

LAYMAN'S REPORT OF THE LIFE MAGIS PROJECT

Calculate and communicate the environmental impact of products with Product Environmental Footprint and Made Green in Italy



**LIFE
MAGIS**

MAde Green in Italy Scheme

THE CONTEXT

Companies use environmental topics in the communication of their products more and more frequently but too often they use vague, inaccurate, unverifiable, or even misleading statements and claims.

Potential customers and consumers, although increasingly interested in evaluating offers also for their impact on the environment, as a result become wary of the credibility of the environmental claims reported on products and the proliferation of unclear commercial practices linked to the topic of sustainability.

To **maintain the economic competitiveness** of European products on global markets, at the same time **minimizing negative impacts on the environment**, it is necessary for all actors involved to have available information on the environmental benefits, economic savings, and commercial opportunities that a more efficient and circular use of resources can bring.

With the **“European Green Deal”**, the European Commission is committed to ensuring that consumers have the power to make more informed decisions and play an active role in the ecological transition.

In **“A new Circular Economy Action Plan for a cleaner and more competitive Europe”**, one of the tools promoted by the Commission to support this objective is the Product Environmental Footprint (PEF), a method that quantifies the environmental performance of products through indicators such as global warming or land and water use, during their whole life cycle (i.e. pre-production, production, distribution, use and consumption, end of life).

At the same time and with the same objectives, in Italy **the Ministry of the Environment has promoted Made Green in Italy**, a voluntary scheme that adopts the PEF for the evaluation and communication of the environmental footprint of "Made in Italy" products.

THE LIFE MAGIS PROJECT

The **LIFE MAGIS – MAde Green in Italy Scheme** project experimented how to use PEF and Made Green in Italy to deal in a reliable and transparent way with the measurement and environmental communication of products in some Italian supply chains in the agrifood, window production, and leather sectors.

The project, co-funded by the **LIFE Programme** of the European Union, started in **September 2019** and ended in **April 2023**.

The two **main goals** of the project partners were:

- contribute to **giving citizens and consumers** interested in sustainability and the environment **reliable and comparable information on the environmental impacts of products**, to help them make informed and conscious choices
- **help Italian companies** that are committed to reducing the environmental impact of their products to **highlight their qualities and efforts**, to make them more competitive.

From the point of view of **results, the partners involved in the project have**

- developed proposals for new **PEF Category Rules (PEFCRs) and Product Category Rules (PCRs), i.e. guidelines for applying PEF and Made Green in Italy**
- carried out **tests with some Italian companies on the use of PEFCRs and PCRs to study the environmental impact of their products**
- helped the companies involved to use the results of the studies to integrate the **communication of their products and identify improvement plans**
- created **procedures for reviewing PEFCRs and PCRs and for verifying and validating studies**
- transferred their **experience to other supply chains in Italy and abroad**
- made **materials and tools available to facilitate the implementation of other studies**

I PARTNER DEL PROGETTO

I partner di LIFE MAGIS sono enti di ricerca e università, associazioni di categoria, consorzi e un'organizzazione di produttori agricoli. Sono rappresentati i settori agroalimentare, dei serramenti e conciarario.



COORDINATORE DEL PROGETTO

ENEA è l'Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile. Si occupa di ricerca, di innovazione tecnologica e di fornire servizi avanzati alle imprese, alla pubblica amministrazione e ai cittadini nei settori dell'energia, dell'ambiente e dello sviluppo economico sostenibile.

www.enea.it



Apo Conerpo Società Cooperativa

Agricola è oggi la principale organizzazione di produttori ortofrutticoli d'Europa. La sua base sociale comprende cooperative "storiche" dell'Emilia-Romagna e altre importanti realtà produttive del Nord, Centro e Sud Italia impegnate nelle fasi di raccolta, conservazione, lavorazione, confezionamento e spedizione di prodotti ortofrutticoli freschi.

