

The logo for AURO, featuring the word "AURO" in a bold, blue, sans-serif font. The letters are slightly shadowed, giving it a 3D appearance. The logo is centered within a white rectangular box that has a subtle drop shadow against the background.

AURO

Prodotti Naturali

Coerenza ecologica vs Pseudo ecologia

AURO sull'obiettivo - Aspetti tecnici e di marketing

AURO - Distributore per l'Italia Ventamar

Via Tempio Malatestiano, 21 – 47900 Rimini (RN)

Web www.auroitalia.it

email: ventamar@libero.it

Sedi Operative

MILANO – Tel. 335 7017951

RAVENNA - Tel. 329 2740686

COPYRIGHT BY **AURO Pflanzenchemie AG**

Versione: 05_2012 | Immagini AURO AG

DEFINIZIONI

PSEUDO ECOLOGIA

ESEMPI DI MARKETING

COMPOSIZIONI - ESEMPI

CONCLUSIONI



Sede con Negozio ed esposizione di Braunschweig.



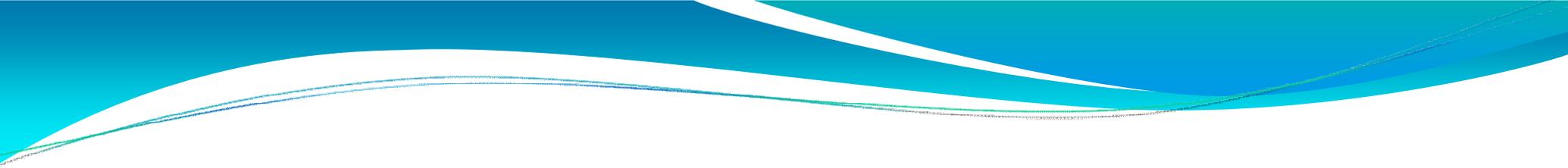
DIVERSE DEFINIZIONI





Cosa definisci come vernice naturale?

DEFINIZIONI DIVERSE – la tua opinione



Un concorrente definisce una pittura naturale come segue:

"Che cosa significa naturale?"

Nell'ambito delle vernici, il termine 'naturale' è ampiamente accettato nella sua eccezione di eco-sostenibilità, di vernici 'verdi'. Tuttavia, poiché nell'industria delle vernici vi è una mancanza di una chiara definizione del termine 'naturale', ai consumatori interessati si deve garantire che il prodotto acquistato sia un prodotto naturale di una marca affidabile".

Ma...

il concetto di Eco (= ambientale) sostenibilità è veramente naturale e buono per la natura e per l'uomo?

DEFINIZIONI DIVERSE – la concorrenza



“ Il termine ecosostenibile (ed anche eco-friendly, amico della natura e verde) vengono usati per riferirsi a beni e servizi, leggi, linee guida e politiche che sostengono di avere un impatto minimo o nullo sull'ambiente. Le aziende a volte usano questi termini per la promozione di beni e servizi facendo affermazioni di marketing ambientale e di eco-etichette. Il termine viene a volte utilizzato come riconversione verde.

