

# Packaging Riciclabile al 100%. Quali costi per i consumatori?



Packaging Riciclabile al 100%. Quali costi per i consumatori? Se lo chiede **Michele Gigliotti** presidente **ADICONSUM Calabria**. “Tutti siamo concordi nel sostenere che la salvaguardia del pianeta, la green-economy, l'**ecosostenibilità** siano idee che è necessario applicare concretamente alla realtà di tutti i giorni. Politiche mirate e a largo spettro per difendere la Terra dall'inquinamento sono imprescindibili, così come appare sempre più necessario sensibilizzare i cittadini ad assumere abitudini e comportamenti più consapevoli per tutelare l'ambiente in cui viviamo.

*In questo senso sono numerose e lodevoli le iniziative nate che speriamo fortemente aiutino a centrare gli obiettivi prefissati.*

Registriamo però con preoccupazione che purtroppo -nonostante la vitale importanza della questione- i costi alla fine sono sempre a carico dei cittadini. Dall'inizio di quest'anno, per esempio, con l'introduzione dei sacchetti bio nei reparti ortofrutta dei supermercati, il consumatore finale si è visto imporre un ulteriore sovrapprezzo alla spesa.

Meglio sarebbe –afferma **Gigliotti**– concentrare l'attenzione legislativa sullo spreco di packaging che rappresenterebbe un notevole risparmio per le famiglie così come un ottimo

strumento di lotta all'inquinamento. Proprio in questa direzione stanno operando diverse multinazionali. McDonald's si è prefissata di utilizzare entro il 2025 (promessa o strategia di marketing?) esclusivamente imballaggi a base di fibre riciclate eliminando totalmente anche le cannucce di plastica, bisogna capire però come la catena riuscirà a rendere riciclabili i contenitori degli hamburger e delle patatine, che oggi si sporcano abbondantemente con le salse generando rifiuti indifferenziati, senza che si determinino aumenti sul prezzo dei prodotti venduti. Una realtà virtuosa, ma ancora purtroppo di nicchia, sono le catene di grande distribuzione dove è possibile acquistare prodotti liquidi alimentari e non ricaricando contenitori già utilizzati dall'acquirente, così come ipermercati che praticano sconti a fronte di un numero determinato di bottiglie di vetro e/o plastica che si portano in negozio. Come **ADICONSUM** riteniamo che la battaglia ecologica che vede tutti impegnati a vario titolo non deve essere combattuta sulle spalle dei consumatori che in tante regioni soprattutto del Sud e specialmente in Calabria hanno a disposizione un "paniere della spesa" già fortemente impoverito da un reddito pro capite annuo sempre più basso. Il legislatore non può sottovalutare questo aspetto, ma anzi deve incentivare sempre più le azioni "plastic free" sostenendo concretamente gli imprenditori che operano in tali settori per aiutarli a far fronte ai costi che l'utilizzo di energie e risorse verdi comporta e per scongiurare il pericolo che a farne le spese siano solo i consumatori.