

COMUNICATO STAMPA

Lettera aperta a Eric Schmidt, Chairman e CEO di Google, in risposta alla campagna 'Go Paperless in 2013'.

La lettera mette in evidenza le posizioni di "Two Sides" nei confronti di Google e di altre società che stanno cercando di promuovere i propri servizi presentandoli come preferibili alla stampa e alla carta in termini di impatto ambientale mentre esistono prove oggettive che la comunicazione elettronica e le attività di Google, in particolare, hanno un impatto ambientale significativo e in forte crescita.

Sig. Eric Schmidt
Presidente del Consiglio di Amministrazione e
Amministratore Delegato
Google Inc.
Mountain View, CA
Stati Uniti d'America 94043

Egregio Sig. Schmidt,

abbiamo letto con una certa incredulità la notizia che Google appoggia la campagna 'Go Paperless in 2013' (letteralmente "Fate a meno della carta nel 2013"). La campagna è accompagnata da immagini di alberi e da dati sul riciclo negli Stati Uniti che mirano chiaramente a mettere in evidenza i vantaggi ambientali derivanti dall'impegno di tutti per la realizzazione del cosiddetto "ufficio senza carta". <http://www.paperless2013.org/>.

Al progetto oltre a Google hanno aderito le statunitensi HelloFax, un servizio online di fax; Manilla, un servizio online per la gestione del budget; HelloSign, un servizio di firma digitale; Expensify, un servizio online di reporting delle spese; Xero, un servizio online di contabilità aziendale, e Fujitsu che attiva lo scanner ScanSnap.

Mentre i prodotti e servizi forniti da Google sono ammirevoli, questa nuova iniziativa è chiaramente un altro esempio di una campagna pubblicitaria che fa leva sull'ambiente per promuovere i propri servizi ma che al tempo stesso cade in contraddizione perché ignora l'impatto ambientale degli stessi.

Consideriamo i fatti.

L'impatto ambientale di Google è sbalorditivo.

- Google utilizza 2.3 miliardi di kilowatt/ora di elettricità all'anno. Questa energia basterebbe ad alimentare 207.000 abitazioni negli Stati Uniti, per un anno, o circa 41 Empire State Building.

- Il consumo di elettricità dei Data Center equivale a circa il 2% del consumo annuo di elettricità degli Stati Uniti.
- Per ogni kilowatt/ora utilizzato per il funzionamento di un data centre, quasi un ulteriore kilowatt/ora viene utilizzato per i sistemi di raffreddamento e di riscaldamento.
- 100 ricerche su Google equivalgono all'accensione di una lampadina da 60 watt per 20 minuti, con l'impiego di 0.03Kwh di energia elettrica e la produzione di 20 gr di anidride carbonica.
- 100 minuti di video di YouTube sono equivalenti all'accensione di una lampadina da 60 watt per 13 minuti, con l'impiego di 0,02 Kwh di energia elettrica e la produzione di 13 gr di anidride carbonica.
- Ogni utente gmail utilizza energia 2.2Kwh di elettricità all'anno e genera 1,2 kg di anidride carbonica.

Greenpeace (2) mette in evidenza che i rifiuti legati ai dispositivi elettronici (E-waste) rappresentano ormai l'elemento in più rapida crescita nell'insieme dei rifiuti solidi urbani. In Europa, l'e-waste aumenta dal 3 al 5% l'anno, quasi tre volte di più del flusso globale dei rifiuti. Di recente, la quantità di prodotti elettronici scartati a livello mondiale è salita alle stelle, con 20-50 milioni di tonnellate generate ogni anno. In questo momento, i rifiuti elettronici rappresentano il 5% di tutti i rifiuti solidi urbani in tutto il mondo.

Alcuni studi (3) sono giunti alla conclusione che nella lettura di un documento, se questo viene letto più di una volta o da più persone, il sistema con il minor impatto ambientale è la stampa.

