

L'INIZIATIVA

La mostarda è green? Un progetto europeo misura la sostenibilità

Il Consorzio agrituristico mantovano partecipa a Life Effige
Analizzati i processi produttivi di due aziende della filiera

Piccolo non sempre è sinonimo di sostenibile dal punto di vista ambientale. E nemmeno il biologico è, di per sé, una garanzia. Sono alcune delle scoperte emerse dal progetto europeo Life Effige, al quale sta partecipando il Consorzio agrituristico mantovano. Nato con l'idea di misurare l'impronta ambientale delle piccole imprese, il progetto misura

le performance ambientali di un prodotto o di un servizio in tutto il suo ciclo di vita attraverso la Pef (*Product environmental footprint*, l'impronta ambientale del prodotto).

Il Life Effige è inserito in una serie di trenta progetti pilota europei che analizzano l'impatto ambientale nelle filiere produttive. Sotto la lente degli esperti europei sono finiti

tipasta, birra, prodotti del settore lattiero-caseario, e, in questo caso, anche due aziende associate al Consorzio che producono mostarda mantovana: Loghino Sei Piane di Seravalle a Po e Loghino Vittoria di Gazoldo degli Ippoliti.

«L'analisi - spiega il consorzio - parte dal campo, prosegue con la trasformazione, il consumo, la vendita e termina

con il conferimento in discarica».

Tutto è cominciato nell'ottobre 2017, e nei giorni scorsi si è conclusa la prima parte dello studio. Adesso, tenendo conto di questi risultati, le aziende metteranno in pratica gli accorgimenti suggeriti dai tecnici per migliorare l'impatto ambientale. Poi scatterà la seconda fase, con un nuovo studio che consentirà di appurare se le novità introdotte avranno portato i miglioramenti sperati. A giugno 2021 le conclusioni con i risultati definitivi.

Dai primi dati emerge che essere una piccola azienda, o un'azienda biologica con produzioni di altissima qualità, impatta molto di più sull'ambiente che essere una grande impresa. Perché? «Per esempio, perché si fa un'agricoltura estensiva e non intensiva che punta a ricercare una qualità più alta degli ingredienti agricoli. Ma un altro fattore ha a che vedere con l'imballaggio: nelle piccole aziende del progetto si fa un uso massiccio di vetro non riciclato nel confezionamento». Gli esperti di Li-

fe Effige hanno consigliato di controllare il riciclo degli imballaggi in entrata e spingerli verso il massimo riutilizzo, di fare contratti con aziende che garantiscano l'uso, al 100%, di fonti rinnovabili, di controllare le linee produttive e valutare i propri consumi di acqua e energia, di utilizzare vetro 100% riciclato e di usare plastiche biodegradabili.

I consumatori, per queste attenzioni all'ambiente, sono disposti a pagare di più? «Secondo le ultime ricerche - precisa il consorzio - l'80% dei consumatori europei acquista prodotti verdi, e il 26% lo fa regolarmente; il 94% degli europei ritiene la salvaguardia dell'ambiente molto importante e l'87% concorda che a livello individuale è possibile fare la differenza. Il 40% dei consumatori, inoltre, è disposto a pagare un aumento del 5-7%, ma soltanto nel caso in cui le performance ambientali di un prodotto siano veramente superiori a quelle del prodotto con il prezzo di base».

S.Pin.

 CHIAVALLINOTTI-ROSNAS