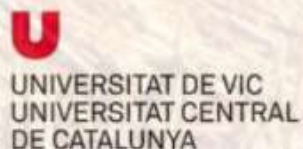


La comunicació basada en la sostenibilitat com a estratègia de posicionament al mercat

Joan Colón Jordà
Vic, 27 de maig de 2020



Consell Comarcal d'Osona



Ajuntament de Vic

OPE Oficina de Promoció Econòmica

Ajuntament de Manlleu

Amb el suport de:



Què veurem avui

- 1 Nova realitat, abans i després del COVID-19
- 2 Eines per a la comunicació ambiental – Ecoetiquetatge i Estats d'Informació no Financera
- 3 Comunicació efectiva – Exemples de bona comunicació



Nova realitat, abans i després del COVID-19

1 Què estava passant abans del COVID-19?

2 Quin escenari futur es planteja?



Què estava passant abans del COVID-19?

És la nova estratègia de creixement d'Europa



Un pla que inclou 50 accions concretes per combatre el canvi climàtic, que pretén fer d'Europa el primer continent neutre en clima de 2050.

Aquestes accions van dirigides a iniciar una transició a una economia neta i circular, reduint la contaminació i les emissions i protegint la biodiversitat.

- La [Llei Europea del Clima](#)
- La [estrategia de biodiversidad de la UE para 2030](#)
- El [Pla d'acció per a l'economia circular](#)
- Estratègia [“From farm to fork”](#)
- Nova [estratègia industrial europea](#)
- [Agenda 2030 per el desenvolupament sostenible](#)
- [Carbon border tax](#)

Quin escenari futur es planteja? Escenari post COVID-19

European leaders push 'Green Recovery' plan for post-Covid economy

Political support for the idea of linking Covid-19 exit strategies to green policy appears to be mounting in EU institutions. Easter, appropriately enough, may have injected new life into the idea.

APRIL 14, 2020 **MARIAN WILLUHN**

COVID-19 EMPLOYMENT FINANCE POLICY SUSTAINABILITY EUROPE FRANCE
GERMANY ITALY NETHERLANDS SPAIN



The two letters, one written by 13 EU member state ministers and the other by 79 MEPs and almost 100 other signatories addressed concerns to the European Commission.

European Green Deal must be central to a resilient recovery after Covid-19

Published on 09/04/2020, 6:33pm

Comment: We must not lose sight of the persisting climate and ecological crisis when working out how to spur the economy after the coronavirus pandemic



EU Commission President Ursula von der Leyen (Photo: European Parliament/Flickr)

By 17 European climate and environment ministers

ECONOMIA VERDE: Europa apuesta por una recuperación verde en respuesta al coronavirus

- Las renovables, el vehículo eléctrico, la eficiencia energética y la economía circular son las grandes claves
- Coronavirus: última hora en España y resto del mundo, en directo



WORLD ECONOMIC FORUM
Agenda Platforms Reports Events About
English Top Link

Global Agenda COVID-19 Global Health Sustainable Development

The EU looks towards green coronavirus recovery

Rebuilding a greener future
Image: REUTERS/Philipp Hees - REXUS/REUTERS

Quin escenari futur es planteja? Escenari

European leaders push 'Green Recovery' plan for post-Covid economy

Political support for the green policy approach

"There are a lot of member states willing to spend big at the moment, just to break the deflationary spiral," he said. "So, there is a real attraction for any type of investment project that is ready to go, but which may not necessarily be climate-compatible."

European Green Deal must be central to a resilient recovery after Covid-19

Economía Verde: Europa apuesta por una recuperación verde en respuesta al coronavirus

- Las renovables, el vehículo eléctrico, la eficiencia energética y la economía circular son las grandes claves
- Coronavirus: última hora en España y resto del mundo, en directo



"Abandoning policies that fight against climate change will be among the top temptations in the coming months," Economy Minister Bruno Le Maire wrote in a book published this month, adding, "we must do the exact opposite."



The two letters, one written by 13 EU member state ministers and the other by 79 MEPs and almost 100 other signatories addressed concerns to the European Commission.

