



# SALUTE&GUSTO

NEWSLETTER DEL MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO

**Salute&Gusto - Periodico quindicinale**

**Editore** Movimento Difesa del Cittadino **Dir. Resp.** Antonio Longo **In redazione:** Silvia Biasotto (responsabile), Elena Franci, Rosy Battaglia, Marco Dal Poz, Laura Simionato **Web:** [info@mdc.it](mailto:info@mdc.it) - [www.mdc.it](http://www.mdc.it) **Redazione:** Roma Via Quintino Sella, 41 - Tel. 064881891 Fax. 0642013163 Stampa in proprio - Anno I - n. 0 del 17.09.2010

## In primo piano

SALUTE&GUSTO, parte la nuova newsletter del Movimento Difesa del Cittadino

## Le altre news

ITALIA A TAVOLA, intervista ad Antonio Longo  
Presidente MDC

IL PREMIO ITALIA A TAVOLA 2010: per valorizzare le  
esperienze virtuose

FILIERA CORTA, al via il progetto di MDC Torino

OBESITÀ INFANTILE, MDC Lazio scende in campo con il  
progetto Bimbi In Forma

## In primo piano

# SALUTE&GUSTO, parte la nuova newsletter del Movimento Difesa del Cittadino

Fornire un panorama esaustivo delle principali notizie che riguardano il consumatore e il cibo, dalle scelte politiche, normative e regolamentari italiane ed europee alle iniziative delle associazioni dei consumatori. Questo l'obiettivo della newsletter del Movimento Difesa del Cittadino (MDC) **Salute&Gusto** che l'associazione lancia oggi in occasione della presentazione del rapporto sulla sicurezza alimentare Italia a Tavola 2010. Salute&Gusto è una newsletter **quindicinale** e si rivolge ai mass media, alle

istituzioni, all'associazionismo consumerista, al volontariato, alle organizzazioni ambientaliste, ai Centri studi, istituti di ricerca, università, centri di servizio e a tutti i soci MDC e ai cittadini. Particolare attenzione sarà rivolta alle attività delle associazioni di consumatori e in particolare del Movimento Difesa del Cittadino e delle sue sedi.



“Con Salute&Gusto – afferma Silvia Biasotto, Responsabile del Dipartimento Sicurezza Alimentare MDC – il Movimento Difesa del Cittadino prosegue nella sua azione di informazione nel settore dell'alimentazione. L'informazione è la migliore arma che il cittadino ha contro ogni tipo di frode, anche quelle che non riguardano il cibo. Non solo. L'informazione è anche conoscenza del territorio, della cultura, delle persone e delle professionalità che lavorano per portare nelle nostre tavole alimenti sani e di qualità”.

Per la registrazione alla newsletter visitare il sito [www.mdc.it](http://www.mdc.it)





## **ITALIA A TAVOLA, intervista ad Antonio Longo Presidente MDC**

Il Movimento Difesa del Cittadino e Legambiente tornano anche quest'anno con il rapporto Italia a Tavola 2010 presentando alla stampa e all'opinione pubblica tutti i controlli e i loro risultati del settore agroalimentare. Nella ricerca i numeri e i casi dei Carabinieri per la Tutela della Salute, dell'ICQRF, dell'Agenzia delle Dogane, del Corpo Forestale del Sistema di allerta comunitario, delle Capitanerie di Porto, e dei Carabinieri per le Politiche Agricole e Alimentari. Quest'anno Italia a Tavola si arricchisce del contributo dei Servizi Igiene degli Alimenti e Nutrizione ed i Servizi Veterinari dei Dipartimenti di Prevenzione delle A.S.L. e Laboratori pubblici che operano nell'ambito del Servizio Sanitario Nazionale.

### **Aumentano le infrazioni ma anche i controlli. Alla fine dei conti sulle nostre tavole arrivano cibi sani e genuini?**

Per quanto riguarda i Nas abbiamo registrato un + 18,7% sul 2008 per quel che riguarda le ispezioni e un +9,1% per le infrazioni. La proporzione sembra positiva anche se i numeri hanno una valenza non sempre assoluta. Ci sono singole operazioni che durano anni ma che portano a importanti risultati.

Ad esempio, i Nas di Napoli hanno concluso nel 2009 una attività investigativa nel settore zootecnico avviata nel 2006. I risultati sono stati 22 ordinanze di custodia cautelare, di cui 5 in carcere e 17 agli arresti domiciliari, nei confronti di altrettante persone, ritenute responsabili di associazione per delinquere finalizzata al traffico ed all'impiego di sostanze vietate, ovvero ormoni per incrementare la produzione di latte e l'ingrasso di bufale. Quello che posso concludere è che i controlli ci sono. Sono tanti e puntuali. I consumatori devono però stare attenti, imparare a conoscere gli alimenti e le etichette.

