

# METTIAMOLA FUORI LEGGE. LA PUBBLICITÀ, NON L'ACQUA IN BOTTIGLIA



Noi italiani siamo **i più grandi consumatori di acqua in bottiglia.**

Mezzo litro a testa, ogni giorno. **È un bisogno indotto dalla pubblicità: le aziende investono 379 milioni di euro in spot tv, giornali e radio.**

Lanciamo una proposta: **regolamentiamo** la pubblicità dell'acqua in bottiglia. Fa concorrenza a quella distribuita dagli acquedotti, che è buona, controllata, comoda (arriva in casa) e poco costosa.

Se vuoi saperne di più  
e lasciare un commento

<http://www.altreconomia.it/acqua>

 **altreconomia**

**L'INFORMAZIONE PER AGIRE**

# FARE A MENO DELLA PUBBLICITÀ

**In Italia le acque minerali sono uno dei maggiori investitori pubblicitari,**

un protagonista assoluto del mercato: 379 milioni di euro spesi nel 2005 per convincerci a comperare "l'acqua da bere".

Ma perché tanto sforzo? E da dove vengono tutti questi soldi? Non si investe così tanto, per esempio, per un altro bene di largo consumo, la benzina.

Il fatto è che la benzina non ha bisogno di essere pubblicizzata perché non ha alternative;

**l'acqua in bottiglia** invece sì,

**ha un concorrente formidabile che è l'acqua degli acquedotti:** buona (poche le eccezioni), controllata (più dell'acqua in bottiglia, come hanno dimostrato diverse inchieste), comoda (arriva in casa), e poco costosa.

**Se le acque minerali non fossero sostenute da una pubblicità martellante, nessuno o pochi sentirebbero il bisogno di comperarle.**

In vent'anni i consumi di acqua in bottiglia nel nostro Paese sono triplicati (e così le bottiglie di plastica, e i viaggi dei camion su e giù per il Paese, perché la Ferrarelle o la Boario mica l'imbottigliano sotto casa).

Finirà che nessuno più berrà l'acqua del rubinetto. **Di fatto l'acqua in bottiglia fa concorrenza a un bene comune** come ha riconosciuto anche l'Antitrust nel 2004 nel caso "Mineracqua contro Acea".

Senza pensare di ridurre la libertà di produrre e vendere acqua minerale, non si potrebbe invece legittimamente pensare di limitarne l'invasione pubblicitaria?

C'è almeno un caso simile in cui non si può fare pubblicità di prodotti pur buoni: in quasi tutto il mondo è vietato promuovere latte in polvere per la prima infanzia (e ad altri prodotti di questo genere) perché fa concorrenza all'allattamento al seno che è riconosciuto come "un bene primario".

**Per difendere l'acqua degli acquedotti (buona, controllata, comoda e poco costosa) e garantirle un futuro forse è necessario limitare l'invasione pubblicitaria delle acque minerali. "Mettilamola fuori legge. La pubblicità, non l'acqua minerale".**

## VOI CHE NE DITE?

Non so se ce la faremo a invertire il senso di marcia, ma dobbiamo provarci. Se non altro forse riusciremo a far riflettere qualcuno e questo sarebbe già un grande risultato...

*Francesco Gesualdi*

I privilegi di cui gode la lobby delle acque minerali in Italia sono scandalosi...

*Sandra*

Imbottigliare (e trasportare!) acqua quando posso averla in casa e sottoposta a controlli più accurati? Va contro il buonsenso economico, ecologico e sanitario...

*Samuele*

Da un anno e mezzo beviamo acqua del rubinetto e ne sono molto contenta, primo non arranco più con il peso delle bottiglie, secondo faccio meno rifiuti, terzo faccio "nasare" meno gas di scarico, quarto...

*Claudia*

Se vuoi saperne di più  
e lasciare un commento  
[www.altreconomia.it/acqua](http://www.altreconomia.it/acqua)

 **altreconomia**  
L'INFORMAZIONE PER AGIRE