The recovery plan must be provided on top of the next Multiannual Financial Framework (MFF), which is the EU's long-term budget.



EU Commission President Ursula von der Leyen (Photo: European Parliament/Flickr)

By 17 European climate and environment ministers

WORLD ECONOMIC FORUM

Agenda Platforms Reports Events About

Global Agenda COVID-19 Global Health Sustainable Development

The EU looks towards green coronavirus recovery

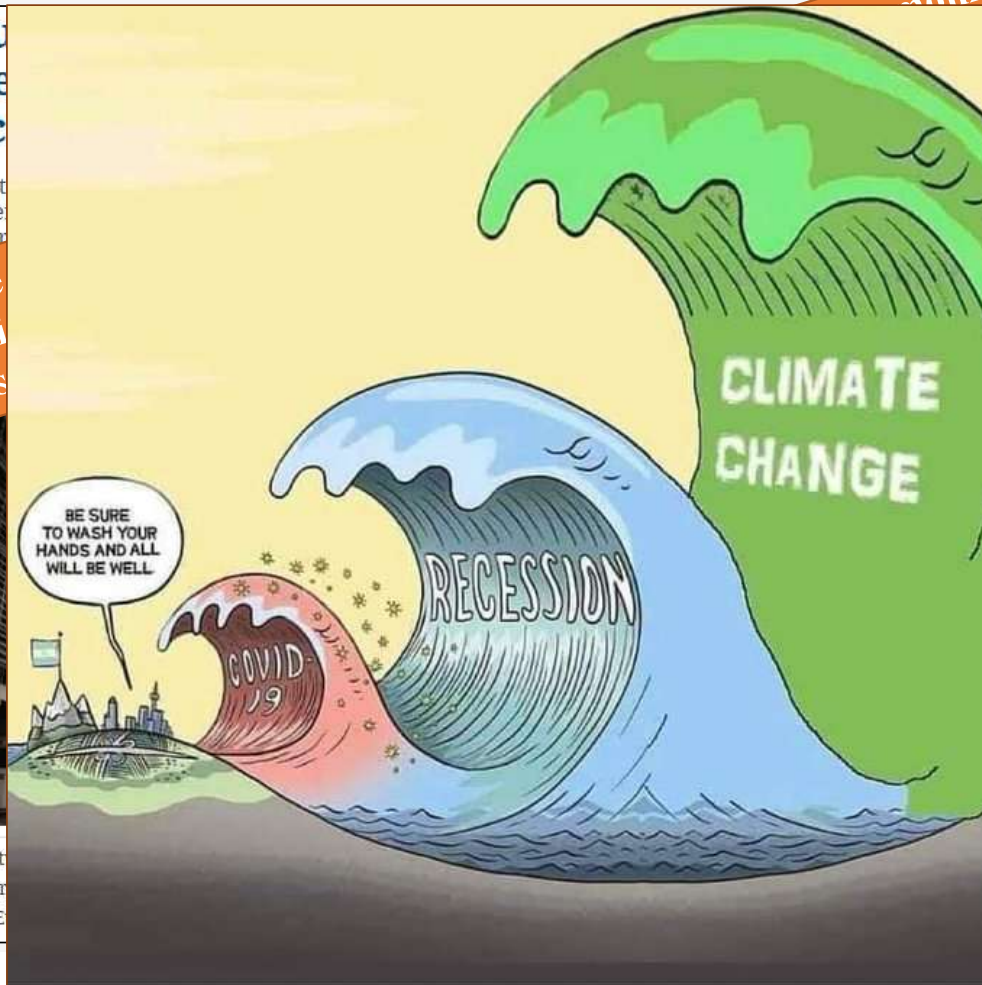
Rebuilding a greener future

Image: REUTERS/Philipp Hees - REXUS/REUTERS

Quin escenari futur es planteja? Escenari n

ment, just to break the
pe of investment project

“There
deflati
that is



Ens hem de focalitzar principalment en la sostenibilitat ambiental?

