

Pro.mo, “informazione non provocazione”

Il presidente del gruppo, Marco Omboni, spiega la decisione di andare avanti con la campagna comparativa sulle stoviglie monouso.

21 dicembre 2015 07:31

Pro.mo ha riproposto venerdì scorso la campagna pubblicitaria “I soliti sospetti”, dove compara il comportamento ambientale delle stoviglie monouso in plastica e quelle compostabili, in PLA e polpa di cellulosa, con il supporto di uno studio di LCA sul ciclo di vita dei prodotti.



Le prime due campagne sono state censurate dal Giurì dello IAP, Istituto dell’Autodisciplina pubblicitaria, per alcune frasi contenute nei messaggi pubblicitari, considerate poco chiare, ambigue e per questo bollate come “ingannevoli”.



Abbiamo chiesto maggiori spiegazioni a Marco Omboni, presidente di Pro.mo (nella foto).

Non è azzardato riproporre, seppur modificata, la campagna giudicata “ingannevole” dal Giurì della pubblicità?

Crediamo che riproporre la comunicazione che, a nostro parere, accoglie ora le indicazioni del Giurì di autodisciplina pubblicitaria, sia quasi un atto dovuto, anche nei confronti del lettore che, se interessato, avrà modo di cogliere gli aspetti sostanziali del nuovo messaggio, con particolare riguardo all’importanza di valutare l’impatto ambientale sull’intero ciclo di vita del prodotto e alla specificazione dei materiali oggetto di comparazione.

Da parte nostra non c’è alcun intento provocatorio nel realizzare questa campagna, come non c’era nella precedente: semplicemente, siamo convinti che la ricerca e i suoi risultati costituiscano un elemento di informazione troppo importante per non meritare anche questo tipo di visibilità.

Ritiene quindi lo studio pienamente valido nella metodologia e nelle sue conclusioni?

Sì, naturalmente riteniamo lo studio pienamente valido nella metodologia e nelle conclusioni, e ci sembra che questo non sia stato messo in discussione dalle valutazioni del Giurì.

Cercando il lato positivo in ogni cosa, crediamo che anche la vicenda del ricorso contro la nostra comunicazione evidenzia come uno studio LCA, tantopiù se comparativo, sia uno

strumento molto potente, e fonte inesauribile di approfondimenti e di spunti di miglioramento per i prodotti coinvolti, tutti: questo è il modo con cui noi di Pro.Mo, nel nostro piccolo, cerchiamo di vedere la cosa.

Avete nel cassetto altre iniziative per promuovere le stoviglie monouso in plastica?

Crediamo che questa, come le altre nostre iniziative, non rientri nella categoria “promozione” nel senso commerciale del termine: come diciamo sempre, per noi è importante che l’utilizzo del nostro prodotto cresca in qualità piuttosto che in quantità, ovvero senza sprechi e con l’avvio al miglior fine vita possibile. In modo che i nostri prodotti possano dimostrare il loro “lato buono”, troppe volte negletto, finendo per ..promuoversi da soli.

Vorrei aggiungere una cosa ancora, a chiarire la nostra posizione e i nostri intenti: già oggi in Pro.Mo vi sono aziende che commercializzano e ancor più producono stoviglie in materiale compostabile, ponendosi –per questo tipo di prodotti - fra i principali utilizzatori europei di bioplastica: ben venga quindi la crescita della sostenibilità (funzionale, economica, ambientale) delle bioplastiche, ben venga la crescita della ricerca e dello sviluppo di questi materiali.

E anche, sì, ben venga la crescita della diffusione delle bioplastiche: ma che questo avvenga nel rispetto di dati ed informazioni oggettive e attraverso scelte del consumatore libere e il più possibile consapevoli, e non con il condizionamento di divieti o limitazioni che, alla luce dello stato attuale delle conoscenze - di cui questo studio LCA è parte di rilievo - non avrebbero giustificazione alcuna.

Ci sembra una posizione onesta, costruttiva ed aperta.

© Polimerica - Riproduzione riservata