



Green and Circular marketing

Prof. Fabio Iraldo

Dott.ssa Roberta Iovino



Premessa: forti segnali di attenzione alla sostenibilità arrivano dal mercato...

(Fonte: dati Ipsos, maggio 2019)

Sos plastica

50%

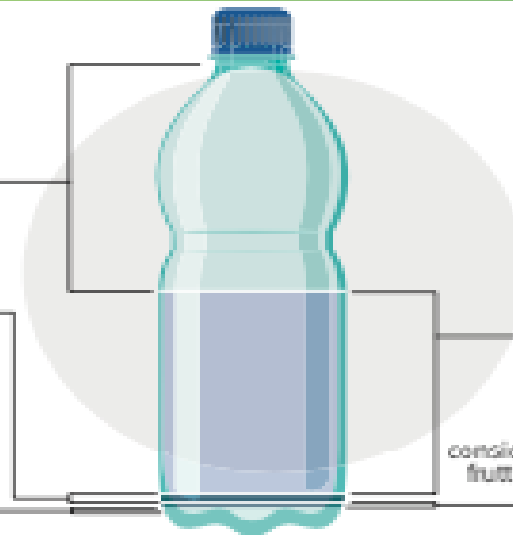
pensa che sia
un problema
molto serio

2%

non lo vive come
preoccupazione

1%

non risponde



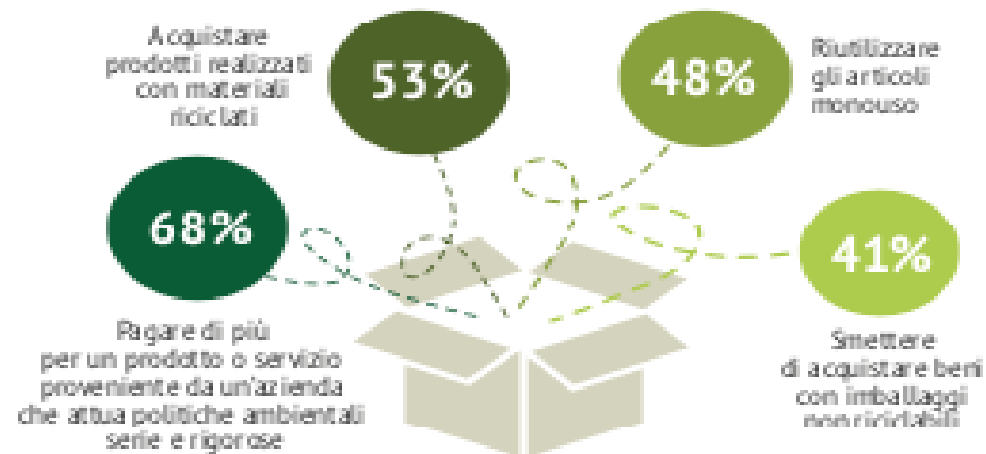
46%

lo ritiene "solo"
un problema
che esiste

1%

considera il dibattito
frutto di allarmismi
inutili

Cosa sono disposti a fare i consumatori

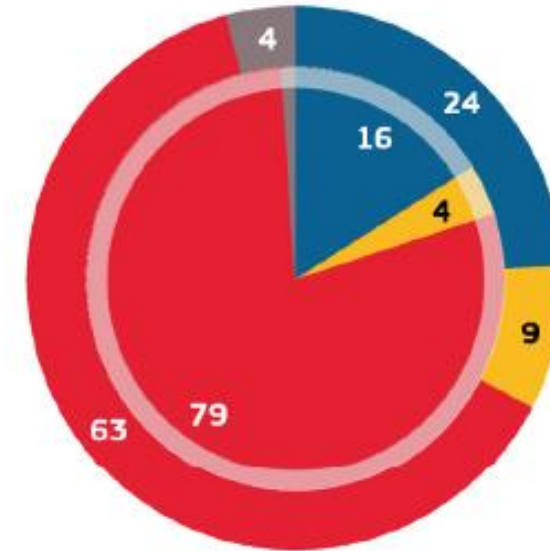




... ai quali sta
rispondendo un
numero crescente
di aziende,
progettando
prodotti «green»...

*(Fonte: indagine
Eurobarometro,
gennaio 2018)*

Q9 La Sua azienda offre prodotti o servizi ecologici?
(%)



UE28 Grafico esterno

IT Grafico interno

- Si
- No, ma intende farlo nei prossimi 2 anni
- No e non intende farlo
- Non sa

UE28		IT	
2017	2017-2015	2017	2017-2015
24	- 2	16	+ 1
9	+ 2	4	+ 1
63	+ 3	79	- 1
4	- 3	1	- 1

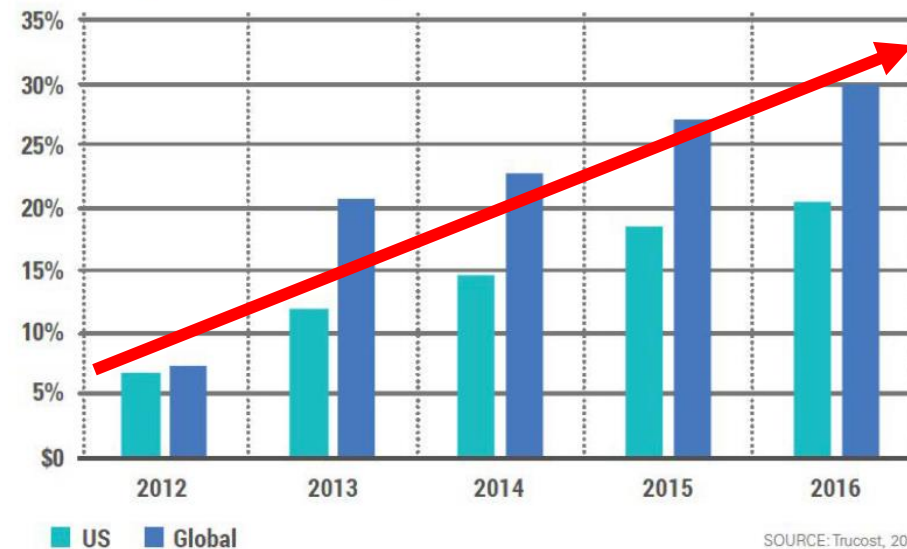


... e comunicando
sempre di più le
prestazioni
ambientali dei propri
prodotti.

(Fonte: *State of Green Business
Report 2018*
Trucost & GreenBiz, Jan 2019)

MORE COMPANIES REPORT EMISSIONS FROM THEIR PRODUCTS

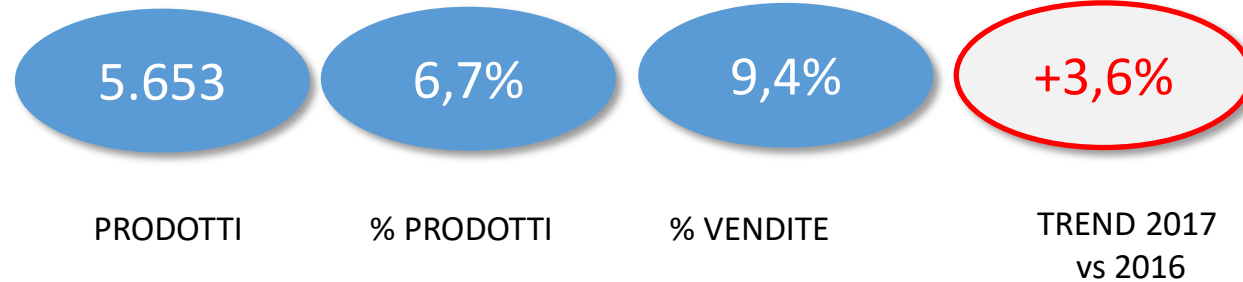
Percentage of companies reporting Scope 3 emissions from sold products





Loghi e certificazioni* CSR

(Sustainable cleaning, Ecocert, Ecolabel, Cruelty free, FSC, UTZ, Fair trade, Friend of sea, Dolphine safe, MSC)



*Fonte: OI - Osservatorio Immagino #3





Rimane ostativo il problema della mancanza di fiducia

What Discourages More Environmentally Friendly Consumer Behavior?

