

Comunicato Stampa

## **Federdistribuzione: problematica per consumatori e imprese l'abolizione dei sacchetti di plastica dal 1° gennaio 2011**

Indispensabile regolamentare un periodo sperimentale, per esaurire le scorte dei sacchetti attuali e produrre le quantità necessarie dei nuovi.  
Necessario un confronto con i principi comunitari

Milano, 23 dicembre 2010. ***“Condividiamo e abbiamo sempre condiviso gli obiettivi di tutela ambientale che ispirano l'abolizione dei sacchetti di plastica, ma la politica deve metterci a disposizione regole e strumenti per operare al meglio, senza che scelte pur corrette finiscano poi per penalizzare ancora una volta consumatori o imprese”***. Questa la dichiarazione di Paolo Barberini, Presidente di Federdistribuzione, l'associazione che raggruppa la maggioranza delle aziende della GDO operanti in Italia, sull'ipotesi di eliminazione dei sacchetti di plastica da asporto della spesa dal 1° gennaio 2011.

L'entrata in vigore della legge dall'inizio del prossimo anno presenta infatti più di un problema concreto, tanto è vero che la "Finanziaria 2007" prevedeva l'emanazione di un decreto interministeriale da parte dei Ministeri competenti (Sviluppo Economico, Ambiente, Politiche agricole) che regolamentasse un programma sperimentale. Ad oggi, tuttavia, non vi è traccia di questo decreto e quindi tutte le questioni legate all'applicazione della legge rimangono aperte.

In primo luogo occorre dare una definizione precisa dell'ambito operativo della norma, capire cioè quali tipi di sacchetti da asporto sono coinvolti: è evidente che si deve parlare solo di quelli utilizzati per portare la spesa a casa, escludendo quelli impiegati per il confezionamento dell'ortofrutta, del pesce, della carne, che non servono solo per l'asporto ma anche per la sicurezza igienico/sanitaria e qualitativa dei prodotti.

Fondamentale poi specificare il concetto di gradualità, dando la possibilità da un lato ai distributori di esaurire le scorte degli attuali sacchetti e dall'altro alla produzione di tarare le quantità dei nuovi sacchetti alle esigenze del mercato. Attualmente, infatti, l'offerta sarebbe totalmente inadeguata alla domanda, con il rischio di generare manovre speculative sul mercato che potrebbero portare a un ulteriore aumento del costo dei sacchetti biodegradabili (oggi costano 4 o 5 volte più degli altri) e a una distorsione del mercato e della concorrenza (alcuni avranno le forniture ed altri no).



**FEDERDISTRIBUZIONE**

LE AZIENDE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

Infine è necessario confrontarsi meglio con i principi comunitari (libera circolazione delle merci), per evitare di prendere provvedimenti che possano poi essere sanzionati da Bruxelles.

La GDO ha da tempo avuto un approccio di responsabilità su questo tema, attivando iniziative individuali che sono andate oltre l'indecifrabile contesto normativo. Molte aziende distributive hanno infatti già reso disponibili diverse alternative di sacchetti per l'asporto della spesa, da quelli in materiali biodegradabili a quelli riutilizzabili.

***“In questo quadro di riferimento confuso appare irrealistica l'abolizione dei sacchetti di plastica dall'inizio del prossimo anno, senza che questa decisione generi caos e si rifletta in minor servizio al consumatore – conclude Barberini - Condividendo l'obiettivo di tutela ambientale legato a questa iniziativa ciò che abbiamo già proposto in passato e che ci aspettiamo ora è l'attivazione di un tavolo ministeriale finalizzato ad affrontare tutti gli aspetti critici, per arrivare nel più breve tempo possibile ad un'ipotesi concreta di sostituzione dei vecchi sacchetti con nuovi più ecosostenibili. Solo con questo dialogo tra istituzioni e operatori si risolveranno i problemi e si potrà dare attuazione concreta ad una norma da tutti auspicata”***

**Federdistribuzione** è l'organismo di coordinamento e di rappresentanza della distribuzione commerciale moderna: riunisce e rappresenta, nelle sedi istituzionali, sindacali e comunitarie la maggioranza delle imprese distributive operanti nei settori alimentare e non alimentare che svolgono la propria attività attraverso le più innovative formule del commercio moderno.

Federdistribuzione, che aderisce a Confcommercio, si compone di sette associazioni nazionali che rappresentano un universo articolato di imprese e di multicanalità che si differenziano per dimensioni, forme distributive e merceologie trattate.

Le aziende aderenti alle sette Associazioni di Federdistribuzione hanno realizzato nel 2009 un giro d'affari di 87,3 miliardi di euro, con una quota pari al 72,4% del totale fatturato della Distribuzione Moderna Organizzata; hanno una rete distributiva di 46.300 punti vendita (diretti e in franchising) e danno occupazione a circa 331.750 addetti. Rappresentano, infine, il 36% del valore dei consumi commercializzabili.

#### **Per ulteriori informazioni**

##### **Federdistribuzione**

Stefano Crippa - Relazioni Esterne

Tel. 02 89075150 Cell. 335 5641415

[comunicazione@federdistribuzione.it](mailto:comunicazione@federdistribuzione.it)