

il **fatto** alimentare



Che cosa c'è nel piatto: il vetro, il topo, l'insetto

Verità e leggende sul cibo metropolitano

www.ilfattoalimentare.it **2011**

Che cosa c'è nel piatto racconta le bufale di internet, le notizie fasulle presenti sui giornali, le bugie della pubblicità e le furberie inventate da alcuni produttori per fare business. Spiega come funziona la rete europea dell'allerta alimentare e quali sono i problemi da risolvere per rendere i controlli più efficienti.

Che cosa c'è nel piatto è il primo dossier pubblicato da **Ilfattoalimentare.it**, il sito giornalistico che vuole garantire sul tema alimentare un'informazione indipendente, semplice e rigorosa, senza condizionamenti pubblicitari. Gli articoli spaziano dalla legislazione alla pubblicità ingannevole, dalla nutrizione alle frodi, dalla sicurezza dei prodotti alle etichette e cercano di fornire elementi per decodificare le diciture sulle confezioni. Il sito non pubblica ricette, non si occupa di cucina e di gastronomia.

La redazione è composta da giornalisti esperti di diversi settori, avvocati, tecnologi alimentari, professori universitari e da un gruppo di amici che collaborano gratuitamente perché credono in questo progetto di comunicazione. Il sito si sostiene con la pubblicità. Le aziende inserzioniste si sono impegnate a non intervenire nella linea editoriale. Nei primi dieci mesi di vita ilfattoalimentare.it ha pubblicato oltre 800 articoli.

Se siete arrivati fino a questo punto e volete andare avanti, vi invitiamo a raccontare anche le vostre storie, a esprimere il vostro parere attraverso i link che trovate nel percorso. Vi proponiamo una specie di testo interattivo o, se preferite, un percorso partecipato sulla sicurezza alimentare.

Se l'esperimento funziona, è già in programma la seconda puntata: ancora più effervescente, arricchita con i vostri commenti.

Buona lettura... partecipata.

Roberto La Pira
direttore [Ilfattoalimentare.it](http://ilfattoalimentare.it)

*Per restare in contatto con noi
iscriviti qui, per ricevere la newsletter
clicca "mi piace", per incontrarci su
Facebook*

Concept e realizzazione: biscioneassociati.it
Foto: Photos.com e Flickr cc

Sommario

Quando scatta l'allerta	3
Allerta: cronaca in 10 mosse	5
Troppi errori, poche rettifiche	8
È ancora tempo di favole	9
L'origine e la qualità in etichetta	11
Storie di polli, uova e pesce	13
Pubblicità ingannevoli	14

Quando scatta l'allerta



Un topo morto nei cubetti di spinaci surgelati francesi, un filo metallico in un vasetto di yogurt tedesco, una vite di sei

centimetri in una confezione di riso indiano. E ancora, tracce di insetti in confezioni di pasta italiana e frammenti di plastica in fiocchi di mais tedeschi. Questa lista è estrapolata dal rapporto settimanale pubblicato dal Sistema di allerta rapido europeo (Rasff) alla fine di marzo 2011, sulla base delle segnalazioni inviate a Bruxelles dai vari Paesi.

Questo elenco però non deve

allarmare, perché i pericoli veri nel mondo alimentare non si vedono nel piatto e non si avvertono in bocca, come è accaduto per l'epidemia di Escherichia coli in Germania. In genere, si tratta di microrganismi dai nomi strani come Salmonella, Listeria, Campylobacter, oppure di aflatossine e micotossine considerate molto più insidiose del frammento di plastica o dell'insetto caduto nel sugo.



Nell'elenco della stessa settimana troviamo tre partite di mangimi per animali contaminate da Diossina e PCB, uova di aragosta canadesi insudciate e altri 64 prodotti ritirati dal mercato o bloccati alle frontiere europee per altri inconvenienti. L'anno scorso le notifiche diffuse dal Sistema di allerta sono state 3.291. Il topo nei surgelati è un evento raro, mentre la presenza di corpi estranei nel cibo, le contaminazioni da sostanze pericolose e la presenza di batteri patogeni sono problemi abbastanza diffusi.