"Discourage,"* Percentage of Consumers in Each Country, 2010



NGS10_18_summ



**Marchi di prodotto
ISO Tipo 1**



**Comunicare
attraverso le
certificazioni**

**Comunicazione
nell'ambito delle
certificazioni di
impresa**

**Etichette ambientali
ISO Tipo 2**



**Eco-profiles
ISO Tipo 3**





Certificazioni di parte terza

- International Environmental Product Declaration System®
- La Commissione Europea ha emanato la **Metodologia PEF – Product Environmental Footprint**
- Il Ministero dell’Ambiente italiano ha introdotto uno schema nazionale per la valutazione e la comunicazione dell’impronta ambientale dei prodotti, il «**Made Green in Italy**»
- + una Linea guida specifica da parte dell’International Standard Organization: ISO 14026 **Impronta ambientale e contenuto scientifico della comunicazione**



PEF





No al greenwashing? Comunicare l'Impronta Ambientale!

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.





European Commission

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.

https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en



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.**”

Key actions	Date
A SUSTAINABLE PRODUCT POLICY FRAMEWORK	
Legislative proposal for a sustainable product policy initiative	2021
Legislative proposal empowering consumers in the green transition	2020
Legislative and non-legislative measures establishing a new “ right to repair ”	2021
Legislative proposal on substantiating green claims	2020
Mandatory Green Public Procurement (GPP) criteria and targets in sectoral legislation and phasing-in mandatory reporting on GPP	as of 2021

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0098&from=EN>



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.**”

Key actions	Date
A SUSTAINABLE PRODUCT POLICY FRAMEWORK	
Legislative proposal for a sustainable product policy initiative	2021
Legislative proposal empowering consumers in the green transition	2020
Legislative and non-legislative measures establishing a new “right to repair”	2021
Legislative proposal on substantiating green claims	2020
Mandatory Green Public Procurement (GPP) criteria and targets in sectoral legislation and phasing-in mandatory reporting on GPP	as of 2021

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0098&from=EN>



Come progettare e valorizzare al meglio sul mercato i propri prodotti in ottica «green»?

“L'**impronta ambientale** di un prodotto è una misura, fondata su una valutazione **multi-criteria**, delle prestazioni ambientali di un bene o di un servizio lungo tutto il suo **ciclo di vita**”

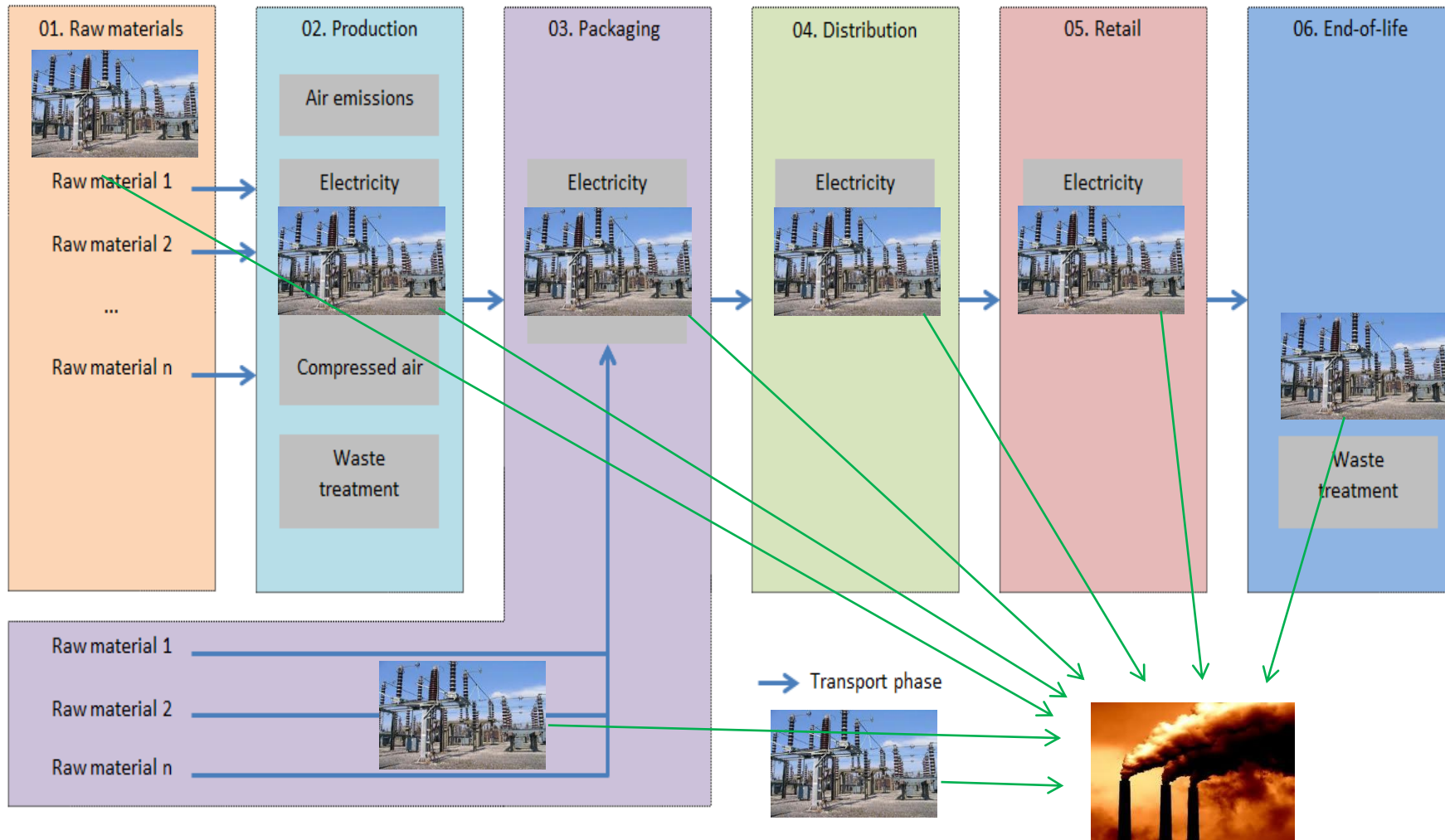


ed è “calcolata principalmente **al fine di ridurre gli impatti** ambientali di tale bene o servizio, considerando tutte le attività della catena del valore (**value chain**): dall'estrazione delle materie prime, attraverso la produzione, la vendita e l'uso, fino alla gestione del fine-vita”.

Product Environmental Footprint (PEF) Guide Commissione Europea, JRC



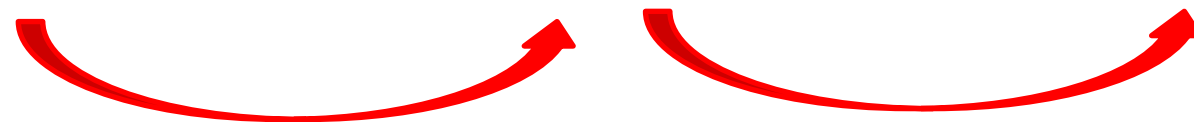
Come si calcola l'impronta ambientale?





