

Il Progetto «Made Green in Italy» del Consorzio Aceto Balsamico di Modena

Nicola Fabbri – Ergo srl

Produzione e Consumo Sostenibile

Stato dell'Arte e Prospettive Evolutive delle Certificazioni
Ambientali in Emilia-Romagna – Bologna | dicembre 2020



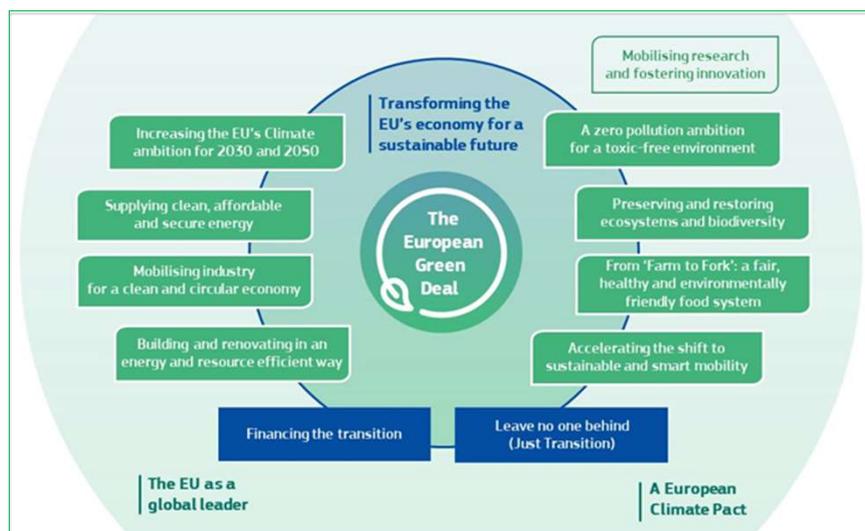
Ergo Srl
Sede Legale e Operativa
c/o Polo Tecnologico - Navacchio
Via Giuntini 25 int. 29
56023 Cascina (PI)

Tel. 050 543757
Fax. 050 570166
www.ergosrl.net



1

EU GREEN DEAL



2

La «scommessa europea»:



- Nuovi obiettivi di riduzione delle emissioni: dal 40% al 55% (e forse il 60%) entro il 2030.
- Creazione di un mercato dove i prodotti «green» abbiano un vantaggio competitivo strategico.
- Forte pressione sui sistemi normativi: mercato ETS, mercato dei capitali, prevenzione del Greenwashing, etc.
- Sviluppo di policy complesse: dall'economia circolare alla finanza sostenibile, dalla normativa LULUCF (Land Use, Land Use Change, and Forestry) ai modelli di assessment, dove **le imprese devono avere un approccio a più livelli.**



3

Consorzio ABM e il «Made Green in Italy»



- Il Consorzio ABM si è orientato sul tema green cogliendo pienamente questa linea di tendenza.
- Ha integrato nella linea della «tutela» anche il **messaggio ecologico**, dando forza al Marchio di Origine
- Ha presentato domanda e vinto un bando del Ministero dell'Ambiente sul marchio Made Green in Italy. Questo perché ABM rappresenta un insieme di aziende che fanno ben oltre il 50% del fatturato del settore degli aceti (complessivamente arrivano a circa il 65%).



4

Consorzio ABM e il «Made Green in Italy»



- ✓ Made Green in Italy» è istituito dall'art. 21, comma 1 della legge n. 221/2015 (Collegato ambientale alla legge di stabilità del 2014) recante "Disposizioni in materia ambientale per promuovere misure di *green economy* e per il contenimento dell'uso eccessivo di risorse naturali.
- ✓ Rispecchia la policy Europea sul Green Deal perché si pone l'obiettivo di misurare le prestazioni ambientali delle imprese, in base alla direttiva UE 2013/179 sull'Impronta ambientale di prodotto e di impresa.



5

Made Green in Italy



Introduce un concetto di **prestazione ambientale** che è molto innovativo. Immaginate di chiedere un fido in banca e che la vs impresa venga valutata in base a due criteri:

- ✓ Il merito creditizio: parametri economici;
- ✓ Il merito ambientale: gestione dei propri impatti ambientali.

Mentre per il merito creditizio ci sono già strumenti consolidati, per il merito ambientale va costruito un sistema di contabilità ambientale per le aziende!



6

Made Green in Italy



- ✓ Il marchio prevede alcuni parametri fondamentali:
 - a) La definizione di una «Regola di Categoria di Prodotto» (RCP);
 - b) Un manuale che identifica come utilizzare il marchio MGI, che il Ministero sta per rilasciare;
 - c) L'accordo con gli enti di certificazione di ACCREDIA per l'ottenimento del marchio da parte delle imprese.
- ✓ Senza la creazione della RCP di settore è impossibile pensare ad un marchio MGI per i produttori di ABM.
- ✓ Con **Bando vinto sul Made Green in Italy per la produzione di aceto**, sarà possibile completare lo **studio per tutti gli aceti italiani: Aceto Balsamico di Modena, Aceto di Vino, Aceto di mele e altri frutti**.
- ✓ **Quando viene approvata la RCP, allora ogni azienda può certificarsi facendo una procedura interna e chiamando un ente certificatore accreditato presso ACCREDIA per ottenerlo.**



7

Made Green in Italy

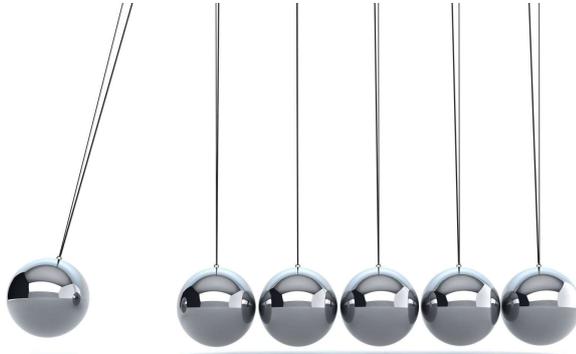


Attenzione: non tutte le imprese potranno avere il marchio; dipende dalle proprie prestazioni ambientali. Infatti:

1. Nello studio che definisce la RCP si userà la metodologia dell'impronta ambientale (PEF – Product Environmental Footprint), che trasforma tutti gli input del processo produttivo in quindici categorie di impatto ambientale.
2. Lo Studio definirà degli «impatti medi di settore» in base ai quali saranno definite tre categorie.
3. Solo se un'impresa si trova sotto la media o vicino alla media, potrà ottenere il marchio. Se è sopra di un certo valore, non potrà farlo.
4. Questa è la ragione per cui il marchio MGI introduce una valutazione prestazionale delle imprese.



8



Grazie per l'attenzione!