Quin escenari futur es planteja? Escenari post COVID-19

Buscar

elEconomista.es

Mercados y Cotizaciones Ibex 35 M.Continuo Coronavirus Empresas Economía Vivienda Status Opinión Más

Buen Gobierno y RSC

Las empresas dan muestras de responsabilidad social ante el coronavirus

- * La crisis del coronavirus ha sacado lo mejor del tejido empresarial
- * La RSC que aún despertaba recelos ha certificado su trascendencia social



Una empleada de una empresa de pulido de metales fabrica un respirador para combatir la falta de medios sanitarios. iStock

RESPONSABILIDADES

Las empresas también son heroínas contra el coronavirus

Las empresas, en general, han interpretado las prioridades impuestas por la crisis del coronavirus, dando muchas lecciones de cómo reaccionar y adaptarse



Reputación y responsabilidad social durante la crisis del Coronavirus

06 ABRIL 2020

Por Redacción | Negocios y Empresas | 06-04-2020

Los españoles creen que las grandes empresas podrían hacer más durante la crisis del coronavirus

Es uno de los grupos que saca peores notas en percepción de sus acciones

Quin escenari futur es planteja? Escenari post COVID-19

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO • SEGÚN UN ESTUDIO DE ACCENTURE EN 15 PAÍSES, ENTRE ELLOS ESPAÑA

La salud y la sostenibilidad ganarán peso como factor de decisión en la compra tras el Covid-19

- El 64% dels consumidors estan reduint el malbaratament alimentari
- El 50% són més conscients de la salut
- El 45% opten per opcions més sostenibles.
- El canal digital es dispara (importància de la informació a la web)

El més important no és que ara hagin adoptat aquests hàbits, sinó que esperen **mantenir-los en el futur.**

És probable que a partir d'aquesta pandèmia comenci una era de consum més sostenible i saludable en els propers 10 anys

Quin escenari futur es planteja? Escenari post COVID-19

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO • SEGÚN UN ESTUDIO DE ACCENTURE EN 15 PAÍSES, ENTRE EL

La salud y la sostenibilidad como factor de decisión

como
vid-19

- El 64%
- El 50%
- El 45%
- El canal



La sostenibilitat és un compromís ineludible per les empreses

El més probable és que ara hagin adoptat aquests hàbits, sinó que esperen **mantenir-los en el futur.**

És probable que a partir d'aquesta pandèmia comenci una era de consum més sostenible i saludable en els propers 10 anys

Eines per a la comunicació ambiental – Ecoetiquetatge i Estats d'Informació no Financera

Ecoetiquetatge

- Tipus d'ecoetiquetes
- Procés d'obtenció d'una ecoetiqueta
- Casos d'èxit

Estats d'informació no financera

- ➡ Marc Normatiu
- ➡ Informació ambiental
- ➡ Informació social
- ➡ Contribució de l'empresa als ODS



Ecoetiquetatge i declaracions ambientals de producte

Tipus	Dades bàsiques	Requeriments	Exemples
Tipus I	Etiquetatge mediambiental certificat per tercers (ISO 14024)	- Voluntari, criteris múltiples basats - Etiquetes de premi reclamant les preferències mediambientals globals d'un producte dins d'una categoria concreta - Intensitat de les dades: II	
Tipus II	Auto-declaració ambiental no verificada per tercers (ISO 14021)	- Voluntària - No es verifiquen de manera independent - Encara exactes, particulars, verificables i específiques - Intensitat de les dades	
Tipus III	Declaracions ambientals verificat per tercers i basat en l'ACV (ISO 14025, ISO14057, PEF, etc.)	- Avaluació del cicle de vida verificat de forma independent (LCA) - Habilita comparacions entre productes - B2B – però també B2C - Intensitat de les dades: II	

