

Indagine sul gradimento della newsletter Ecolabel

Dott.ssa Giulia Maggiorelli, Ing. Marina Masone

Servizio CER - Settore IPP

Introduzione

L'adesione al Regolamento Ecolabel UE rappresenta sicuramente un impegno verso l'eccellenza in campo ambientale ed una scelta meritoria da parte delle aziende.

E' evidente, ad esempio, che una azienda che si impegna e che certifica il proprio impegno mediante l'adesione al Regolamento Ecolabel interiorizza costi che, diversamente, graverebbero sulla collettività.

La recente legge 221/2015 si orienta proprio in tal senso, dedicando un intero Capo al Green Public Procurement e alle agevolazioni per le organizzazioni che si certificano ambientalmente aderendo al Regolamento EMAS oppure al Regolamento Ecolabel.

L'impegno delle aziende merita indiscutibilmente adeguati riconoscimenti anche e soprattutto da parte del mercato; è per questa ragione che alle aziende che ottengono il marchio Ecolabel UE è giusto dare il massimo della visibilità e, nel contempo, fare tutto il possibile affinché il marchio Ecolabel sia sempre più conosciuto dal consumatore, il quale potrà in tal modo privilegiare, con le proprie scelte, le aziende che operano a tutela di un bene comune ed essenziale come è l'ambiente in cui viviamo.

L'iniziativa di ISPRA, nata nel 2015, di pubblicare la newsletter Ecolabel si colloca proprio nell'ambito più ampio delle iniziative mirate a divulgare la conoscenza del marchio Ecolabel, a pubblicizzare e dare una voce alle aziende che lo hanno ottenuto ed in generale a diffondere tutte le iniziative a favore dell'Ecolabel.

Nel corso del 2015 sono stati pubblicati sette numeri della newsletter, oltre a due numeri straordinari in occasione della prima edizione del Premio Ecolabel.

Gli sforzi sono stati improntati, anzitutto a dare visibilità alle aziende che hanno ottenuto il marchio Ecolabel UE per propri prodotti e/o servizi dimostrando, in tal modo, una grande attenzione per l'ambiente e perseguendo concretamente i principi di un'economia ecosostenibile.

Inoltre, si è cercato di dare informazione in merito a iniziative a livello europeo, nazionale e regionale in materia di Ecolabel con l'intento di rendere un servizio utile alle aziende ed a tutti i Soggetti interessati.

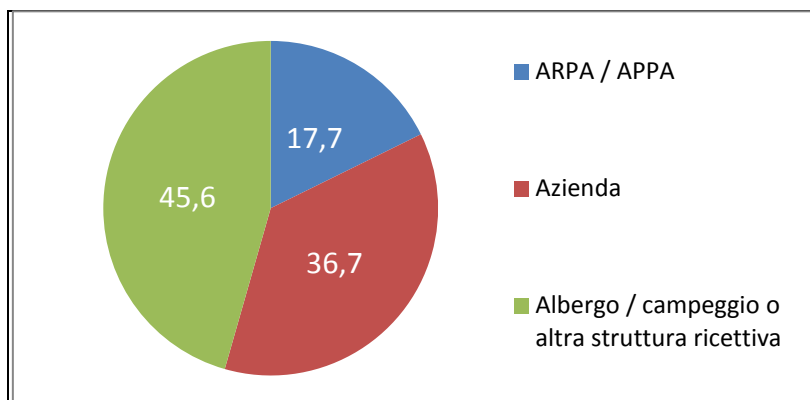
Ad un anno dal primo numero della newsletter Ecolabel si è ritenuto utile effettuare una indagine per valutare il livello di gradimento della newsletter da parte dei lettori e per individuare eventuali spazi di miglioramento in questa attività che vuole continuare ad essere un servizio che viene fornito ai Soggetti interessati.

