



In collaborazione con



# Barcode 4 Environment

La web app per aziende e  
consumatori più consapevoli

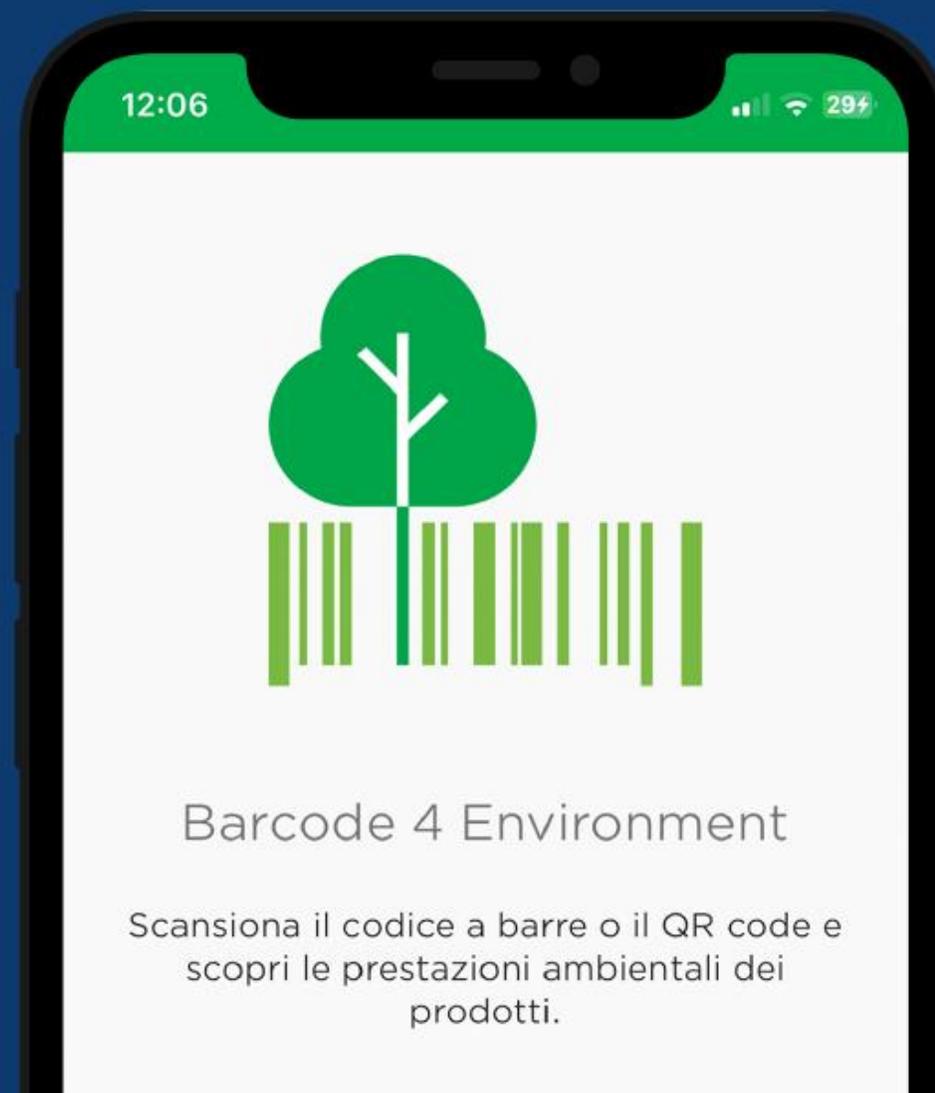
**Silvia Scalia**

Direttore ECR e Formazione, GS1 Italy

**Roberta Iovino**

Postdoc Research fellow

Istituto di Management, Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa



# Barcode for environment



Scuola Superiore  
Sant'Anna

Sviluppata grazie ai contributi  
delle aziende partecipanti al  
gruppo di lavoro

Soluzione per **comunicare le performance ambientali dei prodotti in modo corretto, attendibile ed efficace** (dati provenienti da analisi LCA e da studi PEF/EPD) **attraverso l'utilizzo degli standard GS1** (ad es. Codice a barre e GS1 Digital Link)