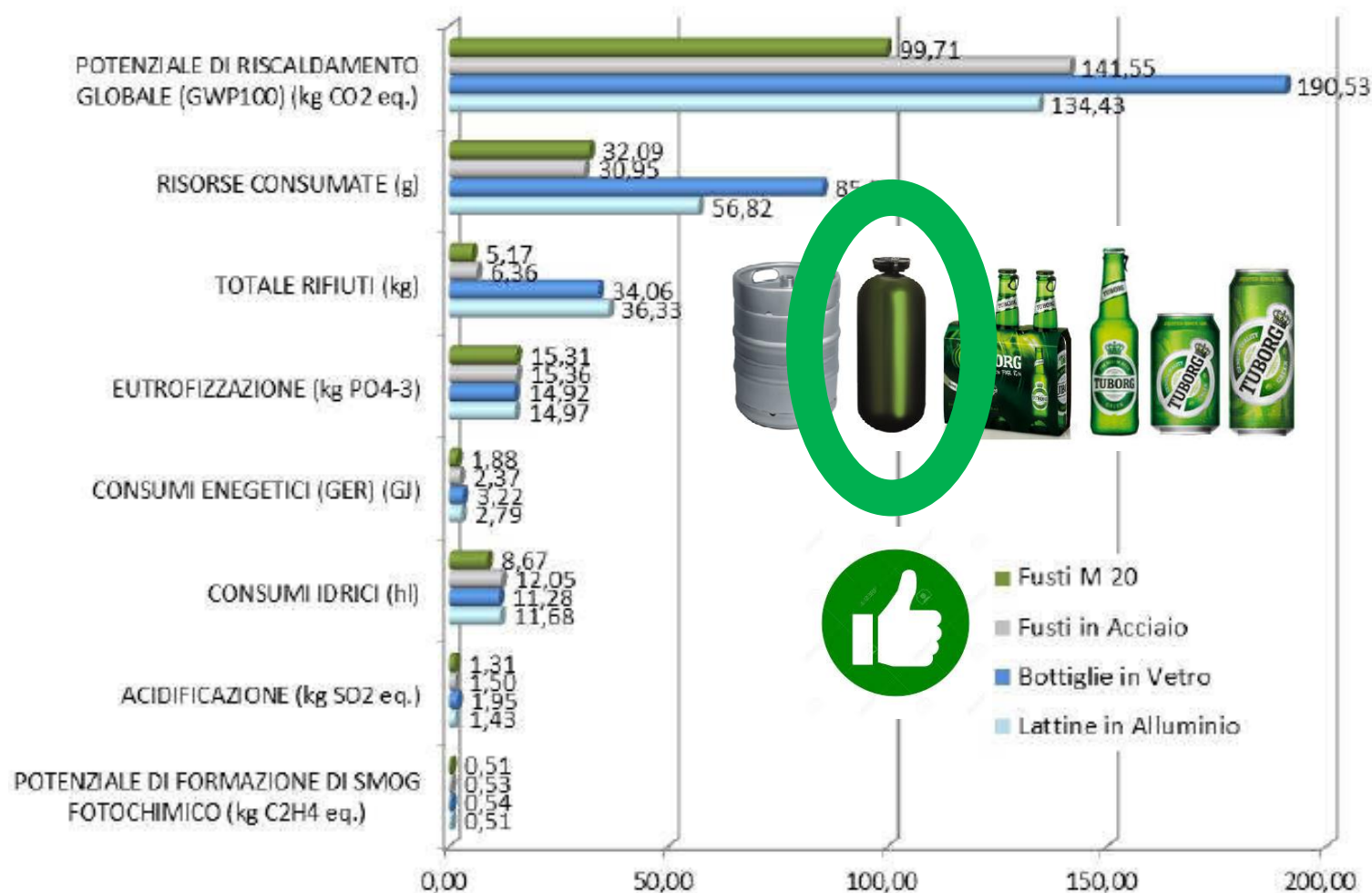
Due case-histories di applicazione

1) A supporto del design e dell'innovazione «sostenibile»



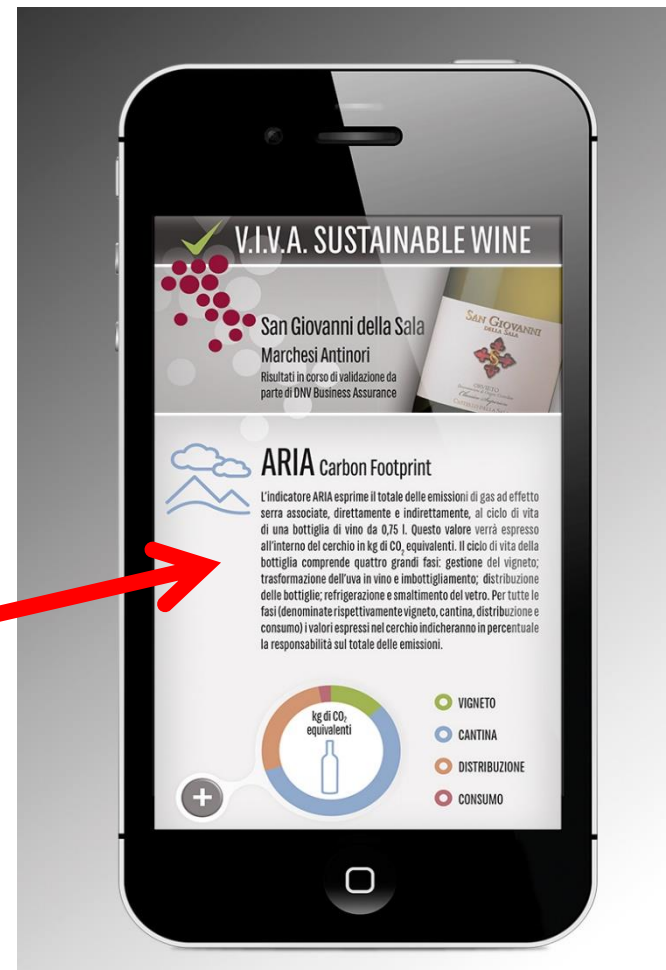


Il fusto di birra è ri-progettato per avere una impronta ambientale inferiore di un terzo:





2) A sostegno del «green marketing»





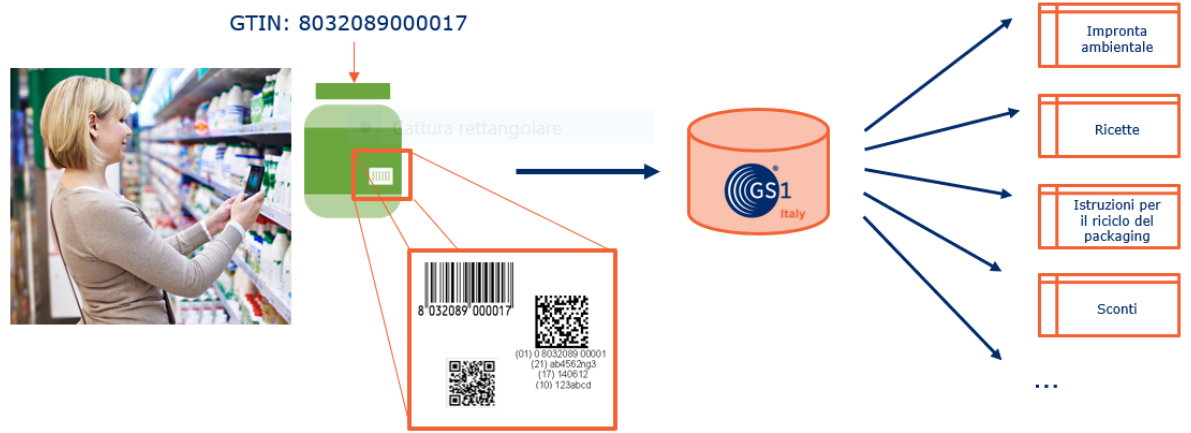
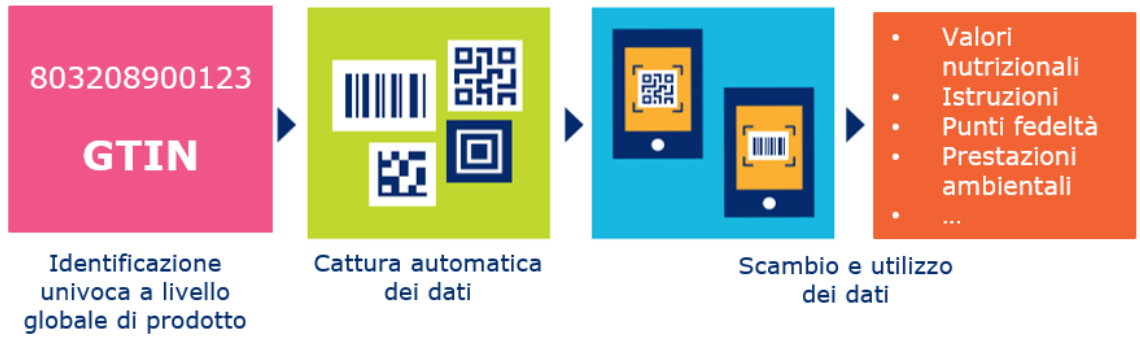
Esperienze aziendali: un progetto innovativo

Progetto *Barcode 4 Environment*:

GS1 Italy – IdM Scuola Sant'Anna di Pisa

Ferrero, Carlsberg, Ferrarelle, Sannontana, Mondelez, Eridania, Coop Italia, etc.

