



UNI EN ISO 14063:2020

GUIDA ALLA COMUNICAZIONE AMBIENTALE

17 MAGGIO 2022

PRESENTAZIONE

In seguito alla grande attenzione rivolta alle tematiche ambientali, la comunicazione ambientale ha assunto negli ultimi anni una particolare importanza.

Per comunicazione ambientale si intende il processo di condivisione d'informazioni sui temi, sugli aspetti e sulle prestazioni ambientali per creare fiducia, credibilità e alleanze.

Veicolazione d'impegni ambientali da parte delle aziende, pianificazione territoriale, sensibilizzazione, dialogo con le comunità, educazione ambientale sono alcuni dei suoi campi di applicazione.

La recente pubblicazione della revisione della norma UNI EN ISO 14063, che contiene le linee guida sulla comunicazione ambientale, consente di avere a disposizione un ottimo strumento da utilizzare da parte di una molteplicità di soggetti.

Il corso ha lo scopo di facilitare l'utilizzo della comunicazione ambientale e la sua applicazione pratica

OBIETTIVI

Il docente unisce le proprie competenze in materia ambientale all'esperienza come componente del gruppo di lavoro ISO per la revisione della norma, fornendo ai destinatari del corso i principali strumenti per il migliore utilizzo della comunicazione ambientale con particolare riferimento ai principi e agli strumenti contenuti nella UNI EN ISO 14063 recentemente revisionata

DESTINATARI

Il corso è rivolto a imprenditori, responsabili ambiente, uffici marketing e comunicazione delle aziende, enti pubblici, che intendono utilizzare nel modo migliore la comunicazione ambientale.

DOCENTE

CLAUDIO BATTILANA - Consulente ambientale, Committee member ISO/TC 207/SC 4/WG 6 (per la revisione della norma ISO 14063 sulla Comunicazione ambientale). Componente del Gruppo di lavoro Ambiente UNI (GL1) sui Sistemi di Gestione

CONDIVIDIAMO IL NOSTRO PATTO D'AULA

-Conosciamoci: iniziamo con un giro di presentazione. Ognuno di noi potrà dire di cosa si occupa, in quale ambito lavora, quali aspettative ha rispetto al corso. Se il corso si svolge da remoto rendiamoci riconoscibili scrivendo il nostro nome e cognome nella nostra finestra di Zoom

-Partecipiamo attivamente e confrontiamoci: il corso è un momento di apprendimento che passa anche dal confronto con il docente e i partecipanti. Facciamo domande, chiediamo chiarimenti, ascoltiamo i contributi di tutti

-Utilizziamo gli strumenti in modo consapevole: se il corso si svolge da remoto teniamo preferibilmente accesa la webcam; silenziamo il microfono quando non stiamo parlando; alziamo la mano per richiedere la parola; usiamo la chat se indicato dal docente. Se il corso si svolge in presenza, alziamo la mano per richiedere la parola

-Stabiliamo insieme le pause e rispettiamo

-Evitiamo distrazioni: per quanto possibile, silenziamo il telefono ed evitiamo di leggere mail o messaggi. Durante le pause avremo modo di gestire eventuali urgenze

-Contribuiamo al miglioramento dei corsi UNITRAIN: al termine del corso, compiliamo il questionario di customer satisfaction e forniamo eventuali suggerimenti di miglioramento

-Per il rispetto della privacy di tutti, non ci è permesso effettuare registrazioni audio, video o acquisire screenshot

IL TEAM UNITRAIN SI IMPEGNA A:

-Inviarvi il materiale didattico

-Elaborare ed inviare l'attestato di partecipazione a chi abbia frequentato almeno il 90% dell'ammontare ore del corso. UNITRAIN si riserva la facoltà di verificare, a campione, l'effettiva partecipazione al corso attraverso appelli intermedi.



UNI EN ISO 14063:2020 GUIDA ALLA COMUNICAZIONE AMBIENTALE



Claudio Battilana
17 Maggio 2022

Presentazione docente

- Il docente
- Esperienza

Presentazione

Membro del Gruppo di Lavoro Ambiente GL1 “Sistemi di Gestione Ambientale” della Commissione Ambiente dell’UNI.

Membro del gruppo di lavoro WG6 dell’ISO per la revisione della norma ISO 14063 sulla comunicazione ambientale.

Traduttore della norma ISO 14063:2020 in lingua italiana.

Per 5 anni: **docente a contratto per l’Università di Parma** per il corso “Sistemi di Gestione Ambientale” all’interno del corso di laurea in “Prevenzione nell’ambiente e nei luoghi di lavoro”.

Collaborazione con l’Università di Parma all’interno del corso di Laurea di Ingegneria Gestionale per lo svolgimento di attività seminariale integrativa riguardante i Sistemi di Gestione Ambientale.

Presentazione

Attività di **consulenza** e di **formazione** in materia ambientale.

Ambiti di intervento: sistemi di gestione ambientale, comunicazione ambientale, sostenibilità, leadership ambientale, normativa e adempimenti ambientali. Settore prevalente di consulenza: industria.

Consulente ambientale dell'Unione Parmense degli Industriali

12 anni di attività come **auditor di sistemi di gestione ambientale**, esperto legislativo, esperto ambientale, per tre Enti di certificazione: Dekra, BVQI, DNV.

10 anni di iscrizione all'IRCA (**registro internazionale** dei valutatori di sistemi di gestione ambientale).

Presentazione partecipanti

- Nome e cognome
- Ruolo
- Responsabilità
- Esperienza
- Aspettative

GUIDA ALLA COMUNICAZIONE AMBIENTALE

- Diffusione della comunicazione ambientale
- Cos'è la comunicazione ambientale: benefici e utilizzo
- Principi generali della comunicazione
- Comunicazione scorretta e comunicazione corretta
- UNI EN ISO 14063
 - Principi chiave della comunicazione ambientale
 - Politica di comunicazione ambientale
 - Strategia di comunicazione ambientale (obiettivi, parti interessate)
 - Attività di comunicazione ambientale: pianificazione, scelta di contenuti, approcci e strumenti, svolgimento di un'attività



COMUNICAZIONE AMBIENTALE

Crescente consapevolezza e interesse
verso l'ambiente

EVOLUZIONE DEGLI ATTEGGIAMENTI VERSO L'AMBIENTE

Anni Settanta: principio di azione ambientale → RIMEDIARE

1972: Conferenza mondiale per la salvaguardia dell'ambiente organizzata a Stoccolma: viene accelerata in molti Paesi l'organizzazione a livello istituzionale della **Tutela Ambientale**.

Anni Ottanta: principio di azione ambientale → PREVENZIONE

1982: Direttiva Seveso: impone la realizzazione di una **Valutazione di Impatto Ambientale** prima dell'installazione di determinate attività industriali.

Anni Novanta: principio guida → SVILUPPO SOSTENIBILE

1992: Conferenza di Rio delle Nazioni Unite su **Ambiente e Sviluppo**.

“Non ereditiamo la terra dai nostri antenati, la prendiamo in prestito dai nostri figli. (Proverbio del popolo Navajo)

SVILUPPO SOSTENIBILE

soddisfare le necessità dell'attuale generazione senza compromettere la possibilità delle future generazioni di soddisfare le proprie necessità

Principio 5 (Dichiarazione di Rio sull'ambiente e lo sviluppo)

Tutti gli Stati e tutti i popoli coopereranno al compito essenziale di eliminare la povertà, come requisito indispensabile per lo sviluppo sostenibile, al fine di ridurre le disparità tra i tenori di vita e soddisfare meglio i bisogni della maggioranza delle popolazioni del mondo.

COMUNICAZIONE AMBIENTALE

Conferenza di Stoccolma, 16 giugno 1972

Prima conferenza delle Nazioni Unite sulla protezione dell'ambiente naturale.

Fu promossa, in seguito ad incidenti occorsi per lo più nei mari e legati allo sversamento di idrocarburi, dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite con la risoluzione 2398/1968, [riconoscendo un legame tra problemi ambientali e standard di vita](#).

La Dichiarazione di Stoccolma contiene 26 principi relativi alla conservazione ambientale, alla responsabilità dell'umanità nei confronti dell'ambiente e [all'importanza della comunicazione come mezzo per la diffusione di una nuova cultura più attenta ai bisogni del pianeta](#).

COMUNICAZIONE AMBIENTALE

Premio Nobel per la pace 2007 ad Al Gore e Comitato intergovernativo per i cambiamenti climatici (Ipcc).

"Per i loro sforzi per costruire e diffondere una conoscenza maggiore sui cambiamenti climatici provocati dall'uomo e per porre le basi per le misure necessarie a contrastare tali cambiamenti".



