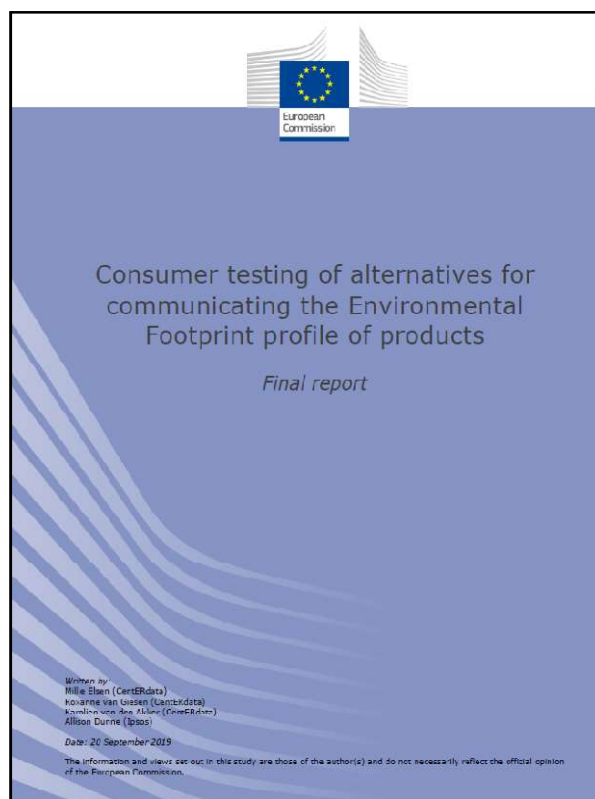


# BIODIVERSITY FRIEND® NELL'IMPRONTA AMBIENTALE DEL VINO

## LO STUDIO PRODOTTO DA IPSOS PER LA COMMISSIONE EUROPEA

Nel 2019 la Commissione Europea ha affidato a IPSOS Consortium una ricerca di mercato relativa alla valutazione di alternative nella comunicazione ai consumatori dell'Impronta Ambientale di prodotto (**Consumer testing of alternatives for communicating the Environmental Footprint profile of products**). Principale obiettivo dello studio è stato quello di individuare le modalità più efficaci per comunicare ai consumatori la PEF (**Product Environmental Footprint - Impronta Ambientale di Prodotto**). L'indagine ha analizzato diverse alternative nel comunicare agli utenti l'impronta ambientale di alcuni prodotti, tra i quali il vino, in termini di contenuti delle informazioni trasmesse sull'etichetta del PEF; lo studio ha valutato anche l'interazione di queste informazioni con altri marchi legati alla sostenibilità ambientale. Per quanto riguarda il prodotto vino, i marchi considerati sono stati: Agricoltura Biologica e **Biodiversity Friend®**.



**Figure 2.4.** Other environment-related labels and biodiversity certification included in Experiment 1

Other environment-related labels		Biodiversity certification logos	
Organic logo	Ecolabel	Biodiversity friend	Ecocert biodiversity commitment

*I marchi di sostenibilità ambientale selezionati per valutare l'effetto combinato all'etichetta di Impronta Ambientale di Prodotto (PEF).*

L'indagine è stata condotta su sei tipologie di prodotti (vino, detersivi, colori da pareti, TV, scarpe sportive e creme di cioccolato) in otto Paesi (Bulgaria, Finlandia, Germania, Olanda, Italia, Polonia, Portogallo e Svezia), sottoponendo i quesiti ad un numero totale di **13.005 cittadini europei** (poco più di 1.600 intervistati per Paese), 51% dei quali di sesso femminile e 49% di sesso maschile, con età variabile dai 18 ai 70 anni, con diversi livelli di istruzione.