Impegno di GS1 per lo sviluppo di standard che permettono di migliorare la customer experience via mobile.





Principi generali per la comunicazione ambientale di prodotto ed Esempi di comunicazione fondati sui risultati di studi LCA



PRINCIPI GENERALI – Etichette e dichiarazioni ambientali devono:

- Essere **chiare, accurate, verificabili, pertinenti e non fuorvianti**
- essere basate su una **metodologia scientifica esauriente e completa**, che produca risultati accurati e riproducibili (es. LCA);
- disporre di **informazioni (sugli aspetti ambientali e procedure/metodologia) disponibili** per le parti interessate (acquirenti o potenziali tali) e indicare se si tratta di asserzione auto-dichiarata (ISO 14021) o basata su validazione indipendente (es. EPD);
- tenere in considerazione **tutti gli aspetti pertinenti del ciclo di vita** del prodotto



“Afferzioni ambientali auto-dichiarate (etichettatura ambientale di Tipo II)”

Requisiti generali

1. **Non usare** claim vaghi e non specifici, ad es. «**benefico per l'ambiente**», «**sicuro per l'ambiente**», «**amico dell'ambiente**», «**amico della Terra**», «**non inquinante**», «**green**», «**amico della natura**», «**amico dell'ozono**»;
2. Il claim «...free» (senza) usato solo se il livello della sostanza non supera la nota traccia del contaminante o la concentrazione di fondo;
3. **Andrebbero evitati claim generici sulla sostenibilità**, ad oggi non esistono metodi per misurare la sostenibilità;
4. **Il claim deve essere:** accurato, chiaro e non fuorviante, verificabile, rilevante per il prodotto e appropriato al contesto, specifico per l'aspetto ambientale, omnicomprensivo degli aspetti rilevanti per il ciclo di vita del prodotto, onesto (non omettere aspetti rilevanti), aggiornato in base alle innovazioni tecnologiche.

Uso di simboli

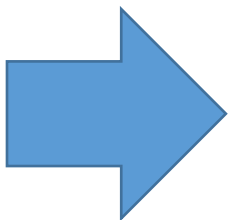
Deve essere **semplice**, facilmente **riproducibile**, **riconoscibile**, da non confondere con quello dei sistemi di gestione ambientale, **non usare oggetti naturali** se non direttamente legati al beneficio dichiarato.



Metodologie LCA multicriteria (EPD/PEF)

- **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



Carbon footprint - NESPRESSO

Categoria di impatto (o area di interesse): **Climate Change**
Unità di misura: **CO2 eq.**

Life Cycle Analysis (LCA) studies allow us to measure the environmental impact of a cup of Nespresso, and look for ways to reduce it.



Nespresso conducted its first Life Cycle Analysis (LCA) in 2009, with consultancy firm Quantis – an industry leader in this type of research. LCA is a method of calculating the environmental impact of a product and considers aspects such as the amount of carbon used in production or transport, greenhouse gas emissions and water use. Nespresso looks at each stage of the coffee's journey, from the tree to the last sip – and even beyond.

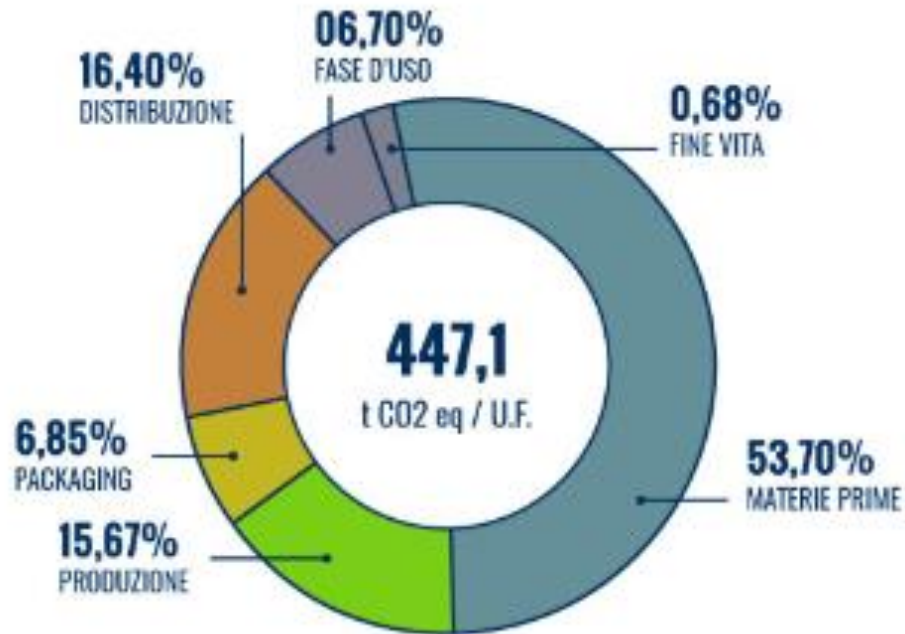


Life-Cycle Assessment of a cup of Nespresso Expressed in % CO₂eq per cup (Quantis, LCA 2013)



Esempio di comunicazione sulla carbon footprint

RISULTATI TOTALI DELLA CARBON FOOTPRINT



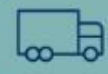
COME RIDUCIAMO



Impianto fotovoltaico da 199Kw



Impianto di cogenerazione ad alto rendimento



Selezione dei fornitori

COME COMPENSIAMO



VUOI SAPERNE DI PIÙ?

LEGGI IL REPORT

CERTIFICATO DEGLI STUDI

SCOPRI LA GAMMA



Esempio di comunicazione su impronta ambientale -VIVA



GUTTURNIO FRIZZANTE

Cantina di Vicobarone
Risultati validati da DNV

Vino prodotto da uve Barbera e Croatina. Costituisce la più alta espressione della nostra tradizione vinicola, deriva dall'uva prodotta dai migliori vigneti della cantina; ricercati per caratteristiche del suolo, età delle piante ed esposizione e coltivati con passione e rispetto. Ideale con salumi freddi e caldi, carni bianche e rosse arrosto o in umido, formaggi mediamente stagionati.



MALVASIA FRIZZANTE

Cantina di Vicobarone
Risultati validati da DNV GL

Vino prodotto da Malvasia bianca Aromatica di Candia, selezione dei migliori vigneti dei nostri soci. Il vino si presenta floreale, sapido con perlage fine e persistente. Accompagna perfettamente antipasti di verdure, crostacei ma anche salumi e carni bianche. Servire a 6-8°C



PLOZNER PROSECCO

Azienda Agricola Bettili Cristiana
Risultati validati da SIQURIA Spa

Vino spumante biologico dal fine perlage, dal colore giallo paglierino, dal profumo e dal sapore fresco. Si addice come aperitivo, con antipasti e piatti di pesce.



V.I.V.A. SUSTAINABLE WINE

TERRITORIO ARIA VIGNETO ACQUA

MINISTERO DELL'AMBIENTE E DELLA TUTELA DEL TERRITORIO E DEL MARE





GUTTURNIO FRIZZANTE

Cantina di Vicobarone
Risultati validati da DNV

Vino prodotto da uve Barbera e Croatina. Costituisce la più alta espressione della nostra tradizione vinicola, deriva dall'uva prodotta dai migliori vigneti della cantina; ricercati per caratteristiche del suolo, età delle piante ed esposizione e coltivati con passione e rispetto. Ideale con salumi freddi e caldi, carni bianche e rosse arrosto o in umido, formaggi mediamente stagionati.