### **Quindi per garantire la sicurezza e la qualità alimentare non bastano i controlli da parte degli istituti preposti?**

I consumatori non possono fare tutto ma molto. Innanzitutto collaborare con le forze dell'ordine e le associazioni dei consumatori denunciando situazioni dubbie di sofisticazioni e contraffazioni alimentari. Informarsi, poi, è la parola d'ordine. Prima di tutto leggendo le etichette e imparando a conoscerle. Una indicazione importante è l'origine dei prodotti che ci consente di sapere da dove viene ciò che mangiamo e permette la rintracciabilità degli alimenti anche durante scandali alimentari che da troppo tempo minano la fiducia degli italiani a tavola.

### **Il Made in Italy è uno dei target più appetitosi per i criminali del cibo. Quale la dimensione del fenomeno?**

Il cd Italian Sounding fa gola a molti. Basti pensare che solo l'Ispettorato, nel 2009, ha effettuato nel settore dei vini di qualità (DOC, DOCG, IGT) sequestri per oltre 9 milioni di euro. Nel comparto, invece, dei prodotti DOP e IGP il valore è stato di circa 35mila euro. Secondo i dati dei Carabinieri delle Politiche Agricole e Alimentari, invece, gran parte delle frodi da loro registrate hanno riguardato i marchi di qualità: oltre 2 milioni di chilogrammi per un valore di 812mila euro. Le principali irregolarità hanno riguardato: evocazione illecita di marchi di origine (DOP, IGP, ecc...), vendita di prodotti a marchio senza l'iscrizione al Consorzio di tutela e la preventiva autorizzazione, contraffazione di etichette, timbri e bobine per etichettatura.

### **Il 2010 lo ricorderemo per il caso "mozzarella blu". Cosa ha fatto MDC in merito?**

Il Movimento Difesa del Cittadino ha da subito denunciato la gravità dello scandalo, a cui poi sono seguiti i casi di mozzarelle rosa e addirittura a pois! La nostra sede di Torino, da qui è partito il caso, ha subito chiesto di costituirsi parte civile

nel processo che verrà incardinato dalla Procura della Repubblica di Torino contro i responsabili.

**Sono ormai 4 anni che presentate anche il Premio Italia a Tavola. Quest'anno c'è una novità: due strutture sanitarie con mense biologiche, non solo malasanità in Italia...**

In ogni settore e comparto esistono vizi e virtù. Così nell'agroalimentare come nella sanità. Le esperienze che quest'anno abbiamo voluto segnalare, con la collaborazione di Aiab, coniugano molti aspetti di buone pratiche. Il modello di ristorazione CIR food coinvolge i presidi ospedalieri dell'AUSL di Bologna e

l'Istituto Ortopedico Rizzoli ha, ad esempio, previsto l'impiego di prodotti biologici, da produzione integrata, tradizionali, del commercio equo e solidale nelle mense. Inoltre, sono state organizzate iniziative quali la Campagna di sensibilizzazione e responsabilizzazione civile in collaborazione con Libera Terra. Dall'altra parte abbiamo invece il caso della Asl di Asti: anche qui le parole d'ordine sono km zero, eticità, stagionalità e qualità del territorio. E' importante rendere noti casi come questi nella speranza di emulazione lungo tutto lo stivale.

*A cura di Silvia Biasotto*

---

## **IL PREMIO ITALIA A TAVOLA 2010: per valorizzare le esperienze virtuose**

Il Movimento Difesa del Cittadino e Legambiente già da alcune edizioni hanno deciso di istituire all'interno dell'annuale rapporto ITALIA A TAVOLA sulle frodi alimentari la sezione "PREMIO" per dar voce all'altra faccia della medaglia. Parallelamente ai controlli e ai sequestri di prodotti contraffatti e sofisticati esistono iniziative di grande eccellenza che offrono ai consumatori servizi specifici ed esempi di buone pratiche alimentari. La redazione del Premio Italia a Tavola 2010 è stata possibile grazie alla preziosa collaborazione di Aiab (Associazione italiana per l'agricoltura biologica e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi).

I progetti premiati hanno come comune denominatore l'obiettivo di uno stile di alimentazione salutare e il richiamo a pratiche rispettose dell'ambiente potenziando lo sviluppo dell'economia locale.

