



Documento di Posizionamento del progetto **Life Plus "PROMISE"** *"PROduct Main Impacts Sustainability through Eco-communication"*

L'importanza degli impatti ambientali collegati alla produzione e al consumo/utilizzo dei prodotti rappresenta da tempo un elemento di attenzione da parte dell'Unione Europea e si è evoluto fino ad assumere l'accezione più ampia di "Produzione e Consumo Sostenibili (PCS)", individuata come una sfida prioritaria per le politiche comunitarie, declinata in obiettivi precisi, tra i quali si ricordano:

- Promuovere la produzione e il consumo sostenibili affrontando lo sviluppo sociale ed economico nei limiti della capacità di carico degli ecosistemi e distinguendo la crescita economica dal degrado ambientale;
- Migliorare le prestazioni ambientali e sociali dei prodotti e dei processi e incoraggiare la loro adozione da parte delle imprese e dei consumatori.

Nel 2008 la Commissione Europea ha emanato un Piano di Azione su "Produzione e consumo sostenibili" e "Politica industriale sostenibile" (COM CE 2008/397), il quale delinea con maggiore precisione gli strumenti sui quali puntare per raggiungere gli obiettivi: *etichettatura ecologica, tecnologie pulite, appalti pubblici, consumo intelligente*.

Nella Comunicazione CE n. 400 del 2008 sugli "Appalti pubblici per un ambiente migliore" la Commissione propone che, entro il 2010, il 50% di tutte le gare di appalto siano verdi.

Gli stimoli comunitari hanno trovato risposta a livello nazionale e locale, infatti il Ministero dell'Ambiente è impegnato nell'elaborazione di una Strategia italiana che valorizza altresì gli strumenti esistenti: LCA, EMAS, Ecolabel, GPP sono tutte sigle (purtroppo spesso criptiche), alla base delle quali si trovano azioni concrete ed esperienze di rilievo.

"Gli strumenti ci sono, bisogna farli conoscere" sembra essere il messaggio di fondo. Ed ecco allora l'attenzione al sistema produttivo italiano, in particolare alle piccole e medie imprese e ai distretti, il coinvolgimento dei consumatori verso servizi, prodotti e stili di vita consapevoli, il ruolo della Grande Distribuzione e della Pubblica Amministrazione.

Il gruppo di lavoro nazionale sul consumo sostenibile, coordinato dal Ministero dell'Ambiente, ha sottolineato l'importanza del ruolo del consumatore, che deve essere *consapevole, responsabile e attivo*.





La **“PROMESSA”** : ridurre gli impatti ambientali dei prodotti attraverso la comunicazione.

Tutti gli strumenti di politica ambientale orientati al prodotto e al consumo sono fondati su questa “promessa”: la capacità di COMUNICARE può generare un reale miglioramento ambientale.

In coerenza con le politiche europee e nazionali, PROMISE si prefigge infatti di:

- Approfondire la conoscenza da parte dei decisori politici a tutti i livelli sulle scelte dei consumatori e sulle politiche di sostenibilità applicate dai produttori.
- Aumentare la consapevolezza delle scelte verdi di:
 - **Produttori**, che possono agire sui propri metodi di produzione attraverso le tecnologie pulite e le certificazioni di processo e di prodotto;
 - **Distributori**, in grado di indirizzare le scelte attraverso l’offerta dei prodotti, sia in termini di fornitura che di esposizione e informazione
 - **Enti Locali**, che possono svolgere un ruolo sia di tipo didattico e propositivo sia nella veste di consumatore diretto;
 - **Consumatori**, che possono incidere con le loro scelte sul mercato ed in particolare i soggetti moltiplicatori di informazioni e conoscenze, quali i giovani, gli educatori, i componenti attivi di associazioni culturali e ambientali.
- Aiutare a fare conoscere cosa è un realmente “prodotto verde” senza ambiguità, evitando l’utilizzo non appropriato del termine che identifica reali virtù ecologiche di un prodotto o di un’organizzazione (green washing);
- Migliorare il dialogo tra la domanda (consumatori ed enti locali) ed offerta (produttori e distributori) e la conoscenza delle rispettive esigenze sui prodotti verdi ;
- Favorire la crescita professionale di produttori, distributori, Enti Locali e operatori della comunicazione e la diffusione di una cultura consapevole dal punto di vista ambientale;
- Identificare gli strumenti di comunicazione più “promettenti”, ovvero potenzialmente in grado di coinvolgere e convincere i consumatori e i produttori indirizzandoli verso scelte sostenibili;
- Sperimentare ed applicare piani concreti ed innovativi di comunicazione mirati a promuovere il cambiamento dei comportamenti di tutti gli attori del ciclo di vita del prodotto.



Lo scopo di PROMISE consiste dunque nel rendere consapevoli produttori, distributori, consumatori ed enti locali, evidenziando il potere di influenza delle loro scelte e degli strumenti che le rendono possibili.

Punto di partenza del progetto è un'indagine conoscitiva ampia ed approfondita: sono coinvolti oltre **10.000 cittadini consumatori, 150 enti locali, 150 distributori, 30 imprese**. La ricognizione consente di fissare il livello di consapevolezza dei diversi attori sugli impatti ambientali collegati ai prodotti e sulle possibilità di ogni soggetto di ridurli.

Gli impatti ambientali dei prodotti sono correlati all'estrazione delle materie prime, ai consumi di risorse e all'inquinamento durante la fase di produzione, alle emissioni durante il trasporto, ai consumi energetici nei punti vendita, agli eventuali impatti (es. consumi energetici) durante l'utilizzo, alla gestione dei rifiuti a fine vita.

