



Occhio all'etichetta

Applicate da luglio anche in Italia le direttive Cee sui prodotti alimentari. Avevamo la palma della peggiore tra le legislazioni comunitarie. Muoversi tra gli scaffali senza restare ingannati da concorsi a premio, vacanze di sogno e pubblicità poco veritiera.

• Franco De Felice

Dal primo luglio si cambia le etichette dei prodotti alimentari avranno nuovi contenuti. Lo stabilisce un decreto del governo emesso il 27 gennaio scorso ed apparso sulla Gazzetta Ufficiale il 17 febbraio. Saremo senz'altro un po' più informati di prima, molte, non tutte però delle lacune contenute nell'attuale normativa - di dieci anni - saranno colmate.

Diventeremo insomma un po' più europei, nel senso che ci affiancheremo agli altri paesi della Cee che prima di noi si erano adeguati alle due direttive comunitarie del 1989 (n. 395 e n. 396) sull'etichettatura, la presentazione

e la pubblicità dei prodotti alimentari. Indossavamo davvero la "magia nera" della Cee fino al febbraio scorso. L'Italia era, di gran lunga, la nazione più inadempiente: vantava ben tredici "IR", ossia procedure di infrazione per non aver recepito le direttive entro i termini fissati, contro la sette dell'Irlanda e della Germania (sorpresa!) le cinque dell'Olanda e della Spagna. Tra le direttive disattese quella sugli aromi alimentari, sugli additivi, i surrogati e l'etichettatura. I provvedimenti adottati, che richiamiamo sinteticamente nel box qui sotto, e in particolare il n. 109, sono obiettivamente da salutare con soddisfazione: le etichette dovrebbero essere un po' più credibili e un po' meno sospette. Con una avvertenza non si pensi che dal primo luglio 1992 in commercio troveremo solo prodotti alimentari etichettati come previ-

sto dal recente decreto. Le norme transitorie dicono che i prodotti con etichettatura alla vecchia (attuale) maniera possono essere venduti fino al completo smaltimento delle scorte (tu pareva!). Atteniti allora a distinguere tra etichetta ed etichetta.

Le informazioni, diciamo fredde, sulle qualità intrinseche dei prodotti sono di fatto sommersi da una serie di messaggi pubblicitari che puntano a colpire gli aspetti emotivi del consumatore: tagliandi-concorsi, dichiarazioni di superiorità qualitativa, mille e mille ricette. Non è proibito, ma è un po' che distrae. Scegliere, bene, con ocularità, tra un prodotto di un'azienda e lo stesso prodotto di un'altra azienda non è impresa delle più facili, ma - va detto - non impossibile. A parte un promemoria realizzato con la preziosa collaborazione di Viviana Guolo del Movimento Consumatori, riportiamo le venti regole cui attenersi per cercare di fare acquisti "intelligenti". Qui cercheremo di analizzare alcune delle novità introdotte dal decreto n. 109. La prima per "consumatore finale" non dovrà più intendersi la singola persona ma anche le collettività, ossia ristoranti, ospedali, mense. Che significa? Prima bisogna fidarsi del ristorante: ora non più, nel senso che anche le partite destinate ad un uso collettivo devono riportare le stesse informazioni contenute nelle etichette dei prodotti alimentari che ognuno di noi acquista al supermercato. Novità anche alla voce "aromi": gli aromi "naturali" sono effettivamente quelli prodotti in natura, mentre tutti gli altri restano

aromi (prima di fatto era consentito dichiarare il falso: aroma di limone quando magari di limone vero non c'era traccia!). Maggiori informazioni si avranno anche per il termine minimo di conservazione e la data di scadenza. Permane un vistoso limite: la data di confezionamento. Non c'è una carenza di poco conto. Prendiamo uno yogurt: a volte le date di scadenza differiscono di settimane tra una marca e l'altra. Quale scegliere? Quello che si suppone più fresco perché ha la data di scadenza più lontana? Ma se non si sa quando quella partita di yogurt è stata prodotta e confezionata, quali garanzie il consumatore avrà sulla effettiva maggiore freschezza?