Ecoetiquetatge i declaracions ambientals de producte

1. Recol·lecció de dades



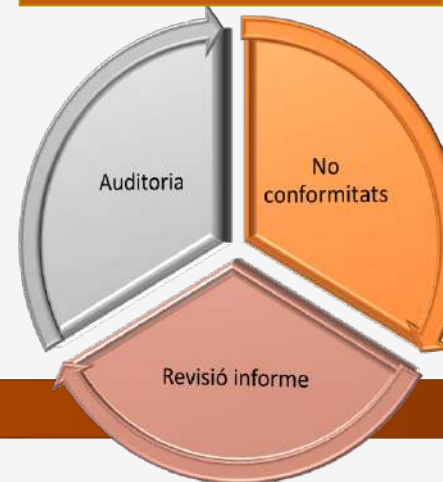
1 a 6 mesos

2. Redacció informe



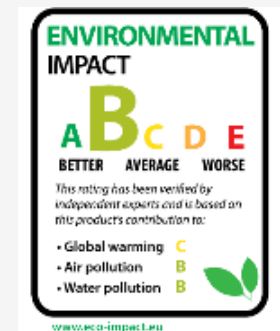
1 mes

3. Verificació externa



1 mes

4. Etiqueta



Validesa d'1 a 3 anys

Duració del procés: de 3 a 9 mesos

Cost verificació externa (AENOR, SGS, DNV-GL, etc.): 3.000 a 5.000€

Cost anàlisi i redacció d'informe: ≈3.000 a 6.000€

Ecoetiquetatge i declaracions ambientals de producte

Difusió a la web corporativa



Difusió a Youtube



Ecoetiquetatge i declaracions ambientals de producte

Difusió a les xarxes socials



Estats d'informació no financera

En virtut de la Directiva 2014/95/UE (transposició RD11/2018), les grans empreses han de publicar informes sobre les polítiques que implementen en matèria de:

- ✓ protecció del medi ambient
- ✓ responsabilitat social i tracte dels empleats
- ✓ respecte als drets humans
- ✓ anticorrupció i suborns
- ✓ diversitat (en termes d'edat, gènere, formació i formació professional)

A partir de 2021 todas las empresas con más de 250 trabajadores entrarán dentro de la obligatoriedad.



ISO 26000. Guia de responsabilitat social

Estats d'informació no financera

Quins tòpics es treballen en el marc de la responsabilitat social empresarial

Core subjects and issues	Addressed in sub-clause
Core subject: Organizational governance	6.2
Core subject: Human rights	6.3
Issue 1: Due diligence	6.3.3
Issue 2: Human rights risk situations	6.3.4
Issue 3: Avoidance of complicity	6.3.5
Issue 4: Resolving grievances	6.3.6
Issue 5: Discrimination and vulnerable groups	6.3.7
Issue 6: Civil and political rights	6.3.8
Issue 7: Economic, social and cultural rights	6.3.9
Issue 8: Fundamental principles and rights at work	6.3.10
Core subject: Labour practices	6.4
Issue 1: Employment and employment relationships	6.4.3
Issue 2: Conditions of work and social protection	6.4.4
Issue 3: Social dialogue	6.4.5
Issue 4: Health and safety at work	6.4.6
Issue 5: Human development and training in the workplace	6.4.7
Core subject: The environment	6.5
Issue 1: Prevention of pollution	6.5.3
Issue 2: Sustainable resource use	6.5.4
Issue 3: Climate change mitigation and adaptation	6.5.5
Issue 4: Protection of the environment, biodiversity and restoration of natural habitats	6.5.6

Core subject: Fair operating practices	6.6
Issue 1: Anti-corruption	6.6.3
Issue 2: Responsible political involvement	6.6.4
Issue 3: Fair competition	6.6.5
Issue 4: Promoting social responsibility in the value chain	6.6.6
Issue 5: Respect for property rights	6.6.7
Core subject: Consumer issues	6.7
Issue 1: Fair marketing, factual and unbiased information and fair contractual practices	6.7.3
Issue 2: Protecting consumers' health and safety	6.7.4
Issue 3: Sustainable consumption	6.7.5
Issue 4: Consumer service, support, and complaint and dispute resolution	6.7.6
Issue 5: Consumer data protection and privacy	6.7.7
Issue 6: Access to essential services	6.7.8
Issue 7: Education and awareness	6.7.9
Core subject: Community involvement and development	6.8
Issue 1: Community involvement	6.8.3
Issue 2: Education and culture	6.8.4
Issue 3: Employment creation and skills development	6.8.5
Issue 4: Technology development and access	6.8.6
Issue 5: Wealth and income creation	6.8.7
Issue 6: Health	6.8.8
Issue 7: Social investment	6.8.9