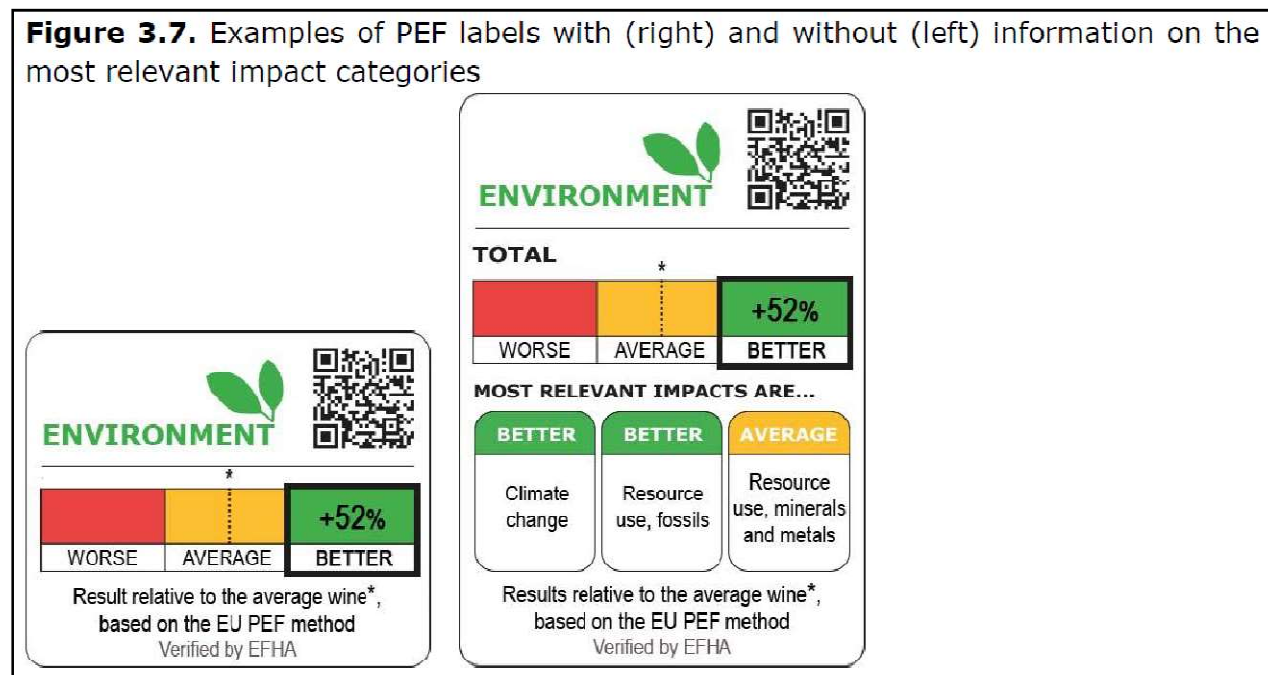
I risultati di questo studio saranno utilizzati per sviluppare future politiche dell'Unione Europea nella definizione di regole sulle modalità di comunicazione dell'Impronta Ambientale dei Prodotti.

## L'Impronta Ambientale di Prodotto(PEF)

L'impronta ambientale di un prodotto (inteso come bene o servizio, in base alla Norma ISO 14040:2006 del Life Cycle Assessment - LCA) è un protocollo fondato sulla valutazione delle performance ambientali di un prodotto, analizzate lungo tutto il suo ciclo di vita.

La Commissione Europea ha pubblicato la Raccomandazione 2013/179/UE del 9 aprile 2013 che definisce un metodo unico europeo per la valutazione e comunicazione dell'impronta ambientale dei prodotti denominato *Product Environmental Footprint - PEF*.

Lo studio ha valutato gli effetti sui comportamenti di scelta del consumatore di fronte a prodotti etichettati con informazioni sulla loro Impronta Ambientale (PEF).



Esempi di etichette PEF con diversi livelli di informazione.

