

## GREEN

## La campagna della caraffa dell'acqua

MARCO FRATODDI

**N**on tutte le recessioni vengono per nuocere. In Gran Bretagna per esempio, complice la crisi, i movimenti che si oppongono alla proliferazione delle acque in bottiglia ottengono un risultato importante: il 63% dei clienti nei ristoranti inglesi, secondo una ricerca di Water Aid, chiede ormai l'acqua in brocca. C'è di più: la vendita delle minerali, conferma l'**Independent**, dopo trent'anni cala anche in ambito domestico con un netto -9% registrato dall'istituto di ricerche **ims**. «Sono soprattutto le donne a scegliere l'acqua di rubinetto, agli uomini continua a piacere quella confezionata – commenta Rebecca Smithers, blogger consumerista del **Guardian** – Ma la spinta dei consumatori è fortissima. E così sono sempre di più i ristoranti che hanno preso l'abitudine di portare in tavola la brocca, come accade normalmente negli

Stati Uniti».

*In Inghilterra la vendita della minerale ha subito un calo del 9 per cento*

Colpa della contrazione generale dei consumi o scelta consapevole? Difficile dirlo. Sta di fatto che il messaggio etico, almeno da

quelle parti, si è sommato ad una necessaria propensione verso la sobrietà. Ed hanno trovato terreno fertile iniziative come "London on Tap": la campagna lanciata giusto un anno fa da Ken il Rosso che invitava i locali a sistemare sul tavolo, insieme alle posate, una bella caraffa creata attraverso un concorso con i cittadini. Altrove i segnali in questo senso non mancano: in Francia, racconta **il manifesto**, la lobby delle bollicine ha subito un arretramento del 7,5% mentre nei

ristoranti le ordinazioni in caraffa sono aumentate del 15%. In Italia il calo è più circoscritto visto che, secondo **Mineracqua**, le vendite sono scese fra il 4 e il 5%. Ma anche da noi chiedere la brocca al cameriere non è più un tabù: su **www.imbrocciamola.org** sono migliaia i consumatori che segnalano i ristoranti in cui viene servita senza storcere il naso. Certo, non bisogna rallegrarsi quando sono le ristrettezze economiche a modificare gli stili di vita. Eppure non sarebbe male se insieme alla crisi ci lasciassimo alle spalle certe compulsioni al consumo: con 196 litri procapite (contro i 22 dell'Inghilterra) l'Italia rimane il paese europeo che spende di più in acqua minerale, circa 300 euro a famiglia. Per di più il prezzo finale viene determinato, fanno sapere Legambiente e Altreconomia, per il 90% da imballaggio, trasporti e pubblicità visto che alla fonte le aziende imbottigliatrici versano ai comuni pochi centesimi al litro. Come dire: non paghiamo l'acqua, ma tutto ciò che le sta intorno.