SOSTENIBILITA'

La sostenibilità in prima pagina

20 agosto del 2018,
Greta Thunberg "Sciopero della scuola per il clima.



15 marzo 2019: 1,6 milioni di persone marciano per le strade di 125 nazioni chiedendo ai governi misure concrete per contrastare il riscaldamento globale



La **Comunicazione ambientale** è un processo di condivisione di informazioni per **creare fiducia e credibilità**.
Processi e contenuti dovrebbero essere basati su **informazioni concrete**.



Benefici della Comunicazione ambientale

Aiuta le parti interessate a comprendere gli impegni e prestazioni ambientali dell'organizzazione,

Fornisce suggerimenti all'organizzazione per migliorare le prestazioni ambientali delle proprie attività,

Migliora la comprensione delle esigenze delle parti interessate per promuovere fiducia e dialogo,

Promuove la prestazione dell'organizzazione in campo ambientale,

Aumenta il livello di consapevolezza ambientale per incoraggiare nell'organizzazione cultura e valori responsabili dal punto di vista ambientale.



Benefici della Comunicazione ambientale

Risponde alle preoccupazioni e ai reclami delle parti interessate in merito ai rischi ambientali di un'attività;
Migliora la percezione dell'organizzazione nelle parti interessate;
Aumenta il sostegno alle imprese e la fiducia degli azionisti.



Come viene definita la
comunicazione ambientale ?

UNI EN ISO 14063:2020

Comunicazione ambientale (definizione UNI EN ISO 14063)

Processo che un'organizzazione realizza per fornire ed ottenere informazioni e per intraprendere un dialogo con le parti interessate interne ed esterne, al fine di stimolare una comprensione comune sui temi, sugli aspetti e sulle prestazioni ambientali.

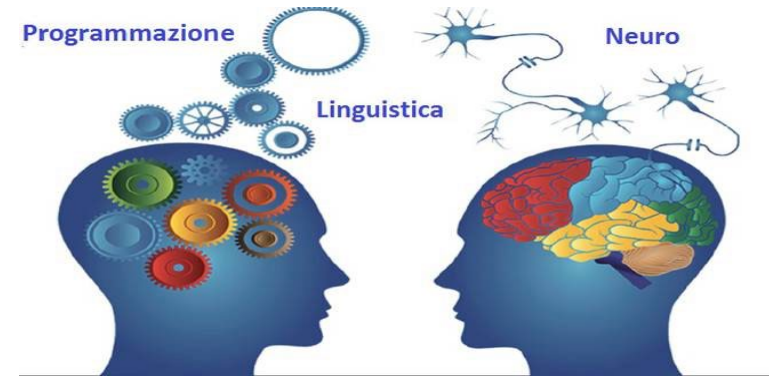
Comprendere il modello/comportamento comunicativo dei destinatari può essere importante nelle comunicazioni ambientali.

Ci sono aspetti della comunicazione
che ci possono venire in aiuto ?

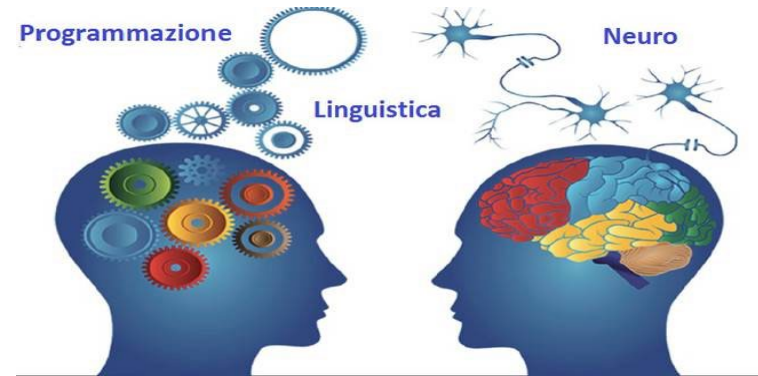
Comunicazione

Postulati

- 1) Si comunica sempre
- 2) Siamo responsabili della nostra comunicazione
- 3) La mappa non è il territorio che si vuole rappresentare

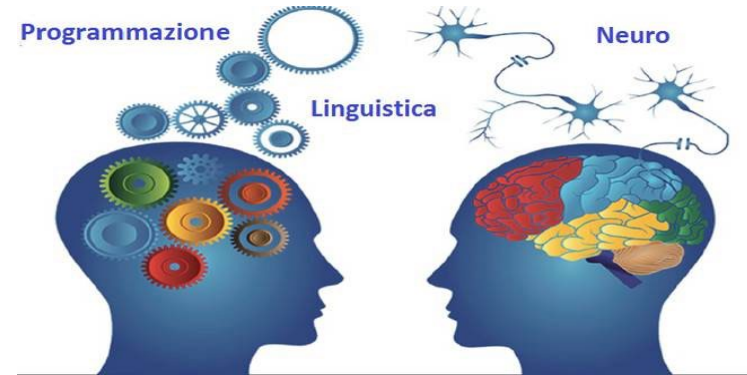


Comunicazione: Postulati



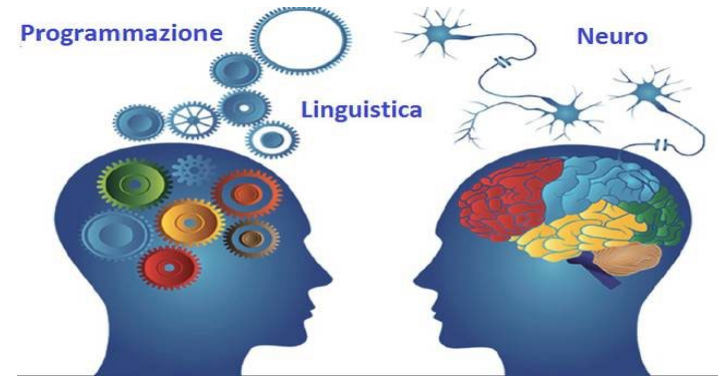
Si comunica sempre

Comunicazione: Postulati



Siamo responsabili della nostra comunicazione

Comunicazione: Postulati



La mappa non è il territorio che si vuole rappresentare

Comunicazione scorretta e comunicazione corretta

COMUNICAZIONE AMBIENTALE

La Comunicazione ambientale scorretta:
il greenwashing

GREENWASHING

Quando un'azienda impiega più risorse ad affermare la propria sensibilità ambientale e/o i benefici ambientali dei propri prodotti attraverso la pubblicità e il marketing, piuttosto che mettere in atto misure realmente in grado di ridurre l'impatto ambientale.

Oppure costruisce un'immagine di sé ingannevolmente positiva sotto il profilo dell'impatto ambientale, allo scopo di distogliere l'attenzione dagli effetti negativi per l'ambiente dovuti alle proprie attività o ai propri prodotti.

GreenWashing: esempio

Immagini che rimandano all'ambiente

Non è possibile

Affermazioni che non hanno niente a che fare con il prodotto

No dati specifici o etichetta certificata



fly greenJet
(and erase your carbon footprint!)


eco assured

Travel with greenJet the low carbon airline. We're planting trees so you can fly as often as you please.

It's not just travelling we think about. All our meals are organic and locally sourced, and we serve only fairtrade coffee.

GREENWASHING





Usiamo
prodotti che
rispettano
l'ambiente.

UNI EN ISO 14021

Asserzioni ambientali autodichiarate (Requisito 5.3)

Asserzioni vaghe o non specifiche

Non deve essere utilizzata un'asserzione ambientale vaga o non specifica o che implichi in senso lato che un prodotto è benefico per l'ambiente o benigno per l'ambiente. Pertanto, asserzioni ambientali quali "sicuro per l'ambiente", "amico dell'ambiente", "amico della terra", "non inquinante", "verde", "amico della natura" e "amico dell'ozono" non devono essere utilizzate.

Pratiche commerciali scorrette



Competenza dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCM).

AGCM ha competenza nella valutazione, inibizione e sanzione (fino a 5 milioni di euro) delle eventuali pratiche commerciali scorrette (P.C.S.) ai sensi del Codice del Consumo.

Per quanto riguarda i **green claims**: «Utilizzo di claim ambientali in modo generico, non attendibile e verificabile poiché non supportati da riscontri scientifici e da un'adeguata metodologia».

Pratiche commerciali scorrette

Anche il Codice di autodisciplina pubblicitaria (CAP) del 2014 all'art.12 “tutela dell'ambiente” precisa che **i green claims devono riguardare “dati veritieri, pertinenti, scientificamente verificabili”** e “devono consentire di comprendere chiaramente a quale aspetto del prodotto o dell'attività pubblicizzata si riferiscono i vantii ecologici”.

