

Què fem per establir quins son els nostres aspectes ambientals significatius?



Per avaluar-los adoptem una metodologia que es basa en diversos criteris segons el tipus d'aspecte ambiental.

Els aspectes directes (derivats de les nostres activitats de despatx), ja sigui en condicions normals i anormals, s'avaluen tenint en compte:

- la **quantitat** (per exemple de residus o de consums) o la **freqüència** amb la que es dona un aspecte,
- la **naturalesa** (per exemple la perillositat d'un determinat residu o producte) i
- l'**extensió** que pot tenir o la **sensibilitat del medi**, és a dir quant pot afectar al medi.

Els aspectes indirectes, aquests que no depenen directament de nosaltres però sobre els quals podem tenir una certa incidència, com per exemple els que depenen dels nostres proveïdors. En aquest sentit valorem aspectes com la idoneïtat ambiental del proveïdor, la seva proximitat, l'adequació del tiratge al tipus del productor, els tipus de tintes i de suports d'impressió amb els que treballa.

Les possibles situacions d'emergència s'avaluen tenint en compte la **probabilitat** de que puguin passar i les **conseqüències** que puguin tenir en el medi ambient.

Quan parlem en canvi del impacte del projectes de comunicació que realitzem, considerem les **característiques del disseny** (format, tipologia de materials, etc.) i el **cicle de vida del producte** (vida útil), al igual que el valor afegit que pot tenir el producte com a **agent de canvi** de cara a l'usuari final, és a dir la capacitat de donar al client o a l'usuari final un missatge amb valor afegit mediambiental.

Per últim, també intentem avaluar la capacitat que tenim com **agents de canvi** per tal de modificar el comportament d'altres parts interessades, com per exemple els clients, proveïdors, organitzacions ambientals (entitats / empreses), escoles de disseny, professionals del món del disseny, altres professionals, mitjans de comunicació i el públic en general. En aquest cas, per ara ens basem en el públic al que aconseguim arribar en xerrades, reunions, etc.