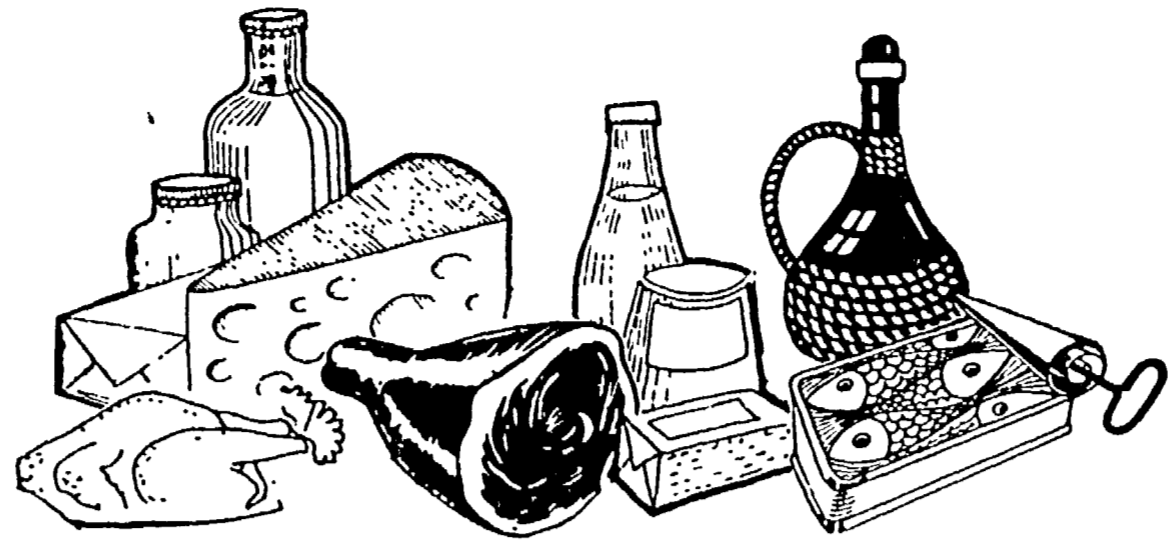


speciale Alimentazione



L'UNITA' - PAGINA 19

Come difendere il posto di lavoro e la salute dei consumatori

Una molteplicità di nessi oggettivi legano la condizione del cittadino produttore, a quella del cittadino consumatore; ma certamente il nesso più importante si muove nell'ambito, spesso contraddittorio e conflittuale, fra la specificità della condizione di produttore e la specificità della condizione di consumatore e utente.

Se una visione generale progressiva sul destino dell'uomo e sulla qualità della vita, ci porta a ritenere coincidenti e armoniche le due condizioni e i rispettivi bisogni ed interessi, il modello di consumo dominante e l'organizzazione della produzione, nonché gli obiettivi e la natura dello sviluppo prevalenti, por-

tano queste due condizioni non già a ricomporsi, ma generalmente ad ignorarsi reciprocamente, quando non a contrapporsi.

Fante per ricondursi a dati di prova desunti dalla quotidianità: non sempre la difesa immediata del posto di lavoro va di pari passo con la difesa della salute dei consumatori: quando esplose, attraverso «Di tasca nostra» la nota vicenda dei bastoncini «Findus», si ebbe una pressione immediata — una minaccia di licenziamento — sui lavoratori del gruppo che rese quanto mai problematica la posizione del sindacato di categoria nel merito della vicenda, mentre altre categorie di lavoratori dipendenti solidarizzarono apertamente e direttamente in difesa della rubrica televisiva.

Per stare ad un altro esempio di osservazione comune: la funzionalità dei grandi servizi pubblici e privati (banche, trasporti, energia, sanità) dal punto di vista degli utenti chiama in causa non pochi fattori dell'attuale organizzazione del lavoro degli addetti, a partire dal sistema degli orari di questi servizi o della rete distributiva che non dispone ancora oggi di quella flessibilità capace di garantire ai cittadini un'utilizzazione adeguata di quei servizi.