Un recente articolo del New York Times (4) ha rivelato lo straordinario impatto che la comunicazione elettronica sta avendo sull'ambiente.

Negli Stati Uniti, vengono piantati più alberi di quanti ne vengono tagliati e il volume di alberi che crescono sulla superficie forestale americana è aumentato del 49% negli ultimi 50 anni (5). La superficie forestale è rimasta sostanzialmente la stessa negli ultimi 100 anni, circa 750 milioni di ettari, anche se la popolazione degli Stati Uniti è triplicata nel corso dello stesso periodo (6). La copertura forestale in Europa è cresciuta del 30% rispetto al 1950 ed è in aumento di 1,5 milioni di campi da calcio ogni anno.

Vale la pena ricordare che la carta è prodotta con il legno, una materia prima sostenibile e rinnovabile, e che essa viene anche impiegata in un numero sempre maggiore di prodotti eco sostenibili. Le foreste gestite responsabilmente sono una risorsa fondamentale per l'ambiente in una società che cerca di ridurre la sua dipendenza dai combustibili fossili. Serve energia per produrre la carta, ma la maggior parte di tale energia è rinnovabile e, per esempio, oltre il 65% dell'energia utilizzata per

produrre paste per carta e carta negli Stati Uniti, e il 54% in Europa, proviene dalla biomassa rinnovabile (7,8).

Quindi, prima di incoraggiare le persone a “fare a meno della carta”, e soprattutto lasciare intendere che i servizi e i prodotti elettronici siano migliori per l'ambiente, Google e gli altri dovrebbero esaminare l'impatto dei propri prodotti e servizi e forse potrebbero riflettere sul fatto che, a conti fatti, la stampa e la carta sono un modo sostenibile per comunicare.

In realtà viviamo in un mondo sempre più digitale dove la comunicazione elettronica e la comunicazione su carta coesistono. Entrambi i sistemi hanno un impatto ambientale e sarebbe utile, e più onesto nei confronti dei consumatori, se le organizzazioni non cercassero di promuovere i propri prodotti e servizi sulla base di asserzioni ambientali spurie e non comprovabili. Questo modo di fare marketing, il cosiddetto *greenwashing*, non solo è dannoso per la reputazione delle aziende che lo utilizzano, ma può essere considerato in flagrante violazione dei codici di disciplina pubblicitaria, come quelli della US Federal Trade Commission e DEFRA (UK).

Nella speranza che Google riconsideri la sua partecipazione a questa campagna, porgiamo cordiali saluti.

- (1) Google/Associated Press, Sep 8, 2011, http://en.wikipedia.org/wiki/Google_platform
- (2) Greenpeace, The e-waste problem.
<http://www.greenpeace.org/international/en/campaigns/toxics/electronics/the-e-waste-problem/>
- (3) Energy Use of Print vs. Electronic Media, Tejo Pydipati October 24, 2010.
http://www.twosides.info:8080/content/rsPDF_288.pdf
- (4) The Cloud Factories, Power, Pollution and the Internet.
http://www.nytimes.com/2012/09/23/technology/data-centers-waste-vast-amounts-of-energy-belying-industry-image.html?_r=1&,
- (5) Society of American Foresters, 2007. http://www.twosides.info/Content/rsPDF_86.pdf
- (6) USDA Forest Service, 2010. http://www.twosides.info/Content/rsPDF_84.pdf
- (7) 2012 AF&PA Sustainability Report. http://www.twosides.info:8080/content/rsPDF_255.pdf
- (8) Two Sides/CEPI. <http://www.twosides.org.au/The-European-paper-industry-is-one-of-Europes-biggest-producers-of-biomass-energy>
- (9) U.S. Federal Trade Commission, Environmental Claims - Summary of the Green Guides.
http://www.twosides.info:8080/content/rsPDF_267.pdf
- (10) DEFRA's Quick Guide to Making a Good Environmental Claim, UK Department for Environment, Food and Rural Affairs. Department for Environment, Food and Rural Affairs