Greenwashing: sanzioni dell'Antitrust

Eni, sanzione di 5 milioni dall'Antitrust per pubblicità ingannevole (2020)*

Ha attribuito al suo carburante Eni Diesel+ “vanti ambientali che non sono risultati fondati”.

Per questo l'Antitrust ha sanzionato l'Eni con 5 milioni di euro per la diffusione di messaggi pubblicitari ingannevoli.

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato spiega infatti che nella campagna promozionale è stata usata la denominazione “Green Diesel”, le qualifiche “componente green” e “componente rinnovabile”, e altri claim di tutela dell'ambiente, quali “aiuta a proteggere l'ambiente e «usandolo lo fai anche tu, grazie a una significativa riduzione delle emissioni”, sebbene, si legge nella nota dell'Antitrust, “il prodotto sia un gasolio per autotrazione che per sua natura è altamente inquinante e non può essere considerato green”.

* Da «Il Fatto Quotidiano»

GreenWashing: sanzioni dell'Antitrust

Esempi di sanzioni dell'Antitrust (Greenwashing) per tre produttori di acque in bottiglia*.

Acqua Sant'Anna proponeva l'eco-bottiglia "Bio Bottle". Fatta salva la qualità del prodotto, l'azienda comunicava "un risparmio di 176.800 barili di petrolio" a fronte di "un consumo di 650 milioni di Bio Bottle". Il dato di 650 milioni di bottiglie però fa riferimento all'intera produzione annuale, comprensiva di bottiglie in plastica e Bio Bottle, la cui percentuale sul totale delle vendite ammontava nel 2010 al solo 0,2%.

Ferrarelle pubblicizzava la propria bottiglia come "Prodotto a Impatto Zero". In poche parole, Ferrarelle dichiarava di compensare la CO2 emessa nell'atmosfera a fronte della produzione delle bottiglie, con la creazione e tutela di nuove foreste. L'Antitrust però ha rilevato che l'azione promossa dall'azienda sarebbe durata solo due mesi, tempo insufficiente per annullare l'impatto di Ferrarelle sull'ambiente.

GreenWashing: sanzioni dell'Antitrust

Esempi di sanzioni dell'Antitrust (Greenwashing) per tre produttori di acque in bottiglia*.

Acqua Minerale San Benedetto

Con la linea “eco-friendly”, San Benedetto promuoveva una riduzione della quantità di plastica per bottiglia in varie percentuali in base alla capacità della stessa. L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha verificato la veridicità dei dati non riscontrando elementi che certificassero la veridicità di quanto riportato.

I tre casi sono emblematici e riguardano un settore particolarmente a rischio sulle tematiche ambientali. Il messaggio è chiaro, per essere green bisogna farlo e crederci per davvero; al green marketing deve far fronte un impegno concreto ma soprattutto trasparente e documentato. La sostenibilità deve essere reale, altrimenti il green marketing diventerà, al di là della sanzione monetaria, solo un boomerang, andando a demolire la brand reputation dell'azienda.

Green claims: conclusioni

Soprattutto per le indicazioni volontarie limitare l'uso dei green claims a specifiche caratteristiche di prodotti/servizi verificabili e comparabili, alla luce di criteri oggettivi, scientifici, standardizzati, testati.

Evitare l'impiego di espressioni generiche quali “sostenibile”, “ecologico”, prive di reale impatto.

Specificare se il claim copre l'intero prodotto/ciclo di vita oppure solo una sua parte (no alla confusione con marchi ufficiali).

No ad affermazioni che suggeriscono “miglioramenti ambientali” inesistenti rispetto a prodotti “omogenei”, oppure confusione tra indicazioni obbligatorie per legge e quelle facoltative/volontarie.

Ad esempio “privo di CFC” per uno spray come vanto «Eco» creando confusione rispetto ai requisiti di legge

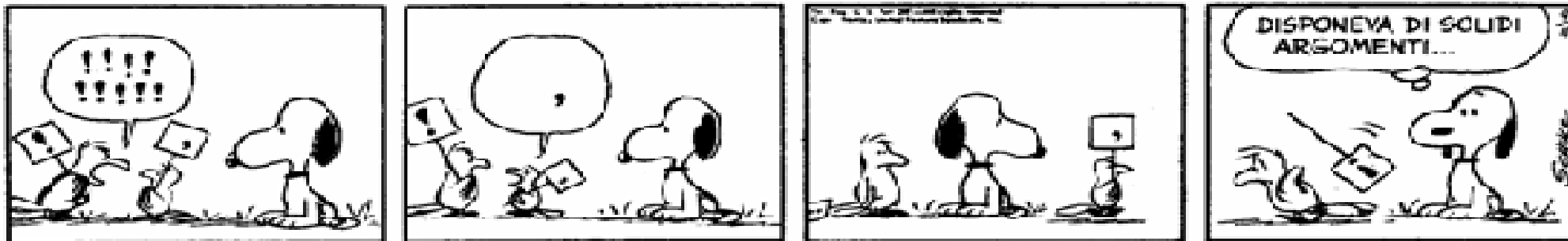
Comunicazione ambientale corretta

ISO 14001:2015 e HLS

A.7.4 Comunicazione

La comunicazione dovrebbe:

- essere trasparente
- essere appropriata
- essere veritiera e non fuorviante
- essere basata sui fatti, accurata e in grado di essere creduta;
- non escludere informazioni pertinenti;
- essere comprensibile alle parti interessate



COMUNICAZIONE AMBIENTALE E CERTIFICAZIONI AMBIENTALI

Principali certificazioni ambientali

Sistemi di gestione ambientale: ISO 14001 o Regolamento CEE/UE 25/11/2009 n.1221 come modificato dal Regolamento CEE/UE 28 agosto 2017, n. 1505 (Emas).

Etichettatura e dichiarazioni ambientali: serie ISO 14020 (14021, 14024, 14025).

Carbon footprint (ISO 14064, ISO 14067).

Esempi di Comunicazione ambientale aziendale

Rio Mare

<https://youtu.be/F77CZwx7tq0>

Coca Cola

<https://www.coca-colaitalia.it/storie/obiettivi-ambientali-2020>

COMUNICAZIONE AMBIENTALE

Tutto questo ci dice che è importante pianificare e pensare ad una strategia di comunicazione.

UNI EN ISO 14063:2020

ISO 14063:2020



Applicabile in tutto il mondo e a tutte le organizzazioni
E' una guida su ciò che dovrebbe essere considerato nello sviluppo di un programma di comunicazione ambientale

Utilizza approcci alla comunicazione sperimentati e consolidati.

Principi che utilizzano il modello Plan-Do-Check-Act.

Non è soggetta a certificazione.

Fornisce esempi specifici



La ISO 14063 è stata preparata dal Comitato tecnico ISO/TC 207, Gestione ambientale.

ISO/TC 207/SC 4/WG 6.

ISO/TC 207: Standardizzazione nel campo dei sistemi e degli strumenti di gestione ambientale a sostegno dello sviluppo sostenibile.

ISO/TC 207/SC4: Standardizzazione nel campo della valutazione delle prestazioni ambientali a sostegno della sostenibilità.

WG 6: Gruppo di lavoro per la revisione della ISO 14063 sulla Comunicazione ambientale.

Principali novità rispetto alla versione precedente UNI EN ISO 14063:2010

- Sono stati introdotti concetti coerenti con l'impostazione e i principi della norma ISO 14001 versione 2015 sui sistemi di gestione ambientale, soprattutto riguardanti il contesto in cui l'organizzazione opera, e le esigenze della parti interessate.
- E' stato interamente introdotto un nuovo punto (7.2.5): Definizione di un piano di comunicazione (cosa dovrebbe includere)
- Sono stati introdotti riferimenti agli strumenti di comunicazione più usati oggi (social network come facebook, twitter, ecc.).
- Tra i commenti e le considerazioni emerse durante le fasi di approvazione della norma spiccano in particolare indicazioni di vari Paesi tendenti a volere dare un ruolo sempre più importante alla comunicazione ambientale.
- E' stato aggiornato l'Appendice A contenente tutte le norme di riferimento della serie ISO 14000 che richiamano la comunicazione ambientale.

Come si struttura un piano di comunicazione ambientale ?
Da cosa si comincia e di che cosa ci si deve preoccupare ?

