

Sostenibilità ambientale

Orogel, campagna pubblicitaria a impatto zero

Noi non ce ne accorgiamo, ma ogni azione che compiamo ha un impatto sull'ambiente e influisce sui cambiamenti climatici. Anche quella di guardare uno spot pubblicitario in tv. L'impatto sull'ambiente non si limita al consumo dell'energia elettrica necessaria al funzionamento del televisore, ma alle emissioni generate dalla produzione e dalla messa in onda dello spot e dell'intera campagna pubblicitaria. Il calcolo di quella che viene definita 'l'impronta di CO2', cioè la quantità di anidride carbonica immessa nell'atmosfera, viene calcolata attraverso un complicato modello elaborato da Mediaplus, agenzia del gruppo Serviceplan, che ha dato il via all'iniziativa internazionale 'Green GRP' che propone di compensare le emissioni di anidride carbonica delle campagne pubblicitarie con azioni che le riducano in altri contesti, in modo che il bilancio ambientale risulti neutro. Oro-

gel, impegnata a promuovere politiche ambientali nella filiera produttiva, dai soci agricoltori alla distribuzione dei prodotti nei punti vendita, ha fatto da apripista in Italia con la campagna televisiva in onda fino al 30 giugno sui canali Sport Italia, Donna, Alice e Marcopolo: le emissioni in atmosfera generate dagli spot vengono compensate da progetti certificati di 'clean cooking' (cucinare pulito) in Africa che riducono fortemente le emissioni causate dall'usanza di utilizzare combustibili e fuochi aperti per cucinare. Per ridurre queste emissioni il progetto finanzia il commercio di stufe portatili ed efficienti che permettono alle famiglie di alcuni villaggi del Rwanda di cucinare in modo più sicuro e pulito. In questo modo le campagne pubblicitarie hanno un impatto neutro sui cambiamenti climatici generati dalle emissioni di anidride carbonica in atmosfera.

Paolo Morelli