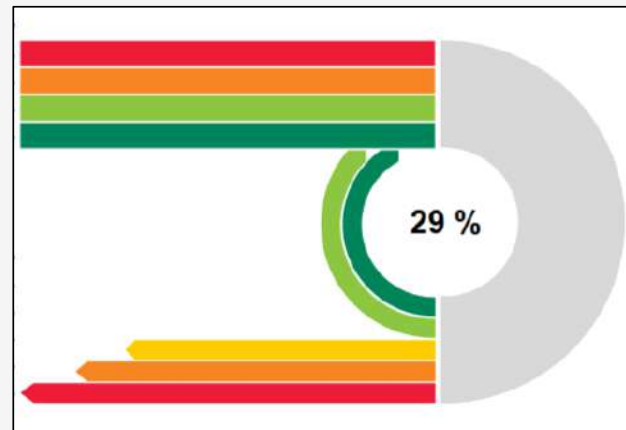
Estats d'informació no financera – Comptabilitat ambiental



Gestió ambiental
verificada



Anàlisi de Cicle de
Vida

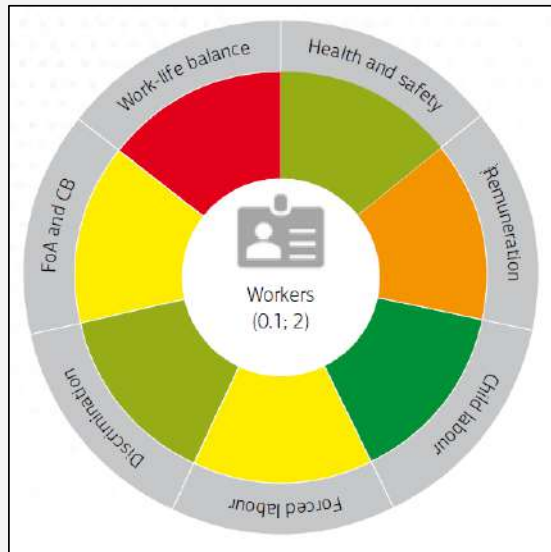


Anàlisi de la Circularitat



Petjada sobre la
biodiversitat

Estats d'informació no financera – Comptabilitat social



Petjada social



Global Reporting Initiative



