

## Sette europei su dieci vogliono il km zero in etichetta

Quattro europei su cinque affermano di tenere conto dell'impatto ambientale dei prodotti che acquistano e il 72% dei cittadini ritiene che in futuro dovrebbe essere obbligatoria un'etichetta indicante le emissioni di carbonio derivanti dal prodotto. E' quanto emerso da un'inchiesta di Eurobarometro pubblicata lo scorso 31 luglio.

Un'etichetta sulle emissioni di CO2 dovrebbe indicare l'importo totale dei gas a effetto serra, compreso il biossido di carbonio, emessi durante la vita del prodotto, dalla fabbricazione allo smaltimento. Attualmente questo tipo di etichetta non è previsto a livello europeo, ma nel dicembre del 2008 i ministri del Consiglio ambiente hanno invitato la Commissione a studiarne l'introduzione.

I Paesi più attenti alle conseguenze ambientali sono la Grecia, Italia e Cipro dove, rispettivamente il 58%, 54% e 57% degli intervistati ha risposto che l'impatto di un prodotto sull'ambiente ha un ruolo importante nelle loro decisioni di acquisto.

Gli europei intervistati si sono divisi a metà quando hanno dovuto esprimersi in merito alla credibilità delle affermazioni dei produttori sull'efficienza ambientale dei loro prodotti (il 49% le considerano credibili, il 48% no). I più fiduciosi sono gli olandesi con il 78%, i più scettici i bulgari (26%).

Circa il 46% dei cittadini dell'UE ritengono inoltre che il modo migliore per promuovere i prodotti ecologici sarebbe aumentare le imposte sui prodotti dannosi per l'ambiente e ridurle su quelli ecologici.

I più favorevoli a questo duplice intervento a livello di tassazione sono i britannici mentre, per quanto riguarda l'Italia, la percentuale degli intervistati favorevoli al duplice intervento di tassazione coincide esattamente con quella di coloro che preferiscono una riduzione delle imposte sui prodotti ecologici (34%). Solo il 19% degli italiani si dice favorevole ad un sistema di tassazione che si limiti ad un aumento delle imprese che producono prodotti dannosi per l'ambiente.

In merito alla promozione dei prodotti ecologici, i cittadini europei si sono dichiarati nettamente a favore a che i dettaglianti promuovano i tali prodotti. Di fatto, circa la metà dei cittadini dell'UE (49%) ritiene che è necessario accrescere la visibilità di tali prodotti sui loro scaffali o avere un angolo riservato ai prodotti ecologici. Un terzo (31%) degli europei ha affermato che, per i dettaglianti, il modo migliore per promuovere i prodotti ecologici è fornire informazioni migliori ai consumatori.

A tale riguardo l'Italia, con il 37% degli intervistati italiani che ha dichiarato che il miglior modo per i dettaglianti di vendere i prodotti ecologici sia quello di informarne il consumatore, conquista il

L'indagine svolta si colloca nell'ambito di un Piano d'azione, presentato nel luglio 2008 dalla Commissione, che contiene una serie di proposte sulla produzione e sul consumo sostenibili per migliorare l'efficienza ambientale dei prodotti e ad accrescere la domanda di prodotti e tecnologie di produzione più sostenibili.