# Il percorso





## Contenuto scientifico

- ✦ **Analisi Life Cycle (LCA)** come fonte scientificamente basata per la comunicazione
- ✦ **Metodologie per il calcolo** dell'impronta ambientale: PEF/EPD
- ✦ **Indicatori ottenibili** da analisi LCA e **selezione dei contenuti più rilevanti da comunicare**
- ✦ **Altre informazioni** ammesse alla sperimentazione

Funzioni responsabili della sostenibilità in azienda e ricerca & sviluppo



## Comunicazione ambientale

- ✦ **Principi per la corretta comunicazione** delle performance ambientali
- ✦ **Buone pratiche** di comunicazione della sostenibilità
- ✦ **Preferenze del consumatore:**
  - ✦ Osservatorio Immagino
  - ✦ Evidenze da esperimenti su claim ambientali
- ✦ **Certificazioni dell'impronta:** come considerarle e valorizzarle

Funzioni responsabili delle iniziative di comunicazione e marketing



## Veicolo tecnologico

- ✦ Applicazioni e soluzioni tecnologiche come **canale di comunicazione dell'impronta ambientale**
- ✦ **Soluzioni tecnologiche disponibili**
- ✦ **Standard GS1** per il trasferimento delle informazioni al consumatore
- ✦ **Caratteristiche tecniche** della mobile app e della piattaforma a supporto

Funzioni responsabili dello sviluppo dei sistemi informativi (IT)

## Studi LCA come fonte scientificamente basata per la comunicazione

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:

→ **considerare tutte le fasi del ciclo di vita del 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.**



## Metodologie LCA multicriteria (es. EPD/PEF)

- **Punti di forza:**
  - completezza dei risultati;
  - base informativa affidabile e verificabile per evitare i rischi del greenwashing.
- **Possibili criticità:**
  - 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.**

## Il lavoro con le aziende del gruppo

**1. Definizione di regole comuni** riguardanti i requisiti metodologici per gli studi LCA al fine di essere ammessi come fonte di dati ambientali all'interno del progetto.

**2. Convalida degli studi LCA** rispetto alle regole condivise.

**L'obiettivo:** standardizzare le fonti di dati, verificandone la **correttezza, verificabilità e credibilità** attraverso una validazione operata dalla Scuola Sant'Anna.



- **Metodologie:** EPD, PEF, ISO 14044 compliant
- **Confini del sistema:** tutte le fasi rilevanti del ciclo di vita
- **Qualità dei dati:** es. dati primari (specifici dell'azienda) utilizzati per i processi *core*
- **Scenari di distribuzione/uso/fine vita**
- **Indicatori da comunicare:** 3 rilevanti
- **Certificazione dello studio:** Non obbligatoria ma valorizzabile se presente. Necessaria in caso di comunicazione comparativa.

# Dai dati scientifici ai claim ambientali



## Il lavoro con le aziende del gruppo

**1. Creazione di conoscenza condivisa** sui principi da osservare nello sviluppo dei contenuti informativi e comunicativi da inserire nell'app.

### 2. Sviluppo delle sezioni informative

SSSA ha sviluppato un primo elenco di sezioni informative ritenute necessarie per una rappresentazione completa delle informazioni ambientali sui prodotti.

### 3. Simulazioni con le aziende e refining

Per ciascuna azienda le sezioni informative sono state popolate con **claim, indicatori e contenuti basati sugli studi di LCA**, al fine di testarne l'idoneità a rappresentare con successo gli specifici dati.

*La struttura finale delle sezioni informative, i relativi attributi e contenuti sono stati organizzati in un database excel e utilizzati come base per l'ulteriore sviluppo dell'app.*

**Principi di comunicazione:** 1) Chiarezza; 2) Accuratezza e specificità; 3) Rilevanza; 4) Coerenza; 5) Verificabilità/affidabilità; 6) Confronto corretto; 7) Visibilità delle informazioni esplicative; 8) Uso corretto di simboli e immagini.[Direttiva 2009/29/CE e serie ISO 14020]

**Scheda prodotto**

**Prodotto:** **Torrone alla mandorla**  
**Quantità:** 1 kg commercializzato in confezioni da 40 g  
**Azienda produttrice:** Anonima Srl



**Lo sapevi che...?**  
Rispetto ad un prodotto simile contenente cioccolato, il torrone classico alla mandorla consente di risparmiare, nell'intero ciclo di vita, il **28% d'acqua** (misurata in metri cubi) e il **37% di emissioni di gas ad effetto serra** (misurate in kg di CO<sub>2</sub> equivalenti).