Nel progetto segnalato da Aiab **"Il modello di ristorazione CIR food nell'appalto AUSL di Bologna"** una particolare attenzione è stata rivolta agli aspetti nutrizionali ambientali e di promozione della salute. In conformità con la legge regionale emiliana il 70% dei pasti viene

preparato utilizzando prodotti con caratteristiche di biocompatibilità.

Il progetto si propone di sensibilizzare i soggetti coinvolti anche sulle tematiche di responsabilità civile sociale e incentivare lo sviluppo dell'economia sociale. A tal proposito il 21 marzo: "Giornata della memoria e dell'impegno in ricordo delle vittime delle mafie" il primo piatto è stato realizzato con pasta "Libera Terra" accompagnato da un volantino che informa della campagna promotrice nella lotta contro tutte le mafie. In questo progetto il servizio di ristorazione gestito da CIR food è rivolto ai degenti e i dipendenti dei presidi ospedalieri afferenti all'AUSL di Bologna, nonché gli utenti delle refezioni scolastiche e sociali dei comuni di Loiano e Bazzano.

Un'altra iniziativa segnalata è stata premiata: **"2Q Qualità Quotidiana"** è anch'essa realizzata all'interno di un complesso ospedaliero: il P.O. Cardinal Massaia di Asti. Tale progetto ha come obiettivo quello di puntare su una ristorazione ospedaliera che riconosca il valore dell'alimentazione per la cura e la riabilitazione, ribadendo la centralità del paziente e recuperando la valenza culturale e conviviale del cibo. La maggior parte dei prodotti che vanno a comporre i quattro menu, offerti ai degenti sono di produzione locale e a fornitura Km zero,

particolare attenzione viene prestata alla stagionalità e alle preparazioni tipiche della cucina piemontese ma anche alla cucina mediterranea al fine di garantire un corretto equilibrio nutrizionale. Questo grande impegno e dedizione per dimostrare che i tempi di ricovero dovrebbero ridursi anche grazie ad una appropriata alimentazione ospedaliera.

Viene premiato inoltre il progetto **“Prevenzione e salute al Ristorante”** che nasce da una partnership tra FIPE e il Ministero della salute per promuovere la salute ed il benessere alimentare. Tale iniziativa è rivolta alle imprese di somministrazione di alimenti e bevande di cui alla legge 25 agosto 1991 n. 287, che possono aderire attraverso una preliminare sottoscrizione di un disciplinare.

## **FILIERA CORTA, al via il progetto di MDC Torino**

Da chi produce a chi consuma, senza intermediazioni! Produttori e consumatori a tu per tu in una azione, non solo di scambio di merce, ma anche di importante comunicazione culturale e informativa. Questo è il progetto "Dal Campo alla Tavola. Il Mercatino della filiera corta e i comportamenti virtuosi in Piemonte" coordinato dalla sede di Torino del Movimento Difesa del Cittadino. Accanto a MDC Torino ci sono Cittadinanzattiva, MDC Nazionale, Consumedia, Confederazione Italiana Agricoltori, Associazione Italiana Agricoltura Biologica, Confconsumatori e Assoutenti. Il Progetto, realizzato con il contributo della Regione Piemonte e il patrocinio dei Comuni di Torino, Alessandria e Cuneo, prevede anche incontri didattici nelle scuole per una sempre maggiore diffusione delle conoscenze sulla filiera corta tra le giovani generazioni. Per tutta la durata dell'iniziativa esperti del settore incontreranno nelle tre province gli studenti delle superiori.

**Come è nata l'idea del progetto “Dal Campo alla Tavola”?**

Conseguentemente vengono attuate delle azioni di formazione ed informazione in merito agli standard qualitativi del servizio erogato. I consumatori pertanto riusciranno a trovare valide offerte di ristorazione in merito a stili di vita alimentari e salutari nonché particolare attenzione verso problematiche metaboliche. E' per chi è alla ricerca del “cibo buono fino in fondo” segnaliamo il **progetto premiato “Circolo del Cibo” di Ctm Altromercato**: un sito e una community per la diffusione di informazioni su chi e come pratica e rispetta la cultura del buon cibo fino in fondo con l'impiego, ad esempio, di materie prime a filiera corta: sia locali che del commercio equo.

