

ETICHETTATURA E ORIGINE DEI PRODOTTI ALIMENTARI

L'opinione di produttori e consumatori

Necessario coniugare regole e competitività



Guglielmo Garagnani
Presidente Confagricoltura Emilia-Romagna

Confagricoltura Emilia-Romagna da tempo sta cercando – nonostante le difficoltà di far giungere ai mass media sul tema dell'origine e della qualità elementi che vadano oltre le frasi precostituite o gli slogan lanciati da alcuni – di riportare l'attenzione sulle esigenze delle imprese agricole che nella loro attività si devono confrontare in un mercato aperto con produttori di altri Paesi che operano con regole che differiscono molto fra loro. Operando in queste condizioni di

competizione diventa sempre più difficile fare impresa e reddito se non si codificano rapidamente e urgentemente regole puntuali e criteri più trasparenti sulle metodiche per realizzare i prodotti. In questo contesto determinare con chiarezza l'origine di un prodotto non vuol dire di per sé parlare di qualità, ma stabilire in quale contesto di regole si è generato.

Sostenere che un prodotto italiano è migliore di un altro non è corretto intrinsecamente mentre lo è dire che si è realizzato in un contesto normativo di altissimo livello che garantisce – oltre che la sicurezza igienico-sanitaria – anche il rispetto dell'ambiente e del benessere degli animali. Se a questo si abbina la tradizione storico-culturale delle nostre produzioni tipiche ecco che accanto alla sicurezza si affiancano aromi, sapori e fragranze che hanno reso famose nel mondo le nostre produzioni. Tutto questo però ha un costo che, se non viene riconosciuto, mette l'agro-alimentare italiano fuori dal mercato; il prezzo finale della derrata risulta infatti più alto

di quello proposto da agricoltori che operano in Paesi in cui sono ammesse sostanze chimiche da noi vietate come gli ormoni o alcuni pesticidi. L'etichettatura delle produzioni per la quale si è battuta la Confagricoltura si pone questo obiettivo: far sapere al consumatore ciò che è italiano per evitargli da un lato di mangiare inconsapevolmente un prodotto che potrebbe contenere sostanze da noi vietate e, dall'altro, di mettere le imprese italiane in grado di competere con i concorrenti in maniera trasparente. Sarà a questo punto il consumatore che sulla base delle scelte che farà durante la spesa potrà trasformare i concetti di *qualità* e *sicurezza* in atti concreti. Se prevarrà la disponibilità a spendere qualcosa in più pur di avere la certezza della sicurezza alimentare e qualitativa, allora le produzioni a marchio italiano avranno un futuro; se invece prevarrà il fattore *costo* allora non c'è etichetta che regga e vinceranno le realtà produttive che operano in contesti privi di regole.

Una buona legge per agire prima dell'emergenza



Mauro Tonello
Presidente Coldiretti Emilia-Romagna

Disposizioni in materia di etichettatura e di qualità dei prodotti alimentari da parte della Commissione Agricoltura della Camera si è concluso un iter che ha visto oltre dieci anni di impegno della Coldiretti, assieme alle associazioni dei consumatori, per assicurare la trasparenza di quanto si porta in tavola. Con questa legge l'Italia si porta all'avanguardia in Europa, estendendo

a tutti i prodotti agricoli e alimentari l'obbligo di etichettatura, che in passato a livello europeo era stato concesso spesso solo dopo emergenze sanitarie che avevano messo in crisi importanti settori alimentari. È il caso dell'etichettatura della carne bovina dopo la "mucca pazza" o della carne di pollo dopo i rischi dell'influenza aviaria. C'è chi ha criticato questa norma perché in anticipo rispetto alle normative comunitarie. Ma essere in anticipo è un pregio e non certo un difetto per un Paese come l'Italia che ha il compito di svolgere un ruolo di leadership in Europa nella tutela della qualità e della sicurezza alimentare. Quando sono in gioco la volontà e gli interessi dell'intera collettività non bisogna avere paura di metterci la faccia fino in fondo, altrimenti si finisce per dare spazio a "delinquenti" come quelli che all'inizio dell'anno hanno provocato

l'emergenza diossina in tutta Europa perché fabbricavano mangimi con olio bruciato di motori, alimentando quel mercato di carne, latte e uova che avvelenano le nostre tavole e uccidono le nostre imprese oneste.

Una etichettatura corretta significa mettere i consumatori in grado di scegliere con cognizione di causa cosa portare sulla propria tavola. Come Coldiretti, ci auguriamo che gli italiani scelgano prodotti locali di stagione, anche perché questo consentirebbe di aiutare l'ambiente riducendo le emissioni di gas serra determinate dall'aspirazione dei trasporti su lunghe distanze di prodotti agricoli e alimentari, per cui oggi un pasto percorre in media quasi duemila chilometri prima di arrivare nel piatto.

Il mercato globale e il valore delle differenze



Anna Bartolini

Docente di Diritto dei consumatori
Università IULM, Milano

Vista dall'ottica dei consumatori la nuova normativa sulla "origine" delle merci non può non essere applaudita. Siamo stufi di vederci rifilare a prezzi esorbitanti prodotti o alimenti attribuiti a questo o quel Paese o a quella zona geografica particolare, mentre sono fatti in luoghi non identificati o identificabili solo da chi li vende. Tra i diritti fondamentali dei consumatori sanciti in sede internazionale, ma anche dall'articolo 2 del *Codice del consumo italiano* vi è quello di essere "informato". Questo è alla base per capire se il prezzo richiesto sia corretto, se il prodotto contenga

ingredienti particolari anche dannosi per la salute, se si tratti di un prodotto locale Dop o di un prodotto che viene da altro continente. Il diritto a una corretta informazione è alla base del commercio moderno.

