



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 - www.mdc.it **Redazione:** Roma Via Quintino Sella, 41 - Tel. 064881891 Fax. 0642013163 Stampa in proprio - Anno I - n. 7 del 23.12.2010

In primo piano

MDC BENEVENTO presenta Indagine sulla percezione dei rischi alimentari e degli stili di consumo delle famiglie sannite

Le altre news

FILIERA CORTA. MDC Torino, presentati i risultati dei mercatini patrocinati dalla Regione Piemonte

SICUREZZA ALIMENTARE. Al centro di "Le Marche a Tavola" il tartufo e... "beffe legalizzate"

TERRA MADRE DAY. Carne, la verità sconosciuta, Appello di MDC Parma per un consumo consapevole e sostenibile

ALIMENTI. Sequestro NAS nel napoletano, MDC: "Con le feste cresce la domanda e aumentano le frodi: intensificare i controlli"

In primo piano

MDC BENEVENTO presenta indagine sulla percezione dei rischi alimentari e degli stili di consumo delle famiglie sannite

Batteri, virus, inquinanti ambientali, ormoni e diossina. Questi i rischi maggiormente percepiti dai consumatori sanniti in tema di sicurezza alimentare. Cittadini che si sentono persi e in balia delle emergenze mediatiche: **circa il 70% di loro modifica il proprio modo di fare la spesa nel caso in cui vi siano notizie su illeciti alimentari. Solo il 29% ha fiducia negli organi di controllo.** Il dato positivo è la grande richiesta non solo di sicurezza, ma soprattutto di qualità testimonianza di una maggiore consapevolezza del consumatore: **l'88% è disposto a pagare di più per un prodotto garantito e certificato.**

E' quanto emerge dalla 1° "Indagine sulla percezione dei rischi alimentari e degli stili di

consumo su un campione di famiglie sannite" svolta nell'ambito del progetto "Educazione al consumo consapevole di prodotti alimentari e promozione dei prodotti tipici" realizzato dal Movimento Difesa del Cittadino, in partnership con Federconsumatori e Lega Consumatori. L'iniziativa è stata svolta con il contributo della **Camera di Commercio di Benevento**. Obiettivo dell'indagine era analizzare la percezione dei rischi alimentari e degli stili di consumo di un campione di famiglie sannite. In particolare, sono stati somministrati 300 (252 risposte) questionari direttamente, telefonicamente e online, in tutto il territorio sannita.

Come sottolineato dal Presidente Provinciale MDC Francesco Luongo "L'obiettivo del progetto è quello di fornire strumenti di autotutela ai consumatori vittime delle frodi alimentari qualificando anche la domanda con una educazione al consumo consapevole dei prodotti che permetta di mangiare in modo più sano risparmiando".

Gdo o mercati rionali? La grande distribuzione, che si tratti di discount o supermercati, è il principale canale di vendita per le famiglie sannite. I prodotti fra quelli freschi e quelli surgelati che intaccano maggiormente nel budget familiare è per i soggetti che spendono fra il 30-50% del proprio reddito pressoché paritario (51% per i surgelati e 49% per i freschi). Mentre per le persone che utilizzano fino al 30% del proprio reddito per l'acquisto di beni alimentari è speso per l'81% per i prodotti freschi e per il 19% per i surgelati.

Solo il 29% del campione intervistato ha fiducia nelle istituzioni preposte ai controlli nel comparto agroalimentare. Un dato che può spiegare la grande influenza che i consumatori subiscono dalla comunicazione mediatica: il 68% ha dichiarato di modificare il proprio modo di fare la spesa nel caso

in cui vi siano notizie su illeciti nel campo alimentare ed agroalimentare. Soprattutto perché si ravvisa nella non sicurezza dei prodotti alimentari dei fattori di rischio legati per il 22% a batteri e virus, 19% inquinanti ambientali, 14% ormoni (problema legato ai prodotti non di stagione), 14% diossina, solo 8% mucca pazza. **Esiste invece una fetta non indifferente del campione (18%) che ammette di non avere alcun interesse alla sicurezza o meno di ciò che mangia!**