Tab. 1 - Giudizi generali di sostenibilità dell'Indicatore vigneto

Valore di fuzzy	Classe di giudizio	Giudizio di sostenibilità
0-0.3	A	Ottimo
0.31-0.55	B	Buono
0.56-0.75	C	Accettabile
0.76-0.9	D	Non accettabile
≥ 0.91	E	Negativo

Indicatore ARIA

Scarica l'External Communication Report

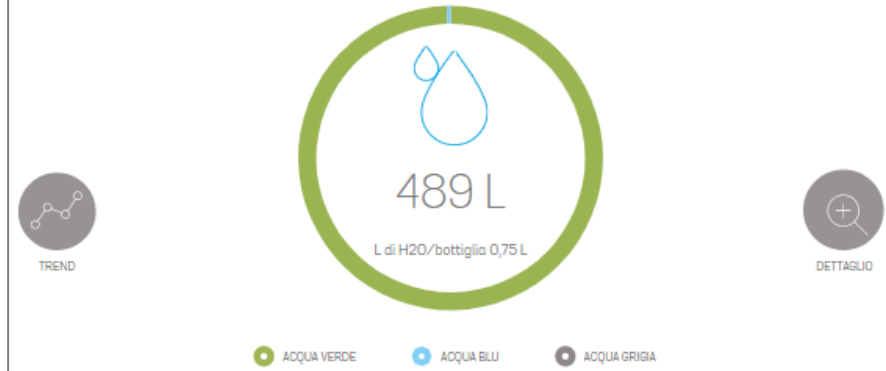
L'indicatore ARIA esprime il totale delle emissioni di gas ad effetto serra associate, direttamente e indirettamente, al ciclo di vita di una bottiglia di vino da 0,75 L. Questo valore viene espresso all'interno del cerchio in kg di CO2 equivalenti. Il ciclo di vita della bottiglia comprende cinque grandi fasi: gestione del vigneto; trasformazione dell'uva in vino; produzione della bottiglia; distribuzione del vino; refrigerazione e smaltimento del vetro. Per tutte le fasi (denominate rispettivamente vigneto, cantina, packaging, distribuzione e consumo) i valori espressi indicano in percentuale la responsabilità sul totale delle emissioni.



Indicatore ACQUA

Scarica l'External Communication Report

L'indicatore ACQUA esprime il volume di acqua dolce consumata per la produzione di una bottiglia di vino da 0,75 l. Questo valore viene espresso all'interno del cerchio in litri. L'acqua utilizzata nella produzione ha tre diverse origini: può essere piovana (acqua verde), essere attinta dai corpi idrici (acqua blu), o derivare da processi di rinaturalizzazione dei corpi idrici (acqua grigia). Per ciascuna di queste acque i valori espressi nel cerchio indicano in percentuale la quota sul totale del consumo idrico.



Indicatore VIGNETO

Scarica l'External Communication Report

L'indicatore VIGNETO valuta le pratiche di gestione agronomica: l'uso degli agrofarmaci con le relative conseguenze su acqua, aria e suolo; la gestione del suolo che comprende la concimazione, la gestione della sostanza organica, i fenomeni di erosione e compattamento; e le altre attività aziendali che possono influenzare la biodiversità. L'indicatore esprime il valore complessivo, in una scala che va da E (massimo impatto ambientale) a A (minimo impatto).



Indicatore TERRITORIO

Scarica l'External Communication Report

L'indicatore TERRITORIO valuta le conseguenze delle attività aziendali sul territorio, inteso sia come ambiente i cui valori da difendere sono la biodiversità, la tutela e la valorizzazione del paesaggio, sia come comunità umana, sulla quale vengono verificate le conseguenze sociali ed economiche su lavoratori, comunità locale, produttori e consumatori. L'indicatore mostra se l'azienda ha soddisfatto i requisiti socio-economici definiti dal progetto.





Categoria di impatto (o area di interesse): **Climate Change**

Unità di misura: **CO2 eq.**

GUTTURNIO FRIZZANTE

Cantina di Vicobarone

Risultati validati da DNV

Vino prodotto da uve Barbera e Croatina. Costituisce la più alta espressione della nostra tradizione vinicola; deriva dall'uva prodotta dai migliori vigneti della cantina; ricercati per caratteristiche del suolo, età delle piante ed esposizione e coltivati con passione e rispetto. Ideale con salumi freddi e caldi, carni bianche e rosse arrosto o in umido, formaggi mediamente stagionati.



Indicatore ARIA

📄 Scarica l'External Communication Report

L'indicatore ARIA esprime il totale delle emissioni di gas ad effetto serra associate, direttamente e indirettamente, al ciclo di vita di una bottiglia di vino da 0,75 L. Questo valore viene espresso all'interno del cerchio in kg di CO2 equivalenti. Il ciclo di vita della bottiglia comprende cinque grandi fasi: gestione del vigneto; trasformazione dell'uva in vino; produzione della bottiglia; distribuzione del vino; refrigerazione e smaltimento del vetro. Per tutte le fasi (denominate rispettivamente vigneto, cantina, packaging, distribuzione e consumo) i valori espressi indicano in percentuale la responsabilità sul totale delle emissioni.





Categoria di impatto (o area di interesse): **Water use**

Unità di misura: ***m3 di H2O***
oppure L di H2O



GUTTURNIO FRIZZANTE

Cantina di Vicobarone

Risultati validati da DNV

Vino prodotto da uve Barbera e Croatina. Costituisce la più alta espressione della nostra tradizione vinicola, deriva dall'uva prodotta dai migliori vigneti della cantina; ricercati per caratteristiche del suolo, età delle piante ed esposizione e coltivati con passione e rispetto. Ideale con salumi freddi e caldi, carni bianche e rosse arrosto o in umido, formaggi mediamente stagionati.



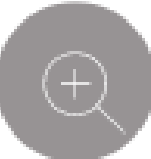
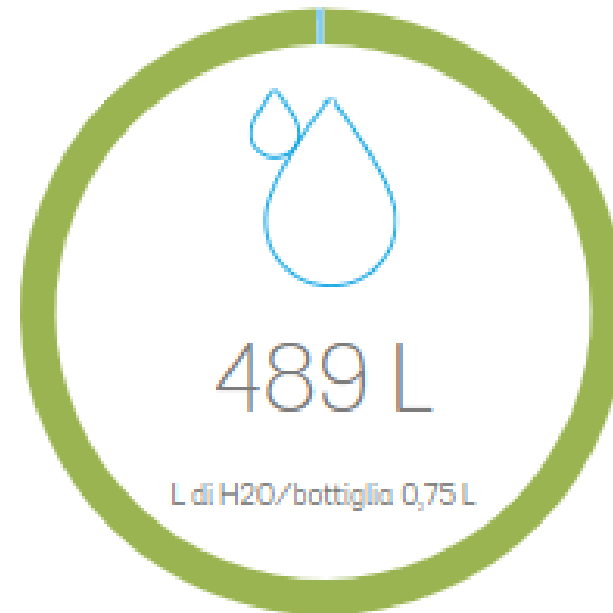
Indicatore ACQUA

Scarica l'External Communication Report

L'indicatore ACQUA esprime il volume di acqua dolce consumata per la produzione di una bottiglia di vino da 0,75 L. Questo valore viene espresso all'interno del cerchio in litri. L'acqua utilizzata nella produzione ha tre diverse origini: può essere piovana (acqua verde), essere attinta dai corpi idrici (acqua blu), o derivare da processi di rinaturalizzazione dei corpi idrici (acqua grigia). Per ciascuna di queste acque i valori espressi nel cerchio indicano in percentuale la quota sul totale del consumo idrico.