A tal fine è stato predisposto, e somministrato a tutti i destinatari della newsletter, un questionario di gradimento costituito da poche e semplici domande, i cui risultati sono di seguito descritti.

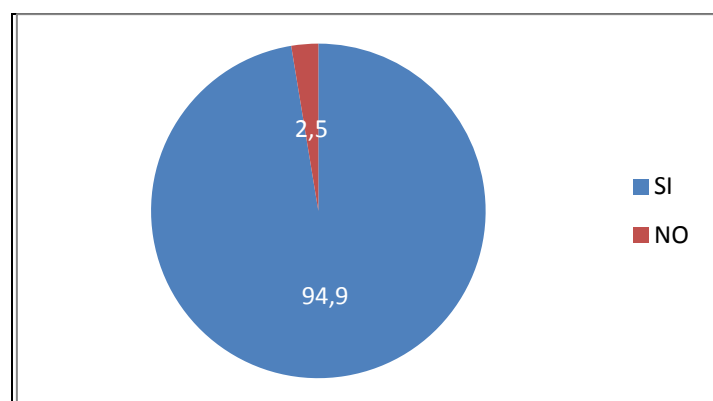
Indagine effettuata e risultati ottenuti

Il questionario proposto è riportato integralmente in Allegato 1; mentre le risposte ottenute, espresse come percentuale, sono di seguito riportate.

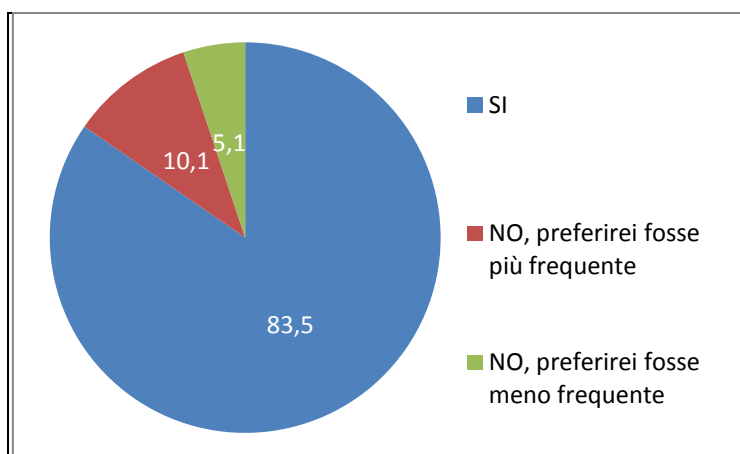
1. A quale delle seguenti categorie di Soggetti appartenete:



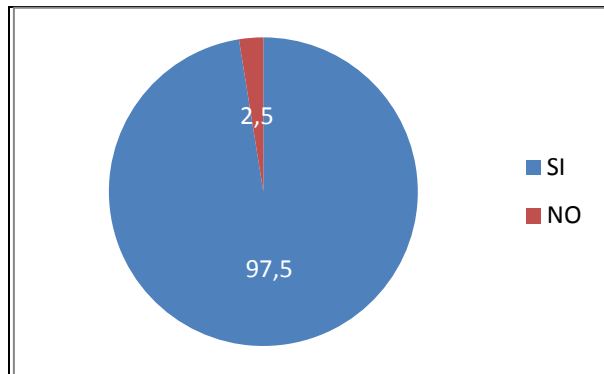
2. Ritenete utile l'emissione da parte di ISPRA di una newsletter Ecolabel ?



