

## ‘I soliti sospetti’ ci riprovano

Dopo il verdetto del Giurì della pubblicità, Pro.mo ripropone la campagna sulle plastiche monouso in versione corretta.

18 dicembre 2015 08:02

Recepite le modifiche imposte dal Giurì dello IAP, Istituto dell’Autodisciplina pubblicitaria, la campagna ‘I soliti sospetti’ di Pro.mo (Gruppo Produttori Stoviglie Monouso in Plastica di Unionplast) torna questa mattina su alcuni quotidiani economici.



L’obiettivo della campagna non cambia: mostrare che le stoviglie monouso in plastica hanno un impatto ambientale migliore rispetto a quello delle compostabili in acido polilattico (PLA) e polpa di cellulosa, sulla base dei risultati di uno studio di LCA comparativo realizzato con il supporto tecnico della società di consulenza QuotaSette, sottoposto a critical review da parte di SGS.

STUDIO LCA. “Lo studio - precisa Marco Omboni, presidente di Pro.mo - prende in considerazione l’impatto ambientale di vari tipi di stoviglie monouso rappresentativi della plastica tradizionale e delle compostabili (PP e PS da un lato; acido polilattico e polpa di cellulosa dall’altro) lungo l’intero ciclo di vita e non soltanto nella fase finale di smaltimento quando il prodotto diventa rifiuto”.

“La sostenibilità globale di un prodotto non può essere giudicata esclusivamente in base alla materia prima utilizzata o in una sola fase della sua vita - aggiunge Omboni -. Prima di diventare rifiuto, le stoviglie devono essere prodotte e ciò implica consumo di territorio, di acqua, di energia per la produzione e il trasporto e se consideriamo tutto il percorso dalla culla alla tomba abbiamo delle sorprese: come dimostra la ricerca LCA, le stoviglie di plastica in molti casi hanno un impatto ambientale migliore rispetto a quelle compostabili”.

Lo studio - ricorda il gruppo di Unionplast - è stato sottoposto alle verifiche e controlli previsti dalle norme internazionali di riferimento: UNI EN ISO 14044, 14040 e ISO/TS 14071.

NO AI PREGIUDIZI. “Alla luce di questo risultato scientifico pensiamo che si debba mettere fine a un diffuso pregiudizio nei confronti delle stoviglie in plastica che si trovano quotidianamente sul banco degli imputati come ‘presunti inquinatori’, perché un tema così importante e delicato dovrebbe essere affrontato con serietà senza facili promesse - aggiunge Omboni -. Da sempre noi sosteniamo che non esistono prodotti ‘buoni’ o ‘cattivi’ a prescindere, poiché le variabili sono numerose, dai sistemi di smaltimento presenti sul territorio al comportamento degli utenti”. Assobioplastiche, che ha portato la campagna pubblicitaria di fronte al Giurì della pubblicità,

non ha voluto commentare il (ri)lancio della nuova campagna.

© Polimerica - Riproduzione riservata