



**COMUNICATO STAMPA**

## **Shopper biodegradabili: pubblicità ingannevole di Italcon, Arcopolimeri e Ideal Plastik**

Novara, 21 gennaio 2011

In data 17 gennaio 2011 l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha pubblicato la decisione resa in merito al procedimento promosso da Novamont contro i messaggi pubblicitari diffusi dalle aziende Italcon, Arcopolimeri e Ideal Plastik. (www:AGCM.it , Bollettino 51/2010)

I messaggi pubblicitari contestati da Novamont erano rivolti a promuovere l'uso dell'additivo chimico ECM Basterbatch Pellet per rendere biodegradabili e compostabili svariate materie plastiche tradizionali a loro volta utilizzate per la produzione di articoli finali quali sacchetti per la spesa, sacchi per la raccolta differenziata dell'umido, etc.

Anche a seguito di verifiche effettuate dall'Istituto Superiore di Sanità, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha ritenuto ingannevoli alcuni messaggi sul sito Italcon, una circolare pubblicitaria diffusa da Arcopolimeri e alcune scritte su sacchetti di plastica commercializzati da Ideal Plastik in quanto l'affermazione di "biodegradabilità" non risulta adeguatamente qualificata.

Analoghe considerazioni sono state svolte in merito alle caratteristiche di "compostabilità" dei prodotti additivati con ECM, sollevando in particolare seri dubbi sulla loro compatibilità con i sistemi di compostaggio industriale.

L'Autorità ha vietato ad Italcon, Arcopolimeri e Ideal Plastik l'ulteriore diffusione dei messaggi ingannevoli e le ha condannate ad una sanzione amministrativa pecuniaria.

Novamont accoglie con grande soddisfazione questo pronunciamento dell'Autorità in quanto contribuisce finalmente a chiarire la natura dei messaggi pubblicitari utilizzabili nel settore delle bioplastiche. In particolare appare di grande rilievo l'indicazione che i vantii di importanti caratteristiche ambientali, quali biodegradabilità e compostabilità, debbano essere precisi, circostanziati e non generici in quanto, non solo le imprese del settore, ma anche i consumatori finali devono poter fare affidamento sulle affermazioni relative alle qualità ambientali dei prodotti presenti sul mercato.