

LA SOSTENIBILITÀ ARRIVA IN ETICHETTA

(...) C'è in ballo la sostenibilità ambientale, un valore che si è troppo spesso trascurato e che incide pesantemente sulla salute del Pianeta. È il momento di ricominciare a considerare la nostra Impronta Ecologica (...)



L'EDITORIALE

Massimo Ilari

A pagina 26 della Rivista di gennaio troverete un articolo di Franco Mutinelli e Alessandra Baggio, sull'Etichettatura ambientale del miele e chiaramente di tutti i prodotti.

Tutto ciò grazie alla "Direttiva (UE) 2018/852 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 30 maggio 2018 che si propone di aggiornare la normativa dell'UE esistente, al fine di prevenire la produzione di rifiuti di imballaggio, a cui si affiancano, come ulteriori principi fondamentali, il riutilizzo degli imballaggi, il riciclaggio e altre forme di recupero dei rifiuti di imballaggio e, quindi, la riduzione dello smaltimento finale di tali rifiuti, allo scopo di contribuire alla transizione verso un'economia circolare. Il varo della Direttiva è stato tormentato, ma dopo non pochi rinvii, a partire dal 1° gennaio 2023, sarà obbligatorio introdurre le nuove etichette contenenti le indicazioni relative ai materiali e le istruzioni per il loro riciclo. In ogni caso, sarà consentito che i prodotti già in circolazione sul mercato o etichettati diversamente potranno essere commercializzati sino al loro esaurimento". In caso di inadempienza sarà applicata una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.200 euro a 40.000 euro. Tutto giusto. C'è in ballo la sostenibilità ambientale, un valore che si è troppo spesso trascurato e che incide pesantemente sulla salute del Pianeta.

È il momento di ricominciare a considerare la nostra Impronta Ecologica. Più è grande più si genera un inquinamento diffuso, inquinamento che incide pesantemente sui cambiamenti climatici: hanno un effetto devastante sulla moria delle api e sulla produzione del miele. C'è poco da girarci intorno, l'impronta ecologica è ormai elevatissima, con grandi emissioni di CO2 rilasciate durante il ciclo di produzione, di trasporto, di acquisto e di smaltimento. Quello dell'impronta ecologica è un parametro che non è più possibile trascurare. L'impronta ecologica è stata ideata a metà degli anni Novanta del secolo scorso dallo studente svizzero Mathis Wackernagel e dal professore ecologista William Rees, dell'University of British Columbia, e si è affermata come indicatore della sostenibilità.

Di cosa si tratta esattamente? Misura la "porzione di territorio" (terra o acqua che sia) di cui una persona, una famiglia, una comunità, una città, una popolazione ha bisogno per produrre in modalità sostenibile le risorse che consu-

ma, e per smaltire i rifiuti. L'impronta ecologica di qualsiasi popolazione (dal livello individuale sino al livello di città o di nazione) rappresenta il totale della terra e del mare, ecologicamente produttivi, occupati esclusivamente per produrre tutte le risorse consumate e per assimilare i rifiuti generati da una popolazione. Ed anche la superficie forestale necessaria ad assorbire le emissioni di anidride carbonica, quando si produce energia. Quali sono le categorie di consumo utilizzate? Alimenti, abitazioni, trasporti, beni di consumo, numero di rifiuti e imballaggi non smaltiti correttamente, servizi. Quali sono le componenti considerate? Terra coltivabile, pascoli, foreste gestite, foreste naturali, superficie di mare vicino alla costa, terra urbanizzata, impiego di risorse non rinnovabili. L'impronta ecologica dell'Italia è di 4,2 ettari per persona (un ettaro = 10.000 metri quadrati). Se si divide il numero della popolazione per la superficie di territorio disponibile si ottiene una capacità biologica di 1,3 ettari a persona. Si ha così un deficit ecologico di - 2,9 ettari per persona: in pratica, servono altre due Italie per soddisfare i nostri livelli di consumo e produzione di scarti.

Insomma, è abbastanza evidente che è giusto premere sull'acceleratore della vera sostenibilità ambientale, spazzando via il cosiddetto "greenwashing" che troppo spesso ha fornito un'idea di "verde" in etichetta, più apparente che reale. Un fenomeno che fa tendenza, anche se può sembrare strano, il rispetto per l'ambiente e la sostenibilità stanno sempre più a cuore ai consumatori.

Chi lo afferma? Lo dice un recente Rapporto Coop, dal quale emerge che produzioni italiane e sostenibilità hanno sempre più valore per gli italiani. Ed è evidente che questi desiderata sono stati cavalcate dai responsabili del marketing: sulle confezioni dei prodotti si sono sprecati annunci "verdi", incentrati sulla sostenibilità ambientale e troppo spesso non rispondenti alla realtà. Dunque, non si può che accogliere con favore la nuova Direttiva europea sull'Etichettatura Ambientale e affermare con forza l'importanza dell'Impronta Ecologica.

● Massimo Ilari

(Immagine da 123rf/PS + elab. grafica EP)