

Eugenia IGAN
Oana Maria BRÎNZAN
(Università "Aurel Vlaicu" di
Arad)

L'etichetta ecologica – mezzo di comunicazione a livello europeo

Abstract: We are used to see symbols and labels everywhere, some people pay less attention to than others, without asking our self if we understand or not the meaning of that symbol or label. In Romania, few still give the attention to ecolabel, both as a symbol and as a way of life or mode of communication.

Ecolabel is a graphic symbol applied to some products or services that have a low environmental impact. Ecolabel is designed to encourage both traders to sell goods and services with reduced environmental impact and for European consumers, both public and private, to consume products and services with reduced environmental impact

Ecolabel aims for a sustainable society and is voluntary systems that uses market forces, promote products with minimal impact on the environment and human health throughout their life cycle, stimulates consumers and producers and is applied to both products and services.

Keywords: *eco-label communication, reduced environmental impact, European consumers*

Riassunto: Siamo abituati a vedere simboli ed etichette dappertutto; ad alcune siamo più attenti ad altre meno, senza chiederci se abbiamo capito il significato di quel simbolo oppure di quell'etichetta o no. In Romania, sono veramente pochi coloro che fanno attenzione all'etichetta come simbolo, stile di vita o mezzo di comunicazione.

L'etichetta ecologica è la rappresentazione grafica applicata a certi prodotti o servizi con impatto ridotto sull'ambiente. L'etichetta ecologica è progettata per incoraggiare i rappresentanti economici a utilizzare beni e servizi che risparmiano ridotto l'ambiente, ma si rivolge anche ai consumatori europei, sia pubblici che privati, esortandoli a utilizzare tali beni e servizi. L'etichetta ecologica mira verso una società durevole, è un sistema volontario, che usa le potenzialità del mercato, promuove i prodotti con impatto minimo sull'ambiente e sulla salute umana, durante l'intero ciclo di vita, educa e stimola i consumatori e i fornitori. Si applica, sia ai prodotti, che non ai servizi.

Parole-chiave: *etichetta ecologica, comunicazione, l'impatto ridotto sull'ambiente, consumatori europei*

Introduzione

L'etichetta ecologica è una rappresentazione grafica¹, (figura 1) applicata a prodotti o servizi con impatto ridotto sull'ambiente, per l'intero ciclo di vita. È progettata per incoraggiare i rappresentanti economici a utilizzare beni e servizi con impatto ridotto sull'ambiente e per incoraggiare i consumatori europei, sia pubblici che privati, a utilizzare tali beni e servizi.



Fig. 1 - Fonte: European Commision, <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>

¹ European Commision, The EU ecolabel, <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>

Il marchio Ecolabel UE aiuta ad identificare i prodotti e i servizi che hanno un ridotto impatto ambientale nell'intero ciclo di vita, dall'estrazione delle materie prime fino alla produzione, all'uso e allo smaltimento².

I criteri dell'etichetta ecologica sono stati istituiti da scienziati, ONG e dalle parti interessate a creare un modo credibile e affidabile per effettuare scelte ambientalmente responsabili.

In questo senso dalle materie prime alla lavorazione, al prodotto finito, alla distribuzione e allo smaltimento, i prodotti Ecolabel UE sono valutati da esperti indipendenti per garantire che soddisfino i criteri che riducono l'impatto ambientale.

Le categorie di prodotti e servizi ai quali si applica l'etichetta ecologica sono le seguenti³:

- Benessere;
- Ripulitura;
- Tutti i detersivi multiuso;
- Detersivi per lavastoviglie;
- Detersivi per piatti;
- Detersivi per bucato;
- Abbigliamento;
- Fai da-te;
- Pitture e vernici;
- Apparecchiature elettriche ed elettroniche;
- Pavimenti;
- Arredamento;
- Giardinaggio;
- Elettrodomestici;
- Lubrificanti;
- Altri Articoli per la casa;
- Prodotti di carta;
- Case per vacanze;
- Servizi turistici di alloggio.