Certo i consumatori vorrebbero sempre e giustamente prodotti sani, di buona qualità e incontaminati, ma questo succede solo nelle favole: gli incidenti sono inevitabili, anche se la legge europea impone alle aziende norme molto severe (il controllo delle temperature, pulizia degli impianti, igiene del personale, analisi dei punti critici della filiera produttiva e analisi continue sui prodotti...). Che non sempre vengono rispettate.

A fianco di moltissimi produttori e aziende alimentari che lavorano in modo scrupoloso, ci sono quelli un po' troppo distratti che causano piccoli e grandi disastri. Nel caso degli insetti o dei frammenti di plastica, per esempio, bisogna valutare se si tratta di problemi risolvibili con una buona disinfestazione, oppure se la loro presenza è frutto di imprevedibile casualità.

Per vedere l'ultimo report dell'allerta, clicca [qui](#).

Nel 2010, 3291 allerta, tante Salmonelle e un numero doppio di Campylobacter.

Nonostante i numerosi incidenti di percorso, in Europa il sistema dei controlli in generale funziona e i rischi sono abbastanza circoscritti, anche se la tendenza dei mezzi di informazione è quella di esagerare e di ingigantire qualsiasi problema.

Il sistema di allerta europeo

Il sistema di allerta presenta dei limiti, ma è molto importante perché permette di avere una supervisione costante della situazione e di ritirare immediatamente dal mercato i lotti segnalati.

Il Rasff, acronimo inglese di Sistema di allerta europeo per cibo e mangimi (Rapid Alert System on Food and Feed), è stato inaugurato otto anni fa a Bruxelles per segnalare i prodotti alimentari contaminati presenti sul mercato. Il meccanismo è semplice. Ogni settimana, le autorità sanitarie dei vari Paesi inviano a Bruxelles l'elenco dei prodotti esportati, o importati da altri Stati, che sono stati ritirati dal commercio.



Rasff: da 60 a 80 segnalazioni settimanali. Eccole qui.

L'ufficio raccoglie le informazioni e le dirama in rete con tutti i riferimenti per procedere al blocco delle merci. In Italia le notifiche arrivano al ministero della Salute che le smista alle Asl, cui spetta il compito di contattare le aziende e i punti vendita per procedere al ritiro del prodotto.



I problemi più diffusi riguardano la presenza di micotossine nella frutta secca importata da paesi extra-Ue, la contaminazione da Salmonella e Campylocter nelle carni. Altri elementi abbastanza frequenti sono la presenza di Listeria nel salmone affumicato, mentre il pesce spada in arrivo dalla Spagna e dal Vietnam contiene spesso mercurio. Sono anche frequenti i ritiri

di gamberetti e crostacei importati dal Sud-Est asiatico, trattati con additivi non consentiti. A volte le motivazioni del ritiro sono più banali, come la presenza di micotossine nei semi di arachidi e nei pistacchi.

Le segnalazioni vengono classificate in tre categorie:

Allarme. Si tratta del livello più urgente e richiede un intervento rapido da parte delle autorità sanitarie. La notifica viene inviata a Bruxelles entro 48 ore dal momento in cui lo Stato viene a conoscenza e deve essere diffusa entro 24 ore.

Informazione. È una segnalazione di routine e riguarda il ritiro di un prodotto con un livello di rischio che non richiede un'azione rapida.

Tre tipi di allerta: **allarme, informazione, respingimenti.**

Respingimenti alla frontiera. Si tratta di merci importate da Paesi extra-Ue bloccate dalle autorità sanitarie alla frontiera, che non arrivano al dettaglio.

Le segnalazioni settimanali del Rasff oscillano da 60 a 80, e riguardano solo la merce importata o esportata. A questo gruppo si aggiungono centinaia di altri ritiri e sequestri che le autorità sanitarie effettuano per prodotti alimentari fuori norma commercializzati all'interno del loro Paese.

