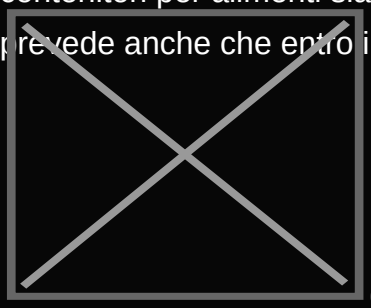
Addio alla plastica monouso nei pubblici esercizi

addio-alla-plastica-001-cf50206f

L’Europa ha deciso: entro il 2021 la plastica “usa e getta” sarà bandita dai Paesi aderenti. Il giro di vite, recentemente approvato dall’aula di Strasburgo con numeri schiaccianti (571 voti favorevoli, 53 contrari e 34 astensioni), metterà di fatto fuori legge molti prodotti in plastica considerati inquinanti. E imporrà così una revisione nella scelta delle attrezzature utilizzate in molti locali della ristorazione.

LE IMPLICAZIONI PER I GESTORI…

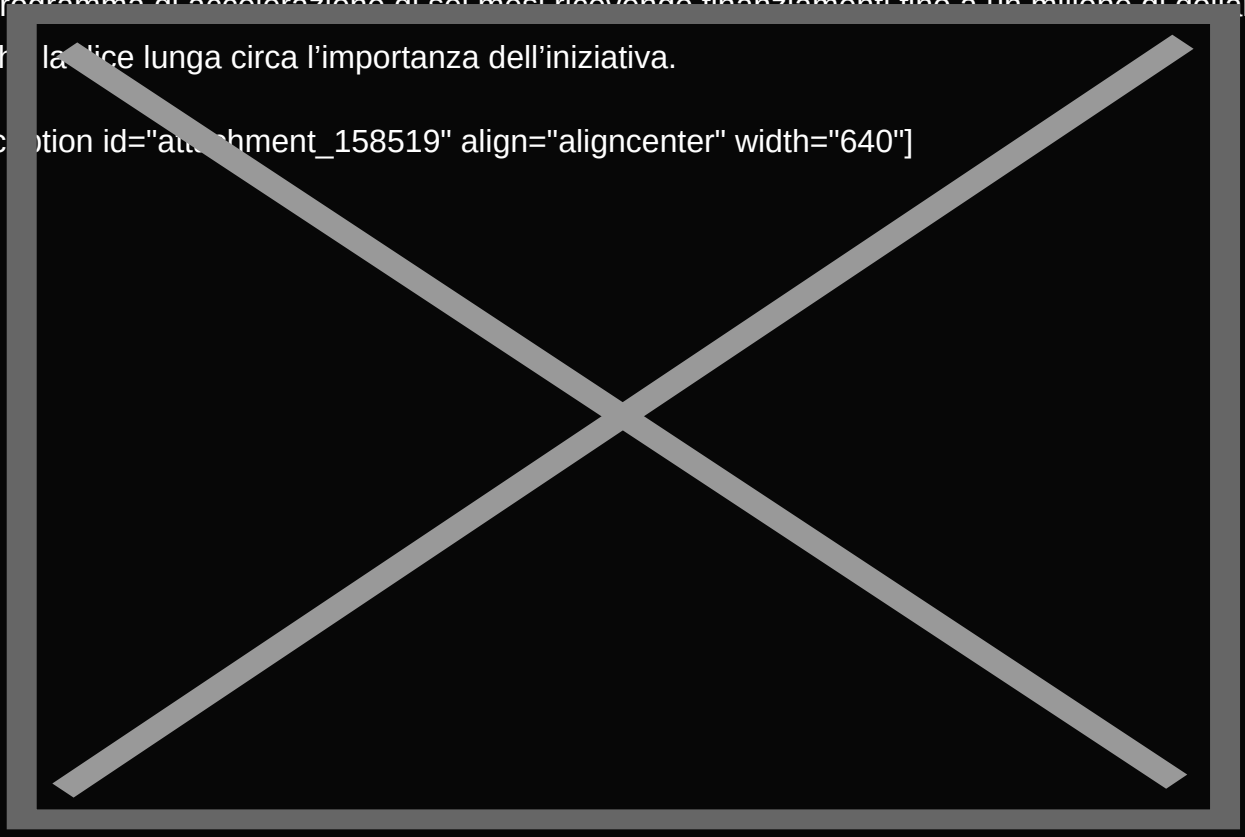
La normativa prescrive infatti che prodotti monouso come bicchieri, posate, piatti, cannucce e contenitori per alimenti siano fabbricati esclusivamente con materiali sostenibili. Ma non solo. Il testo prevede anche che entro il 2025 sia ridotto del 25% il consumo dei prodotti in plastica per i