www.apoconerpo.com



Il **Consorzio di Tutela del formaggio Pecorino Romano DOP** ottiene nel 1981 l'incarico di vigilanza su produzione e commercio del Pecorino Romano. Dal 1996 detiene il marchio DOP che tutela e vigila la produzione ed il commercio del Pecorino Romano, la denominazione in Italia e all'estero e si occupa dell'incremento del consumo e del miglioramento qualitativo del prodotto.

www.pecorinoromano.com



L'**Istituto per la BioEconomia del Consiglio Nazionale delle Ricerche - CNR IBE** si occupa della definizione di strategie di mitigazione ed adattamento ai cambiamenti globali, e sviluppo di sistemi sostenibili di utilizzo delle biorisorse a scopo alimentare, manifatturiero, edile ed energetico.

www.ibe.cnr.it



Legnolegno è un consorzio nazionale che offre servizi dedicati alle attività imprenditoriali nel settore dei serramenti e degli accessori e componenti per porte e finestre. Raccoglie più di 1.000 realtà artigiane e di piccola industria del settore delle chiusure tecniche e collabora con 30.000 operatori di settore.

www.legnolegno.it

LINEAPELLE

Lineapelle è la società di servizi dell'Unione Nazionale Industria Conciaria (UNIC). Oltre ad organizzare eventi fieristici, Lineapelle affianca per statuto UNIC svolgendo attività di sviluppo e promozione della sostenibilità ambientale, economica e sociale del settore conciario avvalendosi di proprio personale.

www.lineapelle-fair.it



L'**Institute of Sustainability in Civil Engineering (INaB)** è stato istituito il 1° giugno 2017 presso la Facoltà di Ingegneria Civile della RWTH Aachen University. Il suo focus di ricerca è lo sviluppo e l'implementazione di metodi, etichette, valutazioni e strumenti per misurare le prestazioni di sostenibilità economica, sociale e ambientale di prodotti, servizi e comunità.

www.inab.rwth-aachen.de



Sant'Anna
School of Advanced Studies - Pisa

Scuola Superiore Sant'Anna è una università pubblica che opera nel settore delle scienze applicate. All'interno dell'università, l'istituto di management è uno dei centri di ricerca del dipartimento di economia della Scuola, all'interno del quale un team di professori e ricercatori conduce studi e ricerche sulla sostenibilità (Management della sostenibilità).

www.santannapisa.it



quality, taste and pleasure

Unione Italiana Food nasce dall'unione di due delle più rappresentative associazioni di categoria dell'alimentare italiano, AIDEPI (Associazione delle Industrie del Dolce e della Pasta Italiane) e AIIPA (Associazione Italiana Industrie Prodotti Alimentari) per valorizzare e tutelare settori, aziende e prodotti fra cui caffè, prodotti da forno e gelati.

www.unioneitalianafood.it

LE FILIERE E I PRODOTTI RAPPRESENTATI

Il progetto LIFE MAGIS ha sperimentato l'intero percorso dello schema Made Green in Italy per i prodotti seguenti e le loro filiere.

Pecorino Romano DOP

Naturalmente privo di lattosio e dalla storia millenaria, il Pecorino Romano DOP viene prodotto per oltre il 95% in Sardegna e per la quota restante nel Lazio e nella provincia di Grosseto. Nel sistema delle DOP rappresenta il 52% dei prodotti derivanti dal latte ovino nell'UE e l'85% in Italia. Il sistema produttivo, che è sottoposto a un Disciplinare di produzione, coinvolge 12.000 aziende zootecniche, 25.000 addetti complessivi e 40 caseifici produttori. Il valore alla produzione è pari a 230 milioni di euro.



Caffè

Il caffè si ottiene dai semi tostati e macinati di alcune piante del genere Coffea, che fanno parte delle Rubiacee, famiglia di piante tropicali con oltre 66 specie. Due di queste sono universalmente conosciute, coltivate e commercializzate: la Coffea arabica e la Coffea canephora, detta Robusta. Consumato con la classica "pausa caffè" al lavoro, un gesto di ospitalità quando si invita qualcuno a casa o semplicemente per iniziare la giornata carichi grazie alla caffeina.