TREND



DETTAGLIO

ACQUA VERDE

ACQUA BLU

ACQUA GRIGIA

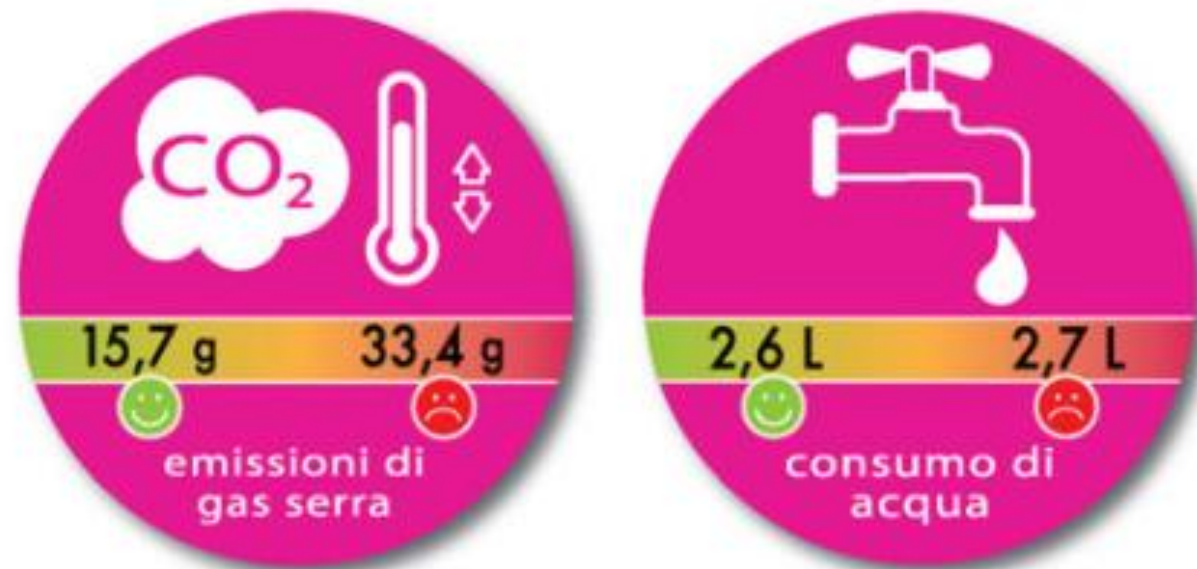


Esempio di etichetta su impronta ambientale derivante da uso responsabile – Pink Frogs

Etichetta di utilizzo responsabile ideata da Pink Frogs

Abbiamo ideato la prima “ETICHETTA DI UTILIZZO RESPONSABILE” per informare e sensibilizzare il consumatore, qualitativamente ma soprattutto quantitativamente, dei benefici ambientali raggiungibili con un uso responsabile di un prodotto cosmetico.

Mostra di quanto può variare l'impatto del prodotto a seconda dell'utilizzo che ne fa il consumatore!



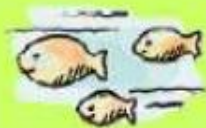


Altri esempi di formati per la
comunicazione degli impatti

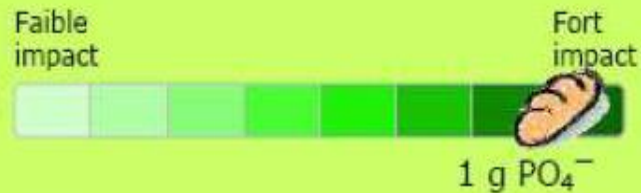
L'impact environnemental de votre baguette



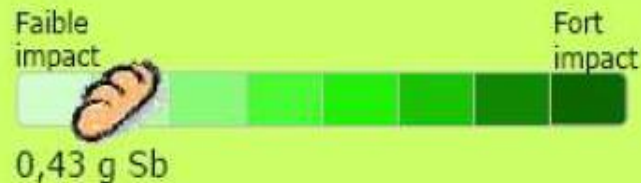
Effet de serre



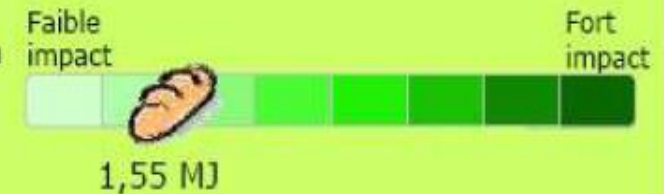
Eutrophisation



Consommation
de ressources



Consommation
d'énergie non
renouvelable



Acidification



0,95 €

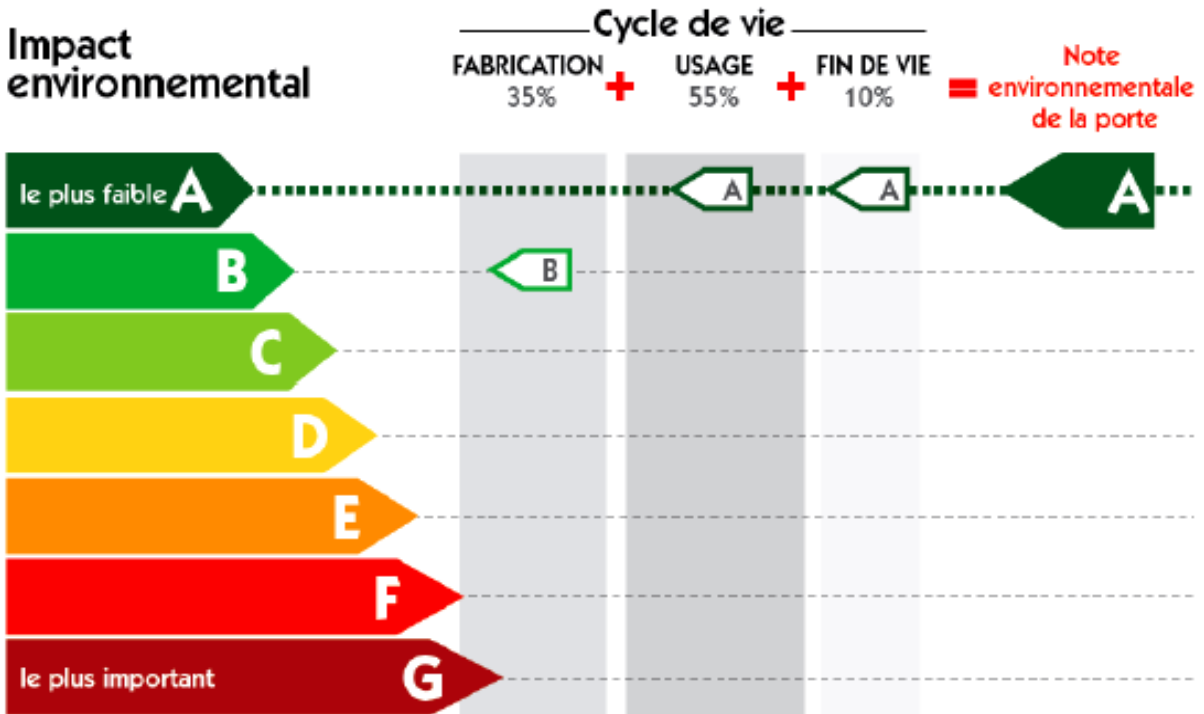
OU LOGO DE L'ENTREPRISE

Information environnement

Expérimentation nationale de mise à disposition d'informations environnementales initiée par le Grenelle Environnement.

	Emissions CO₂	20 g*
	Dégradation des écosystèmes forestiers	0 g*
	Epuisement des ressources fossiles	0,3 mg*

*Pour 1 feuille pesant 10g
www.canson.com



Impact environnemental

	écotoxicité aquatique	Faible écotoxicité aquatique	A 0,03 CTUe
	gaz à effet de serre		56 g éq. CO ₂
	consommation d'eau		5,4 litres

Scale for aquatic toxicity: < 0,1 (A), ≤ 1 (B), ≤ 10 (C), ≤ 100 (D), ≤ 1 000 (E), ≤ 10 000 (F), > 10 000 (G). Forte écotoxicité aquatique.

PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE

	Réchauffement climatique	900g CO ₂ eq
	Empreinte eau	2,47 litres d'eau eq
	Empreinte biodiversité	0,75 m ² de zone urbaine



Utilità delle equivalenze

- E' consigliabile utilizzare i dati e gli indicatori come **base scientifica per campagne di marketing più mirate e circoscritte**, estrapolandoli dal contesto (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

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

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





Esempi di equivalenze





Esempi di equivalenze

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





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.»

Esempi di equivalenze

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 ricaricare 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 inox riutilizzabili 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.