L'etichetta ecologica non si applica ai prodotti farmaceutici, ai prodotti alimentari, alle apparecchiature con destinazione medica in uso o vecchie, ai prodotti alcolici, alle sostanze tossiche, chimiche o dannose per l'uomo o l'ambiente.

La ricerca

Per evidenziare quanto sia conosciuta l'etichetta ecologica in una città come Timisoara, abbiamo sviluppato una ricerca quantitativa, utilizzando come strumento il questionario. La ricerca si è sviluppata nel maggio del 2012, nella zona centrale della città, applicando un numero di 50 questionari con 15 domande ognuno. I dati raccolti sono stati poi elaborati con il programma SPSS, ottenendo i seguenti risultati.

Alla domanda se durante l'acquisto dei prodotti gli acquirenti leggono l'etichetta del prodotto ci risulta che solo l'8% di coloro che hanno risposto legge sempre l'etichetta, il 32% la legge a volte, il 18% non la legge mai, il 22% legge l'etichetta solo di certi prodotti, e il 20% legge l'etichetta solo quando si ricorda. Questi dati sono rappresentati nella Figura 2.

² European Commission, The EU ecolabel, <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>

³ Ministerul Mediului și Padurilor, Eticheta Ecologica Europeana, instrument al dezvoltării durabile, http://mmediu.ro/protectia_mediului/eticheta_ecologica/eticheta_ecologica.htm

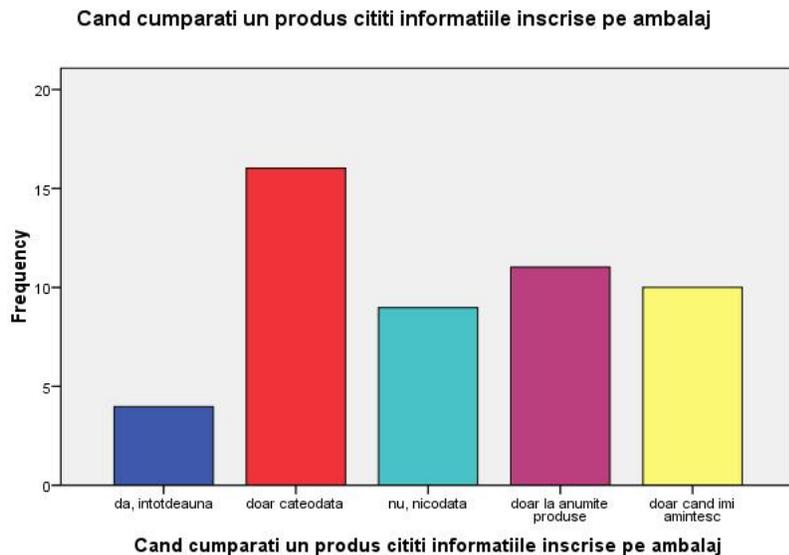


Fig. 2 - Quando acquistate un prodotto leggete l'informazione dell'etichetta (Fonte: I dati dei questionari applicati).

Un'altra domanda si riferisce alla disfunzione della conoscenza dell'etichetta ecologica, quindi è stato domandato loro se si conosceva l'Etichetta Ecologica, e da quanto tempo. Dalle risposte risulta che il 64% non ha mai sentito parlare di questo tipo d'etichetta, l'8% ne ha sentito parlare 2-3 anni fa ed il 14% ne ha sentito quest'anno.

I dati sono presentati nella figura 3.

