



**Gruppo di Lavoro 4**  
**– PROMOZIONE E SOSTENIBILITÀ –**

# P9: Piano di promozione della Piattaforma Italiana del Fosforo

## Indice

Introduzione .....	3
1 Engagement strategy .....	4
1.1 Metodologia .....	4
1.2 Definizione della Contest Map .....	5
1.3 Identificazione degli stakeholder .....	6
1.4 Analisi degli stakeholders .....	8
1.5 Definizione dell'engagement strategy .....	11
2 Promozione della Piattaforma Italiana del Fosforo .....	12
2.1 Il sito web della Piattaforma Italiana del Fosforo e le connessioni con le piattaforme di economia circolare (ICESP – ECESP) .....	12
2.2 Strumenti di comunicazione e disseminazione .....	13
2.2.2 Comunicazione .....	13
2.2.3 Disseminazione .....	14
2.2.3 La Piattaforma Europea del Fosforo .....	14

## Introduzione

Il Ministero dell’Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare (MATTM), ha promosso la nascita della Piattaforma Nazionale del Fosforo, con la finalità, tra le altre, del raggiungimento dell’autosufficienza del ciclo del fosforo su base nazionale e coordinamento con le politiche europee. Il fosforo è infatti materia prima critica per l’Europa, mostrando una dipendenza dalle importazioni da Paesi extra europei quasi totale e un tasso di riciclo da prodotti a fine vita con percentuali bassissime, come mostrato in Tabella 1:

Raw Materials	Dependence from import	Substitution index (EI/SR)	End-of-life recycling input rate
Phosphate rock	81%	1.0/1.0	17%
Phosphorous	100%	0,91/0,91	0%

Tabella 1. Tasso di dipendenza dall’importazione, indice di sostituibilità e tasso di riciclo da prodotti a fine vita del fosforo - Fonte: Bruxelles, 13.9.2017 COM(2017) 490 final Critical raw materials for Europe 2017

La Piattaforma è costituita da stakeholder attivi sul ciclo del fosforo, in particolare sulla conservazione e il recupero, con la partecipazione di centri di ricerca, istituzioni pubbliche e private, aziende e associazioni per la difesa dell’ambiente. ENEA è l’unico membro italiano del Gruppo di Coordinamento della Piattaforma Europea degli Stakeholder dell’Economia Circolare (ECESP) e sulla base di questa selezione ha promosso la nascita della **Piattaforma Italiana degli Stakeholder dell’Economia Circolare (ICESP)**: la Piattaforma Nazionale del Fosforo, pur non essendo nata all’interno di tale iniziativa, ne costituisce ora una buona pratica nell’ambito dei lavori del Gruppo di lavoro 4 ‘Sistemi di progettazione, produzione, distribuzione e consumo sostenibili e circolari’, che ha come obiettivo la promozione di best practices di chiusura del ciclo su catene di valore, sia di prodotto che di materiali.

Attualmente la Piattaforma consta di circa 60 organizzazioni aderenti, così distribuite:

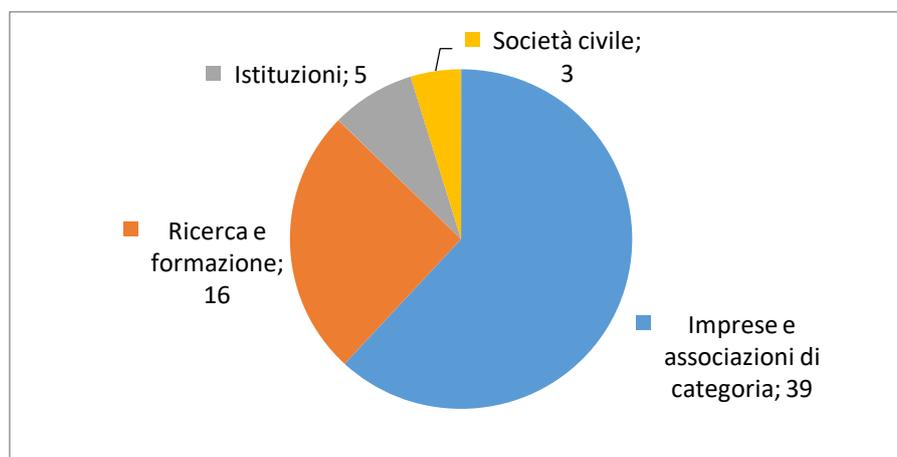


Figura 1. Distribuzione degli stakeholder nella Piattaforma Italiana del Fosforo

La Piattaforma italiana del Fosforo è il primo esempio in Italia di azione integrata per la chiusura del ciclo lungo la catena di valore di un materiale critico, a seguito dell'iniziativa europea ma con modalità operative e obiettivi specifici disegnati sulla realtà italiana. Si ritiene che questa iniziativa possa tracciare la strada per affrontare la tematica anche per altre catene di valore e nel caso di singoli materiali, soprattutto quelli critici.

In questo report si traccia il Piano di Promozione che la Piattaforma intende applicare affinché l'iniziativa resti uno strumento permanente di ausilio per il raggiungimento dell'autosufficienza nazionale sul fosforo.

## 1 Engagement strategy

L'Engagement Strategy della Piattaforma Italiana del Fosforo è stata delineata nell'ambito del programma 'Pioneers into practice' della Climate KIC 2019, nel corso del quale un gruppo di lavoro ha scelto questa iniziativa come challenge su cui sviluppare la strategia, che è stata delineata seguendo diversi steps, come illustrato nei paragrafi seguenti.