Packaging & info riciclo	Altre azioni	Metodologia & Fonti
--------------------------	--------------	---------------------

# L'utilità delle equivalenze

Per tradurre gli indicatori di impatto in «dimensioni» più comprensibili per il consumatore, nell'app sono utilizzate equivalenze tratte da *Life Cycle Communication Tool* realizzato dal Sant'Anna nell'ambito del progetto Life EFFIGE.

Esempio di indicatore tradotto in equivalenza:



Esempio di claim che utilizza un'equivalenza:

**Considerando l'intera produzione della linea X del 2020, grazie all'utilizzo di ingredienti vegetali al posto di latte e derivati, in un anno abbiamo evitato l'emissione in atmosfera di circa 900 tonnellate di gas ad effetto serra (CO<sub>2</sub> eq.) che equivalgono alla CO<sub>2</sub> assorbita in un anno da circa 120.000 alberi!**

\*Elaborazione su Life Cycle Communication tool Progetto Effige. Fonte dati: dossier AzzerOCO2 secondo cui un albero equivalente assorbe 7,5 kg di CO<sub>2</sub> all'anno. Si parla di albero equivalente perché si tratta di un valore di assorbimento medio ottenuto da vari interventi di forestazione, con diverse specie, sia alberi che arbusti.

# L'utilità delle equivalenze



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

## Cambiamento climatico

Relazione con SDGs	Relazione con la sfera del consumatore	Claim equivalenze					
<a href="#">12; 13</a>	Mobilità	210	kg CO2 eq.	equivalgono ai	kg di CO2 emessi percorrendo	<b>4.687,50</b>	<b>km in treno AV</b>
<a href="#">12; 13</a>	Mobilità	210	kg CO2 eq.	equivalgono ai	kg di CO2 emessi percorrendo	<b>1.750,00</b>	<b>km con un'auto di cilindrata media</b>
<a href="#">12; 13</a>	Natura	210	kg CO2 eq.	equivalgono ai	kg di CO2 assorbiti in un anno da	<b>28,00</b>	<b>Alberi equivalenti</b>
<a href="#">12; 13</a>	Vita quotidiana	210	kg CO2 eq.	equivalgono ai	kg di CO2 emessi in un anno per produrre l'energia necessaria a far funzionare	<b>2,38</b>	<b>Forni elettrici</b>
<a href="#">12; 13</a>	Vita quotidiana	210	kg CO2 eq.	equivalgono ai	kg di CO2 emessi per produrre l'energia necessaria per ricaricare	<b>26.250,00</b>	<b>Smartphone</b>

## Impronta Idrica

Relazione con SDGs	Relazione con la sfera del consumatore	Claim equivalenze					
<a href="#">6; 12</a>	Vita quotidiana	45	m3 H2O eq.	equivalgono ai	m3 di acqua consumati in un giorno da	<b>183,99</b>	<b>abitanti Italiani</b>
<a href="#">6; 12</a>	Natura	45	m3 H2O eq.	equivalgono ai	m3 di acqua consumati per irrigare in una stagione	<b>180,00</b>	<b>metri quadri di terreno coltivato a pomodoro</b>
<a href="#">6; 12</a>	Mobilità	45	m3 H2O eq.	equivalgono ai	m3 di acqua consumati per lavare	<b>257,14</b>	<b>automobili</b>
<a href="#">6; 12</a>	Natura	45	m3 H2O eq.	equivalgono ai	m3 di acqua consumati per irrigare	<b>2.571,43</b>	<b>metri quadri di giardino</b>
<a href="#">6; 12</a>	Sport e tempo libero	45	m3 H2O eq.	equivalgono ai	m3 di acqua consumati per riempire	<b>0,02</b>	<b>piscine olimpioniche</b>
<a href="#">6; 13</a>	Vita quotidiana	45	m3 H2O eq.	equivalgono ai	litri d'acqua consumati in media per fare	<b>542,17</b>	<b>docce di 5 minuti</b>