Objectius Desenvolupament Sostenible

Comunicació efectiva – Exemples de bona comunicació



Comunicació efectiva – Exemples de bona comunicació

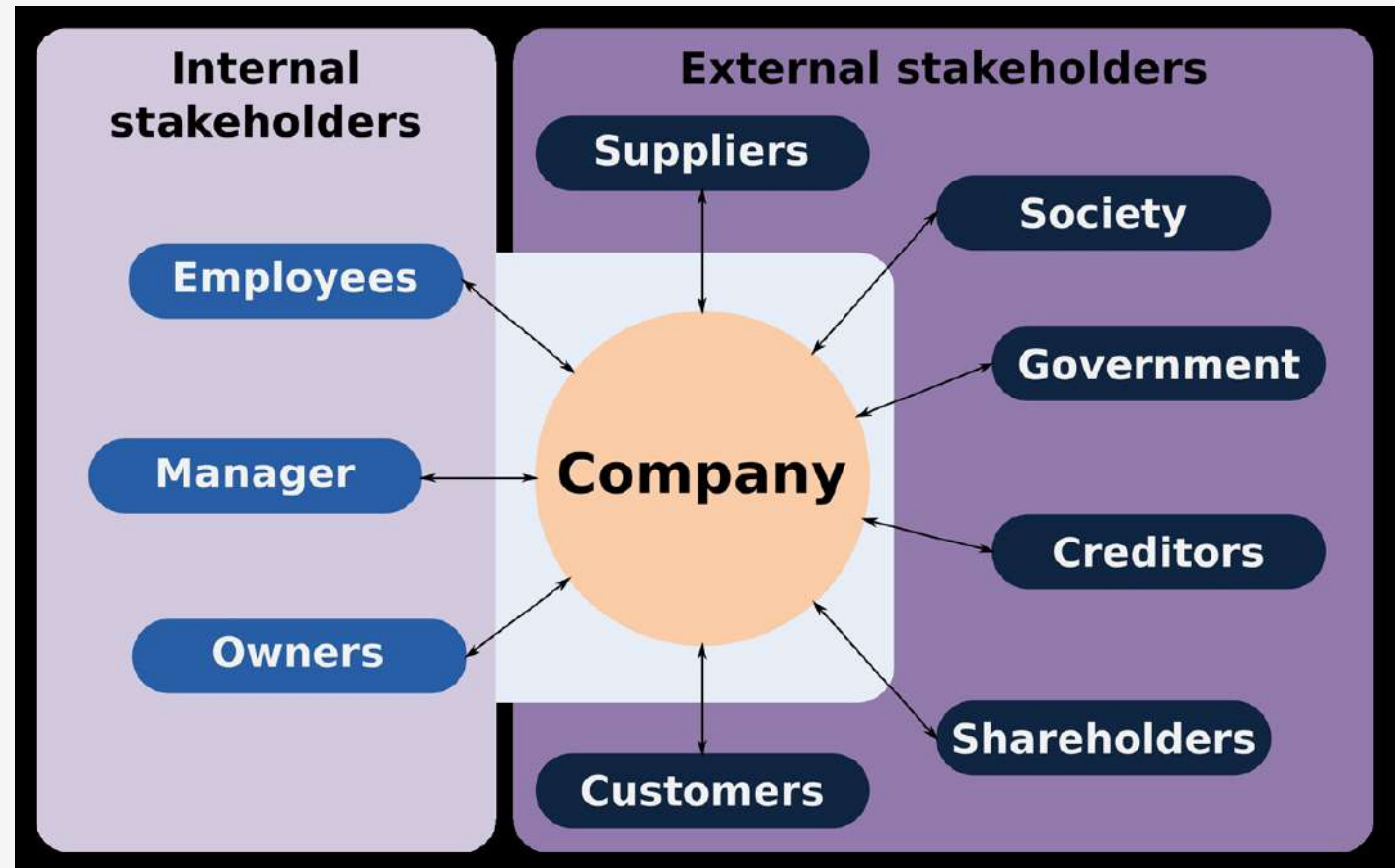
- Continguts en xarxes socials
- Cartelleria per comunicació interna
- Vídeos, càpsules audiovisuals
- Infografies
- Resums executius per grups d'interès
- Timeline d'evolució d'impactes
- Publicació a la web RSC/EINF