### 1.1 Metodologia

L'engagement strategy è stata definita per le 4 categorie di stakeholder a cui la Piattaforma si rivolge, quali:

- Imprese e associazioni di categoria
- Società civile
- Istituzioni
- Ricerca e formazione

La metodologia si è basata sull'approccio 'System Innovation Thinking' e ha seguito un percorso di analisi e poi di coinvolgimento vero e proprio, come presentato schematicamente in Figura 2.



Figura 2. Processo di definizione dell'engagement strategy

In modo particolare l'analisi è avvenuta attraverso tre step:

- Overview degli stakeholder attivi (actor tree – 1.)
- Identificazioni di bisogni, aspettative, sentimenti e attitudini specifiche dei principali stakeholder (Empathy map – 2.)
- Classificazione dei principali stakeholder in virtù del loro potenziale impatto (Relevance – Interest – Expertise map – 3.)

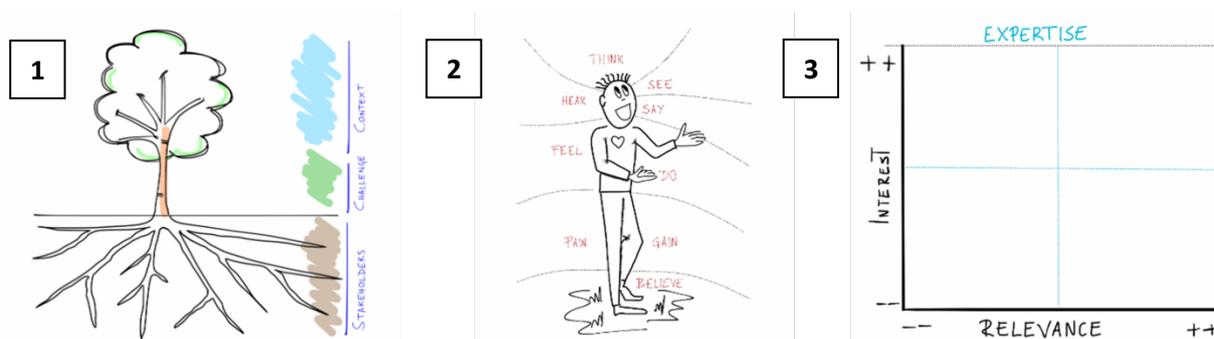


Figura 3. Analisi degli stakeholder

## 1.2 Definizione della Contest Map

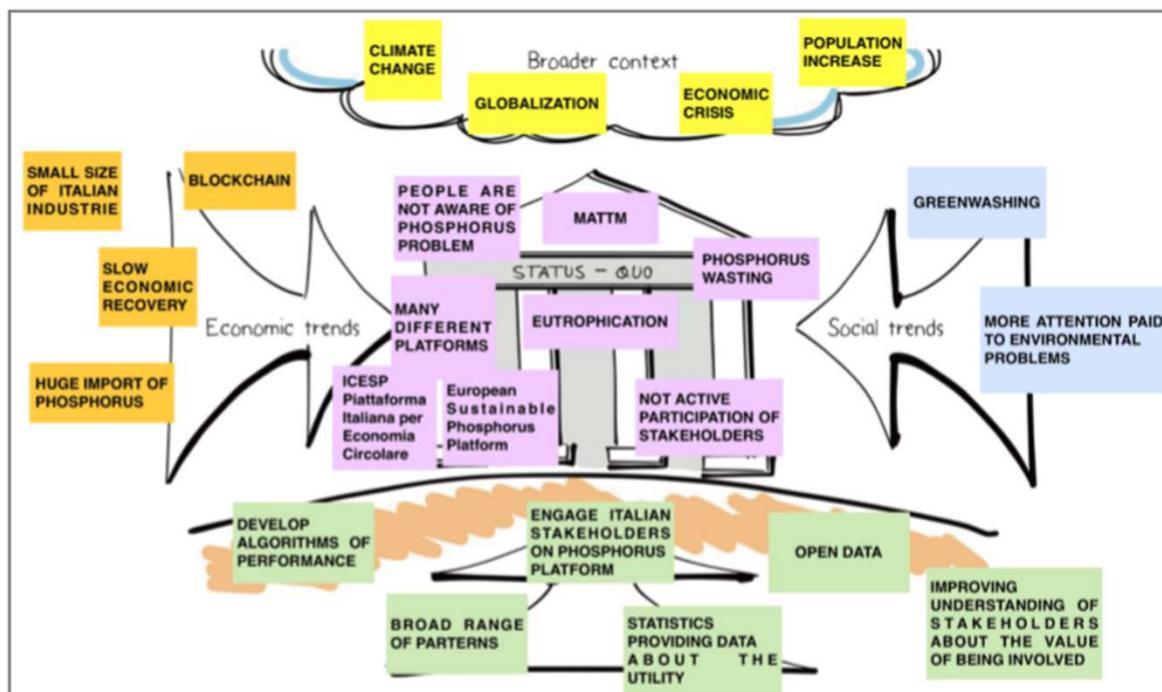


Figura 4. Contest map Piattaforma Italiana del Fosforo

Attraverso la Contest map riportata in Figura 4, sono state identificate le principali tendenze sociali ed economiche che agiscono sulla problematica. Pur essendoci ormai una crescente consapevolezza dei problemi ambientali, il problema del fosforo non è così noto. Pertanto sarà utile suscitare la consapevolezza delle conseguenze di questo inquinante sui sistemi acquatici e, allo stesso tempo, rimarcare l'importanza di questa risorsa non rinnovabile. Appare inoltre un'importante presenza di molte diverse piattaforme che possono disperdere i diversi stakeholder. Tutti questi

punti necessitano di essere analizzati nel contesto generale, in cui agiscono importanti fattori, come i cambiamenti climatici, la crescita della popolazione, la globalizzazione, la crisi economica).