Dunque, l'equazione lavoratori responsabili - consumatori coscienti, si presenta pro-

blematica e complessa nelle sue possibilità di soluzione. Ma non impossibile.

Vediamo di darne qualche ragione.

Se si osserva la qualità degli obiettivi e dei risultati conseguiti dal movimento sindacale italiano, negli ultimi 20 anni, balza agli occhi l'esistenza di un patrimonio contrattuale che non aveva e non ha, fra le sue finalità, soltanto la difesa immediata delle condizioni di erogazione della forza lavoro.

In quella parte dei contratti collettivi di lavoro che vanno sotto il titolo di diritto all'informazione, si è andato accumulando un patrimonio normativo mediante il quale il movimento sindacale esprime una costante tensione ed attenzione alle questioni fondamentali della cosa, come produrre che travalica l'immediato interesse dei lavoratori di una categoria e di settore, per porsi come momento di intervento attivo e di controllo sociale sulle attività produttive. Si possono fare diversi esempi: il contratto collettivo nazionale dei chimici; il contratto collettivo nazionale dell'alimentazione; il contratto collettivo nazionale degli operai agricoli; il contratto collettivo dei lavoratori dell'energia.

Il segno di questa normativa, in alcune formulazioni chiaramente definite, in altre più allusiva e generica, sta a dimostrare che vi è stata e che

vi è un'assunzione di responsabilità collettiva da parte dei lavoratori dipendenti, ben oltre una visione strettamente corporativa e subalterna di difesa dei propri immediati interessi. E questo aspetto connota positivamente la prospettiva italiana riguardo alla possibilità di affermare un diverso modello di consumo, proprio perché discende da importanti diritti di informazione e di controllo sociale nelle strutture produttive, punto nevralgico e focale per un mutamento del modello di sviluppo.

Tuttavia, è d'obbligo interrogarsi su quale e quanta efficacia abbiano avuto ed abbiano questi poteri nella loro concreta applicazione. Le lacune sono vistose e prevalenti. E non vorrei spiegarle solo con il fatto, pur rilevante, che crisi economica, cassa integrazione, ristrutturazione e innovazione tecnologica, concentrandosi e abbattendosi nel volgere di pochi anni sui lavoratori italiani, hanno posto il sindacato sulla difensiva.

Ma altri fattori vanno considerati, per cogliere il senso di una difficoltà, ma anche le possibili vie del suo superamento, per reintegrare in pieno la responsabilità dei lavoratori in un'iniziativa di lungo respiro per giungere ad una

modifica del modello di consumo.

Fra questi fattori da considerare, mi sembra di poter dire che il sistema dei poteri di intervento e di controllo basati sul diritto all'informazione, detenuti dai lavoratori dipendenti, si presenta isolato e solitario sullo scenario sociale e istituzionale italiano.

Infatti, mentre i lavoratori dipendenti esprimono storicamente, mediante le proprie organizzazioni una forte e diffusa capacità di rappresentanza e di negozialità collettiva, non altrettanto può dirsi per i consumatori e gli utenti che di questo Giano bifronte quale potrebbe rappresentarsi il la-



voratore-consumatore presentando la faccia indistinta e disperata.

Non esiste ancor oggi in Italia un sistema negoziato, o quanto meno legittimato, di diritto all'informazione, al controllo dei consumatori e degli utenti che, agendo come contrappunto al sistema dei diritti dei lavoratori dipendenti, eserciti sul sistema produttivo, sul mercato, sui livelli istituzionali, la pressione politica e sociale indispensabile per modificare a fondo il modello del consumo, rispetto al quale essi si presentano come terminali oggettivamente subalterni anche se in un crescendo di sana inquietudine, di legittima diffidenza, di ricerca critica.

Il problema di un sistema negoziato di informazione di intervento, di proposta dei cittadini, in quanto consumatori e utenti, a me sembra preliminare rispetto ad ogni possibile sviluppo di auto-difesa, individuale e collettiva, del consumatore e dell'utente.

La nostra non è una predilezione di stampo ideologico o culturale, mutuata dall'esperienza delle forze sindacali e cooperative, che hanno promosso la Federazione Nazionale Consumatori.

