



## QUANDO IL **PIL** CONTA PIÙ DEI FACILI CONSENSI

L'atteggiamento del mondo della politica nei confronti della temutissima plastica monouso, dopo mesi di spietata e intensa caccia alle streghe, sembra iniziare a cambiare.

Il convegno che si è tenuto al Senato in questi giorni (un ampio reportage sarà pubblicato nel prossimo numero di D.A. Italia), ne ha dato un'illuminante prova.

Solo a posteriori ci si sta rendendo conto che la normativa europea sulla plastica monouso è stata scritta in maniera frettolosa, poco informata e senza alcuna considerazione sulle sue conseguenze economiche.

Il Paese che pagherà il conto più salato, in termine di PIL e occupazione, sarà senz'altro l'Italia, ma anche l'Europa inizia a comprendere che questa norma favorirà in primo luogo la Cina, grande esportatrice di prodotti alternativi già pronti ad invadere i mercati, nonostante certificazioni di qualità quantomeno dubbie.

La ricerca di facili consensi, facendo leva sui temi ambientalisti, rischia di fare seri danni ad alcune eccellenze industriali e distributive italiane, tra cui spicca senz'altro il vending.

I politici quindi, in un periodo poco felice dal punto di vista della congiuntura economica, si stanno rendendo conto di esporsi ad un clamoroso autogol.

Il centro-sinistra da sempre trova nei temi dell'occupazione il suo naturale "core business", mentre il centro-destra è molto sensibile alla salute delle imprese: entrambi quindi si trovano di fronte ad un prezzo troppo alto da pagare per continuare a sostenere politicamente la battaglia senza quartiere contro la plastica monouso.

Probabilmente è solo per calcolo politico, ma il clima sta cambiando e a Roma in molti (e di tutti gli schieramenti politici) sono pronti a promettere cambiamenti repentini su come affrontare l'insidioso tema.

Ovviamente bisognerà aspettare la fine della prossima campagna elettorale per vederne gli effetti più marcati ma, per il momento, ci dobbiamo accontentare.

Nel frattempo, tocca solo a noi del settore affrontare il vero problema pratico sul mercato: il consumatore male informato che non ne vuole più sapere della plastica monouso e chiede soluzioni alternative, spesso imbarazzanti dal punto di vista dell'igiene e della sicurezza alimentare.

Solo una buona formazione dei commerciali e una grande dose di pazienza possono cercare di mettere un freno a questa situazione, in attesa che venga sostituita da un'altra battaglia di consensi su qualche altro tema.

Sino a quel momento, bisognerà impegnarsi al massimo e tutti i giorni sul campo.

*La ricerca di facili consensi, facendo leva sui temi ambientalisti, rischia di fare seri danni ad alcune eccellenze industriali e distributive italiane, tra cui spicca senz'altro il vending.*