I rischi alimentari sono chiaramente percepiti dai consumatori sanniti, tanto che l'88% dichiara di essere disposto a spendere di più per un prodotto garantito e certificato. Le motivazioni sono dovute per il 48% sulla certezza della provenienza ,per il

16% rispetto dell'ambiente, il 13% invece, tiene conto delle caratteristiche organolettiche, e il 21% è convinto che una marca conosciuta sia sintomo di sicurezza e igienicità. **Per stare tranquilli i cittadini sanniti preferiscono comunque rivolgersi all'ipermercato o al supermercato in quanto si ha la certezza che siano qualitativamente ed igienicamente più sicuri** degli altri luoghi di vendita , senza però disdegnare gli altri infatti i dati sono pressoché stabili. La scelta di chi rivolge invece alla vendita diretta (pescheria, panetterie, mercato rionale etc) lo fa in quanto ha fiducia nel venditore (26%),lo conosce e quindi è sicuro del prodotto che vende (21%).

A cura di Silvia Biasotto



LE ALTRE NEWS

FILIERA CORTA. MDC Torino, presentati i risultati dei mercatini patrocinati dalla Regione Piemonte

C'è un **forte desiderio di filiera corta in Piemonte** e i consumatori lo hanno dimostrato nei **dieci mercatini** del nuovo progetto **"Dal Campo alla Tavola. Il Mercatino della filiera corta e i comportamenti virtuosi in Piemonte"** che ha portato a Torino, Cuneo, Alessandria e Volpiano, grazie al patrocinio della Regione Piemonte e dei rispettivi Comuni, la vendita diretta dei migliori prodotti del territorio. Nel corso dell'iniziativa, inaugurata ad aprile e chiusa il 5 dicembre scorso, è stata condotta **un'indagine tra i cittadini**, tramite questionari da compilarsi in forma volontaria, dalla quale è emerso infatti che il consumatore medio è sempre più esigente e meno sprovveduto, e vorrebbe avere in misura crescente la possibilità di acquistare a chilometro zero.

"Oltre a prodotti di qualità per la propria salute e la salvaguardia dell'ambiente, le persone chiedono di essere più informate sugli aspetti della produzione, della filiera corta e delle certificazioni bio, e sono pronte per questo anche a sacrificare in parte l'aspetto economico – spiega l'avvocato **Simona Lonterni del Movimento Difesa del Cittadino di Torino** che ha

coordinato il Progetto in partnership con Cittadinanzattiva, MDC Nazionale, Consumedia, Cia, Aiab, Confconsumatori e Assoutenti – in molti tuttavia ritengono necessario che venga ancora migliorato l'incontro tra domanda e offerta, pure in un'ottica di contenimento dei prezzi". In particolare alla domanda "dove acquisti i prodotti alimentari", potendo dare una risposta multipla, i consumatori dei mercatini "Dal Campo alla Tavola", hanno spiegato di rivolgersi ai **dettaglianti (66%**, contro un 44% che non compra mai al dettaglio), senza tuttavia disdegnare la **grande distribuzione** (nel **51%** dei casi, contro un 49% che non varca mai le porte di un supermercato) o anche i **produttori**, cui capita di ricorrere a quasi **4 persone su 10**. In pratica la ricerca rileva che l'approvvigionamento alimentare non avviene sempre prevalentemente, come forse si potrebbe essere portati a pensare, presso la grande distribuzione (il **50%** della frutta e della verdura, addirittura, viene acquistato altrove), ma si tende piuttosto a **mescolare fonti e sapori**.

