



# Associazioni dei consumatori: una battaglia quotidiana

di **PATRIZIA ROMAGNOLI**

Una volta c'era il "pollo in batteria" e ora c'è la "mucca pazza". Ma esistono anche quelle cose buone per le quali ci chiediamo "chissà che cosa c'è dentro", e c'è il cioccolato con l'olio di palma... Se ne parla durante la pausa caffè e alla cassa del supermercato. Ne discutono "i consumatori", una categoria tra le più imprecisate, visto che tutti, proprio tutti, mangiano...

Ad assumere l'onore e l'onere di difenderne i diritti – tra cui quello alla sicurezza degli alimenti – ci sono le loro associazioni (7 quelle che operano in Emilia-Romagna), organizzazioni il cui ruolo di partner nell'elaborazione delle leggi è riconosciuto dalla normativa non solo europea, ma anche nazionale.

Sul tema della sicurezza alimentare le associazioni dei consumatori svolgono un lavoro di tipo "politico": promuovono campagne di sensibilizzazione e, per quanto possibile, di pressione a favore della qualità dei prodotti alimentari: nel mirino oggi c'è più la fase di trasformazione industriale che quella di produzione agricola. Allo stesso tempo svolgono un'azione "pedagogica", mirata a diffondere l'idea (giusta) che la lettura dell'etichetta è già una prima forma di controllo.

Molto meno spiccata è l'attività di tutela del singolo: a differenza di quanto avviene per i prodotti extralimentari, o ancor più per i contenziosi sulle bollette di taluni servizi, il singolo cittadino raramente si rivolge all'associazione per problemi concreti di "sicurezza alimentare": il tema è sentito, sì, ma difficilmente è oggetto di richiesta di tutela e assistenza legale.

Un possibile cambiamento a questa sorta di disinteresse o, meglio ancora, alla rinuncia a sacrosanti diritti può venire da un'adeguata azione di sensibilizzazione su questi problemi. In particolare sulle norme di corretto comportamento nel settore alimentare, come è avvenuto lo scorso

anno quando, finalmente insieme sotto l'egida dell'Unione europea, le associazioni hanno prodotto, nell'ambito della campagna europea sulla sicurezza degli alimenti, il testo: "Sicurezza alimentare: mangiare bene per vivere meglio" (reperibile anche in Internet nei siti di alcune associazioni) suddiviso in vari capitoletti: additivi, istruzioni, surgelati, igiene, prodotti biologici, controlli, scadenza, indirizzi.

## L'etichetta, strumento di trasparenza

Il punto chiave della battaglia, per tutte le associazioni, resta comunque l'etichetta. Uno strumento di trasparenza, che dà al cittadino la possibilità di essere un consumatore consapevole, nonché banco di prova – per l'industria di trasformazione – delle garanzie di igiene e qualità. E se sul versante politico la battaglia delle associazioni si esercita a livello europeo per ottenere etichettature "trasparenti", nel rapporto con la base, con il consumatore, la sensibilizzazione e la conoscenza si fondano proprio nella capacità di trasmettere il concetto dell'etichetta come strumento di scelta consapevole.

«Purtroppo – afferma **Amelia Monesi**, presidente regionale dell'**Unione Consumatori** – la gente ancora non sa leggere le etichette. In Italia si fatica molto a superare la radicata concezione per cui ad un prezzo alto deve necessariamente corrispondere una qualità elevata. L'italiano in generale è meno attento e consapevole: all'estero, in Europa e negli Stati Uniti, si arriva allo sciopero dall'acquisto, gestito con l'appoggio delle associazioni dei consumatori. In Italia, invece, la gente continua a non leggere le informazioni sui prodotti». «L'informazione alimentare – continua Monesi – dovrebbe cominciare nelle scuole. E intanto, ogni giorno c'è un problema nuovo per i prodotti italiani, ai qua-

li l'adeguamento all'Europa crea diversi problemi».

Anche l'**Adiconsum** dell'Emilia-Romagna considera il tema delle etichette la chiave per un consumo consapevole. «Ma il consumatore singolo – sostiene il presidente regionale **Davide Urban** – raramente si rivolge alle associazioni per porre quesiti o per contestare prodotti alimentari. D'altronde il contenzioso è molto difficile da affrontare a livello individuale: fare analisi richiede tempi lunghi che non si conciliano con la deperibilità dei prodotti».

## Vanno difesi i prodotti tipici

Il tema della sicurezza si gioca oggi anche sulla battaglia per la qualità dei prodotti. La **Federconsumatori** attualmente sta lavorando sui temi della cultura, della tradizione nazionale e locale e del sostegno ai prodotti certificati dai marchi Doc, Dop e Igp: «Sulla sicurezza alimentare – spiega la responsabile regionale **Paola Savigni** – siamo presenti nella consulta nazionale insieme ad altre organizzazioni di consumatori e c'è un tavolo aperto con il ministero delle Politiche agricole. L'Italia non dev'essere la Cenerentola d'Europa: abbiamo una tradizione di qualità e di produzioni tipiche che va tutelata e valorizzata».

«La ricchezza della nostra agricoltura, anche quella più "industrializzata", la biodiversità, i prodotti garantiti dai marchi – aggiunge Paola Savigni – vanno fatti conoscere al consumatore. La nostra associazione ha presentato alla Regione Emilia-Romagna un programma dal titolo "Prodotti sicuri, consumatore sano" ed ha iniziato una campagna di informazione rivolta alle scuole e ai cittadini in genere, con iniziative nelle piazze per divulgare le produzioni a marchio Doc, Dop, Igp. Sosteniamo da sempre che il consumatore non deve farsi irretire dal prezzo basso e che vanno difesi e valorizzati prodotti sicuri della tradizione, da tutelare con marchi».