*A cura di Elena Franci*

L'idea del progetto dal campo alla tavola è nata al fine di dare seguito alla volontà della Regione Piemonte di dare un forte impulso alla filiera corta. Abbiamo così pensato di realizzare concretamente la filiera corta mettendo da un lato i consumatori e dall'altro i produttori agricoli, riducendo il più possibile le distanze, quindi realizzando noi consumatori un mercatino di produttori, che portano in piazza i prodotti ancora freschi dei loro orti e delle loro fattorie.

**Avvocato Lonterni, cosa significa “filiera corta” per il consumatore?**

Filiera corta significa avvicinarsi il più possibile al concetto di km zero. Significa eliminare tutte le intermediazioni, significa sapere con certezza da dove arriva il prodotto che mettiamo a tavola, significa sapere che non mangiamo cibi conservati a lungo in magazzino, cibi freschi e di stagione.

**Nel vostro progetto ci sono diverse realtà: agricoltori e consumatori. Quanto questa sinergia conferisce un valore aggiunto all'iniziativa?**

Consumatori e produttori insieme dovrebbero dare garanzie maggiori agli uni e agli altri. Per i

consumatori il valore aggiunto è che si scelgono i produttori da cui comprare, quindi un po' come i Gas (Gruppi di acquisto solidali) e i Gac (Gruppi di acquisto collettivi), per i produttori il valore aggiunto è quello di avere già una buona platea di acquirenti.

### **Pensa che a livello istituzionale si possa fare di più per favorire la filiera corta?**

Non si può negare che le Istituzioni abbiano fatto già molto per incentivare la filiera corta. L'approvazione da parte del Consiglio dei Ministri del disegno di legge per la valorizzazione dei prodotti agricoli provenienti da filiera corta non deve essere un traguardo ma un punto di partenza per la valorizzazione e la crescita di una nuova forma di economia più rispettosa delle parti coinvolte (consumatori e produttori) nonché dell'ambiente. Sebbene già con D.lgs 228/01 si stabilì la possibilità per i produttori di vendere direttamente i loro prodotti su tutto il territorio, previa una semplice comunicazione al Comune, e, ancora di vendere i propri prodotti o derivati degli stessi (cd. Artigianato alimentare) anche attraverso il commercio elettronico, correttamente venne sottoscritto nel 2007, da allora Ministro delle politiche agricole Paolo De Castro, un provvedimento, che oltre a favorire i produttori, a tutela dei consumatori, stabiliva nell'ufficializzare l'istituzione dei Farmers' Market, però anche parametri standard per la realizzazione degli stessi, per le modalità di vendita, nonché per la trasparenza dei prezzi.

La realtà piemontese vede le Istituzioni regionali e comunali fortemente coinvolte nella realizzazione pratica di una buona filiera corta. La filiera corta in Piemonte non è un fenomeno nuovo. Un esempio per tutti è stata la vendita diretta di vino presso le numerose cantine cooperative, o ancora, la presenza nei mercati rionali di banchi di frutta e verdura dei contadini. Certo negli ultimi anni lo sviluppo dei grandi centri commerciali ha stimolato i consumatori ad acquistare prodotti sempre più vari e sempre più lontani dal proprio territorio. Si pensi a certi

articoli, come il cous cous liofilizzato, che oggi possiamo reperire nei centri commerciali! Così la Regione Piemonte proprio nel 2009 ha stanziato due bandi per favorire la filiera corta nella forma dei Gas e dei mercatini dei contadini. Inoltre sempre la Regione Piemonte ha approvato tutti i progetti di farmer market presentati da comuni e Comunità montane. 28 i mercatini finanziati sul territorio regionale. Per quanto riguarda i Gas, come dicevo un altro bando sono stati previsti finanziamenti per la costituzione e la gestione di gruppi di acquisto. Infine il Consiglio comunale del capoluogo Piemonte se ha deciso all'unanimità di dar vita ad un farmer market che coprirà un'area di 2600 mq.

Personalmente ritengo positivi tutti questi interventi, ma credo che più in là le istituzioni dovranno sincerarsi che tali nuove realtà non diventino solo sostitutive dei grossi centri commerciali, diventando esse stesse una nuova grande distribuzione a scapito dei produttori e conseguentemente anche dei consumatori. Questi mercatini rischiano di diventare delle fiere, dove tutti i banchi sono omogenei e del tutto spersonalizzati sotto l'insegna dell'associazione di categoria di turno...dove finisce l'azienda, la fattoria il piccolo produttore? Dove finisce il piccolo mercatino? Questa realtà in divenire non deve diventare un nuovo business a scapito dei consumatori!

### **Tre buoni motivi per visitare i mercatini del vostro progetto?**

Intanto c'è il nostro gazebo dove vengono consegnati materiale informativo, didattico e utilissime borse ecologiche per la spesa; i prodotti sono freschi, di stagione, buonissimi e i produttori danno chiarimenti sulla loro azienda. infine siamo "aperti" di domenica: da noi si trova il pane di montagna, frutta verdura, vino, miele, riso, formaggi...insomma...un po' di tutto, anche fiori per un bel centrotavola fresco e di stagione per la tavola su cui proporre a cena i prodotti del progetto "dal campo alla tavola"!!!

*A cura di Silvia Biasotto*

## **OBESITÀ INFANTILE, MDC Lazio scende in campo con il progetto Bimbi In Forma**

**Sono 114.783 i bambini laziali tra i 6 e gli 11 anni obesi o in sovrappeso.** In particolare, nel Lazio, il 26% dei bambini tra gli 8 e i 9 anni che frequentano la terza elementare è in sovrappeso, il 13% è obeso (fonte: Okkio alla Salute 2008). Questi gli ultimi dati ufficiali disponibili, che suonano come un campanello d'allarme e accendono i riflettori su un fenomeno, quello dell'obesità infantile, che suscita preoccupazione non solo in Italia e nel mondo, ma anche nella nostra regione.

Con l'obiettivo di prevenire l'obesità infantile, il **Movimento Difesa del Cittadino Lazio (MDC Lazio)** ha messo in campo una serie di azioni mirate a promuovere una cultura del corretto stile di vita nutrizionale tra i bambini e i ragazzi dai 6 ai 13 anni, alle loro famiglie e alle scuole. Nell'ambito del programma utenti e consumatori 2009 della Regione Lazio, l'associazione sta promuovendo in questi mesi il progetto **Bimbi In Forma**.

“Il ritmo della società attuale – dichiara **Livia Zollo, presidente del Movimento Difesa del Cittadino Lazio** – è aumentato a tal punto che **manca il tempo, la giusta informazione, ma anche le strutture per offrire ai piccoli consumatori un corretto stile di vita alimentare.** Anche il mercato non aiuta le famiglie, offrendo una serie di prodotti poco salutari, come merendine grasse, cibi pronti, ecc., resi ancora più accattivanti dagli spot pubblicitari durante i programmi per ragazzi. **Con BimbiInForma vogliamo dare un sostegno utile ai genitori,** il cui ruolo è essenziale in questo contesto: non bisogna dimenticare che l'obesità infantile comporta non solo problemi fisici, ma anche psicologico-sociali per i nostri figli”.

Attraverso il **Numero Verde 800.913514**, l'e-mail **lazio@mdc.it** e lo sportello di **Piazza dei Geografi 22** le famiglie potranno ricevere assistenza e

avere informazioni su quali ASL della regione Lazio hanno attivato servizi di assistenza sociosanitari specializzati sulla nutrizione e l'obesità infantile. Nel sito **[www.mdclazio.it/bimbiinforma](http://www.mdclazio.it/bimbiinforma)** è, comunque, possibile scaricare la mappa completa con l'elenco e i contatti di tutte le strutture presenti in regione. Successivamente, attraverso questo censimento, sarà stimata la quantità dei servizi offerti alle famiglie con bambini obesi in età scolare. I risultati del progetto, che prevede anche la somministrazione di un questionario ad hoc a insegnanti e genitori, saranno raccolti in un dossier che verrà presentato e distribuito nel corso di un workshop conclusivo che si terrà a Roma il prossimo novembre.



È in distribuzione, inoltre, **un manuale per i genitori, con importanti regole base sul corretto stile nutrizionale di grandi e piccini,** e saranno realizzati **tre video spot per sensibilizzare genitori e ragazzi** sulle buone abitudini alimentari e sull'attività fisica, visibili anche nel sito **[www.mdclazio.it/bimbiinforma](http://www.mdclazio.it/bimbiinforma)** e nel canale Youtube **[www.youtube.com/user/BIMBINFORMA](http://www.youtube.com/user/BIMBINFORMA)**. Nelle province di Roma, Rieti e Latina, si sono già svolti alcuni focus group, cui hanno preso parte genitori, insegnanti, pediatri, psicologi, sociologi e nutrizionisti per confrontarsi sulle principali cause legate alla diffusione dell'obesità tra i ragazzi e sulle possibili azioni migliorative attuabili per la prevenzione e la cura di essa, partendo da eventuali criticità riscontrate nel proprio territorio di residenza.

*A cura di Laura Simionato*