Chi non pratica con regolarità la filiera corta, poi, la considera comunque **migliore per la qualità del cibo (72%)** e solo 7 consumatori su 100 spiegano di non servirsene a causa dei prezzi più alti. A guidare la **spesa dei piemontesi** (che per un nucleo di 3 persone si aggira – sempre secondo l'indagine - **tra i 50 e 100 euro alla**

settimana) non è il portafoglio ma il palato visto che il **72% degli intervistati** dice di badare soprattutto alla qualità di quel che compra, con particolare attenzione per genuinità, freschezza e gusto; anche l'impatto ambientale delle produzioni trova forte considerazione (nel 34% dei casi).

Per quanto riguarda l'**agricoltura biologica**, il **43%** dei consumatori dichiara di acquistare preferibilmente prodotti di tale gamma perché ritenuti più genuini e sicuri, mentre ancora il **56%** ammette di non farlo, o di farlo solo saltuariamente, perché si tratta di merce troppo cara o di difficile reperimento sul mercato. Infine il **72% dei consumatori** è interessato e disponibile a partecipare come **sogetto attivo alla filiera corta**, in modo consapevole e informato.

“Spetta a noi associazioni di consumatori il compito di informare il cittadino sul valore aggiunto che si può ottenere comprando direttamente da chi produce – spiega **Silvia Biasotto** del Dipartimento Sicurezza Alimentare di uno dei partner, **MDC** – il prezzo non può essere la sola scriminante. C'è la realizzazione di una nuova economia dove il consumatore diventa co-produttore. E la filiera corta è secondo noi un'opportunità e una soluzione alla crisi” Per creare sempre più consapevolezza sulla vendita a chilometro zero, **“Dal Campo alla Tavola”** ha lavorato anche nelle **scuole**, come l'Istituto Fermi

di Alessandria, l'Umberto I di Cuneo e l'Istituto comprensivo di via Montevideo a Torino. I ragazzi hanno scritto per i mercatini le ricette stagionali con i prodotti del territorio, imparando così che cosa vuol dire avere un comportamento virtuoso in campo alimentare.

Dai questionari finali distribuiti a fine Progetto è emerso che i giovani sono particolarmente ricettivi su questi temi e che, grazie a tale genere di incontri, si riesce a migliorare in modo concreto la loro sensibilità a tavola. Tra i banchi dei produttori sono state pure distribuite centinaia di borse per la spesa, cucite dalle detenute della **casa circondariale delle Vallette**, utilizzando sacchi di farina riciclati, ottimo esempio di comportamento virtuoso legato alla filiera alimentare.

Per il **2011 MDC Torino**, in quanto coordinatore di questa iniziativa, ha già in mente due nuovi progetti, per portare ancora nelle piazze piemontesi il meglio della produzione territoriale, a chilometro zero, con particolare riguardo alla sensibilizzazione degli studenti attraverso sempre più attività in classe. “Auspichiamo di trovare le risorse finanziarie per la realizzazione – spiega **Simona Lonterni** – il tema della filiera corta ci sta molto a cuore e per questo vogliamo continuare a lavorare per promuoverla”.

A cura di Francesca Nacini

SICUREZZA ALIMENTARE. Al centro di “Le Marche a Tavola” il tartufo e... “baffe legalizzate”

Sabato 11 dicembre si è svolto presso l'Auditorium Adriano Luzi di Comunanza il convegno sul tema “La Filiera del Tartufo. Legislazione e controlli” organizzato dal **Movimento Difesa del Cittadino Marche nell'ambito del progetto cofinanziato dalla Regione Marche “Le Marche a Tavola Sicurezza e qualità alimentare dal campo al consumatore”**. Unanime la richiesta di interventi legislativi per

tutelare il consumatore, i tartufai e l'ambiente dall'ingannevolezza dei prodotti in commercio. Adulti ma soprattutto studenti della Scuola Secondaria di Primo Grado di Comunanza hanno seguito i lavori.