SCHEMA UNI EN ISO 14063-2020

Principi della comunicazione ambientale (punto 4)

Politica di comunicazione ambientale (punto 5)

Strategia di comunicazione ambientale (punto 6)

Attività di comunicazione ambientale (punto 7)

ISO 14063

Principi di comunicazione ambientale (Punto 4)

Parti interessate

Destinatari

Altri principi, politiche e strategie

Politica ambientale

Politica di comunicazione ambientale (Punto 5)

Strategia di comunicazione ambientale (Punto 6)

- Definizione degli obiettivi
- Identificazione delle parti interessate
- Considerazione riguardo alle risorse

Attività di comunicazione ambientale (Punto 7)

- Pianificazione (situazione, obiettivi, ecc)
- Scelta di Approcci e strumenti
- Attuazione
- Valutazione

PRINCIPI DELLA COMUNICAZIONE
AMBIENTALE: TRASPARENZA,
APPROPRIATEZZA, CREDIBILITA',
CHIAREZZA, REGIONALITA'

ISO 14063:2010

Principi della comunicazione ambientale

Trasparenza delle informazioni, delle procedure e dei metodi impiegati: sono rese disponibili alle parti interessate.

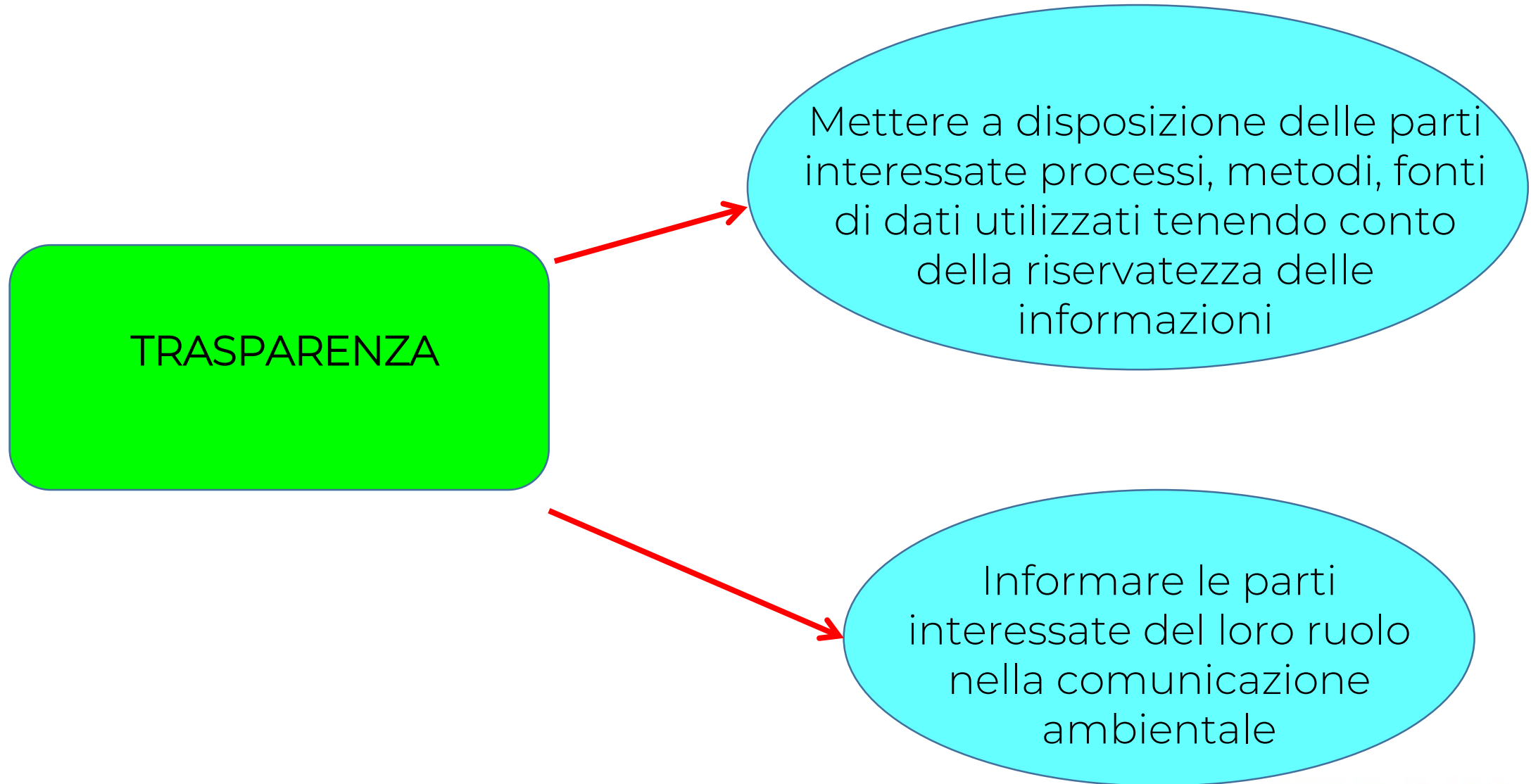
Appropriatezza del linguaggio utilizzato e dei media selezionati, in riferimento al pubblico al quale ci si rivolge.

Credibilità, espressa con messaggi onesti, veritieri, accurati e comprensibili.

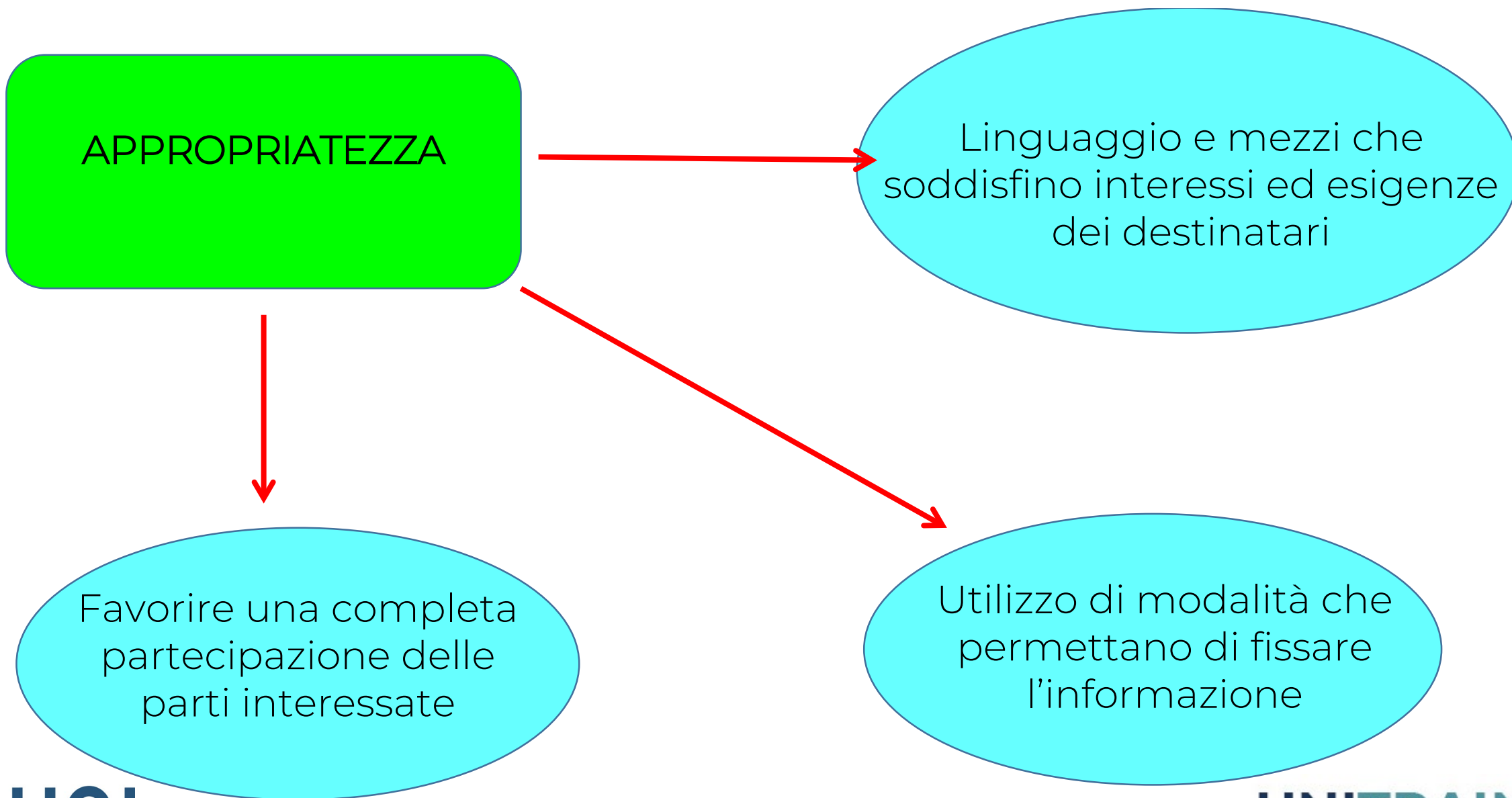
Chiarezza degli approcci e del linguaggio scelto.