Continueremo anche ad ignorare l'apporto

di calorie di proteine di grassi di colesterolo di vitamine derivante da quella mozzarella da quella scatola di tonno o di carciofini sott'olio. Si chiamano informazioni nutrizionali, un aspetto della nostra alimentazione su cui l'attenzione è sensibilmente aumentata. Non ci si credera' ma in questo campo i cani e i gatti sono più informati di noi. I van Friskies, per legge, debbono riportare in etichetta anche le informazioni nutrizionali, indispensabili per una corretta ed equilibrata alimentazione. Se lo sono per gli animali domestici, dovrebbero esserlo, a maggior ragione per le persone. Invece no: le infor-

mazioni nutrizionali sono obbligate solo per i prodotti dietetici. Eppure non sarebbero informazioni secondarie. Anche per sfatare dei miti con l'etichettatura nutrizionale vorremmo scoprire che una mozzarella dà un apporto di grassi molto più consistente di quanto ognuno di noi immagina. La Cee il 24 settembre 1990 ha emanato una direttiva anche in questo campo ma con una (deludente) precisazione all'articolo due: è "facoltativa".

A livello comunitario finora è stata recepita solo dalla Germania. Negli Stati Uniti (in questo campo all'avanguardia) ormai l'80% dei prodotti sono accompagnati dall'etichettatura nutrizionale. In Italia il fenomeno è appena agli inizi, anche perché nessuna legge impone questo tipo di etichettatura. Chi lo fa, lo fa sulla base di scelte e di valutazioni autonome come le Coop e la Findus, ma non sono da meno la Yomo, la Star ed altri ancora non ci saranno informazioni dettagliate per tutte le voci (come nell'etichettatura nutrizionale raccomandata dalla Cee) ma è sicuramente meglio di niente.

Da ultimo, un altro tipo di informazione che ancora manca in etichetta: quello sui residui di pesticidi. I prodotti biologici sono sempre più ricercati, ma il consumatore dalla sua finora ha scarse garanzie di legge. È un problema avvertito anche dalla Cee: senza queste disposizioni, si precisa nel piano d'azione triennale di politica dei consumatori sarebbe estremamente difficile per il produttore, convincere il consumatore delle qualità effettive del prodotto.

Non trattati, aromatizzati o naturali? Contenuti più chiari

ETICHETTATURA NUTRIZIONALE

Nutriente	Quantità x porzione d'uso (125g)	Percentuale del fabbisogno medio (LARN)	La porzione d'uso (125 g) equivale al contenuto del solo vasetto piccolo (125 g) di questo prodotto apportano meno del 5% del fabbisogno medio ponderato quotidiano di ferro, zinco, vitamina C
Energia	Kcal 121		
Proteine	g 4,2		
Carboidrati (1)	g 17,4		
Grassi (2)	g 3,8		
Calcio	mg 140,00		
Fosforo	mg 9,31		
Niacina N.E.	mg 0,85		
Vitamina A R.E.	mcg 73,2		
Fibra	g 0,0	Magnesio mg 15 (1) di cui amido 0,0	
Sodio	mg 42	Folacina mcg 14,7 (2) di cui saturi 0,2	
Raffinose	mg 115	Colesterolo mg 14,30 (2) di cui monoinsaturi 0,1	
Potassio	mg 176	(1) di cui zuccheri, g 17,4 (2) di cui polinsaturi 0,1	

qui sono riportate correttamente tutte le informazioni sul contenuto di uno yogurt con albicocca

Come scegliere il prodotto giusto

Un breve promemoria per il consumatore attento. Prima dell'acquisto, guardate la data di scadenza, evitate le diciture generiche, puntate alla freschezza.

- 1) Leggere sempre il contenuto delle etichette in negozio e non a casa (solo in questo modo sarà possibile un' immediata comparazione con l'analogo prodotto a fianco sul bancone).
- 2) Preferire i prodotti che hanno una etichetta leggibile e completa, rifiutare invece, quelli con etichette di difficile lettura o con caratteri troppo piccoli.
- 3) Fare attenzione alla differenza tra peso complessivo e peso sgocciolato. Per il sott'olio questa informazione non è prevista perché l'olio viene considerato tutt'uno con il prodotto base (il tonno sott'olio non dichiara il peso sgocciolato qualche ditta lo fa e va preferita).
- 4) Ricercare la varietà del prodotto quando questa è indice di qualità: il caffè può essere di specie arabica (più pregiata) o robusta (meno pregiata); il tonno può essere Thunnus thunnus (il migliore); la birra può essere di orzo o anche di riso; il burro di panna o anche di siero di latte. Ed ancora: tonno sott'olio (ma quale olio?) oppure tonno in olio d'oliva vergine o extravergine ecc.
- 5) Evitare i prodotti con diciture generiche come di pesce, di verdura ecc.
- 6) Preferire i prodotti che indicano l'annata