Comunicació efectiva – Exemples de bona comunicació

Estratègies de comunicació
específica per a Stakeholders
específics

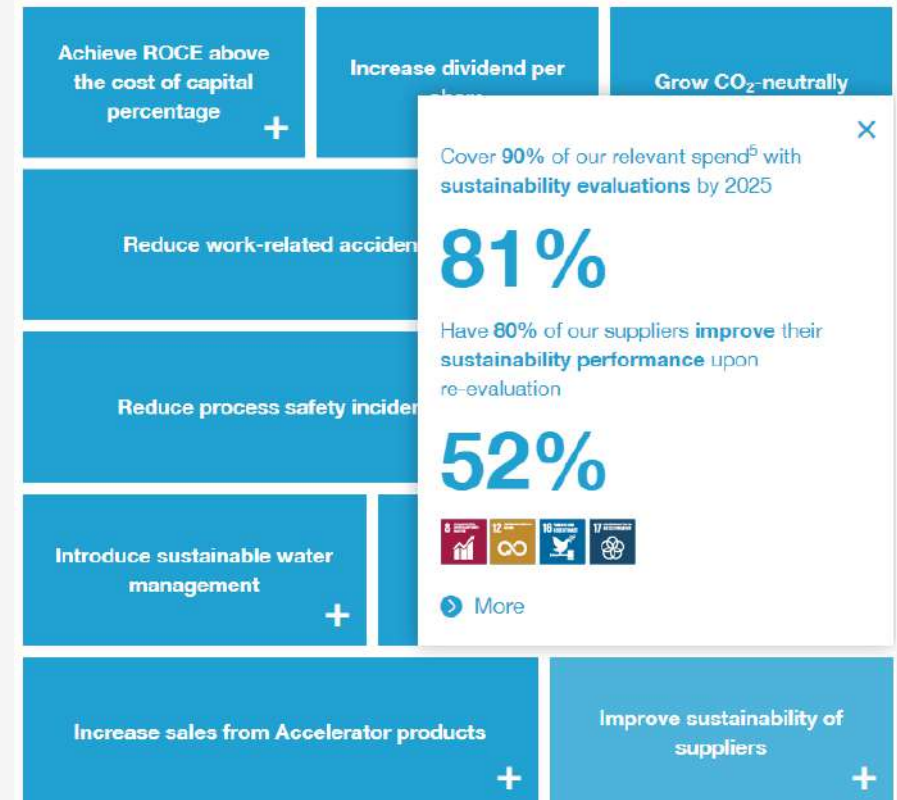
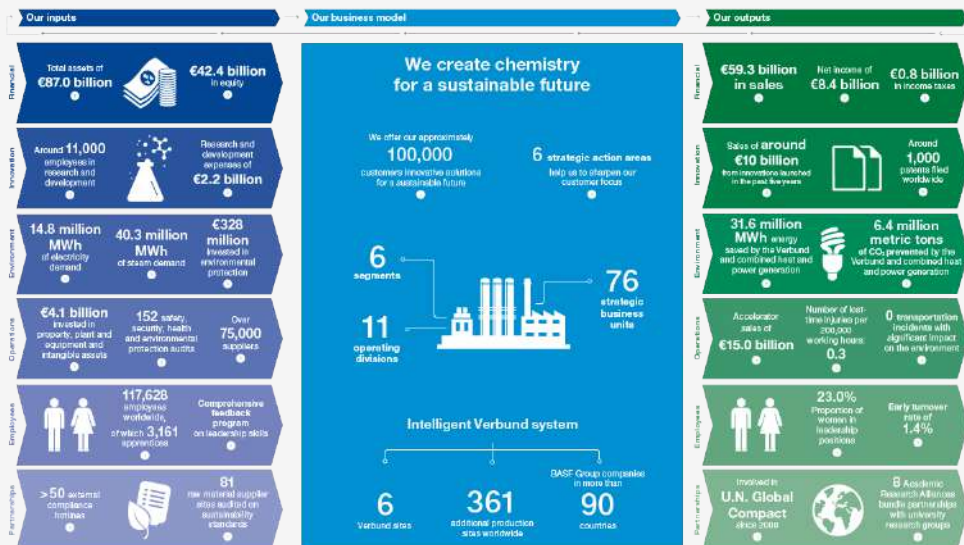
Comunicació proactiva



Comunicació efectiva – Exemples de bona comunicació



<https://report.basf.com/2019/en/managements-report/overview/nonfinancial-statement.html>



Comunicació efectiva – Exemples de bona comunicació



<https://www.unilever.com/sustainable-living/our-sustainable-living-report-hub/>

Performance Summary



3 year Performance Summary



<https://twitter.com/Unilever>

We have three big goals



Improving health and well-being for more than **1 billion**

By 2020 we will help more than a billion people take action to improve their health and well-being.