# La sperimentazione

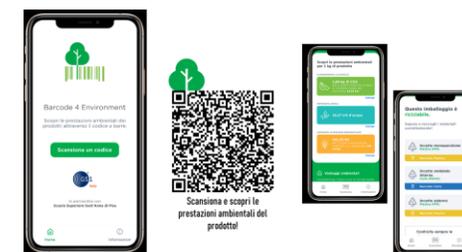
## Iniziative di testing effettuate/in corso:

- 1) **Focus group** per testare l'esperienza d'uso dell'app e raccogliere feedback (realizzato a giugno 2022)
- 2) **Survey dedicata** su un campione di 1000 consumatori rappresentativo della popolazione italiana 18-70 anni (simulando l'esperienza d'uso dell'app e compilazione di questionario)



## Altre attività di testing realizzabili in campo dalle aziende...

- 1) Iniziative in punti vendita selezionati
- 2) Iniziative in eventi fieristici
- 3) Iniziative online sui siti web o pagine social delle aziende
- 4) Iniziative con dipendenti
- 5) Eventi/convegni
- 6) ...



# La sperimentazione: alcune «lesson learned» dal focus group

## Come incentivare l'uso dell'app mobile?

- ✓ Il **messaggio sul pack** di invito a scansionare non dovrebbe essere generico ma in qualche modo anticipare, in un claim sintetico, i risultati che si andranno poi ad approfondire sull'app
- ✓ Tutti reputano che il **QR-code** sia **più attrattivo**, ormai **di uso comune e più riconosciuto**. Per il barcode andrebbe fatto qualche sforzo in più per farlo notare, riconoscere come “strumento” a servizio del consumatore, e utilizzare.
- ✓ Tra le **iniziative per far conoscere l'app e promuoverne l'uso**, i partecipanti propongono: iniziative a livello di punto vendita o azienda, come concorsi o iniziative a punti, in qualche modo legate alla scansione dell'app sui prodotti; Corner informativi organizzati in supermercati, fiere, eventi, con personale dedicato che assiste e guida il consumatore nelle prime scansioni; Spot e challenge lanciati sui social network delle aziende aderenti.



# VIDEO – DEMO APP



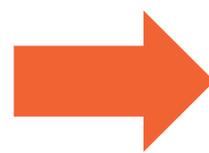
Durata 1/1,5 minuti

<https://drive.google.com/file/d/1TMuLZmfeGwLu8Aye2C6sIdBVZ1Na5Fnz/view?usp=drivesdk>

# Gli standard GS1 a supporto



<https://resolver-dv1.gs1.org/01/08032089002011>



**GS1 Italy**  
**Tavoletta di cioccolato bianco senza latte**  
Tavoletta di cioccolato bianco da 100 g, senza latte e derivati.  
Nelle materie prime è stato sostituito il latte vaccino con un mix di bevande vegetali (mandorla, soia, avena, cocco).

SCHEDA   RICICLO   ALTRO

Home   Informazioni

**Scopri le prestazioni ambientali per 1 kg di prodotto**

**CAMBIAMENTO CLIMATICO**  
8.34 kg CO<sub>2</sub> eq. pari a quelli emessi da un'auto di cilindrata media per percorrere 69.47 km  
[Dettagli](#)

**IMPRONTA IDRICA**  
9.00 m<sup>3</sup> H<sub>2</sub>O eq. pari a quelli consumati in media per fare 108.45 docce di 5 minuti  
[Dettagli](#)

**ACIDIFICAZIONE**  
0.10 moli di H<sup>+</sup> eq. pari a quelli emessi da 0.01 viaggi in auto Roma - Milano  
[Dettagli](#)

<https://stage.bc4e.gs1it.org/#/products/8005840004708>

# Grazie per l'attenzione!

## Barcode 4 Environment

La web app per aziende e  
consumatori più consapevoli

**Silvia Scalia**

Direttore ECR e Formazione, GS1 Italy

**Roberta Iovino**

Postdoc Research fellow

Istituto di Management, Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa

