



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, Chiara De Iaco, Sara Di Vito, Natasha Turano, Web: info@mdc.it - www.mdc.it Redazione: Roma Via Quintino Sella, 41 - Tel. 064881891 Fax. 0642013163

Stampa in proprio - Anno II - n. 4 del 01.03.2011

In primo piano

ALIMENTAZIONE. La Coca Cola apre le porte di Atlanta

Le altre news

NUTRIZIONE. Addio a Carlo Cannella

ETICHETTATURA. Consiglio Ue dice sì all'origine anche per le carni suine, ovine, caprine e avicole

SALUTE. Dal 1° marzo non si potranno più produrre biberon al BPA

SICUREZZA ALIMENTARE. Scoperto olio deodorato. Ed è polemica sul nuovo Regolamento Ue

In primo piano

ALIMENTAZIONE. La Coca Cola apre le porte di Atlanta

Anni fa, entrando in un negozietto di "pizza al taglio" di Roma, restai senza parole quando una bambina di 2 anni circa si staccò dalla mano della madre per andare verso una distributore automatico di bevande, quasi abbracciandolo e balbettando come può fare un infante: "Colacola cola.."; e intanto guardava la madre chiedendo di avere la lattina magica. Forza di un logo che ormai si è imposto in tutto il mondo, come ho avuto modo di verificare anche in India, l'anno scorso, dove non c'era villaggio o strada in cui non si leggesse il marchio "Coca cola".

Pensavo a questo quando, insieme con una delegazione di consumatori italiani e con alcuni giornalisti, siamo andati ad Atlanta, negli USA, ospiti della casa madre della bevanda inventata da un farmacista, che però non si arricchì certo per la formula segreta che aveva messo a punto, perché ne vendette i diritti subito. Abbiamo avuto modo di confrontarci con vari alti manager responsabili dei

vari settori, dalla comunicazione alla ricerca, anzitutto con Clyde Tuggle, senior vice president Global public affairs, uno dei "boss" aziendali. L'incontro è stato promosso da Centromarca, socio di Consumers' Forum e organizzato dalla Coca cola italiana, in maniera inappuntabile.

"Ci si confronta con grandi aziende e si sviluppano temi che riguardano i consumatori, che riguardano l'organizzazione del lavoro, la sicurezza, le strategie delle aziende – ha spiegato Veroli, presidente di Consumers' Forum - Il fatto che fosse la prima volta ha colto l'azienda un po' di sorpresa: forse non si aspettava che le associazioni avessero un atteggiamento così attento e professionale su tutti gli aspetti che riguardano sicurezza, sostenibilità, salute". Ecco, questo è stato forse l'unico punto non critico ma in qualche modo problematico della visita. Abbiamo avuto l'impressione che i manager fossero un po' in difficoltà quando gli abbiamo posto i problemi della comunicazione che tende a incentivare il consumo a tavola o quando abbiamo chiesto chiarimenti sull'aspartame e sugli altri dolcificanti chimici, attualmente sotto indagine dell'EFSA per possibili effetti dannosi alla salute. Il vice presidente Tuggle ha affermato nell'incontro con i giornalisti italiani che hanno accompagnato la delegazione di consumatori: "Siamo consapevoli che la reputazione costruita in 125 anni può essere distrutta in 125 secondi", riconoscendo che i consumatori sono in definitiva "i veri responsabili del marchio". Ma forse danno troppe cose per scontate, con quell'atteggiamento un po' ottimistico a oltranza e a volte "tranchant" di chi è convinto di stare sempre dalla parte giusta e vincente, tipico degli americani.

"La Coca Cola si preoccupa che i proprio prodotti siano buoni e gustosi, di fatto è una grandissima

multinazionale che ogni giorno vende 1 miliardo 600 milioni di bottiglie – racconta Veroli - Noi abbiamo posto il tema che questi prodotti possano creare problemi dal punto di vista delle calorie e della salute: se fossero dati a pranzo e a cena c'è da considerare che l'equivalente delle calorie di un bicchiere di Coca Cola, 140 calorie, è quello di un bicchiere di vino. C'è anche un problema di educazione alimentare. Secondo me questo aspetto ha colto un po' di sorpresa l'azienda”.

