



clean



Approved
by Tomorrow
euroconsumers



This project was funded by the
European Union's Consumer Programme



ALTROCONSUMO

LABEL DETERGENTI

Insieme per un'etichetta migliore

Crediamo che le etichette debbano essere:

1 SOLIDE

Le autodichiarazioni ambientali sui prodotti, seppure volontarie, dovrebbero essere basate su dati **dimostrabili**. Se non si conosce e si può dimostrare che una qualità ambientale è vera, non è saggio farne un'autodichiarazione. I claims dovrebbero essere basati su caratteristiche già possedute dal prodotto e non da aspirazioni future, strategie aziendali o generici impegni a favore dell'ambiente.

2 CHIARE

Il beneficio ambientale comunicato in un claim deve essere **facilmente comprensibile** da parte del consumatore. Evitare tecnicismi, vocaboli stranieri, linguaggio implicito o vago. L'oggetto del claim deve essere chiaro (es. qual è l'impatto ambientale cui si fa riferimento? inquinamento dell'acqua, produzione di rifiuti, emissioni di CO₂, consumi energetici durante il lavaggio...)

3 PERTINENTI

I green claims dovrebbero riguardare un **aspetto rilevante** del ciclo di vita del prodotto:
- la composizione: qualità e quantità di materie prime utilizzate;
- l'imballaggio (packaging);
- i consumi energetici in fase d'uso del prodotto. (es una formulazione che permette di lavare a più basse temperature);
- i consumi idrici.

4 CORRETTE

Un claim può essere basato su un dato veritiero, ma se si presta ad essere mal interpretato dal consumatore risulta comunque **ingannevole**.
Un prodotto non dovrebbe utilizzare **limitazioni di legge** (es. contenuto di fosfati) per elaborare claim ambientali.
I claim dovrebbero **evitare comparazioni** implicite con altri prodotti sul mercato, reali o ipotetici che siano. Es. claim "X-free" se la sostanza X non

5 COLLEGATE ALL'EFFICACIA

I prodotti, pur abbassando il proprio impatto ambientale, dovrebbero mantenere comunque una buona **efficacia durante l'uso**.
Le caratteristiche ambientali del prodotto non devono sostituire o compensare le funzioni primarie del prodotto. Se questo avviene, il claim dovrebbe comunicarlo chiaramente.

viene più usata da tempo o non è mai stata usata in quei prodotti. Evitare loghi che possano suggerire una **certificazione** o approvazione di organismi qualificati.
Evitare **numeri e simboli** (es. "100% amico dell'ambiente") se non fanno riferimento a dati misurabili.
Evitare **grafica e immagini** che possano suggerire un generale "beneficio ambientale" (es. cieli azzurri, prati, ruscelli di acqua pura...)