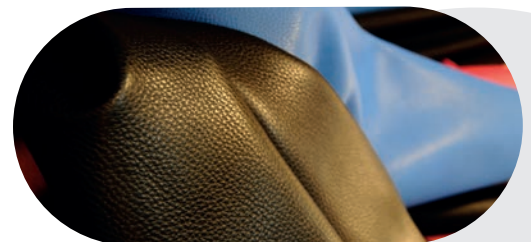
Cipolla di Medicina

Coltivata nella Pianura bolognese fin dal Medioevo, la cipolla di Medicina è registrata con marchio collettivo presso la Camera di Commercio e viene coltivata su una superficie totale di 700/800 ettari, in 6 comuni della provincia di Bologna (Medicina, Castel Guelfo, Castel San Pietro Terme, Ozzano Emilia, Dozza e Imola). Circa il 10% della produzione nazionale è riconducibile al marchio Cipolla di Medicina che vede sul territorio circa 150 aziende agricole produttrici con 500 addetti.



Pelli finite

La pelle è un materiale naturale e rinnovabile. Esempio di circolarità perché nasce dal recupero di un by-product dell'industria alimentare e presenta proprietà eccezionali, conferitegli dalla sua conformazione naturale che garantisce resistenza, flessibilità e capacità di adattamento a varie forme, traspirazione e isolamento termico. Per le sue caratteristiche e la versatilità, da sempre valorizza le scelte creative della moda, dell'industria dell'accessorio, del lusso, del design e degli interni auto.



Gelati

Si distinguono in "Gelati da passeggio" e "Gelati da asporto". Nella categoria "gelato da passeggio" rientrano le più classiche tipologie del gelato all'italiana: lo "stecco" il "cono" o "cornetto", la "coppetta", il "ghiacciolo". Il "gelato da asporto" identifica una modalità di confezionamento, in porzioni multiple, destinata al consumo domestico. In questa categoria rientrano i "multipack", le "vaschette e secchielli", le "torte", i "tranci" e infine le cosiddette "specialità da tavola".



Lievitati di ricorrenza

Si tratta del Panettone e del Pandoro, tradizionali dolci italiani della ricorrenza, ma anche veri e propri ambasciatori del "Made in Italy" nel mondo, sempre più apprezzati anche all'estero. Dal 2005 la qualità di Panettone e Pandoro è garantita da un Decreto, adottato congiuntamente dal Ministero delle Attività Produttive e da quello delle Politiche Agricole, che stabilisce la definizione e la composizione di questi prodotti da forno tipici della tradizione italiana.



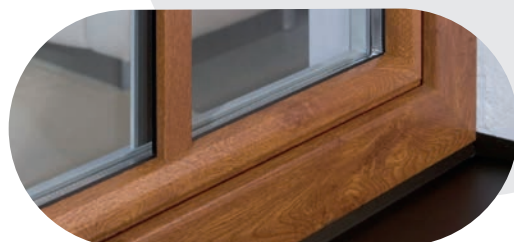
Merendine non sfoglia

Le merendine sono piccoli dolci monoporzione a base di pandispagna o pastafrolla. Oltre a garantire un costante controllo sugli aspetti igienici e tecnologici, la moderna industria dolciaria, lavorando a stretto contatto con i nutrizionisti, assicura a questi prodotti una composizione nutrizionale ottimale e sempre più in linea con le moderne esigenze alimentari, privilegiando le ricette più semplici e arricchendole di ingredienti naturali, quali fibre, yogurt e frutta.



Serramenti in legno

I serramenti in legno costituiscono uno dei principali componenti dell'involucro esterno degli edifici. Negli ultimi anni le mutate e crescenti esigenze in termini di risparmio energetico, isolamento acustico e protezione dagli agenti atmosferici hanno determinato un rapido ed incisivo sviluppo di questi prodotti, sia da un punto di vista tecnologico che estetico. Naturale punto di connessione tra l'interno e l'esterno, i serramenti rappresentano oggi uno dei principali elementi di vivibilità e valorizzazione degli edifici.



I RISULTATI DEL PROGETTO

Per approfondire i risultati prodotti da LIFE MAGIS è possibile consultare la sezione “Risultati” del sito di progetto (www.lifemagis.eu).

