

## Macomer. Consorzio del Pecorino Romano unico del settore in Italia ad aderire alla sfida "LIFE MAGIS"

Un "Marchio Green" da Europa e Ministero Ambiente alle aziende che producono rispettando l'ambiente

La Green Economy viaggia veloce dall'Europa alla Sardegna e porta una novità con il progetto LIFE MAGIS: il "marchio green" del Ministero dell'Ambiente per garantire, e certificare nero su bianco, la capacità di un'azienda di produrre inquinando poco e rispettando l'ambiente. La certificazione da parte del Governo italiano è frutto del recepimento

delle raccomandazioni dell'Unione Europea in tema ambientale: le aziende che ambiscono al "marchio green" devono aderire al progetto, sottoporsi a tutta una serie di controlli e, se li superano a pieni voti, ottengono il riconoscimento. Il Consorzio per la tutela del Pecorino Romano DOP è l'unico in Italia a partecipare al progetto nel settore lattiero-caseario, con l'obiettivo di guadagnare il riconoscimento che interesserà l'intera filiera produttiva del Pecorino Romano DOP. Non solo: è la prima volta, a livello internazionale, che verrà valutata la cosiddetta impronta ambientale nella produzione del latte di pecora (finora le valutazioni sono state fatte esclusivamente sul latte vaccino).

Palitta: rispetto dell'ambiente nostra priorità – "Attraverso questo progetto si darà una corretta informazione sulla sostenibilità dei nostri allevamenti e delle nostre produzioni in un mercato sempre più attento alle tematiche ambientali dei prodotti agroalimentari", sottolinea il presidente del Consorzio Salvatore Palitta. "Con l'impegno in questo progetto, proseguiamo un percorso già avviato nel progetto Sheep to Ship Life con il CNR IBE, sulla valutazione ambientale dei prodotti della filiera lattiero casearia ovina. Quella sul rispetto dell'ambiente è una battaglia che abbiamo fatto nostra da tempo e continueremo con convinzione a portare avanti, per rafforzare ancora di più il messaggio sulle qualità ambientali del Pecorino Romano e aumentarne l'attrattiva nei confronti dei consumatori", sottolinea Palitta.

Il progetto di cui il Consorzio è partner si chiama "LIFE MAGIS – MAdE Green in Italy Scheme (LIFE18 GIE/IT/000735)", co-finanziato dal Programma LIFE della Unione Europea e coordinato da ENEA – Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile, che ha preso avvio a settembre 2019 e si concluderà a dicembre 2022. Il progetto intende contribuire alla diffusione dello schema nazionale volontario per la valutazione e la comunicazione dell'impronta ambientale dei prodotti (Made Green in Italy, MGI), previsto dal Collegato ambientale del 2015 (Legge 28 dicembre 2015, n. 221) nel quadro delle iniziative di promozione della green economy. Il MGI utilizza la metodologia per il calcolo dell'impronta ambientale dei prodotti (PEF) promossa dall'Unione Europea con la Raccomandazione 2013/179/UE. Oltre al Consorzio per la Tutela del Formaggio Pecorino Romano le attività vedono coinvolti diversi partner industriali (Apo Conerpo Soc. Coop. Agricola, Cosmetica Italia – the personal care association, Legnolegno sc, Lineapelle Srl, Unione Italiana Food), che rappresentano i settori produttivi di riferimento per i prodotti oggetto della sperimentazione (pellame, cosmetici, serramenti e alcuni prodotti agroalimentari quali caffè, prodotti da forno, gelati e ortofrutta).

Il progetto con ENEA capofila e coordinatore, sarà inoltre affiancato dai tre partner tecnico-scientifici: l'Istituto per la Bioeconomia del Consiglio Nazionale delle Ricerche, la Scuola Universitaria Superiore Sant'Anna di Pisa

e l'Università Tecnica di Aquisgrana (Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen University).

In LIFE MAGIS verrà sperimentato l'intero processo previsto nel Regolamento del MGI, a partire dallo sviluppo di Regole di Categoria di Prodotto (RCP) e dalla definizione di classi di prestazione ambientale fino alla loro applicazione in almeno 21 aziende dei settori coinvolti. Saranno inoltre svolte alcune attività per valutare la percezione da parte dei consumatori delle informazioni veicolate dal MGI e ottimizzare le modalità di comunicazione verso clienti e consumatori finali.