I risultati delle indagini hanno confermato che l'informazione relativa all'impronta ambientale del prodotto (PEF) è in grado di influenzare positivamente la scelta dei consumatori verso prodotti più rispettosi dell'ambiente. Se l'informazione PEF era presente, prodotti con performance di PEF superiori alla media sono stati selezionati nel 35,8% dei casi. Gli stessi prodotti sono stati selezionati solo dal 24,3% dei casi quando non erano provvisti dell'etichetta PEF.

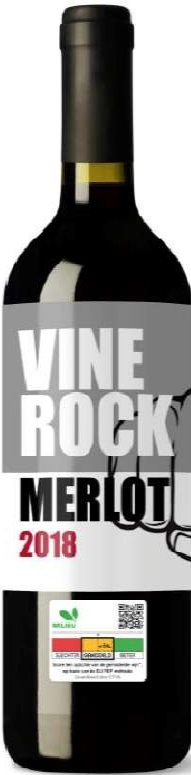
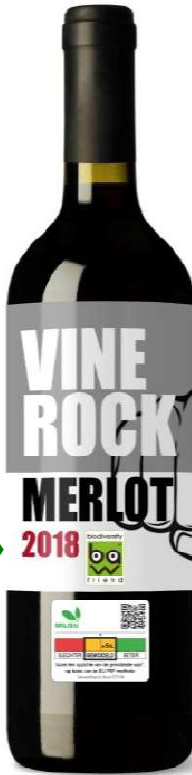
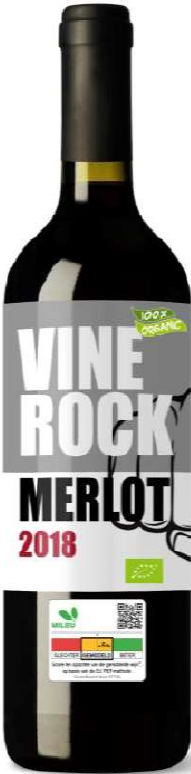
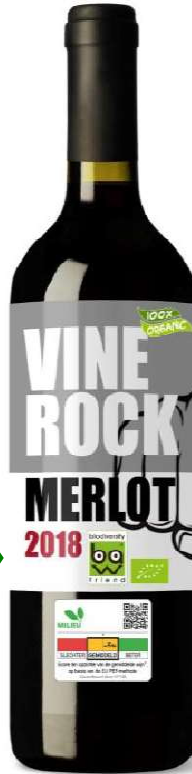
### Effetti sull'utilizzo multiplo di marchi ambientali

L'indagine ha preso in considerazione i marchi Agricoltura Biologica e **Biodiversity Friend®** in abbinamento all'etichetta PEF per capire se e come le risposte dei consumatori verso PEF fossero influenzate dalla loro presenza.

In base ai risultati dell'indagine, è emerso che la probabilità di scegliere un vino con le migliori performance PEF e la probabilità di scegliere un vino biologico non sono state alterate dalla presenza in etichetta del logo di Agricoltura Biologica e/o da una certificazione di biodiversità.

Inoltre, è stata valutata l'ipotesi che l'utilizzo di tali marchi potesse offrire elementi integrativi alla valutazione della PEF o indurre confusione nelle scelte dei consumatori. In questo contesto, i risultati circa la considerazione del prodotto vino con marchio PEF e **Biodiversity Friend®**, sono risultati particolarmente interessanti.