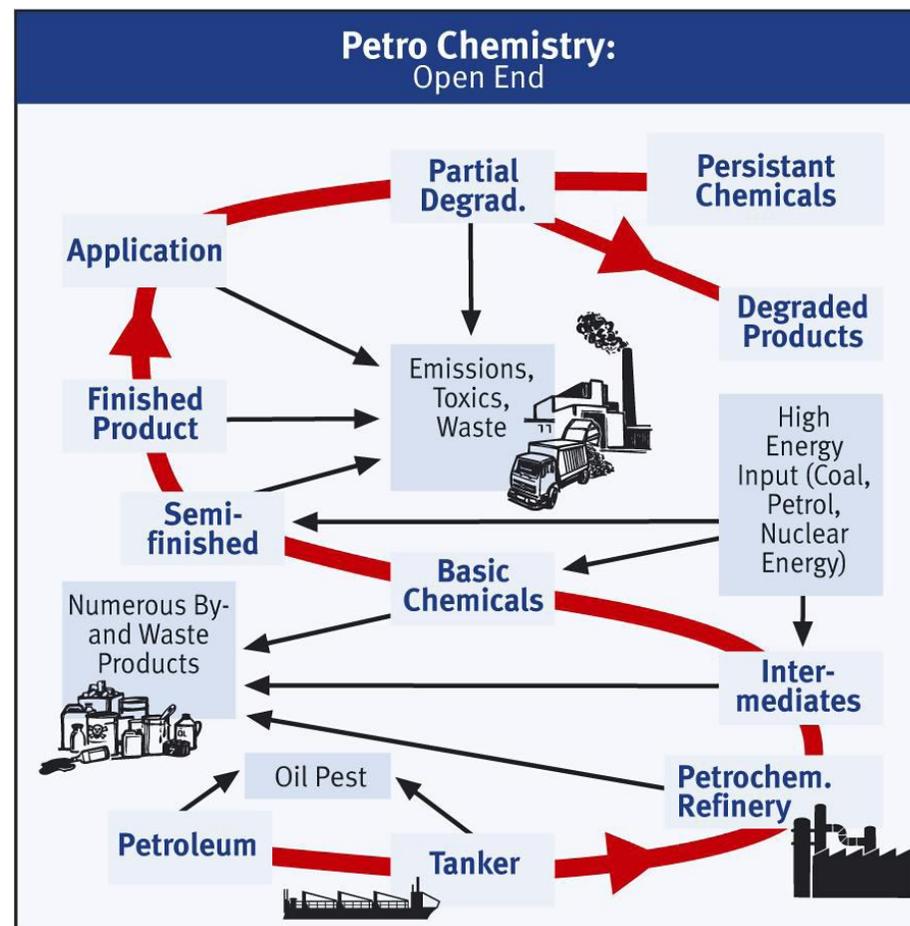
Poiché non esiste una definizione accettata né standard internazionale per questo concetto, l'International Organization for Standardization ritiene che tali etichette siano troppo vaghe per essere significative.”