Product Environmental Footprint Category Rules (PEFCR)

Durante il progetto LIFE MAGIS, i partner hanno sviluppato nuove proposte di Product Environmental Footprint Category Rules (PEFCR), ovvero le **linee guida per applicare il metodo PEF a specifiche tipologie di prodotto** tenendo in considerazione le caratteristiche dei loro processi produttivi e delle loro filiere. Sono state sviluppate **sette PEFCR dedicate al mercato italiano**, una per ognuna delle otto categorie di prodotto di LIFE MAGIS a meno delle pelli finite, per cui è già disponibile una PEFCR a livello europeo sviluppata durante la fase pilota del metodo PEF.

Per ottenere questo risultato, i partner hanno realizzato **uno studio di impatto ambientale su un prodotto medio rappresentativo di ogni categoria**, ovvero per esempio hanno studiato con il metodo PEF l'impronta ambientale media della merendina oppure della finestra in legno che il consumatore italiano trova disponibile sul mercato. L'esperienza di questi studi ha permesso di definire le linee guida che deve seguire un'azienda che rientri in una delle categorie considerate e voglia fare uno studio PEF su un suo prodotto.

In ogni PEFCR viene specificato a quale categoria di prodotti si applicano le linee guida, quali fasi del ciclo di vita del prodotto sono da considerare, quali indicatori devono essere calcolati, come raccogliere i dati in azienda o dai propri fornitori, quali dati di default sono da usare quando una raccolta diretta non sia possibile e come infine siano da calcolare gli impatti.

Sono inoltre presentati i risultati dell'analisi fatta sul prodotto medio italiano, che costituisce **il benchmark per quella categoria di prodotto**.

Regole di Categoria di Prodotto (RCP) per lo schema Made Green in Italy

Il progetto LIFE MAGIS ha poi realizzato nuove proposte di Regole di Categoria di Prodotto (RCP), ovvero le **linee guida dello schema Made Green in Italy specifiche per tipologia di prodotto** e che devono essere seguite dalle aziende che vogliono provare a ottenere il marchio Made Green in Italy.

Le RCP di LIFE MAGIS sono otto, una per ogni categoria di prodotto su cui ha lavorato il progetto, e sono state sviluppate a partire dalle PEFCR aggiungendo gli elementi che caratterizzano lo schema Made Green in Italy. Infatti nelle RCP si trovano **non solo le regole per eseguire lo studio** di impatto ambientale **ma anche le tre classi di performance** con cui ogni prodotto che voglia ottenere il marchio Made Green in Italy si deve confrontare.

Sulla base dei risultati ottenuti dal prodotto medio italiano (benchmark), per ogni categoria nelle RCP sono definite: la classe A, in cui rientrano i prodotti con performance ambientali migliori del benchmark, la classe B, in cui rientrano i prodotti in linea con la media, e la classe C, in cui rientrano i prodotti la cui impronta ambientale è peggiore della media nazionale e quindi non ottengono il marchio Made Green in Italy.

Lo sviluppo delle RCP fa **parte della sperimentazione del percorso di applicazione di PEF e Made Green in Italy** fatta dai partner di LIFE MAGIS ma questi documenti possono anche **diventare in alcuni casi quelli ufficiali adottati dallo schema italiano**. È questo il caso della RCP del **gelato in vaschetta e multipack**, attualmente già in corso di validità, e di quella del **formaggio ovino a pasta dura**, in corso di presentazione al momento di questa pubblicazione.

Test con aziende pilota delle PEFCR e RCP sviluppate

Nel progetto sono state coinvolte **ventuno aziende italiane** i cui prodotti fanno parte delle tipologie studiate da LIFE MAGIS. Con il supporto dei partner del progetto, ogni azienda ha **analizzato l'impatto ambientale di uno o più dei propri prodotti** usando la PEFCR e la RCP di riferimento e **creato la Dichiarazione di Impronta Ambientale di Prodotto (DIAP)** di ogni prodotto, come previsto dal Made Green in Italy.