**Table 3.35.** Presence (vs absence) of organic logo and biodiversity certification

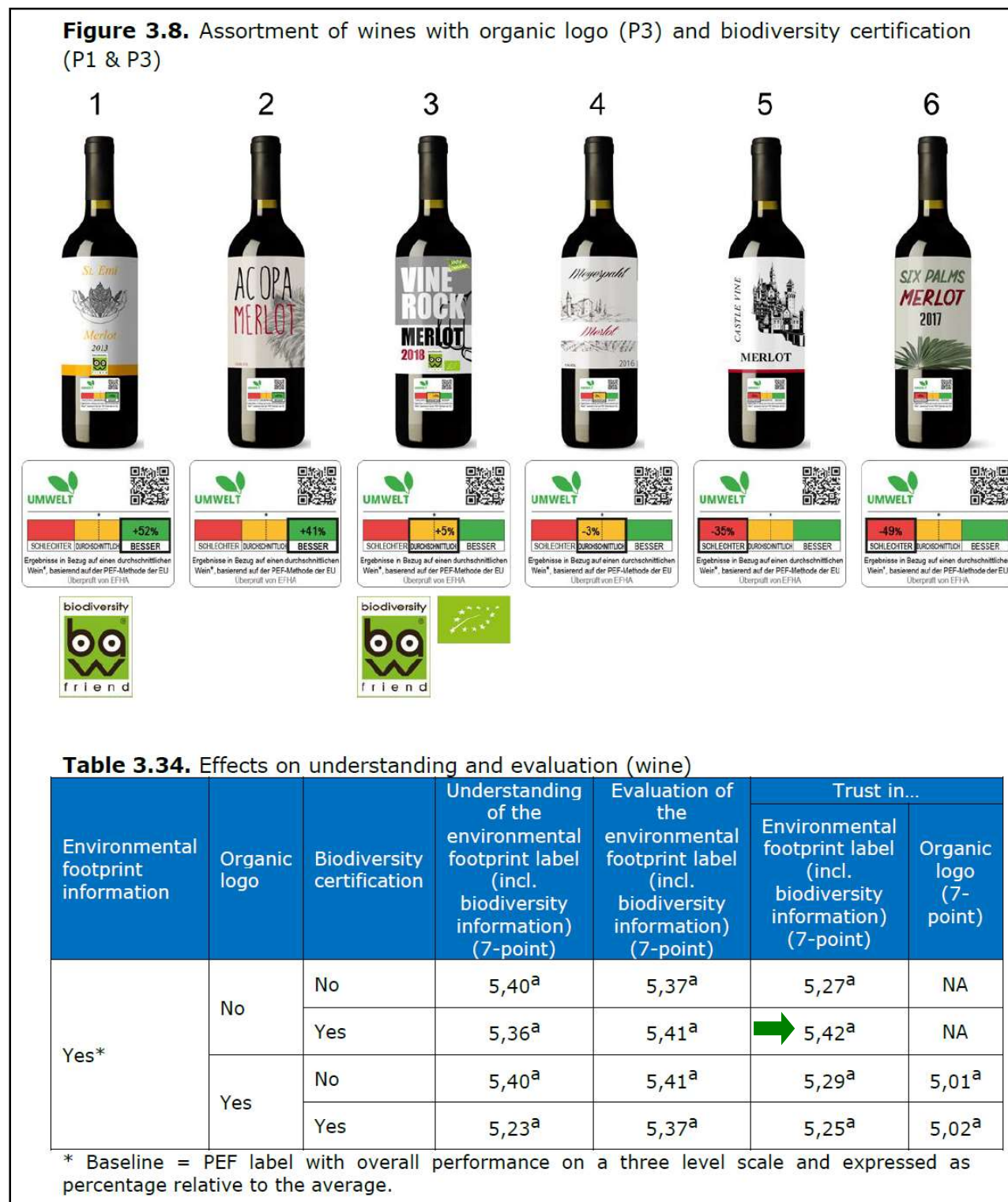
		Biodiversity certification	
		Absent	Present
Organic logo	Absent		
	Present		

Le combinazioni dei tre marchi (PEF, Agricoltura Biologica e **Biodiversity Friend**®) utilizzate in etichetta per verificare le risposte dei consumatori.

## Effetti sulla comprensione e sulla valutazione

Lo studio ha analizzato in che modo i marchi Agricoltura Biologica e **Biodiversity Friend®** incidono sulla comprensione e sulla valutazione del prodotto vino marchiato PEF.

I risultati evidenziano che la fiducia verso l'etichetta di Impronta Ambientale di Prodotto aumenta da 5,27 a **5,42** in presenza del logo **Biodiversity Friend®**. Tuttavia, tale dato non ha significatività dal punto di vista statistico (vedi tab. 3.34).