quali non esistono alternative. E tra questi, figurano, per esempio, le scatole monouso per hamburger e panini, e i contenitori alimentari per frutta e verdura, dessert o gelati. Per gli operatori della ristorazione si delinea insomma un piccola rivoluzione. Che, poi, tanto piccola probabilmente non sarà, se è vero che alcune importanti insegne hanno già iniziato a muovere i primi, concreti passi nella direzione dell’adeguamento alle nuove norme, in linea peraltro con una prospettiva globale che spesso travalica i confini del Vecchio Continente. Qualche esempio? **Starbucks** ha annunciato l’eliminazione delle cannucce in plastica da tutti i suoi locali nel mondo entro il 2020. Il che, tradotto in numeri, significa modificare la fornitura di oltre 1 miliardo di pezzi all’anno. **McDonald’s** ha anticipato la stessa decisione già a partire dallo scorso settembre, ma solo in alcuni mercati. “Si tratta di un progetto pilota – informa l’azienda –. Se avrà esito positivo, potrà essere sicuramente esteso ad altri Paesi”. In autunno, le stesse due compagnie, strette in un’inaspettata

alleanza, hanno lanciato il concorso NextGen Cup Challenge dedicato alla creazione di un bicchiere, comprensivo di cannuccia e coperchio, completamente riciclabile. I vincitori potranno entrare in un programma di accelerazione di sei mesi ricevendo finanziamenti fino a un milione di dollari. Una cifra che la dice lunga circa l'importanza dell'iniziativa.

[caption id="attachment_158519" align="aligncenter" width="640"]