Fonte: http://en.wikipedia.org/wiki/Environmentally_friendly

DEFINIZIONI DIVERSE – la concorrenza

Il punto di partenza di AURO

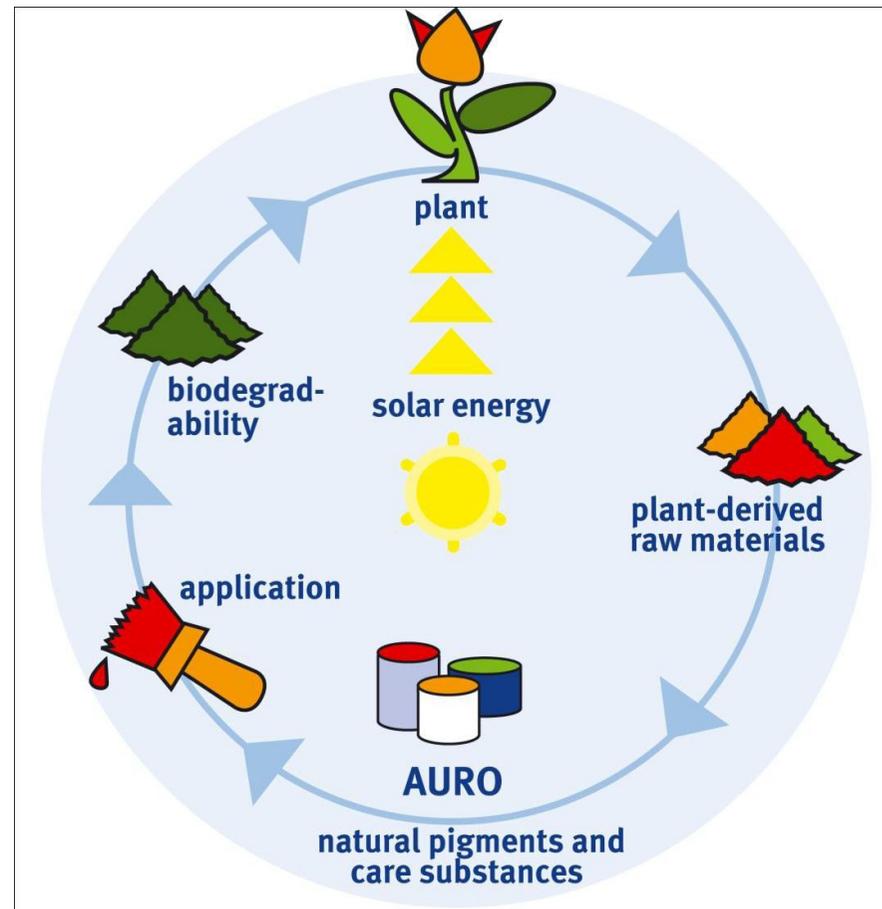
- Aumento in tutti i settori della vita umana della presenza di sostanze sintetiche, soprattutto da Sintesi PetrolChimica (petrolio greggio).
- Insorgenza in aree urbane e residenziali di problemi causati dagli effetti avversi dovuti all'uso di biocidi come PCP o lindano e dei loro sostituti moderni usati principalmente in preservanti del legno e altri materiali da costruzione.
- La sintesi di queste sostanze causa rifiuti pericolosi (ad esempio per ottenere 100 kg di Azo-Pigment si producono ca. 750 kg di rifiuti), nonché l'accumulo di prodotti di decadimento in acqua, suolo e aria.
- Il loro effetto a lungo termine è quasi sconosciuto.
- L'utilizzo di energia non rinnovabili è immenso.
- Il problema dell'esaurimento delle materie prime è spesso ignorato.
- L'emergere di uno sviluppo monoculturale basato sul petrolio greggio.



DEFINIZIONI DIVERSE – L'approccio AURO

Il nuovo approccio = la domanda esistenziale fondamentale di Auro:

- Rompere la monocultura del petrolio greggio.
- Sostenibilità in tutte le fasi del cerchio delle risorse. Tutti i prodotti AURO sono compostabili dopo l'essiccazione, così come il legno trattato.
- Tutti i prodotti AURO sono parte integrante del ciclo naturale di vita e un investimento nel futuro. Non viene prodotta ulteriore CO₂.
- Le materie prime AURO vengono prodotte secondo criteri sostenibili.
- Massima trasparenza attraverso la dichiarazione completa di tutti i componenti.
- Attenzione ai metodi fisici di produzione - Applicazione minima di metodi chimici = assenza di cambiamenti nella struttura molecolare dei composti.



DEFINIZIONI DIVERSE – L'approccio AURO



**GREENWASHING
RICONVERSIONE VERDE
– PSEUDO ECOLOGICI**



“Greenwashing..., o "verde lucentezza",

è un neologismo indicante l'ingiustificata appropriazione di virtù ambientaliste da parte di aziende, industrie, entità politiche o organizzazioni finalizzata alla creazione di un'immagine positiva di proprie attività (o prodotti) o di un'immagine mistificatoria per distogliere l'attenzione da proprie responsabilità nei confronti di impatti ambientali negativi.

Il termine è una sincresi delle parole inglesi green (verde, colore dell'ambientalismo) e washing (lavare) e potrebbe essere tradotto con "lavare col verde" o, più ironicamente, con "il verde lava più bianco"..”.

Fonte: <http://en.wikipedia.org/wiki/Greenwashing>

GREENWASHING – Che cosa è?

Che tipo di greenwashing abbiamo di fronte:

- Viene usato da produttori di vernici “naturali” e convenzionali.
- Non esiste necessità legale di dichiarare completamente la composizione. I consumatori spesso non sanno che cosa contiene la maggior parte delle vernici “naturali”.
- Le dichiarazioni sono difformi e talvolta sbagliate – servono per nascondere o mascherare i componenti?
- Molti produttori di vernici “naturali” puntano solo sui valori di VOC - ma una definizione di base e il valore dei VOC non sono indicate nella maggioranza dei casi.
- Temi quali sostenibilità e inquinamento del processo produttivo sono completamente esclusi dalla considerazione e dalle informazioni per il consumatore.
- Le dichiarazioni di marketing sono belle ma fumose e, spesso, sono senza significato.