«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 anno»





Esempi di equivalenze

La media ponderata delle emissioni di anidride carbonica delle autovetture immatricolate in Italia anno 2015: 0,1154 kg CO₂ per km



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*

(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

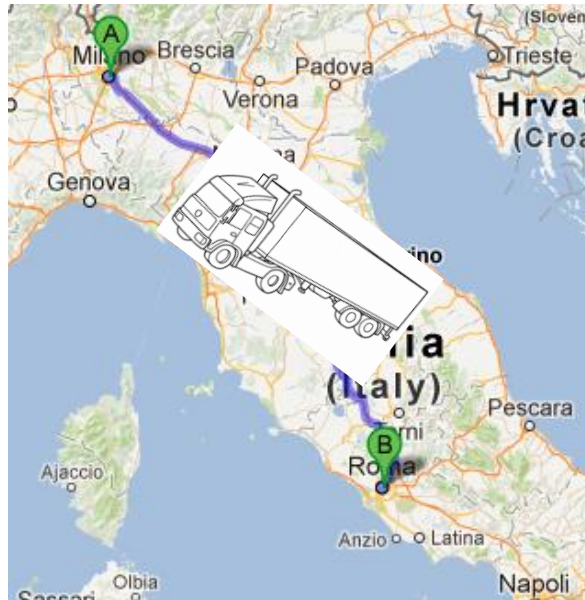
- **Il consumo medio di acqua per una doccia:** 45 litri. Si stima un consumo da 30 a 60 litri per doccia (Fonte ARPA)
- **Consumo di energia elettrica da mix italiano dello stadio per 90 minuti:** 5372 kWh





Esempi di equivalenze

Carbon footprint scarpa in pelle



La CO₂ eq. emessa per **217,83 paia di scarpe** equivale alla CO₂ emessa per illuminare lo stadio Olimpico di Roma per una partita di 90 minuti in notturna.

Fonte: ecoinvent, mix energetico nazionale



CO₂ eq. emessa per **654 paia di scarpe** equivale alla CO₂ assorbita da 1 ettaro di bosco in 1 anno.

Fonte assorbimento: Environment Park, Torino

La CO₂ eq. emessa per **42,27 paia di scarpe** equivale alla CO₂ emessa da un TIR a pieno carico che percorre la tratta Roma-Milano.

Fonte: ecoinvent, viamichelin.com



Esempio di comunicazione su miglioramento impronta ambientale

Tutte le nostre **categorie di prodotti** sono state sottoposte a **valutazioni LCA** complete, portando alla realizzazione di vari **miglioramenti**, tra i quali:

- La modalità "eco" della macchina *Nescafé* Dolce Gusto Melody ora consente il passaggio automatico in **standby** dopo 20 minuti di non utilizzo. Grazie a questa funzione di **risparmio energetico**, i **consumatori** hanno potuto ridurre nella preparazione del caffè lungo (120 ml) il 32% delle **emissioni di biossido di carbonio** equivalente (CO₂eq), il 41% dell'uso dei **combustibili fossili** e il 25% dei **consumi idrici** rispetto al primo modello lanciato nel 2006;
- Il nuovo **biberon di plastica** pronto all'uso prodotto da **Nestlé Infant Nutrition** in Germania è più "verde" del modello in vetro. Le **emissioni di gas serra** sono state **ridotte** del 19%, i prelievi di acqua sono scesi del 15% e la qualità degli ecosistemi interessati è migliorata del 28%. Il **risparmio sui costi ambientali** di una confezione da 32 biberon in Germania corrisponde a circa 13 km di trasporto su strada evitati, a 74 m² di spazi verdi protetti e a 37 litri d'acqua **risparmiati**;
- La nuova **confezione di Nescafé** distribuita in Italia è più **ecologica** della precedente in vasetti di vetro da 150 g, poiché ha consentito di **ridurre le emissioni di gas serra** del 79%, i **prelievi idrici** del 72% e il **consumo** di risorse del 77% (considerando produzione e consegna degli imballaggi, distribuzione e fine vita del prodotto). Maggiori informazioni su questa novità e sul *Piano Nescafé* - volto a promuovere la **coltivazione**, la **produzione** e il **consumo responsabile di caffè** - sono accessibili mediante il codice QR (Quick Response) apposto sulla confezione;
- Nella nuova **confezione di Nescafé Café Menu Cappuccino**, il cartone ha un **peso inferiore** del 21% rispetto a quella precedente, il che equivale in termini di trasporto al 14% in meno di automezzi sulle strade.

Da Video:

[https://www.facebook.com/
Nestle.IT/videos/144279722
9160227/?t=6](https://www.facebook.com/Nestle.IT/videos/1442797229160227/?t=6)



Nestlé Good Food, Good Life

In Italia abbiamo **ridotto i prelievi idrici**
di **84.267 m3** di acqua,
l'equivalente di **34 piscine olimpioniche.**



Esempi di comunicazione su caratteristiche «circolari»

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 IMMESA 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 (H)

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

Comunicazione su: <https://italplanet.it/parmalat-bottiglia-blu-prima-realta-alimentare-italiana-certificata-plastica-seconda-vita-food/>



Parmalat

8 h · 🌐



Sai a quanto equivale l'acqua risparmiata da Parmalat grazie alla nuova bottiglia blu con 50% di plastica riciclata? 💧 Scopri la risposta esatta!

*Interattività ed
equivalenze
intuitive per
comunicare i
vantaggi
ambientali di
una
caratteristica
«circolare»
della bottiglia*



**Risposta
esatta!**

**Risposta
esatta!**

**Risposta
esatta!**

7,5X
PISCINE OLIMPIONICHE

120,000X
VASCHE DA BAGNO

3X
ACQUARIO DI GENOVA

**17.850
m³**

**17.850
m³**

**17.850
m³**

SAI QUANTE CO₂
ABBIAMO RISPARMIATO
CON LA NUOVA BOTTIGLIA BLU?

Tecca qui
↓

1.734
TON/ANNO CO₂

=

69.000





Philips e gli eco passaporti dei Green Product

Gli eco passaporti sono **schede sintetiche** che certificano le caratteristiche ambientali dei «*Philips green product*», **compresi gli aspetti riconducibili alla circular economy**. Gli eco-passaporti sono certificati da parte terza e marchiati col «green tick mark».



Philips Green Award

You can recognize a Philips Green Product by the Green tick mark, which is used on all eco passports and Environmental Product Declarations for Green Products.

Claims of Green Product status are verified by our external auditor (currently EY, in prior years KPMG). In practice, our Green Products are often also supported by a recognized eco-performance label.

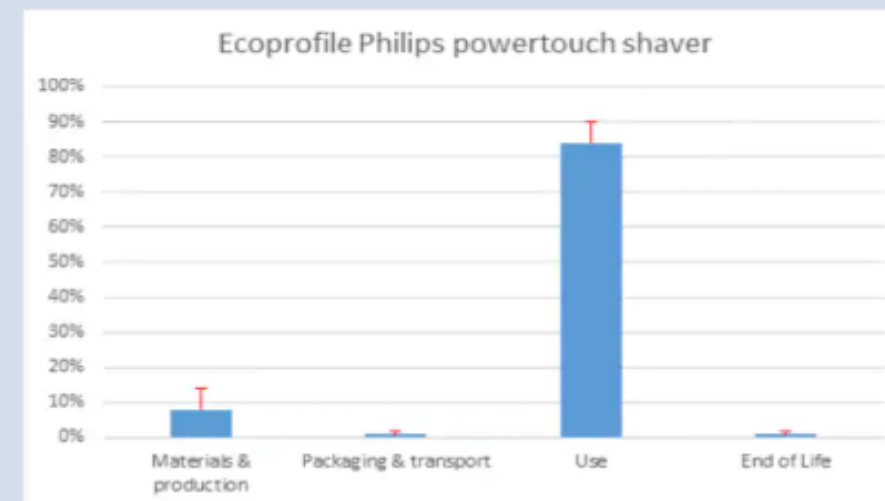
We know you want to make an informed decision about the products you buy, based on a full understanding of their environmental impact. Check out your Green Product's eco passport: it will explain how that particular product addresses the Green Focal Areas.

I «*Philips green product*» sono soggetti ad analisi LCA.

For our Philips Green Products we use Life Cycle Analysis to set specific product requirements.

For a representative Powertouch Shaver, the two most impacting phases of the product's life cycle are the use phase (due to the use of gel and cleaning of the device) and the production phase (including materials). The contribution of the different phases to the product's total environmental impact is shown on the following 'ecoprofile' graph. The packaging, transport, and end-of-life phases represent respectively around 1% of the total environmental impact.


The ReCiPe methodology and the Netherlands' environmental cost indicator* were used to assess and calculate the environmental impacts of the product.