3. Ritenete adeguata la frequenza con cui la newsletter viene emessa ?



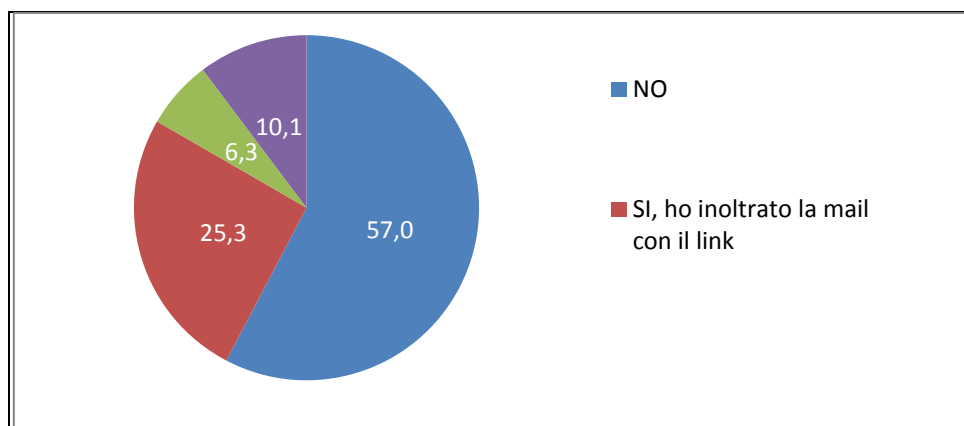
4. Ritenete adeguato l'invio della newsletter tramite e-mail ?



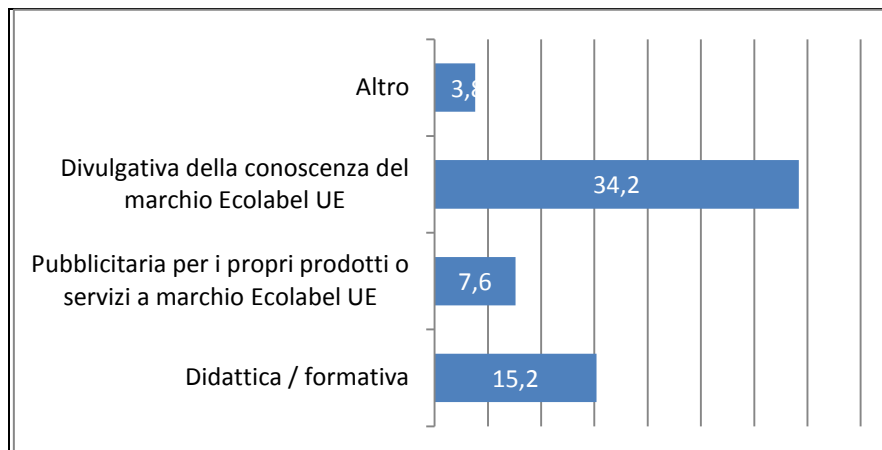
5. Avete incontrato difficoltà a scaricare la newsletter dal link ?



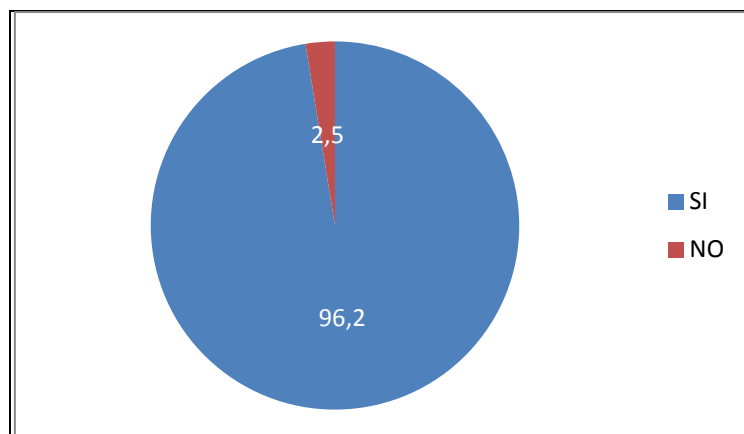
6. Avete inoltrato la newsletter ad altri Soggetti ?