GREENWASHING – Che cosa è?



ESEMPI DI MARKETING





Affermazioni di Marketing - Cosa significano realmente?

100 % a base di acqua

99% senza solventi

98% di origine naturale

100 % ecologico

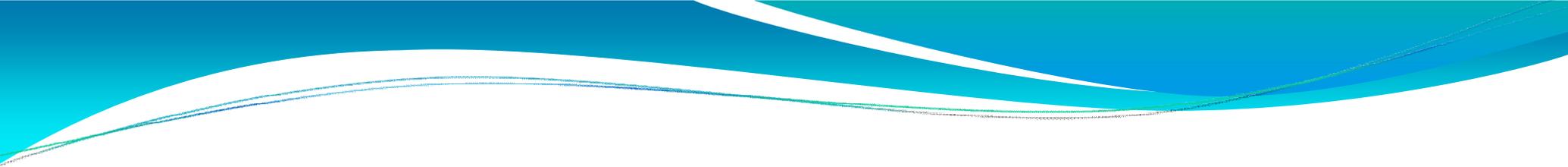
0 % solvente aggiunto

AFFERMAZIONI DI MARKETING – Alcuni esempi

Affermazioni di Marketing – Cosa significano realmente?

100 % a base di acqua	=	100% di acqua nella confezione?
99% esente da solventi	=	Contiene 1% di solvente?!
98% di origine naturale	=	2% di resina acrilica è il contenuto normale in una vernice tradizionale per interni
100 % ecologico	=	Cosa significa?
0 % solvente aggiunto	=	Non aggiunti dal produttore ma, che dire dire del solvente nelle materie prime?

AFFERMAZIONI DI MARKETING – Alcuni esempi



ESEMPI DI COMPOSIZIONI





Esempio di Dichiarazione dei Componenti

Idropittura Murale 100% Acrilica e 100% esente da VOC. Ingredienti:

Acqua, alcool, gesso, talco, fosfato, cellulosa, sodio idrossido, biossido di titanio, acido acetico

Che cosa cattura la nostra attenzione in questa dichiarazione?

ESEMPIO di COMPOSIZIONE – Prodotto nel Regno Unito



Esempi di Dichiarazione dei Componenti

Colla Bianca/Acido di Aceto

- L'Acido di Aceto ha nomi diversi:
Acido Acetico = Acetato di Vinile Monomero = Polivinil Acetato che è un materiale plastico.
- È un importante reagente chimico e chimico industriale, principalmente utilizzato nella produzione di acetato di cellulosa principalmente per pellicole fotografiche e acetato di polivinile per colla di legno, nonché le fibre sintetiche e tessuti.
- L'Acetato di Vinile può essere polimerizzato in polivinil-acetato o altri polimeri, che sono componenti di vernici e adesivi.

Fonte: Wikipedia Inglese, Acido Acetico

ESEMPIO di COMPOSIZIONE – Prodotto nel Regno Unito



Esempi di Dichiarazione die Componenti

Idropittura Naturale Lavabile

Ingredienti:

Acqua, gesso, calcite, talco, titanio bianco, olio di cartamo, olio di girasole, farina di soia, materiale secco (cobalto), metilcellulosa, 0,01% conservante

Che cosa cattura la nostra attenzione in questa dichiarazione?

ESEMPIO di COMPOSIZIONE – Prodotto nel Belgio



Esempi di Dichiarazione dei Componenti

Farina di Soia / Olio di Soia:

„...Viene anche utilizzato come un olio a rapida essiccazione per la produzione di resine alchidiche, vernici e stucchi, e dal 1987, soprattutto per inchiostri da stampa...“

Resina Alchidica:

La maggior parte delle resine alchidiche è prodotta sinteticamente. Il prodotto di partenza è generalmente modificato per migliorare le caratteristiche tecniche. La modifica è spesso fatto con isocianato, feniletilene (stirolo) o con acido acrilico in alternativa a metacrilati (acrilato alchidico).