Isabella Milanese
(Feder. naz. Consumatori)

Quante calorie gettiamo ogni giorno nella spazzatura?

Veramente gli Italiani mangiano troppo? A leggere le statistiche che ogni anno vengono fornite parrebbe di sì. Nel ponderoso volume dell'Istituto nazionale di statistica è scritto che ciascun italiano consuma mediamente più di 3300 calorie al giorno. Dato che la scienza ha stabilito che per una equilibrata alimentazione sono sufficienti una media giornaliera di 2300 calorie, si avrebbe un consumo eccessivo di 1000 calorie al giorno.

Nel suo ufficio dell'Istituto nazionale della nutrizione il prof. Eugenio Ciaffa, responsabile del settore economico e statistico, da tempo si arrovela su questo problema di non facile soluzione: quante di queste mille calorie eccedenti vengono realmente consumate dagli Italiani? O meglio: quante calorie finiscono ogni giorno nel cestino della spazzatura? Il problema è tutt'altro che ozioso. Se infatti risultasse che ogni giorno, per ogni italiano, vengono gettate nella spazzatura alimenti non consumati il cui potere nutritivo si aggira sulle 1000 calorie, significherebbe che la dieta degli Italiani è ottimale. Se, al limite, nessun alimento andasse sprecato, la dieta degli Italiani sarebbe ipercalorica, cioè consumeremmo molto di più delle calorie necessarie per la nostra salute.

Per dare una risposta a queste domande l'Istituto della nutrizione ha compiuto una indagine a largo raggio per rispondere ad un quesito molto semplice ma difficilmente accertabile: stabilire cioè a quanto ammonta lo spreco quotidiano di alimenti.

Un'indagine tutt'altro che semplice, come dice lo stesso prof. Ciaffa: «Quando in una famiglia la prima risposta che solitamente ottiene è che il non si spreca niente, che tutto quello che si compra viene consumato. C'è una specie di giustificato ritengo ad accettare l'idea che parte del cibo che si compra viene gettato nella spazzatura. Quando poi si chiede a chi è in casa, solitamente la donna, di aprire il frigorifero e i mobili in cui si

tengono gli alimenti, escono fuori molti cibi destinati a finire nei rifiuti».

I dati dell'inchiesta non sono stati ancora totalmente elaborati, comunque non è azzardato dire che almeno la metà delle calorie eccedenti la corretta nutrizione finisce quotidianamente nel cestino dei rifiuti. Se si riuscisse a ridurre drasticamente questo spreco, il bilancio delle famiglie ne avrebbe un sensibile vantaggio e anche la nostra bilancia commerciale, dato che larga parte del cibo che consumiamo viene dall'estero.

L'indagine dell'Istituto nazionale della nutrizione ha preso in esame diverse zone, per avere un quadro sufficientemente esatto della realtà del nostro Paese: famiglie abitanti in un'area urbana dell'Italia Nord - occidentale; famiglie appartenenti ad un'area rurale del Mezzogiorno, famiglie di un quartiere a livello socio-economico medio - basso di un'area urbana dell'Italia Centrale, e infine famiglie a livello socio-economico medio - alto, della stessa area urbana. L'indagine, che è stata compiuta da centinaia di ricercatori, aveva lo scopo non solo di accertare l'entità degli sprechi, ma anche di fornire dati relativi alle abitudini alimentari degli Italiani. Alla domanda «Gli strumenti dei prezzi alimentari fanno modificare l'alimentazione della famiglia?» si sono avute le seguenti risposte: il 48,3% risposte affermative se si tratta di famiglie che vivono in un quartiere cittadino a livello socio-economico medio - basso; il 34,3% di sì se si tratta di famiglie a livello socio-

economico medio - alto. Sempre le stesse famiglie hanno modificato negli ultimi 5 anni le loro abitudini alimentari: ma in percentuale maggiore se si tratta di famiglie medio - alte (63,5%) e minore se hanno un livello di reddito inferiore (44,6%). La motivazione che maggiormente le ha spinte a modificare le abitudini alimentari sarebbe non tanto l'aumento dei prezzi, ma le maggiori conoscenze nutrizionali.