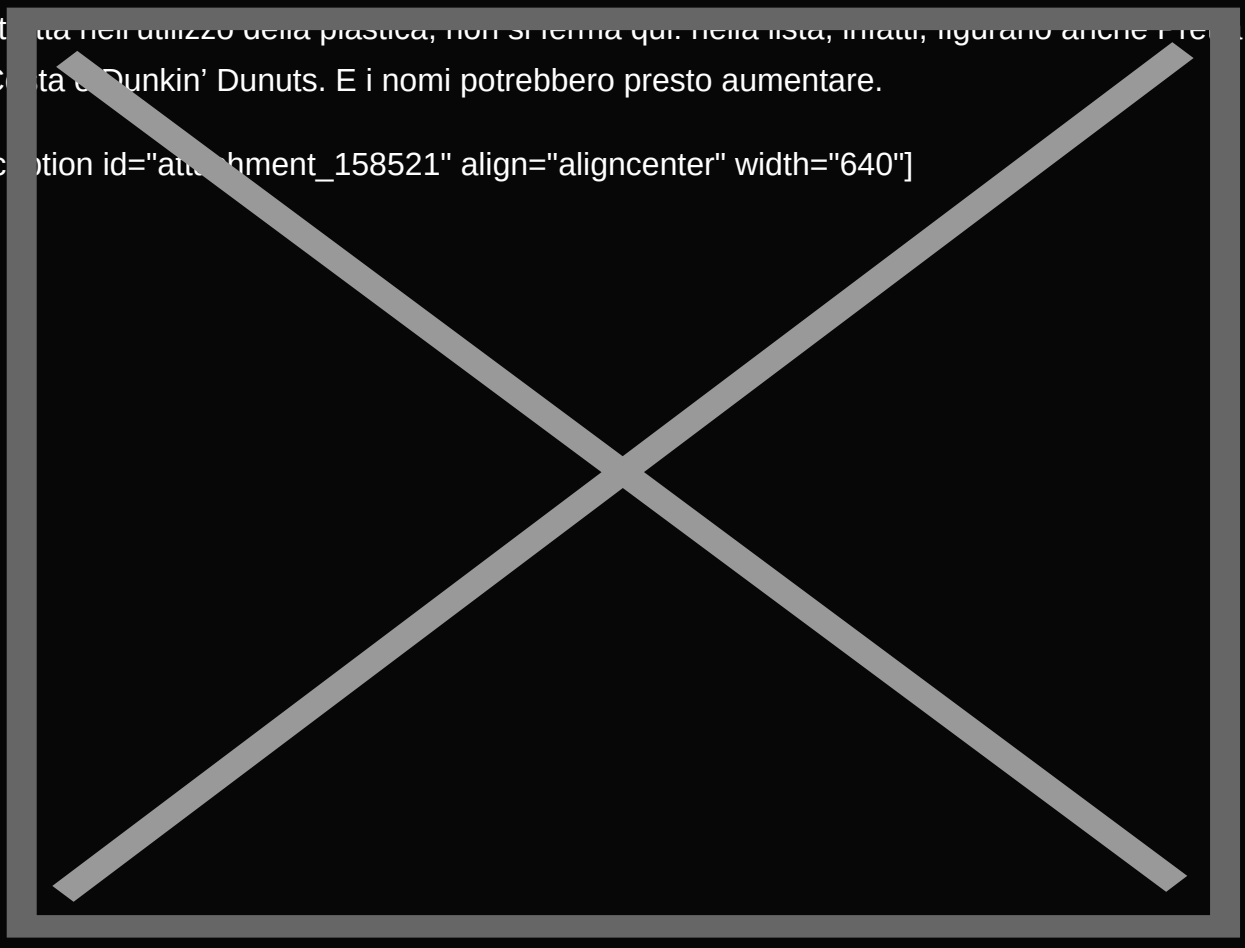


La Reserve Roastery di Starbucks a Milano è in grado di riciclare tutte le tazze di caffè raccolte nel negozio. Inoltre offre uno sconto di 30 centesimi ai chi porta la propria tazza o bicchiere per la consumazione.[/caption]

E va detto che questa rappresenta solo la punta dell'iceberg dell'attività promossa dalle due multinazionali in tema di abolizione della plastica nel packaging.Il concorso – fanno sapere da McDonald's – si deve inserire nel progetto, annunciato lo scorso febbraio, attraverso il quale la compagnia intende arrivare ad utilizzare entro il 2025 packaging proveniente esclusivamente da fonti rinnovabili, riciclate o certificate. Un traguardo ambizioso, che in Italia è già realtà, cui si affianca anche l'obiettivo di rendere autonomi nel riciclaggio del packaging tutti i ristoranti dell'insegna, sempre nell'arco dei prossimi 6 anni. Nella stessa prospettiva si pongono anche le mosse della catena diretta da Howard Schultz, che ha già destinato ben 10 milioni di dollari alla collaborazione con Closed Loop Partners per lo sviluppo di tazze e bicchieri realizzati con materiali più sostenibili. Un impegno globale

– precisa la multinazionale – che intende stimolare le industrie affinché propongano soluzioni a lungo termine, capaci di affrontare il problema della scarsa riciclabilità delle stoviglie per il caffè, utilizzate in larga scala dai player del settore. Certo, si potrebbe pensare che Starbucks e McDonald's rappresentino casi isolati. Così non è. Un'altra conferma viene da **Ikea**, che ha annunciato di voler eliminare, a partire dall'1 gennaio 2020, cannucce, tazze, posate, piatti, palette per le bevande realizzate in plastica nei ristoranti, nei bistrot e nei caffè in 29 mercati. L'azienda svedese si è quindi data un anno di tempo, nel quale la divisione food avrà il compito di esplorare differenti opzioni per migliorare l'utilizzo dei prodotti monouso. Sotto la lente – informa Ikea – c'è l'introduzione di tazze per bevande calde e fredde, vassoi, posate e cannucce in carta. Ma l'elenco di chi ha già annunciato una st[illegible] nell'utilizzo della plastica, non si ferma qui. Nella lista, infatti, figurano anche [illegible] Manger, C[illegible]ta e Dunkin' Dunuts. E i nomi potrebbero presto aumentare.

[c[illegible]tion id="att[illegible]hment_158521" align="aligncenter" width="640"]



PLASTIC

FREE: PIACE A 9 ITALIANI SU 10 Lo dimostrano i dati resi noti da Deliveroo: negli ultimi sei mesi il 91% dei consumatori nazionali ha scelto l'opzione "No posate", dando risposta positiva alla campagna lanciata dalla piattaforma per la riduzione dell'uso della plastica.[/caption]

… E QUELLE PER LE AZIENDE DEL BEVERAGE

I riflessi del provvedimento comunitario non toccheranno tuttavia soltanto la gestione dei locali, ma anche l'attività dei fornitori, in particolare, quella delle aziende del beverage. Stando alla nuova normativa, infatti, entro il 2025 gli Stati membri saranno chiamati a raccogliere e riciclare il 90% delle bottiglie di plastica monouso per bevande. E da qui, le strategie già annunciate dai colossi del settore. PepsiCo ha reso noto che entro il 2030 utilizzerà il 50% di plastica riciclata nella realizzazione delle proprie bottiglie in tutta l'Unione Europea, con uno step intermedio del 45% entro il 2025. Così facendo, l'azienda aumenterà di oltre tre volte l'attuale soglia. Altrettanto sostenuti i ritmi prefissati ad Atlanta da The Coca-Cola Company che ha annunciato il suo nuovo approccio al packaging, prefiggendosi a livello globale il raggiungimento della vendita di confezioni 100% riciclabili entro il 2025 e del loro completo riciclo entro il 2030. La strada insomma pare tracciata: le norme ci sono, i piani di intervento della ristorazione e delle imprese iniziano a prendere forma. I prossimi due anni serviranno a calare l'impalcatura teorica nella realtà, interessando tanti i grandi player, quanto i locali più piccoli. I gestori sono avvisati.