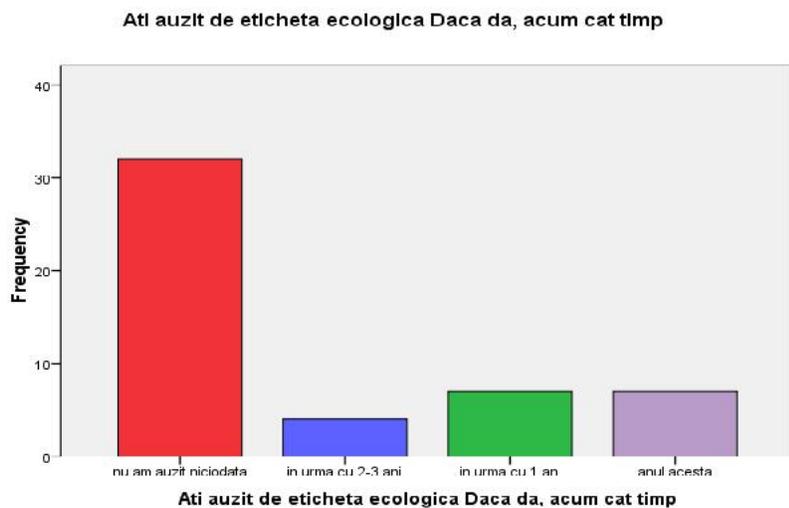


Fig. 3 - Conosce l'Etichetta Ecologica, e da quanto tempo? (Fonte: I questionari applicati).

La seguente domanda fa riferimento al significato dell'etichetta ecologica, avendo chiesto: Quale è il significato dell'etichetta ecologica applicata ai prodotti o ai servizi? In questo senso il 44% considera che sono dei prodotti riciclabili, il 22% sostiene che sia solo un simbolo, il 14% considera che sono prodotti con impatto ridotto sull'ambiente, il 16% è di parere che si tratta di prodotti "bio" ed il 4% sostiene che non inquinano l'ambiente, come risulta dalla figura 4.

Ce semnificatie credeti ca are eticheta ecologica aplicata diverselor produse in primul rand

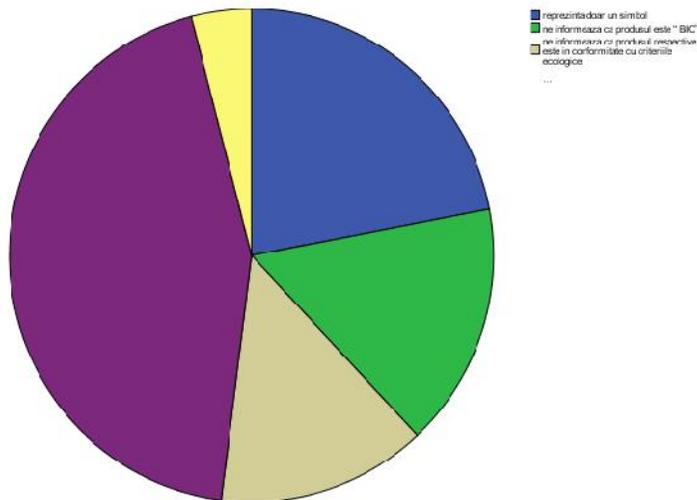


Fig. 4 - Quale è il significato dell'etichetta ecologica applicata ai prodotti o servizi? (Fonte: I dati dei questionari)

Continuando la ricerca è stato chiesto se si conoscono le categorie di prodotti che possono essere eco-etichettati. A questa domanda il 60% considera che l'etichetta ecologica si applica ai prodotti alimentari, il 30% ai prodotti elettrodomestici e il 10% considera che si applica ai prodotti cosmetici e tessili, come risulta dalla figura 5. Resta solo da sottolineare che il 60% di chi risponde non conosce il fatto che l'etichetta ecologica non si applica ai prodotti alimentari, cosa che poi è stata loro ampiamente spiegata.