Regionalità: considerare il contesto ambientale locale dell'area ove si verifica l'impatto.

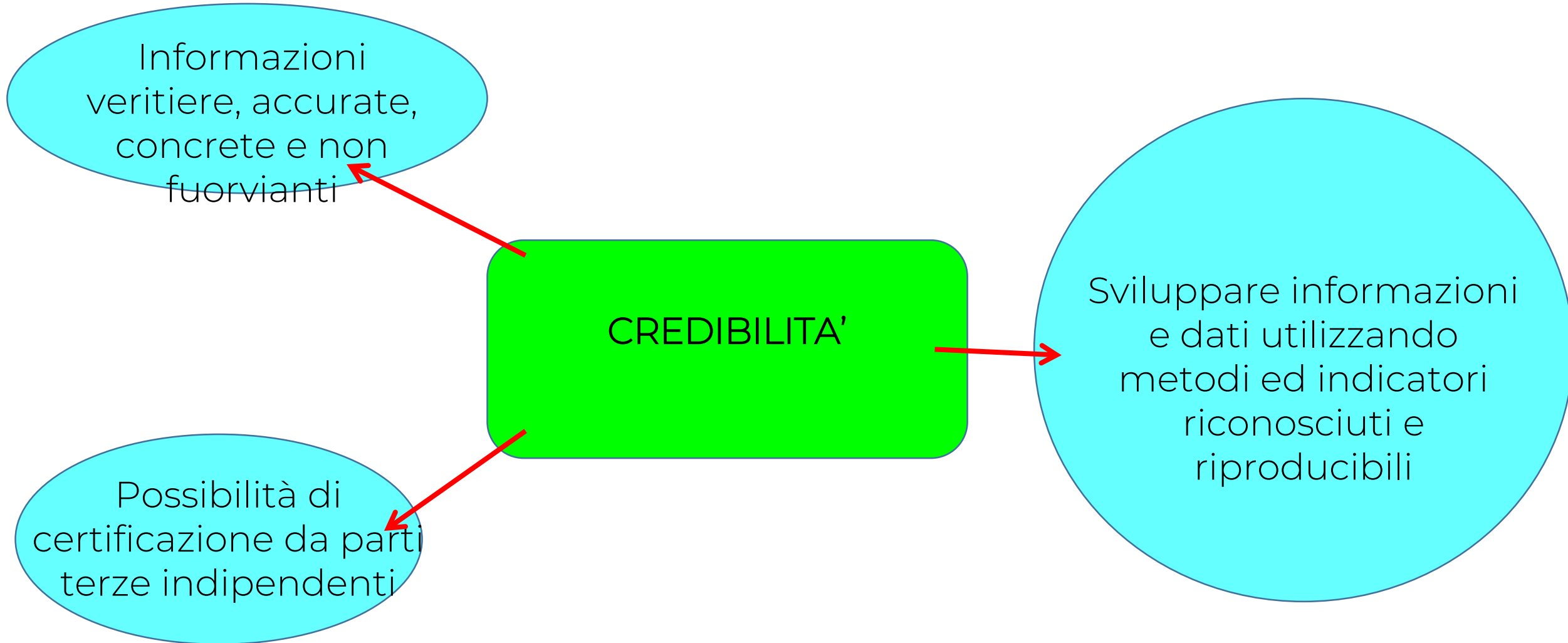
PRINCIPI DELLA COMUNICAZIONE AMBIENTALE



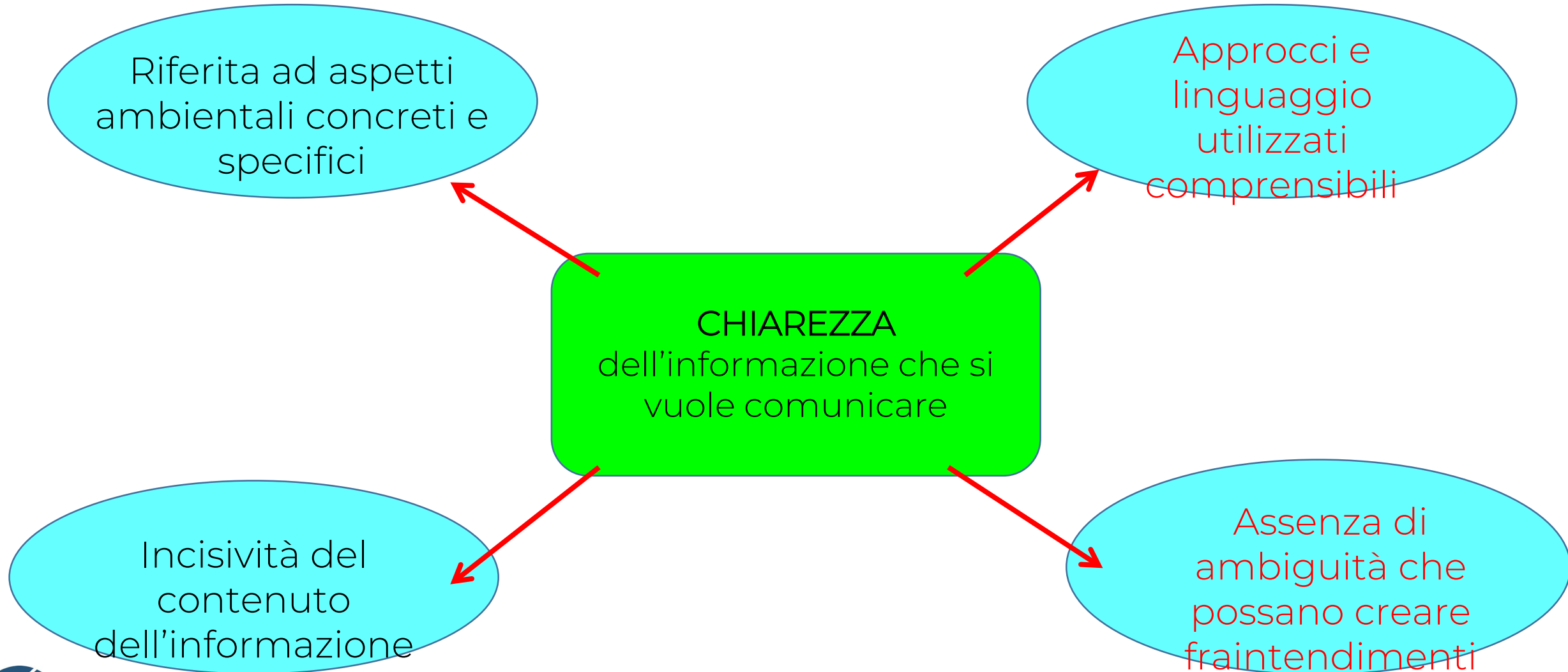
PRINCIPI DELLA COMUNICAZIONE AMBIENTALE



PRINCIPI DELLA COMUNICAZIONE AMBIENTALE



PRINCIPI DELLA COMUNICAZIONE AMBIENTALE



PRINCIPI DELLA COMUNICAZIONE AMBIENTALE

REGIONALITA'

La comunicazione ambientale considera il contesto ambientale locale o regionale relativo all'area dove si verifica il corrispondente impatto ambientale.

PRINCIPI DELLA COMUNICAZIONE AMBIENTALE

TRASPARENZA

delle informazioni, delle procedure e dei metodi impiegati

APPROPRIATEZZA

del linguaggio utilizzato in riferimento al pubblico al quale ci si rivolge

CREDIBILITA'

espressa con messaggi onesti, veritieri, accurati e comprensibili;

