire che tutti i Paesi devono fornire un contributo per raggiungere gli obiettivi in base alle proprie capacità.

Per saperne di più, visitate il sito:

<https://asvis.it/goal-e-target-obiettivi-e-traquardi-per-il-2030/#>

Dei 17 SDGs, i seguenti sono quelli legati agli indicatori di impatto considerati in questo tool:



GOAL 3: SALUTE E BENESSERE

Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età.



GOAL 6: ACQUA PULITA E SERVIZI IGIENICO-SANITARI

Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie.



GOAL 12: CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI

Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.



GOAL 13: LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Adottare misure urgenti per combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze.



GOAL 14: VITA SOTT'ACQUA

Conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile.



GOAL 15: VITA SULLA TERRA

Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre, gestire sostenibilmente le foreste, contrastare la desertificazione, arrestare e far retrocedere il degrado del terreno, e fermare la perdita di diversità biologica.

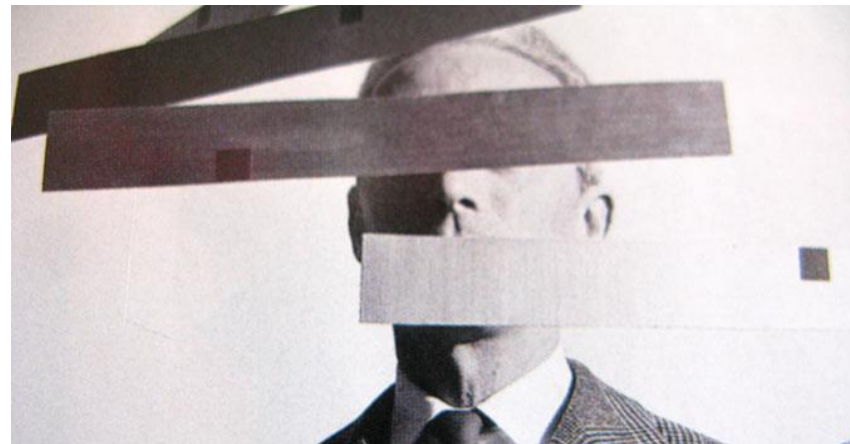
Complicare è facile, semplificare è difficile.

Per complicare basta aggiungere, tutto quello che si vuole: colori, forme, azioni, decorazioni, personaggi, ambienti pieni di cose. Tutti sono capaci di complicare.

Pochi sono capaci di semplificare [...]

Per semplificare bisogna togliere, [...] vuol dire riconoscere l'essenza delle cose e comunicarle nella loro essenzialità.

Bruno Munari



Grazie!

roberta.iovino@santannapisa.it
francesca.albano@santannapisa.it

francesco.testa@santannapisa.it
fabio.iraldo@santannapisa.it

Sustainability Management (SuM)
Istituto di Management
Scuola Superiore Sant'Anna

Piazza Martiri della Libertà, 24 - 56127 Pisa
Tel. 050 883111



<https://www.santannapisa.it/it/istituto/management/sum-management-della-sostenibilita>



<https://it-it.facebook.com/istitutodimanagement/>



Grazie per l'attenzione

Life Effige

| Environmental Footprint
| For Improving and
| Growing Eco-efficiency