### 1.3 Identificazione degli stakeholder

L'identificazione delle parti interessate è stata effettuata utilizzando l'approccio life cycle thinking. La Figura 5 mostra la catena del valore del fosforo e gli stakeholder attivi in essa. Questi sono generalmente chiamati Core Stakeholders o Actors e identificano le parti interessate che hanno un ruolo attivo e un impegno strategico nel sistema. La value chain include però anche i facilitatori coinvolti nella progettazione, sviluppo e manutenzione del sistema, prevalentemente i policy makers ma anche i ricercatori.

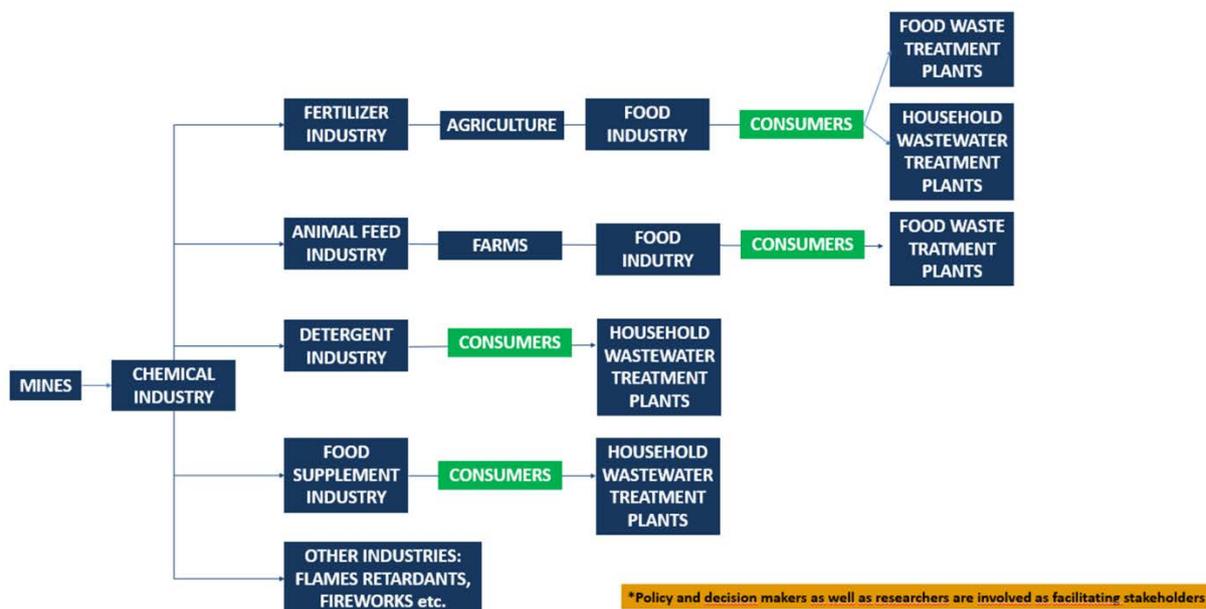


Figura 5. Value chain del fosforo

La comprensione e l'analisi degli stakeholder coinvolti nel mercato del fosforo è stata effettuata usando l'Actor Tree riportato in Figura 6. La prima colonna comprende i principali attori interessati, sia come produttori che come utilizzatori del fosforo, tra i quali sono annoverate le industrie dei settori prevalenti per il fosforo (fertilizzanti, cosmetica, detersivi, chimico). Tuttavia, mentre nella prima categoria il fosforo è considerato una risorsa, nell'ultima è visto come una delle principali preoccupazioni del settore.