CHIAREZZA

degli approcci e del linguaggio scelto

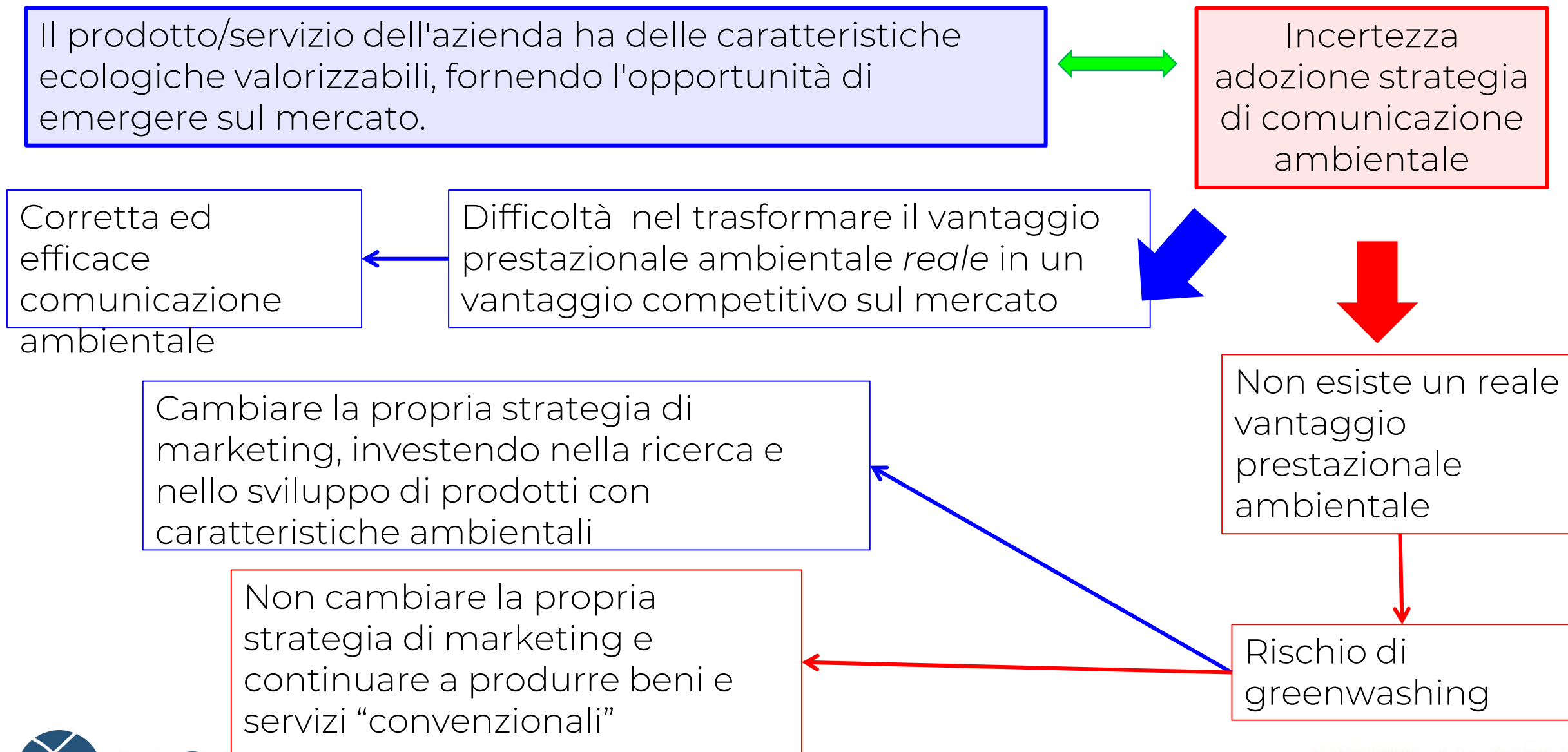
REGIONALITA'

Considerare il contesto ambientale locale

Esercizio

Principi della comunicazione ambientale

Perché comunicare?



Quando comunicare?

OGGI

Il prodotto/servizio dell'azienda ha delle caratteristiche ecologiche valorizzabili, fornendo l'opportunità di emergere sul mercato.

Corretta ed efficace comunicazione ambientale

DOMANI

Cambiare la propria strategia di marketing, investendo nella ricerca e nello sviluppo di prodotti con caratteristiche ambientali

Rischio:
uscire dal mercato

MAI

Non cambiare la propria strategia di marketing e continuare a produrre beni e servizi "convenzionali"

A chi comunicare ?

Identificazione target della comunicazione ambientale a partire dall'analisi e comprensione del contesto dell'organizzazione.

Individuando caratteristiche, esigenze e aspettative dei potenziali target in termini di sensibilità ambientale:

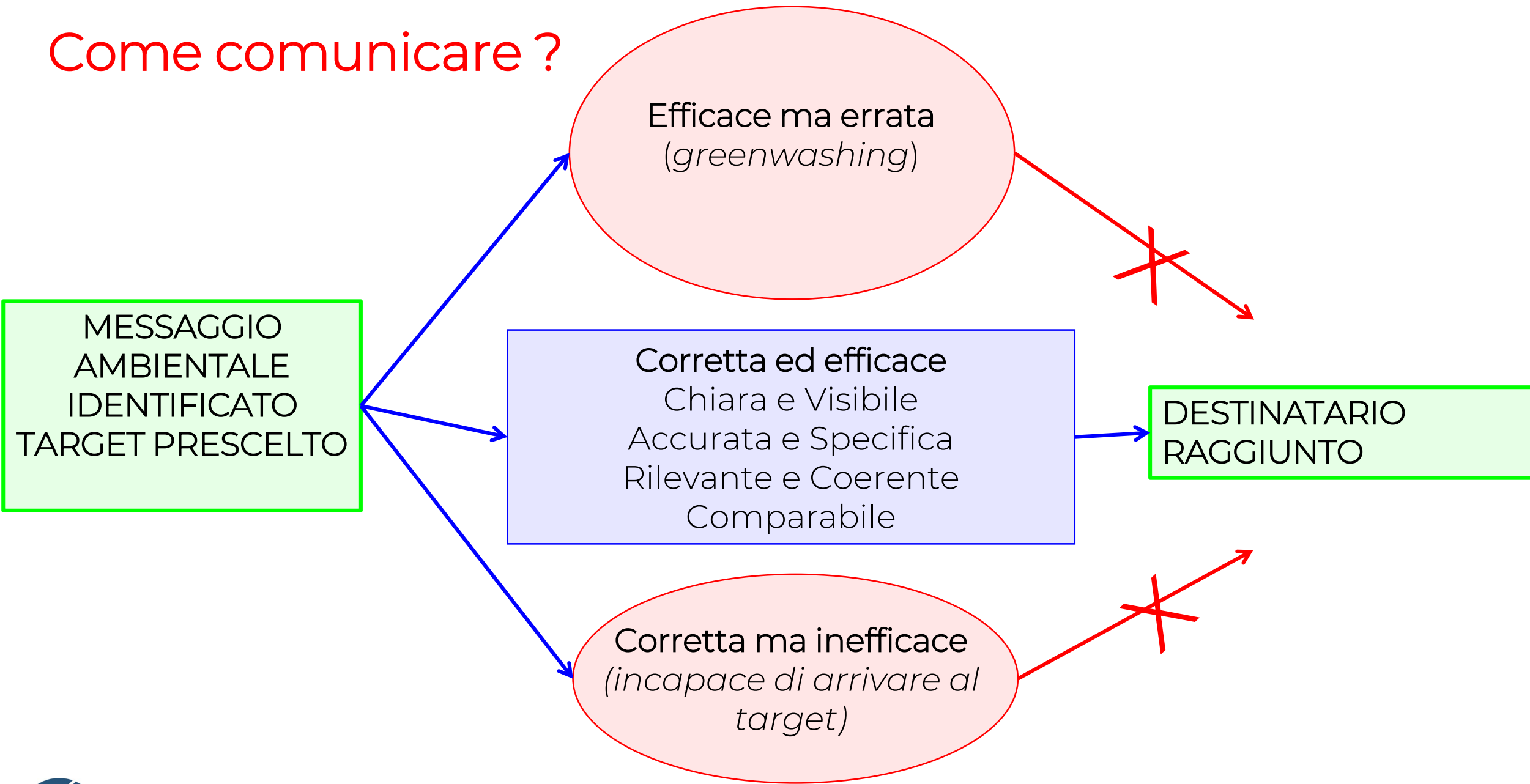
- consumatore finale;
- consumatore intermedio o cliente industriale;
- operatori della grande distribuzione;
- Pubblica Amministrazione
-

Cosa comunicare ?

Contenuti della comunicazione ambientale:

- Qualità e prestazioni;
- Visibilità delle caratteristiche ambientali del prodotto e dell'impegno dell'azienda;
- Immagine aziendale;
- Performance ambientali;
- Garanzie e certificazioni;
- Obiettivi ambientali e risultati raggiunti;
- Informazione ambientale;
-

Come comunicare ?



UNI EN ISO 14063:2020



- **Politica di Comunicazione ambientale** (Punto 5)
- **Strategia di Comunicazione ambientale** (obiettivi e identificazione delle parti interessate, risorse) (Punto 6)
- **Attività di Comunicazione ambientale** (Punto 7)
 - Pianificazione (7.1) (comprensione del contesto),
 - Scelta di Approcci e strumenti (7.2) (responsabilità, emergenze)
 - Attuazione (7.3) (svolgimento e realizzazione)
 - Valutazione della Comunicazione ambientale (7.4)
 - Riesame della direzione e pianificazione modifiche (7.5)

POLITICA DI COMUNICAZIONE AMBIENTALE

POLITICA DI COMUNICAZIONE AMBIENTALE

Garantire che la politica sia coerente e in accordo con gli altri principi, politiche e valori dell'organizzazione.