«Un'altra raccomandazione che diamo ai consumatori – conclude la responsabile della Federconsumatori regionale – è di scegliere prodotti nati per così dire "sotto casa": sono prodotti che subiscono meno manipolazioni e che stanno meno in giro. Una sana alimentazione deriva soprattutto dall'utilizzazione dei prodotti di stagione. La garanzia sulla provenienza, la cultura del territorio, la difesa di una certa rigidità normativa che ha caratterizzato l'Italia rispetto al resto d'Europa, sono tutti elementi della battaglia

(Foto Samaritani)



(Foto Diateca "Agricoltura")



per la sicurezza alimentare».

È d'accordo su queste valutazioni anche **Pierre Orsoni**, presidente regionale di **Adoc**: «Un conto è difendersi dalle truffe, e un conto è fare educazione sulla qualità. Per quanto riguarda il primo aspetto, a nostro avviso sono ancora a rischio soprattutto le grandi comunità, come ospedali, alberghi o case di riposo, i cui fornitori spesso non sono dotati di certificazione sullo Haccp. Come associazione diamo assistenza nel caso di contestazioni. Sul versante del sostegno al consumo di prodotti di qualità, abbiamo recentemente dato vita al "Club dei sapori", per individuare i migliori produttori, quelli di cui il consumatore potrà maggiormente fidarsi».

Per tutte le associazioni di consumatori, la divulgazione capillare è lo strumento principale di difesa della qualità, a sua volta garanzia di sicurezza. «Abbiamo un progetto in corso con la Comunità montana dell'Alto Reno e del Samoggia – afferma **Ennio Marchi Baraldi**, presidente regionale della **Lega consumatori Acli** – per dare consulenza ai Comuni dell'Appennino sul tema della sicurezza alimentare, con incontri nelle scuole e con i cittadini, per aiutare il consumatore a distinguere tra i prodotti, a scegliere in modo responsabile sulla base di certificazioni come possono essere le varie denominazioni di origine».

## Educare è importante

È una divulgazione in Cd-Rom quella del **Movimento dei consumatori**. «Distribuiamo agli iscritti l'ipertesto che abbiamo realizzato sulle normative, dalle direttive ai regolamenti fino alle norme italiane. Il Cd-Rom – spiega il presidente regionale **Vittorio Covino** – diventa uno strumento di lavoro più agile e semplice di un libro, che per essere consultato bene richiede già una buona conoscenza della materia. Del resto in Italia non c'è molto nel panorama editoriale su questa tematica specifica, che tra l'altro si modifica anche con una certa rapidità».

«Sul versante dell'educazione al consumo e alla sicurezza degli alimenti – aggiunge Covino – abbiamo realizzato un libro destinato ai bambini di età inferiore ai 10 anni: è dall'infanzia e dall'adolescenza che si deve lavorare per trasmettere la conoscenza e creare consapevolezza. Siamo stati anche tra i primi ad affrontare il problema dei cibi transgenici. Personalmente sono convinto che il punto chia-

ve del dibattito sugli Ogm (*gli organismi geneticamente modificati*, ndr) è la brevettabilità. Noto che questo è ancora un argomento per iniziati, ma la battaglia va fatta, sia sul versante della brevettabilità che sull'etichettatura, chiedendo l'obbligo di indicare non solo se un prodotto contiene Ogm, ma anche se è un derivato».



Campagne promozionali sui prodotti biologici, mense scolastiche, sensibilizzazione dei cittadini:

sono cavalli di battaglia anche per l'**Acu** (nata alcuni anni fa dalla preesistente Agrisalus), che si muove su questi temi con una sfumatura forse più "ambientalista". Come le altre associazioni, l'Acu è attenta al legame tra garanzia di sicurezza e cultura del cibo e della vita materiale: «Il cibo – spiegano all'Acu – non è qualcosa che serve solo per nutrirsi, come sembra venga considerato nei Paesi di cultura anglosassone, nè può essere trattato solo come una merce, un computer o un'automobile. La consapevolezza dei cittadini in questi anni è molto cresciuta, in senso "tecnico" ossia nella capacità di riconoscere l'alimento sicuro. Ora si deve lavorare sulla cultura». □

## Le associazioni dei consumatori in Emilia-Romagna

**ACU** - Galleria del Toro 3, Bologna - tel. 051.266920 - presidente Emanuele Bottaro

**ADICONSUM** - via Milazzo 19/f (c/o Cisl), Bologna - tel. 051.256811- presidente Davide Urban

**ADOC** - via Rismondo 2, Bologna - tel. 051.6238018 - presidente Pierre Orsoni

**FEDERCONSUMATORI** - via Marconi 69, Bologna - tel. 051.254036 - responsabile Paola Savigni

**LEGA CONSUMATORI** - (c/o Acli) via Lame 116, Bologna - tel. 051.522066 - presidente Ennio Marchi Baraldi

**MOVIMENTO DEI CONSUMATORI** - via Avesella 18, Bologna - tel. 051.267208 - presidente Vittorio Covino

**UNIONE NAZIONALE CONSUMATORI** - via Osservanza 45, Bologna - tel. 051.585647 - presidente Amelia Monesi