Caror produse si servicii credeti ca li se poate aplica eticheta ecologica in primul rand

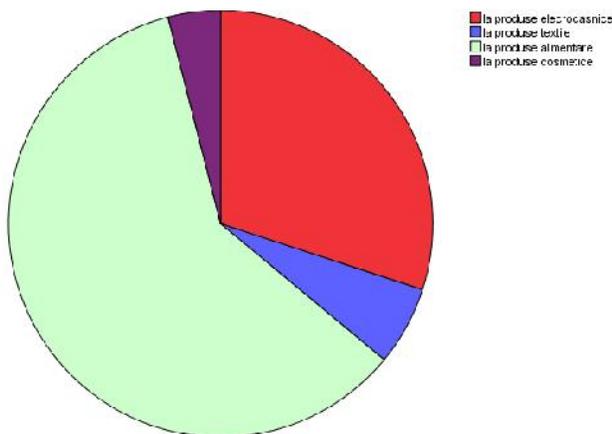


Fig. 5 - A quali prodotti e servizi credete che si applichi l'etichetta ecologica? (Fonte: I dati dei questionari).

I prodotti eco-etichettati sono considerati prodotti di alta qualità dal 58% di chi ha risposto, come prodotti di buona qualità dall'8%, il 30% li considera prodotti di qualità e solo il 4% crede che siano di bassa qualità, come risulta dalla figura 6.

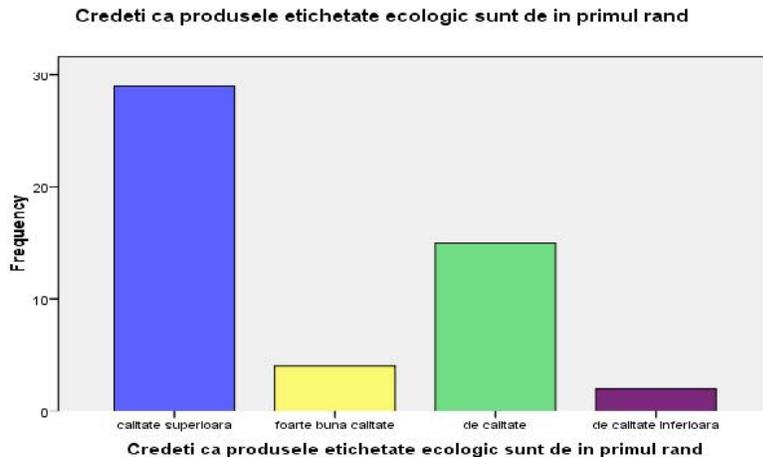


Fig. 6 - Come considerate i prodotti eco-etichettati?(Fonte: I dati dei questionari).

Alla domanda “Quali possono essere i vantaggi per il produttore con l’Etichetta Ecologica?”, il 46% considera che stimola lo sviluppo del mercato, il 22% che promuove l’efficienza economica, il 16% ritiene che questi prodotti fidelizzino il cliente, il 2% è di parere che incoraggiano a migliorare ed il 14% afferma che non producano alcun beneficio. I dati sono rappresentati nella figura 7.

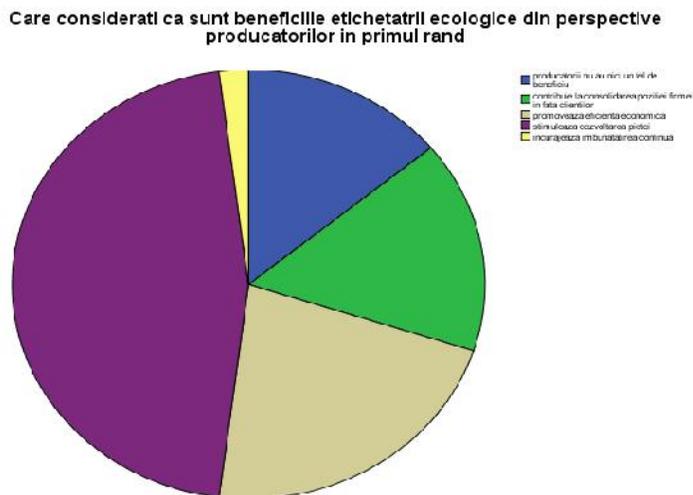


Fig. 7 - Quali possono essere i vantaggi per il produttore con l’Etichetta Ecologica? (Fonte: I dati dei questionari).