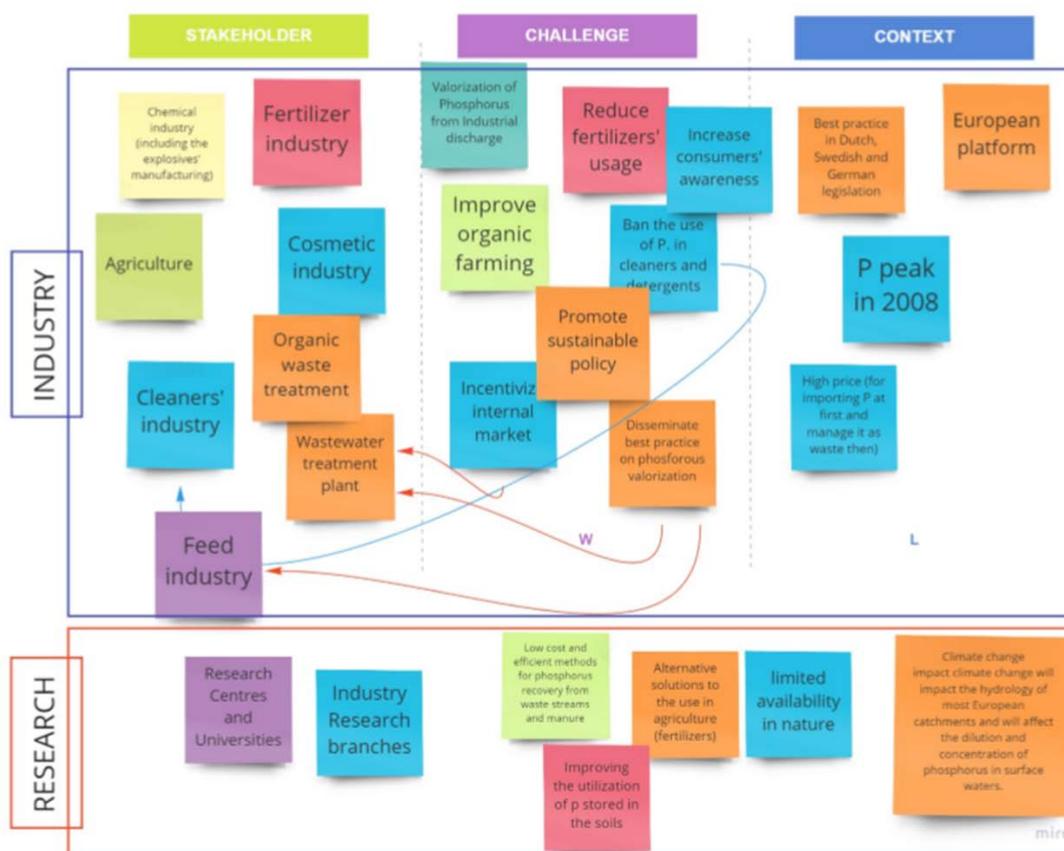


Figura 6 Actor tree per industria e ricerca

La problematica del fosforo, comunque, è di grande interesse anche per società civile e i policy makers, come evidenziato dall'actor tree riportato in Figura 7, dove la prima colonna mette in evidenza le principali parti interessate nella società civile che sono indirettamente toccate da un modello economico non circolare applicato al fosforo. La dispersione di abbondanti quantità di questo elemento nelle acque, per esempio, è fonte di eutrofizzazione dell'acqua, con forte un impatto sull'ambiente. È necessario quindi che sia i cittadini che le associazioni siano correttamente informate e che siano attive per un uso più sostenibile dei rifiuti di fosforo.

D'altro canto le istituzioni hanno il potere di modificare la legislazione in modo da favorire un uso più consapevole e sostenibile delle risorse nazionali. Le istituzioni sono partner chiave per industrie e centri di ricerca e la sinergia tra di loro può essere il motore da utilizzare per realizzare la chiusura del ciclo.

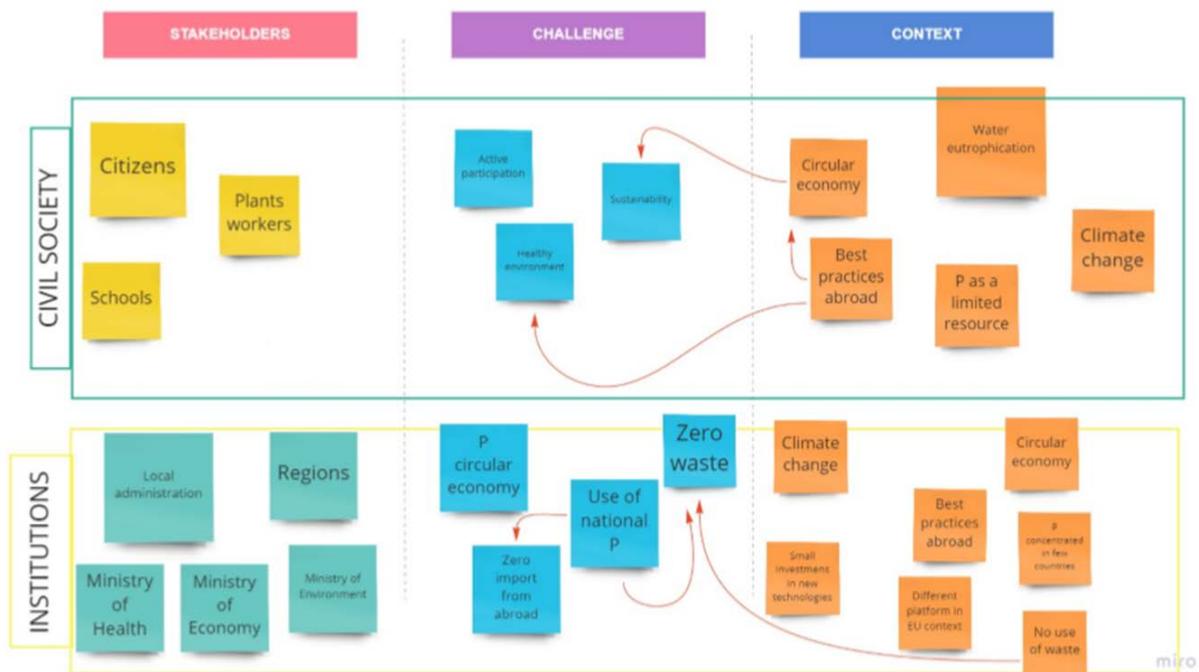


Figura 7. Actor tree per società civile e istituzioni

#### 1.4 Analisi degli stakeholders

Identificati i principali stakeholder del fosforo, è stata tracciata l'Empathy map per ciascuna delle 4 categorie, mostrata nelle figure 8-9-10-11.