Massimiliano Dona nel suo intervento ricorda a “Mr Clyde” che in Italia è in programmazione una campagna pubblicitaria che raffigura una tipica famiglia italiana che pasteggia con una enorme bottiglia di Coca-Cola. “Il messaggio non mi sembra corretto: se davvero portassimo in tavola la bevanda a pranzo e a cena travalicheremmo di gran lunga i limiti al fabbisogno giornaliero di zuccheri e saremmo rapidamente a rischio obesità”, afferma Dona, che chiede un impegno a ritirare la campagna, almeno in Italia, paese di tradizioni gastronomiche molto diverse da chi pasteggia a Coca cola”. Anche io rilancio sull'argomento e a questo punto abbiamo avuto l'impressione che Mr. Clyde fosse in difficoltà ed è intervenuta una provvidenziale segretaria che ha ricordato al vice-president un improrogabile impegno che lo costringeva a chiudere l'incontro con noi. “Credo che abbiano una strategia di vendita dei prodotti che punta più al gusto e all'approccio del consumatore, meno a un discorso strategico alla

salute – commenta Veroli in una intervista ad Help consumatori - I prodotti sono sicuri, ma non credo ci sia un'eccezionale ricerca sul fatto che possano diventare meno calorici. È recente la ricerca sulla **Coca Cola a calorie zero**, ma penso sia più una scelta fatta per esaudire i desideri di una parte del mercato, quella che non vuole ingrassare. Non è una scelta di fondo che punta a prodotti meno calorici. Quando abbiamo fatto altri confronti, come con la Nestlè, abbiamo visto che c'è una strategia di fondo su prodotti che siano più dietetici”.

Allo stesso modo è andata sull'aspartame e sui dolcificanti, anche se non c'è stata nessuna “fuga” dei tecnici con cui ci confrontavamo, ma le spiegazioni che volevano rassicurare non sono state molto convincenti. Anche perché, proprio durante la discussione, mi sono collegato al sito di Help consumatori ed era stata appena battuta la notizia che **l'EFSA, l'agenzia europea per la sicurezza alimentare, aveva riaperto il dossier sull'aspartame**, sospetto di avere effetti cancerogeni. Ho subito riferito la notizia e il clima della discussione è diventato più “vivace”, anche se sempre corretto.

Resta comunque un dato molto positivo: il fatto che una delle più grandi aziende del mondo apre le sue porte ai consumatori e si siede a discutere. Sono certo che la prossima volta (ci sarà? Ma sì, ne sono sicuro..) saranno più preparati alle domande difficili.

di Antonio Longo



LE ALTRE NEWS

NUTRIZIONE. Addio a Carlo Cannella

Lo scorso 23 febbraio è scomparso il professor Carlo Cannella, un pilastro indimenticabile della scienza dell'alimentazione. Cannella era professore ordinario di Scienza dell'alimentazione presso la Facoltà di medicina dell'Università La Sapienza di Roma, direttore della Scuola di specializzazione in Scienza dell'alimentazione e nel 2006 del Centro Interuniversitario Internazionale di Studi sulle Culture Alimentari Mediterranee sempre presso la Sapienza. E' stato presidente dell'Istituto nazionale di ricerca per gli alimenti e la nutrizione (Inran) e membro del Consiglio Superiore di Sanità. Grande

comunicatore è stato consulente Rai presso trasmissioni quali SuperQuark e TG2 Salute.

Il cordoglio per la morte del professor Cannella è giunto innanzitutto dal **Ministro per le Politiche Agricole Alimentari e Forestali, Giancarlo Galan**, e poi i Consumatori si sono stretti attorno al ricordo del professore. “Rendiamo grazie – ha commentato il **Movimento Difesa del Cittadino** – allo stimato lavoro svolto da Cannella in questi anni nel campo della nutrizione. Grande scienziato e ricercatore, professore universitario, presidente dell'Inran (Istituto di ricerca per gli alimenti e la nutrizione), consulente Rai, Lo ringraziamo per aver sempre saputo comunicare ai cittadini i fondamenti dell'alimentazione e

della nutrizione in modo semplice, competente e cortese". "In questi anni – ha invece detto l'avvocato Massimiliano Dona, presidente dell'Unione Nazionale Consumatori- ho avuto la fortuna di confrontarmi più volte con lui sul grado di consapevolezza dei consumatori in campo alimentare, apprezzandone l'estrema disponibilità e l'entusiasmo profuso al nostro fianco nei progetti educativi rivolti soprattutto ai

consumatori più giovani. Mi commuove pensare che solo qualche tempo fa è stato ospite del nostro premio 'Vincenzo Dona' dedicato all'alimentazione, regalandoci come sempre il suo prezioso contributo. Tutta **l'Unione Nazionale Consumatori** si stringe attorno al dolore della famiglia e di quanti lo hanno conosciuto".