Fonte: Wikipedia Tedesca – Olio di Soia e Resina Alchidica

Non è specificato esattamente il tipo di conservanti

La Legge Europea prescrive di specificare con precisione il tipo di conservante. Questa dichiarazione non è legale.

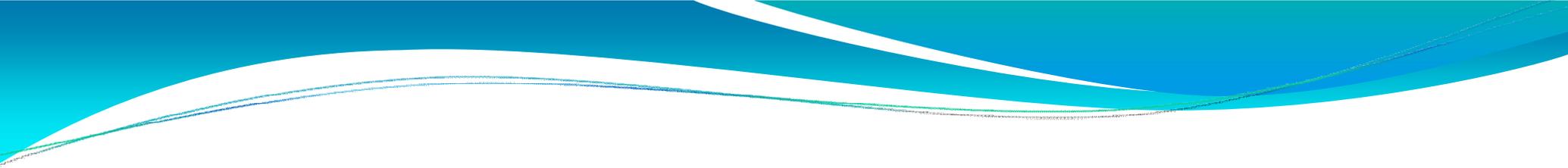
ESEMPIO di COMPOSIZIONE – Prodotto nel Belgio

Solventi ad alto punto di ebollizione – generalmente non dichiarati

- Solvente è una sostanza che è in grado di diluire gas, liquidi o solidi senza provocare una reazione chimica fra la sostanza soluto e la sostanza disciolta. Il solvente più comune è l'acqua.
- Quando si pensa ai materiali di rivestimento, la maggior parte delle persone associa i solventi agli odori sgradevoli, ai danni per la salute e quelli ambientali nonché ai vapori esplosivi.
- In generale, sostanze organiche volatili con punto di ebollizione inferiore a 200 ° C sono chiamate solventi.
- I Solventi ad alto punto di ebollizione (superiore a 200 °C) non sono classificati come “Solvente” a causa del loro alto punto di ebollizione. Essi sono utilizzati in alcuni prodotti “esenti da solventi” come alternativa. Questi possono non essere citati come solventi nelle dichiarazioni.
- Mentre i Solventi “classici” evaporano in poche ore o giorni, i Solventi ad alto punto di ebollizione evaporano in settimane o mesi. Pertanto, essi sono spesso considerati come ancora più critici rispetto ai prodotti con “Solventi tradizionali”.

Fonte: Wikipedia Tedesca – Solventi

COMPOSIZIONE – Esempi



CONCLUSIONE



- 
- Greenwashing include diversi composti e non è sempre facile identificarne la natura.
 - Purtroppo, è impossibile avere sempre una semplice soluzione a portata di mano che possa contrastare il fenomeno del greenwashing.
 - È sempre necessario riordinare le informazioni della concorrenza in questione, al fine di trovare un punto per contrastarle.
 - È sempre necessario, da parte dei rivenditori verso i clienti finali, fare chiarezza sui punti chiave della questione attraverso una continua e precisa consulenza.
 - “Combattere” semplicemente basandoci sulle materie prime non porterà ad un successo duraturo.
 - Infine, un buon marketing può convincere efficacemente sia nuovi rivenditori che clienti finali.
 - Un forte posizionamento del marchio è importante per agire al di fuori della concorrenza (fortissima riconoscibilità del marchio AURO).

CONCLUSIONE – Alcune Idee



Grazie per la Vostra attenzione!

AURO - Distributore per l'Italia Ventamar
Via Tempio Malatestiano, 21 – 47900 Rimini (RN)
Web www.auroitalia.it email: ventamar@libero.it
Sedi Operative
MILANO – Tel. 335 7017951 RAVENNA - Tel. 329 2740686

COPYRIGHT BY **AURO Pflanzenchemie AG**
Versione: 05_2012 | Immagini AURO AG