Essendo loro domandato „Cosa credete che sia un albergo eco-etichettato?”, il 46% risponde che si tratta di un albergo che ha un impatto ambientale ridotto, il 14% che utilizza alcuni prodotti tessili eco-etichettati, il 36% è del parere che utilizzi tutti i prodotti eco-etichettati ed il 4% che si tratti di un albergo di lusso. I dati sono rappresentati nella figura 8.

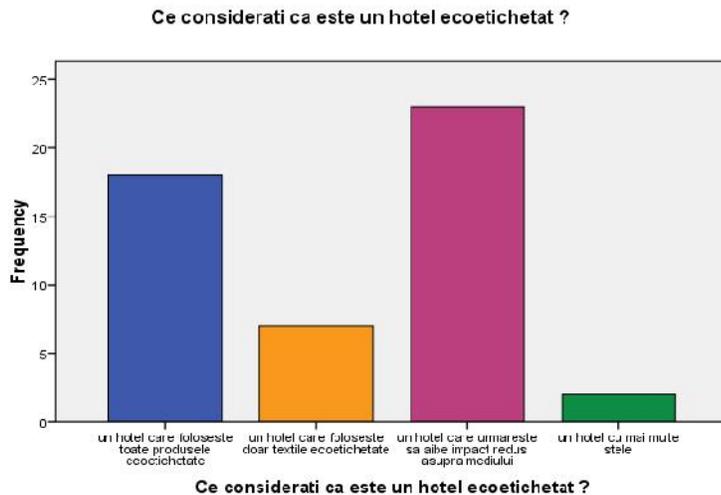


Fig. 8 - Cosa credete che sia un albergo eco-etichettato? (Fonte: I dati dei questionari)

L'attenzione per l'ambiente si può notare analizzando la risposta alla seguente domanda: "Saresti disposto a pagare una piccola cifra in più per un albergo eco-etichettato?" alla quale la maggior parte, il 52% risponde in modo affermativo, come risulta della figura 9.



Fig. 9 - Saresti disposto a pagare una piccola cifra in più per un albergo eco-etichettato? (Fonte: I dati dei questionari)

Si deve notare anche il fatto che il 72% degli intervistati preferirebbe un albergo eco-etichettato ad uno di tipo classico.

Conclusioni

La maggior parte delle persone intervistate, non conoscendo l'etichetta ecologica, non sa cosa rappresenta e quindi non è orientata a comprare i prodotti eco-etichettati.

Un aspetto contraddittorio è il fatto che una buona parte degli intervistati è interessata ai prodotti con ridotto impatto sull'ambiente, ma usa questi prodotti raramente, per questo motivo consideriamo che sia importante:

- migliorare la promozione dei prodotti eco-etichettati
- diffondere il concetto di etichetta ecologica
- evidenziare i vantaggi sia per i produttori che per i consumatori

- migliorare la comunicazione

Comunicare significa trasferire nella mente di chi riceve informazioni relative a immagini, idee, concetti, percezioni, stati d'animo che sono nella mente di chi emette il messaggio.

A livello europeo i clienti possono contare sul logo dell'etichetta ecologica, perché ogni prodotto viene controllato da esperti indipendenti.

Per una comunicazione efficace si devono riconoscere le proprie barriere e quelle altrui ed adoperarsi per demolirle.

Nel caso dell'etichetta ecologica, la barriera si potrebbe individuare nella sua limitata divulgazione a tutti i livelli sociali e nella determinazione di ognuno di noi ad essere aperti o meno al nuovo.

Bibliografia

European Commission, The EU ecolabel, <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>

Ministerul Mediului și Pdurilor, Eticheta Ecologică Europeană, instrument al dezvoltării durabile, http://mmediu.ro/protectia_mediului/eticheta_ecologica/eticheta_ecologica.htm

I dati forniti dei questionari applicati su territorio e la loro elaborazione ed interpretazione è stata effettuata da Eugenia Igan ed Maria Oana Brînzan.