A cura di Silvia Biasotto

ETICHETTATURA. Consiglio Ue dice sì all'origine anche per le carni suine, ovine, caprine e avicole

Il **Consiglio Agricoltura dell'Unione Europea**, in prima lettura del testo di proposta di Regolamento, ha decretato di rendere **obbligatoria l'indicazione d'origine nelle etichette delle carni avicole, suine, caprine e ovine, obbligo ad oggi in vigore in Europa solo per i bovini**. E' stato altresì stabilito che le modalità di indicazione dell'origine delle carni verranno definite entro due anni.

Questa è solo una delle decisioni prese a Bruxelles il 21 febbraio scorso. Infatti la discussione sulla proposta di regolamento vede impegnati i membri del Consiglio ad esprimersi anche sull'indicazione di origine di altri prodotti alimentari. Tra questi il latte sia come alimento finale sia quando utilizzato nei prodotti lattiero-caseari, gli alimenti mono-ingrediente, e gli ingredienti primari quando risultano più del 50% dell'alimento finale. Da menzionare che l'indicazione di origine è stata oggetto di dibattito pure per le etichette dei prodotti secondari ovvero, se il testo continuerà il suo iter fino all'approvazione definitiva senza subire modifiche nelle etichette di tali prodotti alimentari dovrà comparire la specificazione se l'ingrediente principale ha una diversa origine rispetto al secondario. Ribadita poi la necessità di indicare l'origine della carne anche quando impegnata per la preparazioni di altri prodotti alimentari.

Il progetto su cui si è discusso in Consiglio si pone tra gli obiettivi di primaria esigenza l'uniformità delle legislazioni dei ventisette paesi membri sostenendo il diritto di informazione e tutela dei consumatori. Ciò si evince dalla conferma dell'unica unità di misura - 100gr o 100ml - in cui dovranno essere espressi i valori dei nutrienti, nonchè elencati tutti insieme in modo ben visibile. Agli operatori delle aziende alimentari viene concesso di ripetere la menzione di quelli che ritengano maggiormente rilevanti con la precisa imposizione di non trarre in inganno il consumatore o presumere che egli possa dedurre la composizione dell'alimento dal modo in cui appare o è presentata l'etichetta. L'unico sconfitto a Bruxelles è l'obbligo dell'indicazione di provenienza in etichetta per tutti i prodotti agricoli, emendamento passato invece positivamente all'esame della Commissione Europea. **Paolo De Castro – Presidente della Commissione Agricoltura del Parlamento Europeo** – da una parte plaude alla decisione dichiarando che "i nostri cittadini potranno finalmente conoscere la provenienza di tutte le carni che consumano", dall'altra sottolinea come il Consiglio non abbia recepito l'obbligo d'indicare in etichetta la provenienza per tutti i prodotti agricoli introdotto dalla Commissione Agricoltura e recepito dall'Aula di Strasburgo, ma la battaglia continuerà, assicura il presidente De Castro, il quale dichiara che "in seconda lettura ripresenteremo gli emendamenti sull'etichettatura obbligatoria approvati dall'aula del PE".

A cura di Elena Franci

SALUTE. Dal 1° marzo non si potranno più produrre biberon al BPA

Dal primo marzo 2011 l'Europa non potrà più produrre biberon al Bisfenolo A (BPA) e dal primo giugno ne sarà vietata anche l'importazione e la commercializzazione.

La decisione è stata presa lo scorso novembre dai rappresentanti dei 27 Stati membri dell'UE, riuniti nel Comitato per la catena alimentare e la salute animale, in quanto la sostanza sembra alterare il corretto sviluppo cerebrale dei bambini. Si è arrivati a questa soluzione nonostante l'ultimo parere dell'EFSA (Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare) che, prendendo in considerazione oltre 800 studi per valutare gli effetti della sostanza in alcuni tipi di biberon e in altri contenitori per alimenti, aveva lasciato

invariata la dose giornaliera tollerabile a 0,05 milligrammi per chilogrammo di peso corporeo.

I timori sulla tossicità del prodotto erano stati confermati dal congresso internazionale condotto dalla Federazione Italiana Endometriosi: il bisfenolo A, che si trova in comuni materiali plastici, potrebbe infatti essere una delle cause dell'endometriosi, o comunque potrebbe aumentarne il rischio. La patologia colpisce in Italia circa 3 milioni di donne.