Per la tutela del consumatore, e del suo portafoglio, vogliamo che siano indicate in etichetta la provenienza soprattutto delle carni. L'origine UE, o altra di ordine generale può essere, in certe occasioni, una scusa per far "passare" un prodotto più "prezioso" dell'altro.

Nel settore alimentare non tutti i cibi sono uguali e se esistono delle specialità tradizionali, risultato di anni di pratiche, non vediamo nulla in contrario che vengano indicate. La globalizzazione non può "fare un fascio" di tutti i pesci, degli oli, dei vini, dei datteri coltivati sia nei Paesi membri che in Paesi extraeuropei. Quando poi si parla di carni, il terreno è anche più delicato: quando si diffuse il morbo della mucca pazza, forse ci sarebbero stati meno danni per tutta l'industria degli allevamenti se ci fosse stato l'obbligo di indicare la

provenienza della carne. Le ciliegie sono tutte buone, ma se qualcuno mi vende quelle di Vignola e me lo certifica sarò più tranquillo di aver acquistato quel prodotto specifico a quel prezzo così alto. Nel settore alimentare l'*omologazione* non può essere accettata, perchè porterebbe alla morte delle specialità alimentari. I consumatori vogliono etichette veritiere anche sull'origine per capire se i soldi pagati riguardavano davvero quel particolare/speciale prodotto. Sugli alimenti non si può scherzare: vogliamo sapere da dove vengono e come sono stati coltivati. L'internazionalizzazione dei mercati non deve appiattire la tavola e far venire meno il diritto di conoscere da dove, come è stato prodotto e quali le qualità dell'alimento che comperiamo. Questo risponde appiunto al "*diritto di essere informati*". Mercato unico non significa "normalizzazione", ma rispetto delle regole di produzione di alimenti che hanno origini e caratteristiche diverse a seconda del Paese in cui sono prodotte.

Consumatori sempre più esigenti e consapevoli



Renata Frammartino

Federconsumatori Emilia-Romagna

Grazie a una normativa in continua evoluzione a tutela della trasparenza e dell'informazione, e nonostante le numerose difficoltà applicative di questi anni, il rispetto delle regole di etichettatura rappresenta uno strumento essenziale per il consumatore. L'informazione in etichettatura è migliorata, tuttavia resta attivo il dibattito fra quanti vorrebbero vedere sulla confezione il maggior numero di informazioni e quanti vorrebbero che fossero riportate solo le essenziali. Ma in modo chiaro e leggibile! Troppe informazioni si rivelano spesso controproducenti. Molti consumatori finiscono per trascurarne la lettura a causa dei caratteri poco leggibili e del linguaggio poco chiaro. Certamente meglio sarebbe convincere i produttori a ridurre lo spazio dedicato alla grafica

promozionale e pubblicitaria a favore delle informazioni fondamentali. Il cittadino è sempre più interessato a conoscere ciò che acquista e soprattutto ciò che mangia.

Innovazione normativa e crescente informazione, negli ultimi decenni, hanno consentito di maturare un positivo livello di consapevolezza nelle scelte di consumo. Ed è a questo consumatore, mediamente informato, che la legislazione comunitaria ha fatto riferimento, quando, dopo una lunga fase di dibattito, a dicembre 2010, la Commissione europea ha raggiunto un accordo sulle nuove informazioni da inserire nelle etichette dei prodotti alimentari, apportando così ulteriori importanti cambiamenti. Fra le novità vi è l'introduzione della tabella nutrizionale obbligatoria con l'indicazione di sette elementi (valore energetico, grassi, ecc), affiancata anche dai dati riferiti ad una porzione. Il mondo produttivo dovrà realizzare etichette rispettando le dimensioni e i caratteri di scrittura che ne facilitino la leggibilità. Anche le bevande alcoliche, a eccezione di quelle miste, i cosiddetti *alcopops* rivolti ai giovani, oltre a essere esposte in modo separato da quelle rinfrescanti, dovranno riportare in etichetta la tabella nutrizionale e la lista degli ingredienti.

Altra decisione importante è aver esteso

l'obbligo di indicare il paese d'origine o il luogo di provenienza alle carni suine, ovine e avicole, come già da anni accade per la carne bovina; entro tre anni si applicherà anche al latte a lunga conservazione, ai latticini e ai prodotti di prima trasformazione come la pasta. Come Federconsumatori rivendichiamo lo storico impegno delle associazioni dei consumatori nell'aver fornito un significativo contributo a un cambiamento che ha rafforzato il diritto all'informazione. La legislazione vigente finalmente consente ai consumatori di conoscere il Paese d'origine o il luogo di provenienza di una grande parte dei prodotti alimentari.

Il futuro di questa normativa, la completa applicazione delle regole e il loro miglioramento dipenderanno molto, in ogni caso, dalla politica che le istituzioni comunitarie dedicheranno al rafforzamento del diritto all'informazione dei consumatori europei. Importante sarà anche l'attenzione che le associazioni dei consumatori sapranno mettere in campo per monitorare i tempi di attuazione delle norme e del rispetto delle regole e la capacità di promuovere campagne di formazione/informazione verso tutte le fasce di popolazione. Oggi l'eccezione è rappresentata da quella parte di consumatori che proprio non sente il bisogno di leggere le etichette.