

## Pronuncia 95/2015 – con sintesi

[IAP \(http://www.iap.it\)](http://www.iap.it) > [Decisioni \(http://www.iap.it/category/decisioni/\)](http://www.iap.it/category/decisioni/) > [Pronunce del Giuri \(http://www.iap.it/category/decisioni/pronunce-del-g](http://www.iap.it/category/decisioni/pronunce-del-g)

[Informazioni generali](#)[Sintesi](#)

Associazione Italiana delle Bioplastiche e dei Materiali Biodegradabili e Compostabili (Assobioplastiche) ha chiesto l'intervento del Giurì nei confronti di Federazione Nazionale fra le Industrie della Gomma, Cavi elettrici ed affini e delle Industrie Trasformatrici di Materie Plastiche ed affini (Federazione Gomma Plastica), Gruppo Pro.mo e Caleidos Teenagency S.r.l. in relazione ad una campagna pubblicitaria fondata sulla comparazione del ciclo di vita delle stoviglie in plastica tradizionale rispetto a quello delle stoviglie compostabili, ritenendola in contrasto con gli artt. 1, 2, 3, 6, 12, 12bis, 14 e 15 del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale.

Ad avviso della ricorrente il primo elemento di illiceità della comunicazione contestata deriverebbe dalla definizione dei piatti e dei bicchieri monouso di plastica tradizionale come prodotti non inquinanti e dall'idea per la quale le stoviglie compostabili avrebbero un impatto ambientale maggiore e sarebbero più igienici e sicuri (*“La ricerca scientifica ... ci ha dato ragione. E ha prodotto un risultato insospettabile. L'impatto ambientale delle stoviglie monouso in plastica risulta mediamente inferiore rispetto a quello delle compostabili”*). L'ingannevolezza dei messaggi sarebbe inoltre aggravata dalla menzione di ricerche e studi scientifici, aventi l'unico scopo di riabilitare l'immagine delle plastiche tradizionali a danno dei materiali compostabili. La ricorrente precisa che la citata “ricerca scientifica” sarebbe del tutto inattendibile poiché realizzata da un ente privato di certificazione, il quale non avrebbe verificato la veridicità dei dati presentati.

Le Resistenti hanno anzitutto premesso che la sostenibilità di un prodotto va valutata non solo in relazione alla materia prima utilizzata, ma anche in relazione all'impatto ambientale nell'intero ciclo di vita del prodotto e dell'igiene. Secondo le Resistenti questo approccio, considerando l'investimento economico necessario per la produzione della stoviglia “bio” (consumo di acqua e terreno, energia per produrli, emissioni nell'atmosfera, trasporto dei prodotti, ecc.), smentirebbe l'idea per cui le plastiche compostabili abbiano un minor impatto ambientale, nonostante si degradino in un periodo di

tempo inferiore rispetto alle plastiche tradizionali. In secondo luogo, le Resistenti eccepiscono che lo studio condotto

sarebbe stato effettuato in conformità con le norme ISO vigenti e che i risultati dell'indagine sarebbero stati verificati mediante la tecnica del campionamento, consentita dalla normativa di riferimento.

Il Giurì ha dichiarato la pubblicità esaminata in contrasto con l'art. 2 del Codice di Autodisciplina in quanto, in primo luogo, non chiarisce che il bilancio del diverso impatto ambientale dei vari prodotti esaminati è stato effettuato tenendo conto dell'intero ciclo di vita dei diversi materiali, e non solo del loro tratto terminale (c.d. fine vita). Ad avviso del Giurì, inoltre, la pubblicità esaminata si pone in termini eccessivamente perentori rispetto ad un dibattito scientifico oggi non ancora definito e, sotto un altro punto di vista, manifesta una forte ambiguità per omissione, in quanto procede da un'analisi tecnica condotta solo su alcuni materiali, e non su altri. Suscita infine disorientamento nel pubblico, idoneo a ingenerare inganno, la comparazione, espressa senza alcuna precisazione discretiva e finalizzata ad attribuire ai prodotti in plastica tradizionale una maggiore sicurezza igienica, tra materiali nettamente diversi: la prima, tra stoviglie in plastica tradizionale e stoviglie in plastica compostabile; la seconda tra stoviglie definite genericamente "in plastica" e stoviglie in ceramica.

*Il Giurì, esaminati gli atti e sentite le parti, dichiara che i messaggi contestati non sono conformi all'art. 2 CA nei limiti fissati in motivazione e ne ordina, negli stessi limiti, la cessazione.*

---

---

---

< Pronuncia 97/2015 – con sintesi (<http://www.iap.it/2015/12/n-972015>) **Pubblicità 12/2015 NCI e IAP contro la pubblicità sessist**

Codice e regolamenti (<http://www.iap.it/il-diritto/codice-e-regolamenti/il-codice/>) >

Regolamenti autodisciplinari (<http://www.iap.it/il-diritto/codice-e-regolamenti/regolamenti-autodisciplinari/>) >

Protocolli di intesa (<http://www.iap.it/il-diritto/codice-e-regolamenti/protocolli-di-intesa/>) >

Linee di indirizzo (<http://www.iap.it/il-diritto/codice-e-regolamenti/linee-di-indirizzo/>) >

Decisioni (<http://www.iap.it/il-diritto/decisioni/>) >

Ingiunzioni del Comitato (<http://www.iap.it/il-diritto/decisioni/ingiunzioni-del-comitato-di-controllo/>) >

Pronunce del Giurì (<http://www.iap.it/il-diritto/decisioni/pronunce-del-giuri/>) >

Creatività depositate (<http://www.iap.it/il-diritto/creativita-depositate/elenco-depositi-in-italia/>) >

Elenco depositi esteri (<http://www.iap.it/il-diritto/creativita-depositate/elenco-depositi-allestero/>) >

---

### Alcuni temi

Food & Alcohol (<http://www.iap.it/tag/food-alcohol/>)

Immagine della donna (<http://www.iap.it/tag/immagine-della-donna/>)

Minori (<http://www.iap.it/tag/minori/>)

Pubblicità Sociale (<http://www.iap.it/tag/pubblicita-sociale/>)

Salute & Benessere (<http://www.iap.it/tag/salute-benessere/>)

2016 (<http://www.iap.it/2016/>)

2015 (<http://www.iap.it/2015/>)

2014 (<http://www.iap.it/2014/>)

2013 (<http://www.iap.it/2013/>)

2012 (<http://www.iap.it/2012/>)

2011 (<http://www.iap.it/2011/>)