> Explore our big goal

Health & hygiene >
Improving nutrition >



We are taking action on the UN Sustainable Development Goals



Reducing environmental impact by **half**

By 2030 our goal is to halve the environmental footprint of the making and use of our products as we grow our business.*

> Explore our big goal

Greenhouse gases >
Water use >
Waste & packaging >
Sustainable sourcing >



We are taking action on the UN Sustainable Development Goals



Enhancing livelihoods for **millions**

By 2020 we will enhance the livelihoods of millions of people as we grow our business.

> Explore our big goal

Fairness in the workplace >
Opportunities for women >
Inclusive business >



We are taking action on the UN Sustainable Development Goals

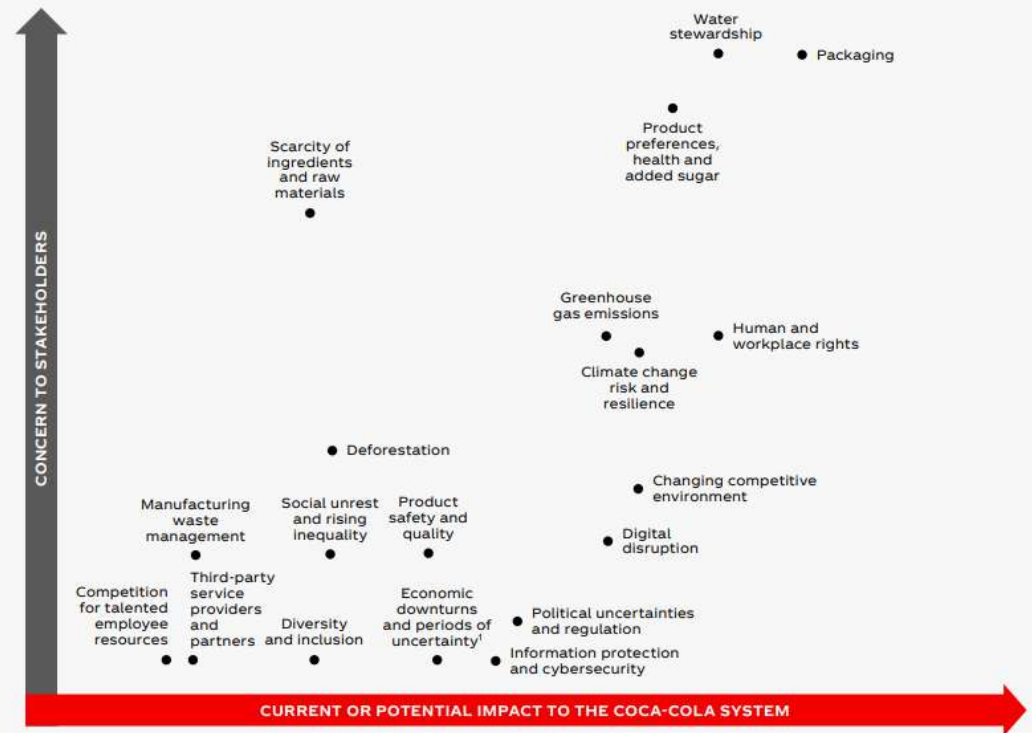
Comunicació efectiva – Exemples de bona comunicació



<https://www.coca-colacompany.com/reports/business-sustainability-report-2019>



[2019 Sustainability Report](#)



<https://twitter.com/CocaColaCo>

Conclusions

- L'“European Green Deal” i els “Objectius de Desenvolupament Sostenible” al centre de la recuperació Europea post COVID-19
- La sostenibilitat i la responsabilitat mediambiental han passat de ser un mer tema de conversa a una preocupació real per a la societat
- La sostenibilitat és un compromís ineludible per les empreses
- Incloure la sostenibilitat com a estratègia empresarial i de diferenciació de productes
- Necessitat de comunicació pro-activa, constant i sectorial per a diferents grups d'interès

Moltes gràcies per la seva atenció! preguntes?

La comunicació basada en la sostenibilitat com a estratègia de posicionament al mercat



UVIC
UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL
DE CATALUNYA



Joan Colón Jordà

✉ joan.colon@uvic.cat

🐦 @BETA_TechCenter

<http://betatechcenter.com/>