Hanno portato il loro saluto il Sindaco di Comunanza, il Vice Pres. della Comunità Montana dei Sibillini Antonio Diletti, l'Assessore Prov.le Agricoltura Mariani, il Direttore Prov.le ARPAM Angelo Goglia e il Preside Giovanni Isopi. Ruolo di moderatore affidato a Micaela Girardi, Pres. Movimento Difesa del Cittadino Marche.

Ad aprire le relazioni il dr. Ernesto Corradetti Direttore Prov.le di Ascoli Piceno dell'ARPAM e Gianluca Baiocchi Comandante Stazione di Comunanza del Corpo Forestale dello Stato che hanno descritto come sono riusciti ad analizzare le sostanze sintetiche che riproducono l'aroma del tartufo ed in che misura queste sostanze si rinvenivano nei prodotti che in realtà non vedono la presenza reale del tartufo tra gli ingredienti. Sono stati anche spiegati **gli effetti negativi sull'ambiente causati dalle importazioni illegali di specie di tartufo non commercializzabili in Italia.**

Della libera ricerca del tartufo, ha parlato Alberto Mandozzi, Pres. Ass. Tartufai Monti Sibillini riferendosi al tartufo bianco, data la sostanziale assenza di produzione libera del tartufo nero. Si è soffermato tra l'altro sulla violazione delle regole sul periodo di raccolta, che cagiona - spesso con la complicità dei commercianti - l'immissione sul mercato di tartufi immaturi o avariati. **Della coltura del tartufo** ha parlato Serafino Fioravanti, Presidente della ATT Associazione Tartufai e Tartuficoltori dei Sibillini che ha fornito una ricostruzione dettagliata delle specie coltivate e delle cure colturali che determinano anche un buon assetto idrogeologico del territorio, dimostrando che la tartuficoltura di montagna è dunque di vantaggio sia per l'ambiente che per l'economia. I due esponenti delle associazioni che operano da sempre sul territorio hanno dimostrato la competenza e la passione che la zona esprime nel

settore, vero patrimonio da tramandare alle giovani generazioni.

Anche il dr. Claudio Modesti, medico, enogastronomo, sommelier e scrittore si è soffermato sulle "BEFFE LEGALIZZATE" consistenti nella vendita a caro prezzo di prodotti come formaggi, condimenti e altro efficacemente descritti come "spazzatura alimentare", che contengono infinitesime tracce di tartufo privo di odore e sapore cui sono aggiunti aromi artificiali. Di notevole spessore enogastronomico la distinzione nell'impiego culinario dei tartufi bianchi e dei neri.

Le conclusioni sono state affidate al prof. Ettore Franca agronomo, docente universitario ad Urbino di Tecnologia degli alimenti, Presidente di O.L.E.A. che ha evidenziato l'ingannevolezza a scopo di lucro nel commercializzare a prezzi altissimi micro confezioni di prodotti che usano il nome evocativo del tartufo in danno del consumatore ed anche del tartufaio, divenuto vittima delle distorsioni della filiera.

Al termine del convegno, nello spazio antistante l'Auditorium si è svolta una dimostrazione pratica di ricerca del tartufo con cani, per sensibilizzare i giovani al rispetto dell'animale. E' stato offerto agli intervenuti pane con salsa preparata sul momento con olio extravergine di oliva biologico e tartufo nero dei sibillini grattugiato crudo.