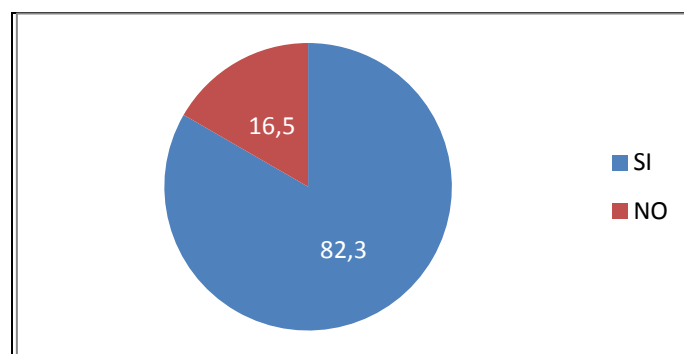
7. Se SI, con quale finalità?



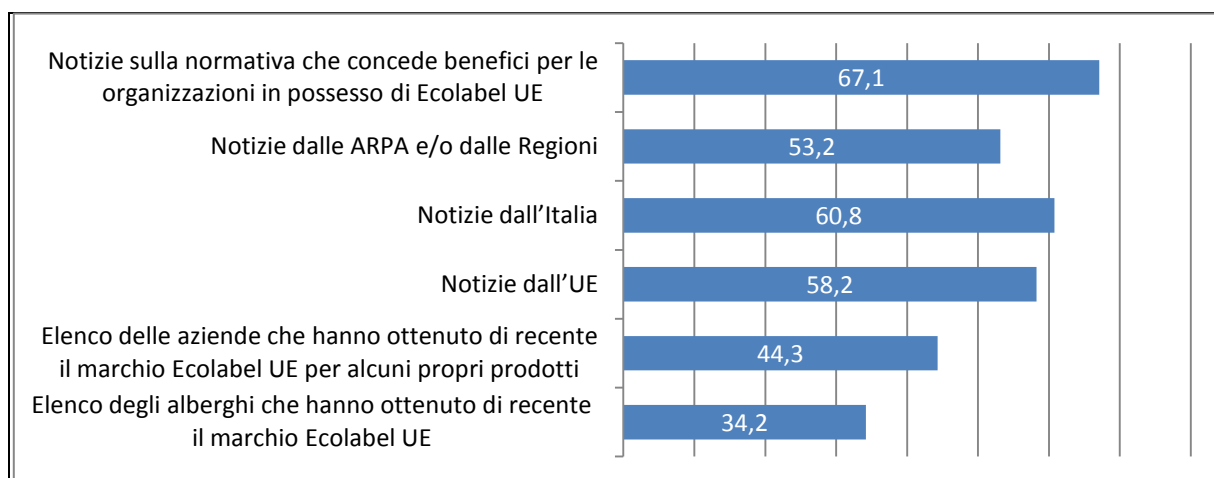
8. Ritenete interessanti i contenuti della newsletter ?



9. Ritenete che sia una buona forma di visibilità per le aziende che hanno ottenuto il marchio Ecolabel UE per propri prodotti o servizi ?



10. Quale tipologia di informazione avete trovato più interessante ?



Considerazioni sui risultati ottenuti

Dalle risposte fornite dagli intervistati è emerso un quadro positivo ed incoraggiante per il prosieguo dell'iniziativa. In particolare, l'emissione da parte di ISPRA della newsletter Ecolabel è risultata utile, interessante nei contenuti e di frequenza adeguata.

Molti degli intervistati hanno utilizzato la newsletter per diffonderla anche ad altri Soggetti interessati per scopi divulgativi; del resto, la newsletter è considerata dall'82% degli intervistati una buona forma di visibilità del marchio Ecolabel UE.

Per quanto riguarda nello specifico le informazioni fornite, sono risultate particolarmente interessanti le informazioni sulla normativa che prevede benefici ed agevolazioni per le aziende certificate e le notizie dall'Italia.

Oltre a quanto sopra descritto, con l'obiettivo di apportare miglioramenti alla newsletter Ecolabel e di renderla maggiormente efficace rispetto alla promozione e diffusione del marchio Ecolabel UE, al termine del questionario è stato chiesto di collaborare attraverso l'inserimento di eventuali suggerimenti.