Già tanti, infatti, i Paesi che avevano messo al bando i biberon al BPA, a cominciare dal Canada, passando per la Danimarca e gli Stati Uniti e, per ultima la Francia. **In Italia invece solo undici erano le marche di biberon recanti l'etichetta biberon "BPA free".**

A cura di Natasha Turano

SICUREZZA ALIMENTARE. Scoperto olio deodorato. Ed è polemica sul nuovo Regolamento Ue

Gli uomini del Corpo forestale dello Stato, a seguito di una lunga indagine iniziata nel settembre del 2010 e finalizzata a verificare la **filiera di qualità dell'olio extravergine di oliva**, hanno riscontrato, presso diversi stabilimenti di confezionamento a Firenze, Reggio Emilia, Genova e Pavia documenti di trasporto falsificati utilizzati per regolarizzare una partita di **450 mila chilogrammi di olio extravergine di oliva destinata ad essere commercializzata, per un valore di circa 4 milioni di euro.**

L'ipotesi degli investigatori è che i documenti siano stati contraffatti per ingannare sulla vera natura del prodotto che, secondo la Procura di Firenze, conterrebbe olio di oliva deodorato, di bassa qualità e dal valore commerciale tre volte inferiore a quello etichettato come extravergine. Come spiega in una nota il Corpo la deodorazione è un'operazione di rettifica dell'olio di oliva che consente di **trasformare oli di oliva non**



commestibili di scarsa qualità in oli di oliva senza difetti, ma che una volta subito questo trattamento non possono più essere

commercializzati come oli di oliva extravergine. Questa pratica illecita diventa quasi obbligatoria quando passa molto tempo tra la raccolta dell'oliva e la sua trasformazione, visto che potrebbero insorgere fermentazioni dannose alla qualità del prodotto, o in caso di supermaturazione delle olive o ancora nei casi di cattiva conservazione delle stesse.

La notizia dell'operazione ha riaperto il dibattito sul nuovo Regolamento Comunitario (N.61/2011) che entrerà in vigore il prossimo 1° aprile. La norma da una parte riconosce un nuovo metodo diagnostico che consente di accertare, attraverso la presenza del livello di *alchil esteri* nell'olio, la deodorazione del prodotto. Dall'altro, però, fissa un livello considerato da più parti troppo alto di alchil esteri nell'olio per poterlo definire "extravergine": alchil esteri + metil alchil esteri inferiore o uguale a 75 mg/Kg oppure contenuto di alchil esteri + metil alchil esteri inferiore o uguale a 150 e superiore a 75 con un rapporto tra esteri etilici/esteri metilici inferiore o uguale a 1,5.

Il **Movimento Difesa del Cittadino** aveva già presentato l'importanza della metodologia di indagine. Nell'ambito del progetto "Le Marche a Tavola" il Movimento Difesa del Cittadino Marche aveva, infatti, organizzato lo scorso novembre ad Offida un convegno sul tema della qualità delle olive e dell'olio, in occasione del quale l'Arpam di Ascoli Piceno aveva diffuso i dati di una

rilevazione effettuata su campioni di extravergine tramite l'esame degli alchil esteri: la gran parte degli **oli extra vergini prelevati nei frantoi marchigiani** contiene meno di 1 mg/KG di alchil esteri e solo il 20% contiene mediamente 10 mg/kg di alchil esteri. Mentre circa il 70 % degli oli extra vergini venduti presso esercizi commerciali ne contiene mediamente 130 mg/kg, arrivando in alcuni casi a 1000 mg/kg.

"Se si raffronta il limite introdotto dal nuovo Regolamento– 1mg/kg (fino a 10 mg/kg nel 20% dei campioni) rinvenuto dopo **accurate indagini dall'ARPAM di Ascoli Piceno** negli oli dei frantoi marchigiani, si comprende l'eccellenza della qualità delle produzioni italiane, quando però sono davvero tali! Altrettanta fiducia il consumatore ad oggi non può riporre negli oli extravergini che trova etichettati nella distribuzione commerciale. Gli alchil esteri indicano la cattiva o troppo prolungata conservazione delle olive dopo la raccolta a prima della molitura – ha **dichiarato Micaela Girardi, segretario nazionale MDC e presidente MDC Marche** – e soltanto la capillare rete di frantoi italiani, che la Spagna non possiede, è in grado di offrire la molitura di olive irreprensibili. Finalmente è giunto questo nuovo regolamento che permetterà una valutazione più puntuale e severa sulla qualità degli oli d'oliva e una migliore tutela del consumatore e della sua salute".

A cura di Silvia Biasotto

