

Inviata tramite Mail e PEC

Alla c.a.

Roberto Cingolani

Ministro della Transizione Ecologica

segreteria.ministro@minambiente.it

segreteria.ministro@pec.minambiente.it

Milano, 27 maggio 2021

Oggetto: Risultati indagine su green claims prodotti detergenti per uso domestico.

Altroconsumo, organizzazione indipendente di consumatori, intende sottoporre alla Sua cortese attenzione i risultati emersi nell'ambito del progetto CLEAN, <https://www.altroconsumo.it/info/progetti-finanziati/clean>, circa la congruenza ed adeguatezza delle dichiarazioni a tutela dell'ambiente, c.d. green claims, sui prodotti detergenti per uso domestico.

Come organizzazione di consumatori facente parte di Euroconsumers, insieme a Deco Proteste, OCU e Tests -Achats, abbiamo condotto un'indagine, allegata alla presente, sulle dichiarazioni a tutela dell'ambiente di tali prodotti per la casa, studiandone gli ingredienti, gli impatti ambientali, insieme alle prestazioni complessive del prodotto stesso. Abbiamo, inoltre, analizzato le certificazioni ambientali di ogni prodotto come ad esempio l'etichetta ecologica UE, verificato la presenza di dichiarazioni ecologiche e autodichiarazioni, scegliendo sia i leader di mercato dei marchi "tradizionali" che marchi meno noti.

Altroconsumo

Associazione Indipendente di Consumatori

Via Valassina 22, 20159 Milano

Tel +39 02 66 8901

Fax +39 02 66 8902 88

www.altroconsumo.it

C.F. 97010850150

Non meno importante è stata l'analisi dell'aspetto della comunicazione effettuata su tali prodotti. Riteniamo, infatti, che la comunicazione degli aspetti ambientali dei detergenti deve essere sempre fatta in forma onesta e veritiera, evitando ogni abuso delle preoccupazioni dei consumatori nei confronti dell'ambiente o lo sfruttamento della loro possibile mancanza di conoscenza in materia.

Tali dichiarazioni, seppur volontarie, dovrebbero, inoltre, basarsi su dati dimostrabili ed effettivamente posseduti dal prodotto e non da aspirazioni future, strategie aziendali o generici impegni a favore dell'ambiente.

Importante è anche l'uso del linguaggio per pubblicizzare i prodotti che dovrebbe presentare i benefici ambientali degli stessi in modo comprensibile, scevro da tecnicismi, vocaboli stranieri e linguaggio vago.

Altro aspetto fondamentale che abbiamo valutato nei green claims è l'evidenza del ciclo di vita del prodotto e del suo impatto ambientale, come la composizione, la quantità e qualità delle materie prime utilizzate, l'imballaggio e i consumi energetici ed idrici in fase d'uso del prodotto.

Siamo certi che molti consumatori vogliono fare scelte più ecologiche e, così facendo, possono svolgere un ruolo cruciale, persino accelerante, nella transizione verde, tuttavia, affinché possano veramente fare scelte di acquisto più sostenibili, è fondamentale che ottengano informazioni corrette e affidabili su come sono realmente i prodotti "green".

E' necessario potersi fidare di ogni affermazione a tutela dell'ambiente che viene fatta. Se le informazioni che il prodotto reca sono false, parziali, esagerate e soprattutto non supportate da prove scientifiche solide e verificate, l'affermazione è semplicemente fuorviante per i consumatori.

Infine siamo convinti che la scelta sostenibile debba essere la più semplice per i consumatori senza che la caratteristica dei prodotti di essere meno dannosi per l'ambiente comporti costi più elevati per l'acquisto o siano meno efficaci per l'uso al quale sono destinati.

Ringraziando per l'attenzione e speriamo che i risultati condivisi possano contribuire a sollecitare e a garantire un virtuoso sviluppo di questo settore.

Restiamo a disposizione per qualsiasi eventuale informazione.

Distinti saluti.

Federico Cavallo

Responsabile Public Affairs e Media Relations

A handwritten signature in black ink, reading 'Federico Cavallo', written in a cursive style.

In allegato:

- Manifesto CLEAN
- Articoli nostra rivista Inchieste n.357, aprile 2021:
"E il detersivo?; "Per chi lava a mano" .
- Articolo nostra rivista Inchieste n.358, maggio 2021:
"Pulire senza sporcare l'ambiente"
- Articoli nostra rivista Inchieste n.359, giugno 2021:
"Pulisci il bagno in sicurezza"
"Microplastiche: colpa dei detersivi"