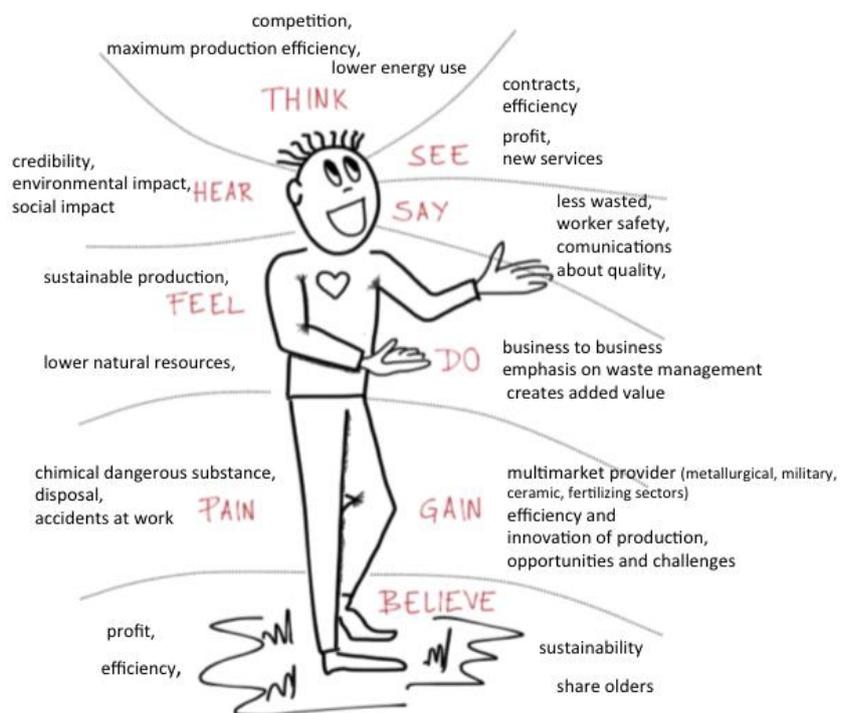


Figura 8 Empathy map per Imprese e associazioni di categoria

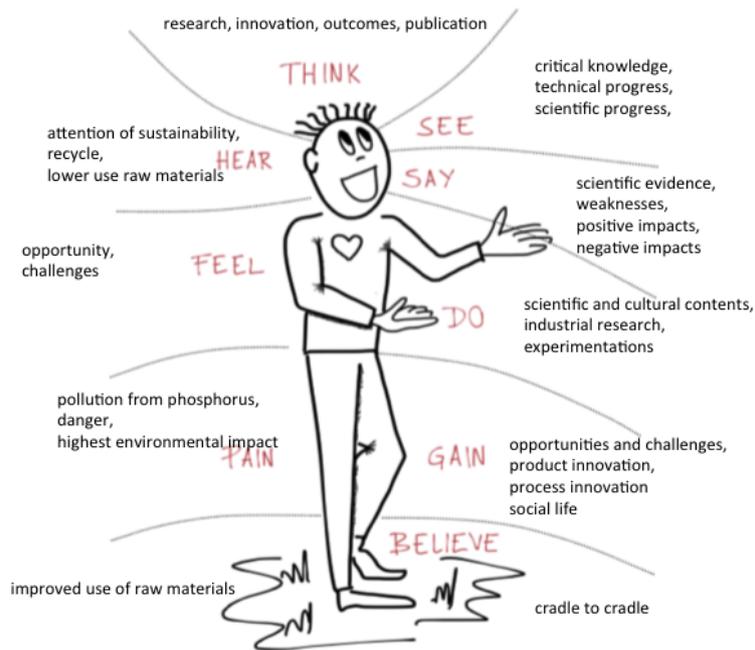


Figura 9. Empathy map per Ricerca e formazione

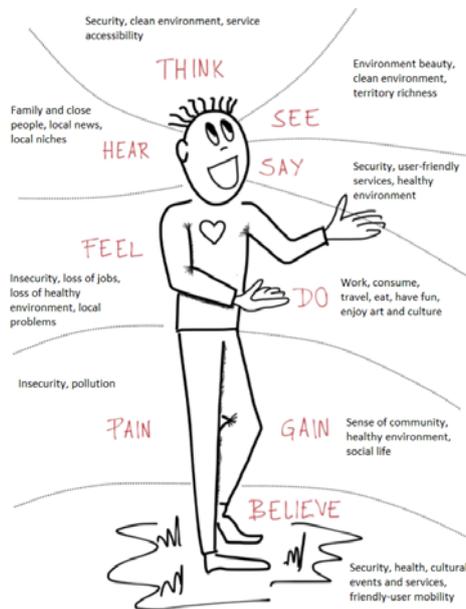


Figura 10. Empathy map per la Società civile

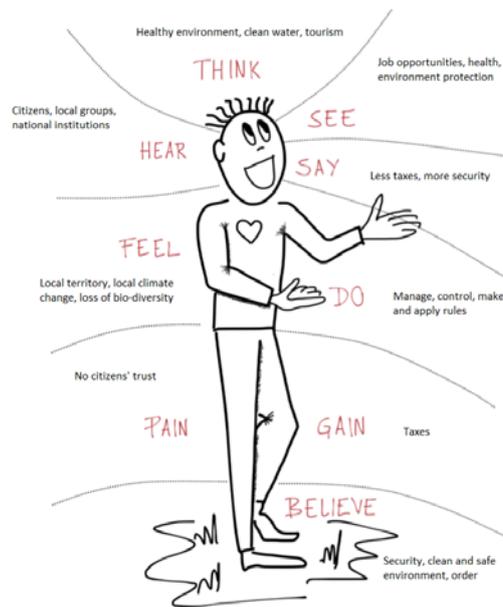


Figura 11. Empathy map per le Istituzioni

Ogni categoria di stakeholder mostra un livello specifico di competenza e interesse per la valorizzazione del fosforo, portando un impatto sull'innovazione con peso diverso. L'analisi in questo senso è stata effettuata con la Relevance – Interest – Expertise map riportata in Figura 12.

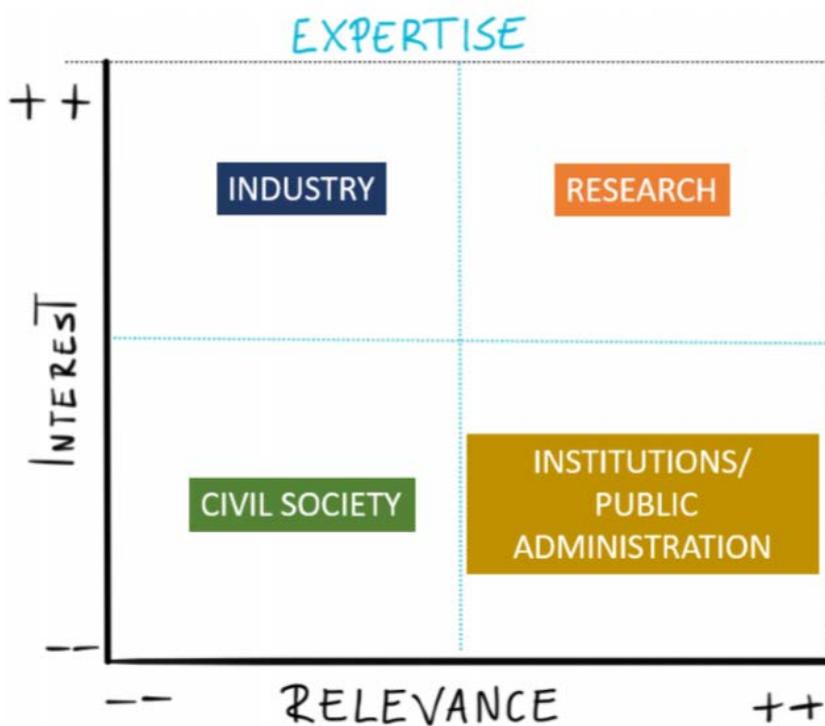


Figura 12. Relevance – Interest – Expertise map

Come sappiamo, la ricerca è la fonte di conoscenza, tuttavia l'interesse principale proviene dalle imprese e associazioni di categoria, che potrebbero ricevere vantaggi economici e ambientali da qualsiasi tipo di innovazione. Le istituzioni hanno poi un ruolo fondamentale nel promuovere la transizione verso un modello circolare di utilizzo di questa risorsa.

### 1.5 Definizione dell'engagement strategy

Sulla base del Relationship Mode Matrix, sono state dunque identificate quattro principali strategie di coinvolgimento in relazione al livello di interesse e competenza.

1) Informazione: questa strategia è rivolta alla società civile, che mostra attualmente un generale basso livello di interesse e rilevanza. Ma il suo impatto potrebbe essere significativo, perché potrebbe costituire un driver di diffusione della consapevolezza, tenendo