

# IVG

## Regione: una campagna di sensibilizzazione per la sostenibilità e gli acquisti “verdi”

di **Redazione**

03 Marzo 2011 - 17:05



**Regione.** In crescita la consapevolezza di consumatori e distributori sulle criticità ambientali legate all’acquisto di prodotti alimentari e domestici di largo consumo, ma le pubbliche amministrazioni hanno ancora difficoltà nella redazione degli appalti con caratteristiche di sostenibilità ambientale. Solo un terzo delle imprese dichiara di produrre beni e servizi ‘verdi’. E’ quanto emerge da un’indagine realizzata nel 2010 nell’ambito del progetto “Promise del programma Life +”, finanziato dalla Direzione Generale Ambiente della Commissione Europea presentata nella sede della Regione Liguria nel corso di un seminario su “Consumi e produzioni sostenibili e comunicazione”.

L’iniziativa consiste in una campagna di sensibilizzazione per la sostenibilità nella produzione e nei consumi rivolta a consumatori privati e pubblici, produttori e distributori. I partner del progetto sono: Regione Liguria, Regione Lazio, Confindustria Liguria, ANCC Coop, ERVET Emilia- Romagna.

Spiega Renata Briano, assessore all’Ambiente della Regione Liguria: “La Regione Liguria tiene molto a questo progetto perché in sintonia con la delega dell’assessorato all’ambiente, altra economia e Stili di Vita Consapevoli. E’ un progetto particolarmente promettente in quanto mette a confronto i diversi protagonisti del mercato verde. Dall’indagine condotta sul livello di consapevolezza emerge un quadro promettente e confortante che ci fa ben sperare di proseguire su questa strada”.

L’incontro, incentrato sulle strategie di comunicazione per la promozione del mercato dei prodotti sostenibili, ha costituito un importante momento di confronto tra produttori,

---

distributori e consumatori. Le indicazioni emerse sugli strumenti - come le eco-etichette - utilizzati per il riconoscimento e la classificazione dei prodotti "verdi", sono alla base dello sviluppo del piano di comunicazione sui quattro target individuati: produttori, distributori e consumatori (privati e pubblici).

"Questi strumenti dovrebbero da un lato essere concepiti in base a criteri scientifici circa le prestazioni del prodotto e dall'altro rispondere alle esigenze di una comunicazione chiara, trasparente ed efficace", spiegano i tecnici.