
SOSTENIBILITÀ DI PRODOTTI E SERVIZI

Puntare ai valori della sostenibilità accresce il business e la fiducia dei consumatori, sempre più sensibili alle politiche ambientali e sociali. Ma affinché un messaggio pubblicitario risulti efficace è importante saper formulare slogan che accompagnino in maniera consapevole la campagna pubblicitaria di un prodotto. I claim etici rappresentano oggi lo strumento maggiormente in voga per raggiungere in maniera efficace il mercato. Si tratta di slogan che mettono in evidenza le particolari virtù di un prodotto sotto il profilo della sostenibilità.



Ma come è possibile sapere se le informazioni contenute nel claim rispondono al vero? Nell’ottica di fornire i corretti strumenti al mercato, UNI e Accredia, hanno elaborato la prassi di riferimento UNI/PdR 102:2021 dal titolo “Asserzioni etiche di responsabilità per lo sviluppo sostenibile - Indirizzi applicativi alla UNI ISO/TS 17033:2020”. Attraverso un percorso elaborato e strutturato, il documento tecnico si pone come prezioso strumento normativo a cui un’azienda può fare riferimento nell’individuazione delle asserzioni etiche incentrate sui temi della sostenibilità.

La corretta adesione al documento tecnico assicura non solo la validazione del claim etico, ovvero che l’affermazione risponda al vero, ma anche che l’asserzione etica coinvolga tutti gli elementi inerenti ai temi della sostenibilità, come ad esempio, gli aspetti ambientali, sociali ed etici.

Francesco Bennardis
Quality Italia Srl
Immagine tratta dal web

