

[ATTUALITÀ]



La bottiglia LaLitro di Levissima (gruppo Nestlé), realizzata con il 25% di plastica riciclata.

Liscia, gassata e

SETE DI SAPERE/1 Un produttore lancia la biobottle. E scoppia la polemica sulla biodegradabilità delle bottiglie di acqua minerale. Anche perché recuperarle vale più di 1 miliardo di euro.

di Francesco Bisozzi



La bio-bottle dell'acqua Sant'Anna è realizzata con plastica biodegradabile compostabile in 90 giorni.

0,015 €

La tassa sulle bottiglie di plastica proposta alla Camera per finanziare incentivi fino a 5 mila euro sulle auto elettriche.



riciclabile?

«Meglio lo zucchero del petrolio». Ed è difficile dare torto ad **Alberto Bertone**, amministratore delegato di Sant'Anna Vinadio, azienda di acqua minerale con oltre 180 milioni di fatturato nel 2010, quando se ne esce con un'affermazione come questa. Apposta per farci intuire il potenziale della sua bio-bottle, ovvero il packaging ecosostenibile. «Biodegradabile, certo, ma quel che più conta è che è compostabile in 90 giorni» spiega lui. Che lo zucchero (di mais) è andato a procurarselo in Sud America. E quando anni fa ha deciso di servirsene per fabbricare una linea di bottiglie a impatto zero sapeva bene che così avrebbe preso in contropiede i giganti dell'acqua da bere. Anche loro alle prese con la sfida ambientalista, ma ancora lontani dall'avere una plastica di origine naturale che li convinca fino in fondo. Alcuni tra questi però non ci stanno e accusano il concorrente di barare. Sostenendo che il ministero della Salute vieti la messa in commercio di bottiglie che non siano in Pet o in vetro.

«Ma io l'autorizzazione l'ho ottenuta» si difende Bertone. «È l'invidia a farli parlare». Oltre 20 milioni di bio-bottle al mese, vari accordi con la grande distribuzione e la certezza di avere colto nel segno fanno sì che ostenti una tranquillità inossidabile dinanzi alle accuse che gli vengono mosse. «Quando sei l'unico a prendere una determinata direzione che poi si rivela vincente è normale che gli altri provino a metterti i bastoni tra le ruote. Ma va bene così. Nel mondo degli affari preferisco viaggiare in solitaria».

Intanto già pensa alla prossima mossa: «Stiamo sostituendo il sacchetto termoretraibile che tiene insieme le bottiglie con una reggetta in materiale biodegradabile. È il primo esempio d'imballo invisibile. Una confezione che oso definire rivoluzionaria e che, grazie a tre grammi di filo di raccordo, ci consentirà di ridurre di ben dieci volte l'utilizzo di materiale inquinante».

Tutti i produttori di acqua minerale si stanno misurando con il problema del packaging. Determinati come mai a trovare la soluzione più rispettosa dell'ambiente. Diverse le strade che si aprono. Dalla ricerca di nuovi materiali alla riduzione del Pet impiegato per fabbricare le bottiglie. Fino all'acquisto di crediti per la diminuzione dei gas a effetto serra, come ha fatto San Benedetto (che ha appena lanciato una nuova linea di acque con vitamine e integratori) con Easy, la bottiglia da 1 litro eletta prodotto dell'anno 2011: le emissioni di CO₂ dell'intero ciclo di vita del prodotto sono state neutralizzate finanziando un impianto di generazione di energia termica da biogas in Thailandia. Inoltre dall'anno scorso, unicamente per le bottiglie di acqua minerale, è diventato possibile anche in Italia ricorrere al polietilentereftalato riciclato (R-Pet). Sebbene entro certi limiti, dal momento che in base al decreto 113 del 5 agosto 2010 le confezioni dovranno contenere almeno il 50% di Pet vergine.

Attenzione però ai casi di greenwashing. In passato, per fare un esempio, proprio San Benedetto era finita nel mirino per

avere usato dei claim dal sapore ambientalista incentrati sulla riduzione del peso delle bottiglie in commercio. Ma ancora non è del tutto chiaro se le operazioni di alleggerimento possano essere annoverate tra le azioni a sfondo ecosostenibile o se altro non siano che un metodo per abbattere i costi.

«Noi di Ferrarelle riteniamo scorretto nei confronti del consumatore tingere di verde gli sforzi per diminuire il peso delle bottiglie» spiegano alla società simbolo dell'acqua effervescente.



Per la bottiglia Easy, la Sanbenedetto ha neutralizzato le emissioni di CO₂ finanziando un impianto di energia a biogas in Thailandia.



Anch'essa oggetto di una censura per greenwashing da parte del Giurì dell'autodisciplina pubblicitaria, che ha definito ingannevole la dicitura a «impatto zero» sulla confezione da sei bottiglie in seguito a un accordo sottoscritto con Lifegate per la riforestazione di un'ampia area boschiva. «Per giunta dire che la sgrammatura delle bottiglie aiuta l'ambiente fa pensare che il Pet sia dannoso, e questo è falso. Si tratta, al contrario, di un materiale perfettamente riciclabile» proseguono alla Ferrarelle. I pareri però sono discordanti. «La bottiglia da mezzo litro di Levissima è passata per esempio da 14 a 10 grammi. Nel nostro caso la leva da cui scaturisce l'alleggerimento è quella dell'ecosostenibilità, anche se non nascondo che ciò comporta anche un vantaggio in termini economici» precisa **Daniela Murelli**, direttore Corporale social responsibility di Sanpellegrino. Sul fronte del R-Pet la società del gruppo Nestlé ha lanciato invece sul mercato LaLitro di Levissima, la bottiglia realizzata con il 25% di plastica riciclata che ha da poco vinto l'Oscar dell'imballaggio 2011 aggiudicandosi il premio messo nella sezione dedicata all'ambiente. «Stiamo valutando» continua Murelli «l'uso di questo materiale anche per altri formati, ma la disponibilità di R-Pet è limitata. Quanto al costo, rispetto al Pet vergine può arrivare al 6% in più».

Il packaging ecocompatibile rappresenta una sfida innanzitutto economica. Stando a uno studio di Althesys, commissionato dalla Sanpellegrino, il riciclo della plastica in Italia garantisce benefici per 2,7 miliardi di euro. Di cui 1,2 miliardi nel settore delle acque minerali. Insomma, è un business che fa gola a molti. E non solo ai produttori di acqua in bottiglia. 