Assortimenti di vini impiegati nell'indagine con l'etichetta PEF e i loghi **Biodiversity Friend®** e Agricoltura Biologica e tabella sul grado di comprensione e valutazione.

### **Effetti sull'essere bene informati e sulla confusione**

Il questionario ha valutato anche in che misura i consumatori hanno percepito di essere ben informati sull'impatto ambientale del prodotto e in che misura hanno, invece, pensato che le informazioni sugli aspetti ambientali del prodotto fossero confuse. Entrambi gli aspetti sono stati valutati su una scala da 1 (per niente) a 7 (moltissimo).

Environmental footprint information	Organic logo	Biodiversity certification	"I feel well-informed about the environmental impact of this product" (7 = very much so)	"The information about the environmental aspects of this product is confusing" (7 = very much so)
Yes*	No	No	➔ 4,77 <sup>b</sup>	➔ 3,55 <sup>a</sup>
		Yes	➔ 5,12 <sup>a</sup>	➔ 3,12 <sup>b</sup>
	Yes	No	4,74 <sup>b</sup>	3,56 <sup>a</sup>
		Yes	5,12 <sup>a</sup>	3,61 <sup>a</sup>

\* Baseline = PEF label with overall performance on a three level scale and expressed as percentage relative to the average.

Tabella relativa agli effetti combinati sulla percezione di essere correttamente informati e sulla valutazione del grado di confusione circa l'impatto ambientale del prodotto.

A pagina 63 è riportato:

*"The presence (vs. absence) of the Biodiversity Friend logo on a wine with an average PEF score made consumers feel better informed about the environmental impact of the wine (M = 5,12 vs. M = 4,77; see Table 3.36). In line with this finding, respondents evaluated the information as less confusing when the wine carried a biodiversity certification alongside the PEF label (M = 3,12) as compared to when the PEF label was presented alone (M = 3,55). The information that the wine (with average PEF performance) is organic did not have the same positive effect on the feeling of being well-informed (see Table 3.36)..."*

Ovvero, "La presenza (vs. assenza) del logo Biodiversity Friend® sul vino con un punteggio PEF medio ha fatto sentire i consumatori meglio informati sull'impatto ambientale del vino (M=5,12 vs. M=4,77; vedi tab, 3.36). In linea con questo risultato, gli intervistati hanno valutato le informazioni come meno confuse quando il vino presentava una certificazione di biodiversità accanto all'etichetta PEF (M=3,12) rispetto a quando l'etichetta PEF era presentata da sola (M=3,55). L'informazione che il vino (con performance PEF medie) è biologico non ha avuto lo stesso positivo effetto sul sentirsi bene informati (vedi tab. 3.36)..."

### **Conclusioni**

In sintesi, lo studio ha evidenziato che l'accostamento del logo **Biodiversity Friend®** all'etichetta di Impronta Ambientale di Prodotto (PEF) proposta dalla Comunità Europea, aumenta la percezione dei consumatori di essere ben informati e ne riduce la confusione.

Pertanto, si può affermare che il logo **Biodiversity Friend®**, affiancato all'etichetta PEF, è in grado di soddisfare le aspettative di sostenibilità ambientale dei consumatori e di offrire al prodotto vino un importante valore aggiunto, dato dalla certificazione della tutela della biodiversità nei siti di produzione.

#### Fonte dei dati

Elsen M., van Giesen R., van den Akker K., Dunne A., 2019 - **Consumer testing of alternatives for communicating the Environmental Footprint profile of products. Final report.** IPSOS Consortium, European Commission: 1-127. [https://ec.europa.eu/environment/eussd/smgp/pdf/2019\\_EF\\_commtest\\_report.pdf](https://ec.europa.eu/environment/eussd/smgp/pdf/2019_EF_commtest_report.pdf)