Philips e gli eco passaporti dei Green Product


Esempio di Eco
Passaporto per il
prodotto *Philips Senseo*:



PHILIPS
Eco passport

Philips Senseo® Original

The Philips SENSEO Original coffee pod machine allows to make a variety of coffee blends with a touch of a button. The product offers ease of cleaning and maintenance with dishwasher safe parts. The automatic shut-off avoids unnecessary energy consumption. The plastics in contact with water and coffee are free of Bisphenol A. Cardboard packaging material contains a minimum of 90% recycled content. Product contains up to 132 gram recycled plastic material.



Our eco passport


Philips wants to make the world healthier and more sustainable. To make this a reality, we have to keep thinking differently, pushing the boundaries of what is currently believed possible. We continuously innovate and deliver products and technologies that are positive for people and the environment. At Philips we call this Green Innovation.

We know this is important to you too. So we have developed an eco passport which explains the environmental performance of our products in the six Philips Green Focal Areas, developed through our eco design process since 1994, enabling you to make conscious, informed decisions. An eco passport will explain the Green Focal Areas considered and applied in the specific product.

<p>Energy</p> <ul style="list-style-type: none"> • Max power consumption: 1450W • Annual energy consumption: 87kWh* • Standby energy consumption: 0,26 W • Automatic shut off: yes 	<p>Packaging</p> <ul style="list-style-type: none"> • Minimal of 90% recycled cardboard paper • No use of polyvinylchloride (PVC), expanded polystyrene (EPS) in packaging
<p>Substances</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plastics in contact with water and coffee are free of bisphenol A (BPA) • The product is free of PVC (excluding the power cord) 	<p>Circularity</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contains up to 132 gram recycled plastic • Durability test: machine is tested for more than 10.000 cups of coffee


* Energy consumption measured according to IEC 60561. Based on daily usage, including warm up of device and brewing 4 cups of coffee.

Philips Green Product




www.philips.com/greenproduct


Automatic shut off after 30 mins standby




2 years world-wide warranty



For service, spare and replaceable parts visit www.philips.com



Machine is tested > 10.000 times





Werner & Merz PROFESSIONAL



Calcola il risparmio di risorse utilizzando la gamma **green care** PROFESSIONAL!

Home

Nazione  Italia

Accesso



green care PERFORMANCE CALCULATOR

▶ **iniziare**

Certificato numero: 72920013

1 September 2019 - 5 September 2021

SAVINGS POTENTIAL

Metodo di calcolo

Termini di Utilizzo e Privacy

Imprint



Calcolo
metodo
convalidato da
Intechnica Cert

[Leggi la conferma](#)





Werner & Merz PROFESSIONAL

Sul sito Werner & Merz professional il cliente viene invitato a calcolare il **risparmio di risorse potenziale** derivante dalla scelta di prodotti Green Care Professional → Al cliente viene data la possibilità di calcolare i risparmi in termini di CO2, plastica e petrolio ottenibili consumando un certo ammontare annuo di un prodotto detergente Werner (in litri), rispetto ad uno «standard».

Ci sono tre versioni del calcolatore «**Green-Effective performance calculator**»:

1. *Calcolo rapido/eseempio* (Calcolo in autonomia selezionando settore e consumo annuo in litri)
2. *Risparmio potenziale* (Calcolo in autonomia selezionando settore, specifico prodotto, consumo annuo in litri)
3. *Personalizzato* (si contatta l'azienda per ottenere certificato personalizzato)



Calcolo rapido

Calcola il risparmio di carbonio e crea un certificato esempio in base al settore in cui opera la tua azienda e l'ammontare annuale di prodotto consumato.

Quick Calculator



Risparmio potenziale

Calcola il tuo risparmio potenziale di carbonio! Crea un certificato con i quantitativi precisi di prodotto consumato/stimato. Il certificato personalizzato con il tuo logo può essere utile per gare d'appalto e offerte.

Potential Saving Calculator



Ottieni il tuo certificato personalizzato

Calcola il risparmio in carbonio e crea un certificato esempio in base al settore in cui opera la tua azienda e l'ammontare annuale di prodotto consumato.

Rimaniamo in contatto!



Interfaccia del
calcolatore



Calcolo rapido

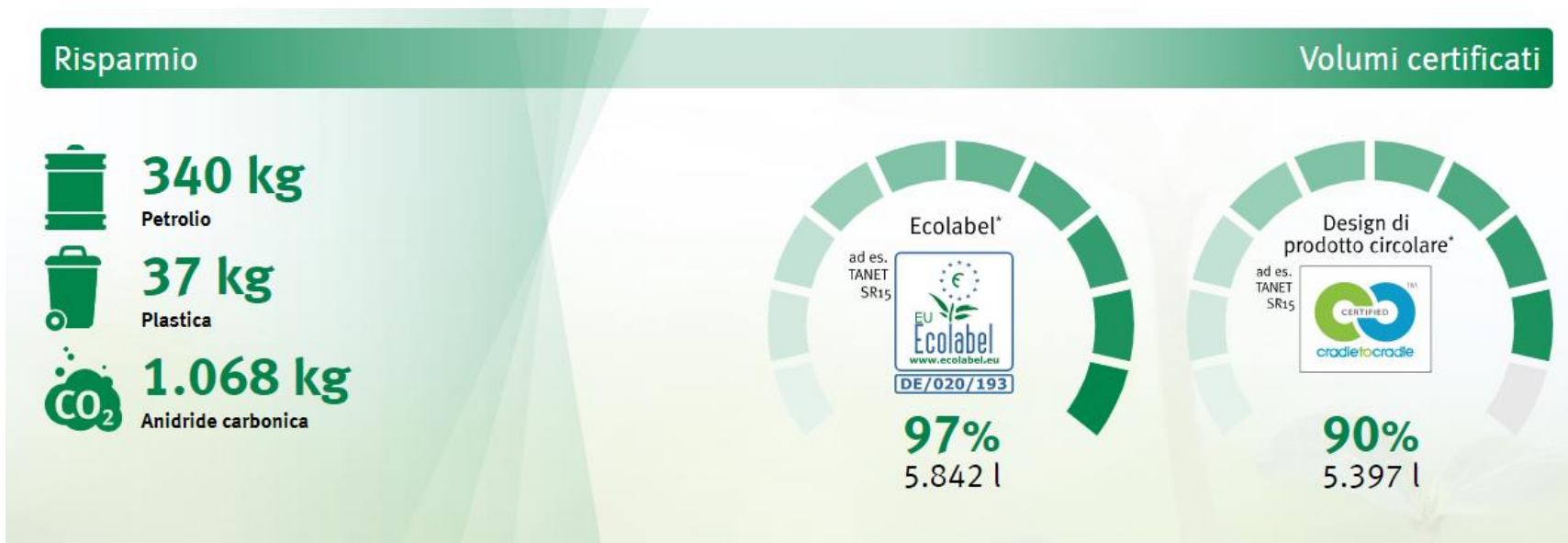
Quanti litri di detergente utilizzi in un anno? Seleziona la tua area di business e inserisci i volumi di prodotto utilizzati per calcolare il potenziale stimato di carbonio risparmiato utilizzando i prodotti **green care** PROFESSIONAL

Area di business: Hotel

Consumo annuale di prodotto (in litri)*: 6000

Calcola il mio risparmio

Risultati





Una sintesi...

La comunicazione basata sugli indicatori LCA può utilizzare **messaggi e grafici** che fanno leva su impatti (o impatti evitati/risparmiati) espressi:

- In valore assoluto
- In valore relativo (%)
- rispetto ad un prodotto standard
- confrontandoli con un benchmark
- Utilizzando equivalenze intuitive per tradurre gli impatti in dimensioni vicine alla vita quotidiana del consumatore

Anche le **caratteristiche circolari** di un prodotto (es. contenuto riciclato, durabilità, riciclabilità ecc.) possono essere comunicate **chiarendo qual è il vantaggio ambientale (in specifiche categorie d'impatto) derivante da quella caratteristica circolare, rispetto ad un prodotto standard «lineare».**



Grazie!

fabio.iraldo@santannapisa.it

<https://www.linkedin.com/in/fabio-iraldo-91b91111/>

roberta.iovino@santannapisa.it

<https://www.linkedin.com/in/roberta-iovino-a24b73133>

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://www.santannapisa.it/it/istituto/management/sum-management-della-sostenibilita)



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