alta l'attenzione sull'importanza dell'economia circolare. Si suggerisce di utilizzare il sito web, tramite un meccanismo di feedback online, dando un facile accesso a documenti, relazioni e infografiche tramite social media. In collaborazione con istituzioni locali, potrebbero essere progettati un bollettino tematico e/o una mostra.

2) Consultazione / collaborazione: l'industria ha un ruolo cruciale e per questo motivo è importante capirne il comportamento e le motivazioni che spingono le imprese a partecipare, ma anche le paure che la indirizzerebbero altrove. La piattaforma dovrebbe quindi effettuare sondaggi (per avere un primo feedback) e seminari (per avere un maggiore coinvolgimento). Si suggeriscono inoltre focus group, incontri, processi di co-creation e conferenze. Tali iniziative dovrebbero essere organizzate da gruppi di facilitatori con una profonda conoscenza dell'interazione tra le parti ed essere aperte a esperti di questioni tecniche e di mercato. Tutti potrebbero contribuire a creare un Hub del fosforo.

3) Collaborazione / dialogo: la ricerca è l'attore chiave per trasformare il business as usual. È il motore dell'innovazione, quindi è fondamentale coinvolgere gli attori appartenenti a questo settore dall'inizio per sviluppare nuove idee e modi per diffondere l'innovazione. Si suggerisce di creare una task force di ricerca specifica. La piattaforma deve essere collaborativa, di facile accesso e apertura. La comunicazione deve essere continua attraverso newsletter, blog e sito web. Panel di esperti, riunioni e gruppi di lavoro devono essere periodici.