Gli sviluppatori delle linee guida hanno ricevuto dalle aziende **indicazioni sulla chiarezza, completezza e applicabilità a casi reali** delle loro PEFCR e RCP.

Le aziende hanno potuto confrontarsi con PEF e Made Green in Italy, identificando **criticità ambientali e potenzialità di miglioramento** dei propri prodotti.

Piani di miglioramento ambientale

Lo schema Made Green in Italy richiede che i prodotti con risultati in classe B per ottenere il marchio debbano presentare, insieme alla richiesta e ai risultati dell'analisi di impatto, anche un piano di miglioramento, che dettati **le azioni che saranno intraprese nei successivi tre anni per migliorare la performance ambientale del prodotto**. Durante il progetto LIFE MAGIS, indipendentemente dai risultati ottenuti **tutte le aziende** coinvolte nella sperimentazione **hanno definito piani di miglioramento** per i propri prodotti, per confrontarsi anche con questa parte dello schema.

I piani definiscono le azioni che potrebbero essere intraprese, per esempio l'uso di fonti rinnovabili per la produzione di energia per i processi produttivi o la progettazione di imballaggi più ambientalmente sostenibili.

Procedure di revisione, verifica e validazione

I partner di LIFE MAGIS si sono confrontati con la necessità che PEFCR, RCP e studi siano valutati anche da **sogetti esterni ai gruppi di lavoro** che li hanno prodotti, **per garantirne qualità e affidabilità**.

Per questo all'interno del progetto sono state sviluppate **procedure di revisione delle PEFCR e delle RCP e di validazione e verifica degli studi** di impatto ambientale fatti seguendo quelle linee guida.

Le procedure di revisione sono state usate per l'analisi delle PEFCR e delle RCP da parte di gruppi di esperti di valutazione ambientale interni al progetto ma non coinvolti nelle specifiche filiere, che hanno segnalato **possibili correzioni e suggerimenti per il miglioramento** delle singole linee guida.

Per la verifica e validazione sono stati coinvolti anche esperti esterni al progetto che, lavorando in gruppo e con i partner del progetto, hanno **verificato che gli studi fossero conformi** alle PEFCR e RCP seguite e **validato che i dati usati fossero affidabili, credibili e corretti**.

Dataset per fare nuovi studi

Per ogni categoria di prodotto, il progetto ha reso pubblici uno o più "dataset", ovvero un **insieme di dati che rappresenta tutti i processi** (materiali, energia, lavorazioni,...) **legati al ciclo di vita del prodotto stesso o di sue parti, ingredienti o processi produttivi**. I dataset possono facilitare la realizzazione di altri studi di impatto ambientale. Per esempio un prodotto alimentare che ha come ingrediente la cipolla di Medicina può usare il dataset per integrare nel calcolo del suo ciclo di vita complessivo tutto quello che ha a che fare con quell'ingrediente.

I RISULTATI DEL PROGETTO

Per approfondire i risultati prodotti da LIFE MAGIS è possibile consultare la sezione "Risultati" del sito di progetto (www.lifemagis.eu).

Campagne di comunicazione per far conoscere PEF e Made Green in Italy

Per **far conoscere il metodo PEF e lo schema Made Green in Italy al grande pubblico e accrescere la consapevolezza delle aziende** su questi temi, LIFE MAGIS ha prodotto una campagna di comunicazione attraverso Facebook che, al momento di questa pubblicazione, ha raggiunto **più di 4 milioni di persone in Italia e nel resto d'Europa**. Fanno parte della campagna **una serie di post educativi** che spiegano, per esempio, le categorie di impatto ambientale considerate dal metodo PEF o cosa sia il *greenwashing*, quell'ecologismo di facciata alla base di pratiche commerciali ingannevoli che PEF e Made Green in Italy vogliono contribuire a combattere.

La campagna include anche **due video**, uno su PEF e uno su Made Green in Italy, entrambi sia in versione italiana che inglese, e **alcuni quiz** per permettere ai visitatori di testare e migliorare la propria conoscenza delle tematiche ambientali legate ai prodotti e agli acquisti.