Sulla base dei risultati dell'indagine conoscitiva è prevista l'elaborazione di un piano di comunicazione per diffondere la produzione e il consumo sostenibili relativamente ai **prodotti domestici di largo consumo** (es. prodotti per la pulizia, prodotti tessili, carta, lampadine) e ai **prodotti alimentari**, due categorie di prodotti molto importanti sotto il profilo ambientale.

Il **Piano di Comunicazione di PROMISE** mira ad aumentare la consapevolezza su alcune potenziali leve della produzione e del consumo sostenibili:

- **L'azienda produttrice** può ridurre i propri impatti con scelte che riguardano la selezione delle materie prime e dei fornitori, con le tecniche di produzione a basso impatto ambientale, e può comunicare questi sforzi ai consumatori con le certificazioni ambientali di prodotto e di processo e con altri efficaci strumenti di comunicazione.
- **Il distributore** può promuovere i prodotti realizzati in questo modo, sensibilizzare la propria clientela e ridurre gli impatti dei punti vendita.
- **Le amministrazioni** pubbliche possono fare acquisti verdi, stimolando il mercato, e promuovere la cultura del consumo consapevole presso i cittadini.
- **I cittadini** possono modificare il proprio stile di vita, anche facendo la spesa. Possono privilegiare i prodotti verdi informati disponendo di una corretta informazione, ad esempio riconoscendo le etichette ecologiche. Inoltre il cittadino può ridurre gli impatti legati ai consumi attraverso modalità di utilizzo responsabili e consapevoli (riduzione degli sprechi).





Il Piano di Comunicazione e le azioni di supporto di “PROMISE” faranno affidamento su una serie di strumenti di certificazione e comunicazione, di cui il progetto intende valutare l’efficacia, comprendere la rispondenza rispetto alle aspettative degli attori del mercato sopracitati e potenziare le capacità di modificarne le scelte, inducendo un reale miglioramento ambientale.

Nel perseguire questo obiettivo, PROMISE si propone come interlocutore del contesto socio-istituzionale, stimolando i soggetti che possono giocare un ruolo importante sul piano normativo, metodologico e di promozione.

A titolo esemplificativo, si possono delineare alcune delle linee di azione su cui il confronto dovrebbe svilupparsi:

1. i primi risultati di PROMISE evidenziano la necessità di **puntare su strumenti ad elevata credibilità e autorevolezza**, che riescano a raggiungere un ampio spettro di destinatari sul mercato, in modo da garantirne maggiore visibilità. In questo senso, un primo ambito propositivo potrebbe riguardare le misure di **rafforzamento e promozione di marchi, tra i quali l’Ecolabel Europeo, il Biologico, del legno (FSC) e delle altre forme certificazione**;
2. i consumatori basano le proprie scelte anche sulla base della fiducia riposta nelle organizzazioni che producono e che distribuiscono ponendo attenzione non solo alle certificazioni, ma ad altri aspetti quali, ad esempio, la riduzione degli imballaggi e l’analisi del ciclo di vita dei prodotti.

La **fiducia del consumatore e quindi la sua consapevolezza e il suo stile di consumo** fanno riferimento a quell’insieme di politiche, di controlli e di attenzioni alle filiere produttive che in tempo di crisi sono garanzia non solo di minore impatto ambientale, ma anche di qualità e salubrità dei prodotti

3. la **valorizzazione dei prodotti tipici e caratterizzanti i sistemi produttivi locali**, punta di diamante del Made in Italy spinge a valutare attentamente le prospettive e le potenzialità di un sistema di qualificazione ambientale di questi prodotti, in grado di rafforzare le capacità competitive delle PMI italiane utilizzando un approccio capace di far leva su fattori tradizionali, quali la cooperazione locale, l’associazionismo e l’innovazione diffusa;
4. nel fissare i punti fermi su cui poggiare le strategie di valorizzazione degli strumenti di certificazione e comunicazione, infine, non si può prescindere dal ruolo essenziale della **cultura e dell’educazione ambientale del consumatore**, che deve essere alimentata in misura crescente dall’azione di sensibilizzazione delle istituzioni.





Pertanto, con una **campagna di sensibilizzazione differenziata per i 4 target della comunicazione**, PROMISE intende contribuire a far conoscere gli strumenti di qualificazione e comunicazione ambientale dei processi e dei prodotti, diffondere e rafforzare la credibilità al fine di utilizzarli come variabili nelle scelte di acquisto (e conseguentemente di produzione e di vendita).

La campagna metterà a disposizione materiale e attività informative (periodici, brochure, video, seminari, manifesti, sito web di progetto e newsletter Coop) rivolti a diversi target. L'obiettivo finale è quello di avviare un **percorso di cambiamento dei comportamenti** di cittadini e organizzazioni, un cammino virtuoso che prosegua nel tempo ben al di là della fine del progetto; risultato che si può ottenere solo attraverso la collaborazione.

Gli esiti del progetto verranno comunicati alle istituzioni e ai soggetti della società civile impegnati sul tema della produzione e del consumo sostenibili, al fine di mettere a frutto l'esperienza condotta e sostenere uno sforzo comune e sinergico.

PROMISE intende favorire un dialogo permanente tra decisori pubblici (Unione Europea, Ministeri, Regioni e Enti Locali), **operatori privati** (associazioni di rappresentanza del mondo della produzione, della distribuzione e del consumo) e **cittadini** (associazioni di interessi diffusi) per rendere più efficaci e concrete le strategie di comunicazione.



5

