



WIGREEN - Segreteria Organizzativa
Via Brisa 3, 20123 Milano
Tel. +39 0245495838
wigreen@sprim.com
www.wigreen.it

«Serve maggiore chiarezza per comunicare la sostenibilità»

Da WiGreen gli spunti per una migliore informazione ai consumatori

Nel corso del forum, in programma il 13 e il 14 febbraio a Milano, lanciata una proposta che punta a favorire le aziende impegnate in un percorso virtuoso per la tutela dell'ambiente. Domani l'appuntamento con la green economy

Focus sul consumatore nella prima giornata di **WiGreen - Forum sulla Sostenibilità**, evento promosso dall'area green di **SPRIM ITALIA**, **società di consulenza impegnata nella tutela della salute dell'uomo e dell'ambiente**. Sono stati evidenziati gli errori che comunemente si compiono a tavola in relazione al fenomeno dello **spreco alimentare**, per poi fornire le indicazioni riguardanti i comportamenti da adottare per ridurre la portata. Il tema dello spreco è ormai una vera emergenza nei Paesi occidentali e riguarda soprattutto l'ambiente domestico. Per questo motivo il ruolo del consumatore nei processi di ottimizzazione delle risorse è cruciale. *«Fare corretta informazione su questi temi è un'esigenza ormai improcrastinabile - sostiene Cristina Stancari, assessore all'Ambiente della Provincia di Milano che ha aperto la seconda edizione di **WiGreen - Forum sulla Sostenibilità** -. Ben vengano, dunque, eventi come questo, mirati a illustrare in maniera chiara e divulgativa alcuni accorgimenti che devono entrare a far parte della vita quotidiana».*



PIÙ INCENTIVI PER CHI È "GREEN" - *«Se consideriamo che il 20% delle categorie di prodotti che acquistiamo sono responsabili dell'80% dell'impatto ambientale legato al consumo di beni, riusciamo a chiarire quanto ogni singolo individuo possa agire a difesa dell'ambiente»*, afferma Fabio Iraldo, docente di Management e Tecnologia all'Università Luigi Bocconi di Milano e relatore nel corso della seconda edizione di WiGreen - Forum sulla Sostenibilità. Le poche agevolazioni riservate a chi risulta impegnato in un percorso di miglioramento della sostenibilità delle produzioni rappresentano un ostacolo che, a fronte di cospicui investimenti, impedisce una maggiore competitività sul mercato. I prodotti ecologici, infatti, costano di più. *«Può sembrare una provocazione, ma perché non prendere in considerazione l'ipotesi di **ridurre l'iva sui prodotti sostenibili?** - prosegue Iraldo -. Servirebbe un atteggiamento collaborativo da parte delle istituzioni nei confronti di chi rispetta l'ambiente».*



IMPATTO AMBIENTALE IN ETICHETTA? - La differenza tra chi opera realmente a favore della sostenibilità e chi invece fa **greenwashing** risulta difficile da comprendere per il consumatore ed è per questo che vi è ancora una certa diffidenza. Molte aziende investono nella pubblicità, con l'obiettivo di veicolare messaggi riguardanti il loro impegno a tutela dell'ambiente, ma lo scetticismo del consumatore non sempre si attenua. Per far fronte a questo deficit di chiarezza, l'ipotesi lanciata nel corso di **WiGreen - Forum sulla Sostenibilità** riguarda l'opportunità di vedere indicato l'**impatto ambientale** sull'etichetta dei prodotti nel giro di pochi anni. Si tratta di una misura in grado di calcolare le prestazioni di un bene lungo l'intero ciclo: dall'estrazione delle materie prime alla gestione del "fine-vita", passando attraverso la produzione e l'uso. *«Nei consumatori sta crescendo il desiderio di comprendere in modo semplice quanto i prodotti alimentari e non, acquistati quotidianamente, incidano sull'ambiente - chiarisce Paola Riscazzi, coordinatrice dei progetti sulla sostenibilità ambientale di **SPRIM ITALIA**, che mette a disposizione dell'aziende un'apposita **etichetta ambientale** - . Si tratta di un'indicazione, apponibile direttamente in etichetta, in grado di misurare l'impatto del prodotto sull'ecosistema in termini di emissioni di gas serra, utilizzo e inquinamento dell'acqua e sfruttamento del suolo, lungo tutto il suo ciclo di vita».* Ciò che già offre **SPRIM ITALIA**, la Commissione Europea vorrebbe tramutarlo in un obbligo per tutte le aziende: operanti nel settore alimentare e non. *«L'auspicio è che l'impatto ambientale possa essere anche misurato a livello economico - chiosa Iraldo -. Oggi i prodotti che costano meno sono anche quelli che inquinano maggiormente: i prezzi, purtroppo, non tengono conto dei costi sociali delle produzioni».*

L'IMPEGNO DELLE AZIENDE - Il consumatore riveste una parte rilevante nel percorso di ottimizzazione delle risorse e di riduzione degli sprechi. Fondamentale, però, è anche l'impegno concreto da parte delle aziende, sempre più consapevoli di quanto la sostenibilità possa costituire un "plus" per accaparrarsi nuovi segmenti di mercato. È per questo che nel corso di **WiGreen - Forum sulla Sostenibilità** è stato dedicato un ampio spazio a tre imprese fortemente attive in questo senso: **SC Johnson**, **Syngenta** e **Consorzio Tutela Vini Soave**. I loro rappresentanti hanno descritto i rispettivi percorsi finora compiuti. Alla fine della prima giornata di lavori, il pubblico di **WiGreen** ha deciso di premiare l'impegno di **SC Johnson**, leader nella produzione di prodotti per la pulizia domestica. A ritirare il riconoscimento **Roberto Leopardi**, general manager **SC Johnson Italia**. *«Siamo molto orgogliosi che il nostro impegno a tutela della sostenibilità sia stato apprezzato dal pubblico di **WiGreen** che ha riconosciuto il nostro approccio come practice più sostenibile».* Domani, al termine di una giornata in cui il focus sarà incentrato sullo spreco ambientale ed economico, sarà **Curtiriso**, prima azienda in Europa a produrre riso senza emissioni di anidride carbonica, a sostenere le tematiche correlate alla riduzione dello spreco e alla sostenibilità ambientale. A relazionare sarà **Valentina Lugano**, responsabile ambientale dell'azienda.

Segui **WiGreen** su [Facebook](#) e [Twitter](#).

Ufficio stampa **WiGreen**

Fabio Di Todaro

tel. 02.45495838

mobile. 3347488608

fabio.ditodaro@sprim.com