Quando poi si chiede all'intervistato da dove provengono queste conoscenze nutrizionali ci si accorge che solo una minima parte di nozioni sono fornite dall'educazione alimentare, da libri specializzati o dalla scuola, mentre si ha la conferma che a influenzare le abitudini alimentari degli Italiani è la pubblicità direttamente o indirettamente attraverso la radio - televisione, le riviste femminili, i quotidiani. Naturalmente questa incidenza varia sensibilmente in rapporto al livello socio-economico della famiglia intervistata. Infatti il 73,2% delle famiglie urbane a reddito medio - alto hanno qualche conoscenza dei problemi nutrizionali; questa percentuale scende al 67,8% per le famiglie urbane a reddito medio - basso, e precipita addirittura al 9,5% per le famiglie che abitano in aree rurali del Mezzogiorno.

Le domande su chi prepara i pasti e chi decide generalmente gli acquisti degli alimenti danno risposte pressoché univoche che confermano la realtà del nostro Paese: nell'80% delle famiglie italiane gli alimenti vengono acquistati e i pasti preparati dalla moglie, sia che si tratti di famiglie urbane a reddito medio - alto o medio - basso, sia che si tratti di famiglie che vivono in zone rurali.

L'indagine condotta dall'Istituto nazionale della nutrizione sotto la direzione del prof. Ciaffa non è ancora giunta a compimento. Quando tutti i dati saranno a disposizione avremo gli elementi necessari per conoscere meglio le abitudini del nostro Paese.

Bruno Enriotti



UN CUORE FORTE NELL'AGROINDUSTRIA ITALIANA

AICA - Alleanza Italiana Cooperative Agricole - è il maggior consorzio operante nell'ambito del sistema cooperativo agroindustriale, un sistema che oggi si propone punto di riferimento per l'agroindustria italiana.

Specializzata nella funzione commerciale, AICA provvede all'acquisto e alla fornitura dei prodotti per l'agricoltura ad oltre 1000 cooperative in tutta Italia. Il catalogo è completo: fertilizzanti, fitofarmaci, sementi, macchine agricole e carburanti, imballaggi e materie plastiche, cereali, mangimi, bestiame vivo.

I vantaggi sono importanti:

- l'operatore agricolo dispone di qualità garantita e di servizi efficienti a condizioni vantaggiose;
- le industrie fornitrici operano, senza rischi commerciali, su un mercato organizzato in espansione.

AICA sviluppa l'attività di vendita delle produzioni agroalimentari, privilegiando il rapporto



con le grandi centrali distributive italiane ed estere, e adottando politiche di gruppo e strategie di mercato che assicurano:

- assortimento ampio: ortofrutta fresca, latte e derivati, prodotti avicunicoli, pasta e farina, riso, olio d'oliva, vino, carni fresche, salumi, conserve vegetali;
 - rapporti programmati e rispetto della qualità e delle condizioni concordate.
- In quest'ambito, il marchio "Gruppo Cooperativo Agricolo Alimentare" valorizza l'origine cooperativa delle produzioni.

AICA, nel contempo, opera sui mercati internazionali con qualificati partners commerciali, anche mediante joint-ventures.

In area finanziaria, per assicurare i necessari flussi finanziari al costo più contenuto, interviene FINAICA.

AICA dà forza al sistema cooperativo agroindustriale. In Italia e nel mondo.

AICA
INSIEME PER CRESCERE.



Negli oli vergini il sapore è il grande protagonista. Ma anche la digeribilità è una caratteristica fondamentale, che può essere riscoperta nei cibi cotti, in particolare nei fritti. Sapore di frantoio, sapore di Oliveta Extra Vergine. Soprafrantoio Vergine, Tipici Regionali. Il frutto prezioso della collaborazione di oltre 50.000 olivicoltori, nei 137 frantoi Cios. Consorzio Italiano Oleifici Sociali.

OLIVETA

L'OLIO COSÌ COME È NATO.