Dall'analisi dei feedback raccolti, oltre a suggerimenti di natura grafica, si rileva principalmente l'esigenza di dare maggiore risalto e visibilità al marchio Ecolabel UE attraverso una propaganda maggiormente efficace in cui, però, dovrebbero investire anche le strutture certificate e le aziende che hanno scelto di etichettare i loro prodotti.

Un'indicazione utile è arrivata anche dalle diverse richieste di pubblicazione di informazioni, quali quelle circa i dati della diffusione dell'etichetta a livello europeo, sulla penetrazione nel mercato dei prodotti certificati e sul numero delle licenze e dei prodotti Ecolabel UE.

Da molti degli intervistati è stato anche formulato il suggerimento di dedicare uno spazio alla "voce delle aziende" ove le aziende in possesso del marchio Ecolabel possano riportare la loro esperienze e/o le proprie iniziative.

Viene, inoltre, considerato utile anche un ampliamento della lista dei destinatari della newsletter Ecolabel estendendo l'invio ad altre tipologie di operatori, come ad esempio alcune associazioni di categoria.

Infine, è emerso anche l'interesse verso indagini statistiche volte a dare misura dell'impatto (per ciascun gruppo di prodotto) del marchio di qualità ecologica Ecolabel UE rispetto alle altre certificazioni ecologiche e su come tali differenze potrebbero veicolare le diverse scelte di sostenibilità.

ALLEGATO

QUESTIONARIO GRADIMENTO NEWSLETTER ECOLABEL

1. A quale delle seguenti categorie di Soggetti appartenete:

- Componente Comitato EMAS Ecolabel
- ARPA / APPA
- Azienda
- Albergo / campeggio o altra struttura ricettiva
- Verificatore ambientale
- Scuola EMAS Ecolabel
- Altro

2. Ritenete utile l'emissione da parte di ISPRA di una newsletter Ecolabel ?

- Si
- No

3. Ritenete adeguata la frequenza con cui la newsletter viene emessa ?

- Si
- No, preferirei fosse più frequente
- No, preferirei fosse meno frequente

4. Ritenete adeguato l'invio della newsletter tramite e-mail ?

- Si
- No

5. Avete incontrato difficoltà a scaricare la newsletter dal link ?

- Si
- No
- Non ho mai provato a scaricare la newsletter dal link

6. Avete inoltrato la newsletter ad altri Soggetti ?

- No
- Si, ho inoltrato la mail con il link
- Si, ho scaricato la newsletter e l'ho inviata ad altri Soggetti
- Si, l'ho pubblicata sul nostro sito Internet

7. Se SI, con quale finalità?

- Didattica / formativa
- Pubblicitaria per i propri prodotti o servizi a marchio Ecolabel UE
- Divulgativa della conoscenza del marchio Ecolabel UE
- Altro (specificare) _____

8. Ritenete interessanti i contenuti della newsletter ?

- Si
- No

9. Ritenete che sia una buona forma di visibilità per le aziende che hanno ottenuto il marchio Ecolabel UE per propri prodotti o servizi ?

- Si
- No

10. Quale tipologia di informazione avete trovato più interessante ?

- Elenco degli alberghi che hanno ottenuto di recente il marchio Ecolabel UE
- Elenco delle aziende che hanno ottenuto di recente il marchio Ecolabel UE per alcuni propri prodotti
- Notizie dall'UE
- Notizie dall'Italia
- Notizie dalle ARPA e/o dalle Regioni
- Notizie sull'emanazione di normativa che concede benefici per le organizzazioni in possesso del marchio Ecolabel UE

11. Quali suggerimenti avete per migliorare la newsletter e la sua efficacia in termini di promozione e diffusione del marchio Ecolabel UE (max 5 righe)