4) Potenziamento / raccolta di informazioni: le istituzioni hanno molta rilevanza nell'attuare gli obiettivi della Piattaforma. La strategia di coinvolgimento dovrebbe essere focalizzata sulla comunicazione del potere dell'innovazione. Responsabilizzare le istituzioni sull'argomento è molto importante per raggiungere la sostenibilità a lungo termine.

## 2 Promozione della Piattaforma Italiana del Fosforo

### 2.1 Il sito web della Piattaforma Italiana del Fosforo e le connessioni con le piattaforme di economia circolare (ICESP – ECESP)

La Piattaforma Italiana del Fosforo è dotata di un sito dedicato, al link <https://www.piattaformaitalianafosforo.it/> (è prevista a breve scadenza anche la versione inglese). Attualmente, oltre ad essere canale informativo con le sezioni dedicate ai gruppi di lavoro e a news ed eventi, costituisce il server di promozione e visibilità di tecnologie e buone pratiche raccolte nel corso dei lavori. Le informazioni sono raccolte con un format definito in modo da poter essere usate anche in altre piattaforme in sinergia, in particolare l'Italian Circular Economy Stakeholder Platform ICESP (<https://www.icesp.it/>), coordinata da ENEA in quanto unico membro italiano del Gruppo di Coordinamento della Piattaforma Europea degli Stakeholder dell'Economia Circolare (ECESP <https://circulareconomy.europa.eu/platform/>). ICESP consta attualmente di circa 100 organizzazioni aderenti, provenienti da imprese e associazioni di categoria, ricerca e formazione, società civile e istituzioni ed è organizzata in 7 Gruppi di lavoro come qui di seguito riportato:

- Ricerca ed eco-innovazione, diffusione di conoscenza e formazione
- Strumenti di Policy e Governance
- Strumenti per la misurazione
- Sistemi di progettazione, produzione, distribuzione e consumo sostenibili e circolari
- Città e Territorio
- Buone pratiche e approcci integrati
- Comunicazione e promozione dell'economia circolare

La Piattaforma Nazionale del Fosforo, pur non essendo nata all'interno di tale iniziativa, ne costituisce ora una buona pratica nell'ambito dei lavori del Gruppo di lavoro 4 'Sistemi di progettazione, produzione, distribuzione e consumo sostenibili e circolari', che ha come obiettivo la promozione di best practices di chiusura del ciclo su catene di valore, sia di prodotto che di materiali. La piattaforma, inoltre, è stata proposta a ECESP per essere menzionata come piattaforma nazionale di economia circolare all'interno della sezione dedicata.

Come obiettivo di promozione a breve termine è prevista inoltre la sottomissione delle buone pratiche raccolte nell'ambito dei lavori del GdL2 della piattaforma a ECESP. Questa operazione sarà fatta in sinergia con il GdL 'Buone pratiche e approcci integrati' di ICESP.

## 2.2 Strumenti di comunicazione e disseminazione

La Piattaforma Italiana del Fosforo è articolata in 4 Gruppi di Lavoro, uno dei quali, chiamato Promozione e Sostenibilità, ha il compito di promuoverne le azioni, oltre che di delinearne la strategia di sostenibilità a lungo termine.

La promozione avviene con due strategie parallele e complementari, comunicazione e disseminazione, come delineato brevemente qui di seguito.

### 2.2.2 Comunicazione

La comunicazione è la strategia di promozione rivolta al grande pubblico, generalmente di non esperti. Gli strumenti che intende utilizzare (e che in parte sta già utilizzando) la piattaforma sono elencati brevemente qui di seguito:

- Sito web (cfr. par. 2.1)
- Brochure informativa, di cui si prevede in futuro anche la versione inglese
- Eventi di promozione per il vasto pubblico (es. Fiera di Ecomondo, Isola della Sostenibilità, eventi promossi dagli aderenti)
- Riviste con target vasto pubblico. Alla piattaforma è dedicato un articolo sulla rivista Energia, Ambiente e Innovazione, edita da ENEA, disponibile sia in versione elettronica (<https://www.enea.it/it/seguici/pubblicazioni/pdf-eai/n-3-settembre-dicembre-2019/45-piattaforma-fosforo.pdf>) che cartacea.
- Settimanale ENEAinform@ in italiano e in inglese - a settimane alterne - inviato per mail e pubblicato sul portale ENEA
- Pagine ENEA sui social Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e YouTube (dove esiste ENEA Channel)
- Pagine social della piattaforma Twitter, LinkedIn, Facebook

Siti web Istituzionali: [www.enea.it](http://www.enea.it); <https://sostenibilita.enea.it>/<https://www.kep.enea.it>

Qui di seguito alcuni esempi di promozioni già online sui siti degli aderenti e su quelli degli ordini professionali correlati:

<http://www.hbigroup.it/2019/03/16/hbi-contribuisce-alla-piattaforma-italiana-del-fosforo/>

<http://www.ingelia.it/missione-fosforo/>

<https://www.certifico.com/chemicals/360-news-chemicals/8066-piattaforma-nazionale-del-fosforo>

[http://www.utilitalia.it/area\\_acqua/circolari?8422bc90-9c4c-412a-9a13-e87de8f5a049](http://www.utilitalia.it/area_acqua/circolari?8422bc90-9c4c-412a-9a13-e87de8f5a049)

<http://ordinemilano.conaf.it/content/piattaforma-fosforo-del-ministero-ambiente>

Anche il Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare affianca ENEA nella promozione degli eventi plenari della piattaforma (<https://www.minambiente.it/pagina/piattaforma-italiana-del-fosforo>; <https://www.minambiente.it/notizie/evento-lancio-la-piattaforma-italiana-del-fosforo-roma-26-marzo-2019>)

L'Ufficio Stampa di ENEA diffonde inoltre le notizie più rilevanti ai media generalisti e di settore (l'evento di lancio del 26.03.19 ha avuto risonanza mediatica su giornali di settore ma anche su quotidiani generalisti come Il Messaggero).