Non è necessario che una **politica di comunicazione ambientale** sia dettagliata, ma essa dovrebbe trasmettere alle parti interessate l'importanza che l'organizzazione attribuisce alla comunicazione sui temi ambientali, sugli aspetti ambientali e loro impatti associati e sulla prestazione ambientale.

La visione, la missione, i valori e la cultura di un'organizzazione possono svolgere un ruolo fondamentale nell'elaborazione di una politica di comunicazione ambientale.

La direzione dell'organizzazione dovrebbe **sviluppare una strategia** per attuare la propria politica di comunicazione ambientale.

UNI EN ISO 14063:2020

Politica di Comunicazione ambientale

Responsabili gestione
ambientale



Responsabili
comunicazione

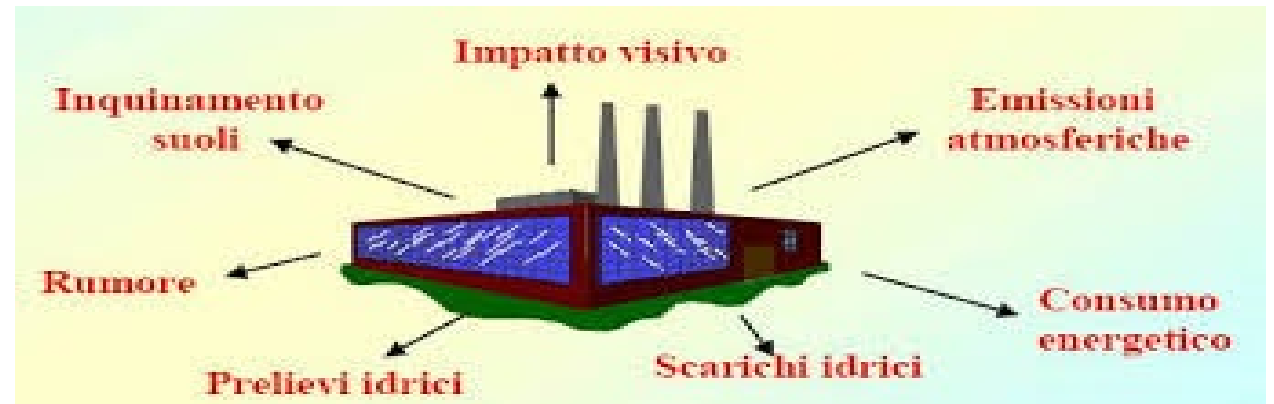
Nell'elaborazione della Politica ambientale i responsabili della gestione ambientale dovrebbero interagire con i responsabili della comunicazione per garantire che la politica sia in accordo con gli altri principi, politiche e valori dell'organizzazione.

UNI EN ISO 14063:2020

Politica di Comunicazione ambientale

Fattori importanti da considerare per la Politica

- Aspetti e impatti ambientali
- Prescrizioni legali



STRATEGIA DI COMUNICAZIONE AMBIENTALE

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE AMBIENTALE:

Obiettivi di comunicazione,
Identificazione delle parti interessate
Considerazioni riguardo alle risorse

Elaborazione della strategia di comunicazione ambientale (consigli pratici Box 1)



Domande utili per lo sviluppo della strategia:

- Perché l'organizzazione si sta impegnando nella comunicazione ambientale e quali sono le sue finalità ?
- Quali sono le questioni e gli impatti ambientali chiave dell'organizzazione ?
- Quali sono i temi principali da trattare, messaggi da trasmettere, i canali di comunicazione da utilizzare ?
- Quanto tempo è necessario per mettere in atto la strategia ?
- Come la strategia coinvolgerà e coordinerà i responsabili ambientali, le parti interessate e i soggetti responsabili della comunicazione interna ed esterna dell'organizzazione ?

Elaborazione della strategia di comunicazione ambientale



Domande utili per l'elaborazione della strategia (Box 2):

- Quali mezzi di comunicazione sono già implementati? Possono essere utilizzati anche per la comunicazione ambientale?
- A quali funzioni o persone sono già assegnate responsabilità di comunicazione? Possono anche assumersi la responsabilità di comunicare questioni ambientali?
- Quali parti interessate sono state identificate? La comunicazione ambientale può essere coordinata con altre comunicazioni per queste parti interessate?
- Esistono piani di comunicazione? In che modo la comunicazione ambientale può essere inclusa nei piani esistenti?
- Che tipo di informazioni sono già disponibili al pubblico? Le informazioni ambientali possono essere incluse in quelle? Oppure, possono essere più appropriati canali di comunicazione separati?
- Come e quando vengono stabiliti gli obiettivi per la comunicazione?

Definizione degli Obiettivi di comunicazione ambientale (6.4)

Nel definire gli obiettivi per le proprie attività di comunicazione ambientale, l'organizzazione dovrebbe **considerare le sue priorità e i risultati attesi**



In Box 4: considerazioni da fare per la priorità degli obiettivi.

Es. questioni ambientali relative ad attività, prodotti e servizi dell'organizzazione;

- rispetto delle prescrizioni legali applicabili;
- soddisfare le aspettative di informazione ambientale delle parti;
- migliorare la credibilità e la reputazione dell'organizzazione.

Strategia di comunicazione ambientale

Identificazione dei destinatari (6.5)

Nella pianificazione di un'attività di comunicazione ambientale, un'organizzazione dovrebbe identificare i destinatari tra le sue parti interessate (che hanno espresso interesse per le proprie attività, prodotti e servizi). Una buona comunicazione coinvolge una serie di possibili destinatari, non solo quelli favorevoli all'organizzazione.

Comunicazione ambientale: Occorrono obiettivi precisi

Nessun vento è favorevole per un marinaio che non sa a quale porto vuole approdare (Seneca)

Esercizio

Strategia di comunicazione ambientale

ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE AMBIENTALE

ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE AMBIENTALE:

Pianificazione di un'attività di c.a.

Scelta di contenuti, approcci e strumenti di c.a.

Svolgimento di un'attività di comunicazione ambientale,

Valutazione della comunicazione

Attività di comunicazione ambientale: Pianificazione

Analisi della situazione: comprensione del contesto relativo alla comunicazione ambientale (Punto 7.1.2).

Lo sviluppo o il miglioramento di un'attività di comunicazione ambientale inizia con la comprensione del contesto relativo alla comunicazione.

Definizione degli obiettivi di comunicazione ambientale (7.1.3)

Identificazione dei destinatari (7.1.4) Rispondere ad esigenze diverse (a volte conflittuali).

Definizione dell'ambito geografico (Punto 7.1.5)

Identificazione delle informazioni ambientali (Punto 7.1.6).

Attività di comunicazione ambientale



Alcune domande utili per pianificare un'attività di comunicazione ambientale (7.1 Box 6)



- È opportuno comunicare l'attività attraverso la pagina web o i social media dell'organizzazione?
- Questa attività è appropriata per l'uso con i social media?
- - Questa attività è in grado di promuovere il consenso con le parti interessate?
- Questa attività offre l'opportunità di raggiungere e interagire con i destinatari e potenzialmente affrontare i loro interessi?

Attività di comunicazione ambientale: Pianificazione



Analisi della situazione: comprensione del contesto relativo alla comunicazione ambientale (7.1.2).

Lo sviluppo o il miglioramento di un'attività di comunicazione ambientale inizia con la comprensione del contesto relativo alla comunicazione.

L'organizzazione dovrebbe considerare diverse questioni, es.: gli ultimi sviluppi e tendenze sulle questioni ambientali relative alle attività, ai prodotti e ai servizi specifici dell'organizzazione;

Attività di comunicazione ambientale: Pianificazione

Comprensione del contesto: costi di un'assenza di comunicazione (7.1.2).

Nel valutare il contesto di un'attività di comunicazione ambientale, è anche importante considerare i **costi potenziali e le conseguenze di un'assenza di comunicazione**. Questi possono essere tangibili, comportare, a lungo termine maggiori costi rispetto alla comunicazione ambientale e possono anche imporre altri costi ad un'organizzazione, per esempio danneggiando la reputazione

I costi del NON attuare la comunicazione ambientale

Il non attuare la comunicazione ambientale può essere percepito come campanello d'allarme indicativo del tentativo di nascondere possibili conseguenze negative sull'ambiente e sulle aziende e comunità limitrofe, portando a:

- minor fiducia da parte degli stakeholders
- timori preesistenti
- distorsione delle informazioni
- maggior ostilità verso qualsiasi nuovo progetto

Attività di comunicazione ambientale: Pianificazione

FISSARE GLI OBIETTIVI (7.1.3).