Una app per esplorare l'impatto ambientale di un prodotto

Grazie alla **collaborazione con GS1 Italy**, ente no profit che si occupa di standard di comunicazione fra aziende e del rilascio dei codici a barre in Italia, LIFE MAGIS ha potuto sperimentare un modo per permettere a consumatori e clienti di approfondire la conoscenza dell'impatto ambientale di un prodotto in modo semplice e efficace.

È stata infatti sviluppata **un'applicazione mobile che permette di accedere alle informazioni ambientali** legate a un prodotto (per esempio la sua DIAP) caricate su una piattaforma dedicata **semplicemente leggendo il codice a barre** di un prodotto che ha aderito alla sperimentazione.

Campagne di comunicazione su prodotti, filiere e ambiente

Le aziende pilota di LIFE MAGIS e i partner di progetto hanno sperimentato **vari modi per integrare i temi e i risultati di LIFE MAGIS nella comunicazione dei prodotti**.

Alcune aziende hanno reso disponibili le DIAP dei prodotti analizzati sulle **pagine dei siti web aziendali o sui social network**. Sono stati realizzati e trasmessi **programmi televisivi** per parlare dei prodotti di LIFE MAGIS e delle loro performance ambientali, per esempio la trasmissione dedicata alla Cipolla di Medicina, seguita da quasi 50.000 persone e poi resa disponibile attraverso YouTube ad altre migliaia di spettatori. Sono state organizzate **attività di comunicazione nei punti vendita**, come gli spazi allestiti dalle aziende di serramenti nei propri showroom per distribuire depliant sulle performance ambientali dei serramenti analizzati durante il progetto. Anche le **fiere di settore** sono state un veicolo dei risultati di LIFE MAGIS per esempio Lineapelle, la più importante fiera internazionale sulla pelle, e Cibus, la manifestazione di riferimento per il settore agroalimentare Made in Italy, ognuna con più di 20.000 visitatori. Grazie alla collaborazione con **Altroconsumo**, organizzazione di consumatori, sono stati realizzati alcuni **video per spiegare il progetto e le sue finalità** nell'ambito delle filiere dei gelati, del caffè, delle merendine e dei lievitati da ricorrenza.

Formazione per studenti, professionisti e associazioni

Oltre a far conoscere attività e risultati del progetto attraverso eventi e pubblicazioni, i temi di LIFE MAGIS sono stati integrati in **corsi universitari** e di **formazione per professionisti**, in eventi dedicati ai **giornalisti** e in campagne di informazione per **associazioni e organizzazioni no profit**.

Trasferimento dell'esperienza ad altri Paesi e altre filiere

I partner di LIFE MAGIS hanno collaborato con **associazioni e gruppi di aziende che rappresentano filiere del Made in Italy diverse da quelle di riferimento del progetto**, per condividere l'esperienza fatta e favorire l'avvio di percorsi simili in altri settori e per altre categorie di prodotto.

Produzione di ortofrutta, foraggi, carni, pietre ornamentali, moda: questi sono alcuni dei settori con cui i partner di LIFE MAGIS hanno organizzato incontri e corsi di formazione, trasferito conoscenza e suggerimenti per avviare percorsi di valorizzazione delle qualità ambientali dei prodotti italiani.

Parallelamente, LIFE MAGIS ha condiviso l'esperienza fatta per le otto tipologie di prodotto di riferimento del progetto con **aziende e associazioni fuori dall'Italia che lavorano con lo stesso tipo di prodotti.**

Questo ha permesso ai partner di confrontarsi sia con organizzazioni nazionali, in particolare in **Germania, Austria, Spagna e Belgio**, sia con **organizzazioni europee che raggruppano le rappresentanze nazionali di vari Paesi**, per discutere del lavoro fatto per caffè, gelati, merendine, cipolla, formaggio ovino e serramenti.



LIFE MAGIS

MAde Green in Italy Scheme



LIFE18 GIE/IT 000735

The LIFE MAGIS project has received funding from the LIFE Programme of the European Union. This document reflects only the authors' view. CINEA is not responsible for any use that may be made of the information it contains.