A cura di MDC Marche

TERRA MADRE DAY. Carne, la verità sconosciuta, Appello di MDC Parma per un consumo consapevole e sostenibile

Nell'ambito della rassegna "Cinemambiente", organizzata al D'Azeglio di Parma, dalle associazioni Il Borgo, Le Città Invisibili, Legambiente, Movimento Difesa del Cittadino e WWF, lo scorso giovedì 9 dicembre è stato

proiettato in prima visione, "Meat the truth - Carne, la verità sconosciuta". "Il documentario - spiega Michele Saldina di Mdc Parma - affronta un problema che la maggioranza dei consumatori ignora, ovvero che l'allevamento intensivo causa il 18% del riscaldamento globale, percentuale ben superiore a quella dell'intero settore dei trasporti (13,5%). Significa che ciò che mangiamo, ha una grossa influenza sul futuro del pianeta, ma anche che ciascuno di noi, come cittadino, potrebbe fare moltissimo, attraverso semplici

azioni quotidiane, quali ad esempio, l'acquisto di prodotti locali, sfusi e di stagione, o la riduzione del consumo di carne, in favore di cereali, ortaggi e frutta, meglio se biologici”.

“Alla base di tale scelta - continua il responsabile dell'associazione consumatori – non ci sono solo ragioni ambientali, legate alla deforestazione, allo spreco idrico e energetico o all'inquinamento, ma anche di salute ed etiche, sia perchè una dieta ricca di grassi saturi è dannosa per l'uomo, e sia per il fatto che i prodotti agricoli sarebbero

sufficienti a sfamare l'intera popolazione mondiale, se non fossero per il 70% impiegati come mangime per il bestiame”. **“Lanciamo quindi l'appello, alla vigilia del Terra Madre Day, in cui l'evento è inserito, a sostenere la biodiversità**, contro la monocultura e gli Ogm, in particolare di soia e mais, largamente utilizzati nell'alimentazione animale, promuovendo il diritto ad un cibo buono, pulito e giusto per tutti”.

A cura di Michele Saldina

ALIMENTI. Sequestro NAS nel napoletano, MDC: “Con le feste cresce la domanda e aumentano le frodi: intensificare i controlli”

“Quando la domanda aumenta e l'offerta non riesce ad adeguarsi si corre il rischio di un aumento delle frodi. Come quelle - spiega **Silvia Biasotto, responsabile Sicurezza Alimentare del Movimento Difesa del Cittadino (MDC)** – appena scoperte dai Nas che hanno sequestrato 2,5 tonnellate di pesce in cattivo stato di conservazione e Parmigiano Reggiano e Pomodorino del Piennolo del Vesuvio contraffatti. E' importante, quindi, aumentare i controlli in periodi di forte domanda come quelli precedenti le festività natalizie”.

La contraffazione rimane un problema che riguarda soprattutto i prodotti a marchio. Nel rapporto sulla sicurezza alimentare Italia a Tavola 2010 (MDC, Legambiente) si contano numerose storie di contraffazione di prodotti DOP o IGP, tra cui proprio il Parmigiano Reggiano. In particolare, per i prodotti a marchio, nel 2009, l'Ispettorato centrale per il controllo della qualità dei prodotti agroalimentari ha svolto 2.106 ispezioni,

sotto ponendo a controllo circa 2 mila operatori e oltre 3 mila prodotti. Il 9% circa dei campioni analizzati è risultato irregolare.

Per il settore ittico il 65% dei sequestri effettuati dalla Guardia Costiera nel 2009 ha riguardato proprio carenze igienico-sanitarie. Non mancano le irregolarità in materia di etichettatura soprattutto in canali di vendita come i mercati rionali. Nell'ultimo rapporto di MDC pubblicato nei giorni scorsi è emerso che solo un terzo del campione preso in esame rispetta in pieno la legge.

Le sedi locali di MDC hanno infatti visitato nel mese di novembre 2010 **oltre 130 banchi in 7 regioni d'Italia: Basilicata, Calabria, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche e Toscana.** L'esame dei dati relativi ai contenuti delle etichette evidenzia come sia il prezzo l'informazione più presente (80%) un po' in tutte le regioni. Difficile invece la situazione per due indicazioni essenziali per la trasparenza dell'informazione al consumatore: solo 4 banchi su 10 indicano la provenienza del prodotto e il metodo di produzione. Mentre solo il 60% la denominazione commerciale del prodotto.

A cura di Laura Simionato