Un'organizzazione può decidere cosa intende ottenere con un'attività di comunicazione ambientale e quale mezzo di comunicazione è il modo migliore per raggiungere gli obiettivi.

Dovrebbero essere stabiliti obiettivi coerenti con gli scopi di comunicazione ambientale e che sono

- specifici,
- misurabili,
- raggiungibili,
- realistici
- definiti nel tempo.



Obiettivi di Comunicazione ambientale

CARATTERISTICHE DI UN OBIETTIVO

- specifico,
- misurabile,
- raggiungibile,
- realistico
- definito nel tempo.



Attività di comunicazione ambientale: Pianificazione

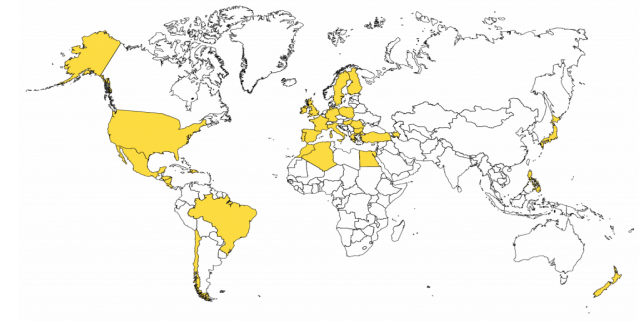
IDENTIFICARE I DESTINATARI (7.1.4).

Nella pianificazione di un'attività di comunicazione ambientale, un'organizzazione dovrebbe **identificare i destinatari tra le sue parti interessate**. Una buona comunicazione coinvolge una serie di possibili destinatari, non solo quelli favorevoli all'organizzazione.

Le attività di comunicazione ambientale dovrebbero **trattare e rispondere a esigenze diverse**, talvolta contrastanti dei diversi gruppi di destinatari

Attività di comunicazione ambientale: Pianificazione

AMBITO GEOGRAFICO (7.1.5).



L'organizzazione dovrebbe definire le aree o i luoghi su quali concentrerà le proprie attività di comunicazione ambientale perché luoghi diversi, con lingue, cultura e abitudini diverse, possono influenzare le esigenze e la percezione del pubblico sull'organizzazione.

UNI EN ISO 14063: Fonti di informazione per la comunicazione ambientale

Help Box 8



RICHIESTE DEI CLIENTI

Richieste certificazione, dichiarazioni, questionari, audit ambientali

DOMANDA TIPO DI UNA SOCIETA' CLIENTE

Has your company an Environmental Management System certificated by UNI-EN-ISO 14001 or EMAS standards?

Attività di comunicazione ambientale

Scelta contenuti, approcci e strumenti (7.2)

Responsabili gestione
ambientale



Responsabili
comunicazione

Dovrebbe essere assegnata una responsabilità specifica per la raccolta delle informazioni da utilizzare nella comunicazione ambientale in modo tale che vi sia un **coordinamento tra il(i) responsabile(i) dell'elaborazione di tali informazioni** e le persone che sono responsabili di portare avanti il coinvolgimento esterno **e la comunicazione.**

Nelle piccole organizzazioni, la responsabilità di un'attività di comunicazione ambientale può essere assegnata ad una sola persona.

Attività di comunicazione ambientale

Scelta contenuti, approcci e strumenti (7.2)

Modalità: Siti web, rapporti di sostenibilità, opuscoli, media/articoli sui giornali, incontri, open day, servizi di assistenza). (Prospetti riassuntivi).

Definizione delle responsabilità e del coinvolgimento (interno ed esterno): Responsabilità dell'alta direzione. Assegnare una specifica responsabilità per la raccolta delle informazioni da utilizzare nella comunicazione ambientale.

Rilevamento dei dati provenienti dalle parti interessate (Registro dei contatti con le parti interessate).

Pianificazione delle attività di comunicazione ambientale in caso di crisi od emergenze ambientali.

Definizione di un Piano di comunicazione

Pianificazione delle attività di comunicazione ambientale in caso di crisi ed emergenze ambientali (7.2.4)



Identificare qualsiasi crisi ed emergenza ambientale e pianificare l'appropriata comunicazione ambientale. (similitudine punto 8.2 ISO 14001:2015. Preparazione e risposta alle emergenze).

Importante per: informare le comunità colpite, ridurre problemi di salute, ridurre impatti, assicurare che le autorità siano informate (Consigli pratici Box 9).

Comunicazione ambientale in caso di crisi ed emergenze ambientali (7.2.4)

Comunicazione durante una crisi

Evitare gergo, informazioni troppo tecniche e incoerenti

Comunicazione efficace e trasparente con i media

Promuovere le informazioni di ritorno e rispondere tempestivamente

Possibilità di utilizzare una terza parte o consulente per preparare le informazioni

Nominare persone per svolgere il ruolo di portavoce e provvedere alla loro formazione

Possibilità di utilizzare un mediatore o facilitatore

Scelta di un approccio definito sulla base degli interessi e delle necessità dei destinatari

Definizione di un piano comunicazione (7.2.5)

Un piano di comunicazione dovrebbe includere:

- cosa comunicare, quando e come;
- destinatari delle attività di comunicazione;
- responsabilità;
- scopi e obiettivi per le attività;
- necessità di azioni (in particolare necessità urgenti) per rispondere alle parti interessate;
- piani per azioni a seguire e valutazione.

Svolgimento di un'attività di comunicazione ambientale



Raccolta e valutazione dei dati (7.3.1)

Il sistema di gestione della documentazione potrebbe essere in grado di fornire un **rapido accesso alle informazioni**, specialmente a quelle da utilizzare in risposta a crisi ed emergenze ambientali.

Attività di comunicazione ambientale



Conduzione del riesame della direzione e pianificazione delle modifiche (7.5).

L'alta direzione riesamina ed eventualmente modifica la politica di comunicazione ambientale e le strategie basandosi sui risultati delle valutazioni.

I riesami dovrebbero includere la valutazione delle opportunità di miglioramento e la necessità di modifiche alla comunicazione ambientale, compresa la politica, la strategia e le attività di comunicazione ambientale.

Appendice A

La comunicazione ambientale all'interno della famiglia ISO 14000

L'Appendice identifica i punti, i sottopunti e le appendici in cui le attività di comunicazione ambientale sono citate, richieste o consigliate e dove il presente documento può fornire un aiuto nell'attuazione delle altre norme.



Alcune norme internazionali nelle quali viene richiamata la comunicazione ambientale (Appendice A)

14001:2015 Sistemi di gestione ambientale – Requisiti e guida per l'uso.

ISO 14004:2016. Sistemi di gestione ambientale – Linee guida generali per l'implementazione.

ISO 14021:2016. Etichette e dichiarazioni ambientali - Asserzioni ambientali autodichiarate (Etichettatura ambientale di tipo II).

ISO 14031:2013. Gestione ambientale – Valutazione delle prestazioni ambientali – Linee guida.

ISO 14040:2006. Gestione ambientale – Valutazione del ciclo di vita – Principi e quadro di riferimento.

Comunicazione ambientale - “Rischi”



- **Assenza di comunicazione: non mostrare il proprio impegno per l'ambiente alle parti interessate** (clienti, consumatori, comunità, ecc.).
Posso avere gli impegni ambientali maggiori di ogni altra azienda ma se non lo comunico correttamente “nessuno verrà a saperlo”.
- **Il non attuare** la comunicazione ambientale **comporta spesso dei costi**.
- **Effettuare una comunicazione non corretta (Greenwashing)** esagerando o fuorviando la comunicazione con rischio di perdita di immagine ed eventuali sanzioni (Supportare sempre la comunicazione ambientale con dati tecnici accurati, dimostrabili, concreti).

COMUNICAZIONE AMBIENTALE

Alla base della Comunicazione ambientale e della sostenibilità deve però esserci un forte commitment da parte dei vertici aziendali. Deve essere una scelta consapevole; una risposta strategica e innovativa da parte dell'azienda che vuole restare sul mercato, che è cambiato, e i cui clienti sono cambiati.

ISO 14001:2015

Leadership ed ecobusiness: ambiente è anche opportunità di business per quelle aziende che lavorano in chiave di sostenibilità.

Nell'introduzione alla norma, al punto 0.2 "Scopo di un sistema di gestione ambientale" si parla di creare opportunità per contribuire allo sviluppo sostenibile: ...raggiungendo benefici finanziari e operativi che possono derivare dall'attuazione di valide alternative per l'ambiente in grado di rafforzare la posizione di mercato dell'organizzazione.

Grazie per l'attenzione

UNITRAIN
Conoscere e applicare gli standard

– Via Sannio, 2 – 20137 Milano

02 70024379 - 228  formazione@uni.com  www.uni.com