### 2.2.3 Disseminazione

La disseminazione è la strategia di promozione rivolta agli esperti del settore, nel caso specifico organizzazioni impegnate nel recupero e nella gestione del fosforo. Con l'obiettivo di promuovere la piattaforma con questo target, le organizzazioni che hanno aderito al GdL4 'Promozione e Sostenibilità' sono prevalentemente (anche se non esclusivamente) associazioni di categoria che si impegnano a diffondere internamente le iniziative attraverso i loro associati. Federchimica, per es, userà la newsletter interna dedicando alla piattaforma spazi dedicati a news di particolare rilevanza, CIA Agricoltori darà spazio alla piattaforma tramite il proprio Ufficio Immagine e Comunicazione. ENEA stessa, in quanto gestore, si impegna a promuovere i risultati della piattaforma tramite eventi dedicati (es. presentazione dei risultati e consultazione 12.12.19).

Molti dei canali elencati come strumenti di comunicazione saranno usati anche a scopo di disseminazione (es. sito web anche in connessione con ICESP), modificando la strategia comunicativa in modo opportuno. Inoltre sono previste pubblicazioni scientifiche con i risultati ottenuti dalle analisi di mercato e tecnologiche, in collaborazione con le organizzazioni coinvolte.

### 2.2.3 La Piattaforma Europea del Fosforo

La Piattaforma Italiana del Fosforo nasce a valle dell'analogha iniziativa europea di cui si riporta uno screenshot del sito in Figura 13.

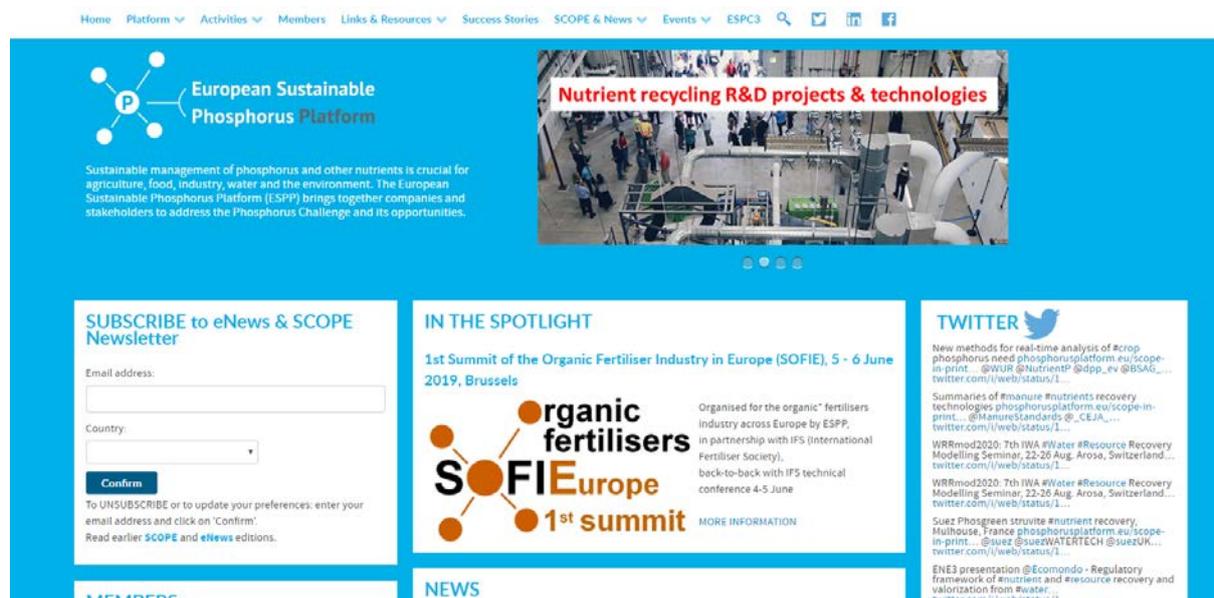


Figura 13. Screenshot sito Piattaforma Europea del Fosforo <https://phosphorusplatform.eu/>

Dall'effettivo lancio dell'iniziativa italiana sono stati attivati subito i contatti con la segreteria europea in modo da allineare le iniziative e incrementarne l'impatto. La piattaforma italiana è inserita nella mailing list di quella europea ed è aggiornata su eventi e proposte di azione comuni. In modo particolare si annovera la raccolta dei commenti sulla Fertilising Products Regulation che il Gruppo 3 'Normativa' sta effettuando, agendo come piattaforma, e che saranno inviati alla Commissione Europea.

La formalizzazione dei legami con la piattaforma europea sarà parte del Piano di Fattibilità per la Sostenibilità a Lungo Termine.