- 7) Non credere alle diciture ingannevoli come "olio più leggero", "maionese leggera" (prodotti del genere non possono esistere).
- 8) Ricercare prodotti con l'etichettatura nutrizionale (che dice molto di più delle informazioni nutrizionali) una etichetta del genere si distingue per un grafico a linee orizzontali.
- 9) Quando un prodotto base è accompagnato dall'ingrediente olio controllare che sia seguito dalla specificazione "olio". Non accontentarsi di "olio vegetale" (potrebbe essere un olio di qualunque specie: colza, palma, cocco ecc.).
- 10) Fare attenzione che accanto al termine "aromi" compaia l'aggettivo "naturali".
- 11) Cercare quei prodotti che in etichetta recano anche la data di confezionamento (non è obbligatoria).
- 12) Evitare i prodotti con conservanti: sono indice di scarsa freschezza.
- 13) Evitare i prodotti con coloranti: il colore sarà dato solo dalla frutta (es. marmellate, succhi di frutta, bibite) o dalla verdura (es. passata di spaghetti di pomodoro).
- 14) Fare attenzione che i caprini non siano fritti con latte vaccino (lo sono la maggior parte

- di quelli in commercio) che i formaggi "freschi" non contengano conservanti (es. quelli cremosi da spalmare).
- 15) Apprezzerà le etichette con le modalità di conservazione ed utilizzazione (obbligate per legge).
- 16) Apprezzerà le aziende che riportano indirizzo e telefono del loro Ufficio consumatori o un Servizio informazioni.
- 17) Non lasciarsi trarre in inganno da aggettivi come "organico", "biologico", "gentilino", "naturale", "cece" (non vogliono dir niente).
- 18) Protestare con il direttore del supermercato se la parte informativa e la data di scadenza dell'etichetta sono coperte dal prezzo.
- 19) Preferire i prodotti che dichiarano la zona di provenienza: olio figure o pugliese, marroni di Cuneo, legumi ortaggi, cereali di origine italiana o estera (per esempio le lenticchie sono quasi tutte americane ma pochi lo sanno perché nessuno lo dice).
- 20) Preferire gli imballaggi meno complessi e voluminosi: quelli a rendere riciclabili che possono essere smaltiti attraverso la raccolta differenziata (non è solo da tutelare la nostra salute ma anche l'ambiente).

• I. D. F.

I SETTE DECRETI

Novità... di legge e di tutela

- 1) Il 25 e il 27 gennaio scorso il governo ha emanato ben sette decreti sui prodotti alimentari con i quali si sono recepite alcune direttive comunitarie: alcuni hanno completamente sostituito leggi italiane, altri le hanno soltanto modificate in parte o integrate. Le novità non sono davvero poche. Vediamole nei particolari.
- 2) **DECRETO n° 109 (27-1-92)** Modifica sostanzialmente l'attuale legislazione cardine in materia di etichettatura regolata dal D.P.R. 322/82.
- 3) **SANZIONI (art. 18)** Le sanzioni sono inasprite: previste multe da 1.500.000 a nove milioni. È stata introdotta una norma specifica per la pubblicità ingannevole; sanzione amministrativa da 6 a 36 milioni.
- 4) **ENTRATA IN VIGORE (art. 30)** Fino al 30 giugno 1992 è consentita l'etichettatura dei prodotti alimentari in conformità al D.P.R. 322/82, tuttora vigente, che potranno essere venduti fino al completo smaltimento delle scorte. Il termine ultimo per la nuova designazione delle sostanze aromatizzanti è invece fissato per il 31/12/93.
- 5) **DENOMINAZIONE IN VENDITA (art. 4)** Disciplina rimasta pressoché invariata (si parla del nome del prodotto, tonno, carne in scatola, acqua, yogurt, ecc.) con una novità: quando un prodotto è stato trattato con radiazioni ionizzanti, è obbligatoria la dicitura "Irradiato" oppure "Trattato con radiazioni ionizzanti".
- 6) **AROMI (art. 6)** Gli aromi, a tutti gli effetti, devono essere considerati additivi. La parola "Aromi" comprende tutti gli additivi, ad eccezione di quelli naturali (in questo caso va scritto "Aromi Naturali").
- 7) **QUANTITÀ NETTA (art. 9)** L'indicazione della quantità non è obbligatoria nel caso di prodotti venduti a pezzo o a collo, purché il numero dei pezzi sia visibile o sia indicato sull'imballaggio.
- 8) **LOTTO (art. 13)** Sono le unità di vendita di una derrata alimentare, prodotte, fabbricate o confezionate in circostanze praticamente identiche. È una indicazione (obbligatoria) a tutela sia del produttore sia del consumatore.