Allerta: cronaca in 10 mosse

1. Un consumatore che trova nella passata di pomodoro pezzettini di vetro si rivolge all'Asl. Le analisi confermano la presenza di frammenti in grado di provocare lesioni.
2. L'Asl attiva immediatamente il sistema di allerta e avvia le indagini per bloccare la partita. Si risale al produttore, si identifica il lotto e la scadenza, poi attraverso la tracciabilità obbligatoria si ricostruisce l'elenco dei punti vendita italiani e stranieri dove la passata di pomodoro è presente.
3. Il produttore avvisato dalle Asl invia una mail o un fax a tutti i punti vendita e chiede il ritiro immediato.
4. L'Asl compila una scheda per il ministero della Salute, che viene poi diffusa a tutti i centri di allerta regionali italiani. Quando il problema è serio, il ministero diffonde un comunicato stampa (ripreso in televisione) invitando a non consumare il prodotto.
5. Se la passata è venduta in altri Paesi europei, la scheda viene inviata anche al sistema di allerta Rasff di Bruxelles. Quando il problema è serio, si attiva un'unità di crisi composta da esperti del ministero della Salute, responsabili Asl, Arpa, Izs e Nas ed entra in funzione un numero verde per fornire informazioni ai cittadini.
6. L'allerta viene esaminata dagli esperti del Rasff e rilanciata in rete ai vari Paesi, indicando il livello di rischio e precisando se il prodotto è in commercio oppure se è stato già venduto.



Pezzettini di vetro nel pomodoro: scatta l'allerta. È capitato anche a voi? Diteci cosa avete fatto!

7. Il sito internet del Rasff riporta giornalmente le informazioni in forma anonima senza indicare le marche, i lotti e la scadenza (si tratta di dati destinati agli addetti ai lavori).
8. Le autorità sanitarie dei Paesi che hanno importato la passata di pomodoro avvisano i supermercati e i punti vendita che lo hanno acquistato per procedere al ritiro immediato dagli scaffali.
9. L'Efsa interviene solo su richiesta della Commissione per valutare la pericolosità o la tossicità di un contaminante sconosciuto, come è avvenuto nel caso dell'**Itx nei cartoni di latte per bambini**.
10. Cessato pericolo: l'allerta si chiude quando le autorità sanitarie locali verificano che non ci sono più bottiglie di passata di pomodoro in commercio.



L'allerta in Val d'Aosta

Il sistema di allerta europeo non funziona per i prodotti venduti in Italia e ritirati dal mercato dalle autorità sanitarie locali. Su questi alimenti non si sa quasi niente. Solo la Valle d'Aosta dal 1 gennaio 2011 pubblica in rete l'elenco dei prodotti ritirati dal mercato.

Regione Autonoma Valle d'Aosta		Saison culturelle 2010 11		
PRODOTTO	TIPO DI RISCHIO	PRESENZA SUL TERRITORIO	DATA DI NOTIFICA AL SERVIZIO	PROVVEDIMENTI / ESITO ACCERTAMENTI
FARINA DI CASTAGNE	BIOLOGICO	VEDI ELENCO	21/04/2011	IN FASE DI RITIRO E/O GIA' RITIRATO

Quando l'allerta riguarda la Valle d'Aosta, la rete informa i cittadini.

L'idea è venuta all'assessorato alla Sanità dopo due intossicazioni che hanno coinvolto un centinaio di persone. Nella lista di gennaio era presente un lotto di latte a lunga conservazione con troppi batteri, uno yogurt alla fragola con pezzetti di vetro e uno snack olandese che sull'etichetta non dichiarava la presenza di soia (una dimenticanza grave per le persone allergiche). La decisione della Valle d'Aosta rappresenta una rivoluzione, perché in Italia la lista dei prodotti pericolosi non è pubblica. L'iniziativa è interessante anche se crea un'evidente disparità di trattamento con i cittadini delle altre regioni.

Ogni anno 500 ritiri al supermercato

Ogni anno una grossa catena di supermercati ritira dagli scaffali 400/500 prodotti alimentari per diversi motivi: etichette scorrette, difetti di produzione, avviso spedito dall'azienda alimentare...

I ritiri quotidiani, nel 15-20% dei casi, sono dovuti a difetti relativi alla scadenza (errori di data, mancanza di inchiostro, scarsa leggibilità...), presenza di corpi estranei, confezione rovinata, prodotto contaminato, allerta del Rasff... Spesso il ritiro è richiesto dall'azienda in seguito a un problema riscontrato in fase di produzione (latte con elevata carica microbica, snack troppo salati, chiusura della confezione non perfetta, diciture errate...). Gli stessi supermercati intervengono sui prodotti difettosi che recano il loro marchio.



Altre segnalazioni arrivano dai dipendenti quando sistemano gli scaffali e notano involucri troppo fragili, pasta con farfalline, confezioni di latticini bombate, buste di prosciutto saldate male, conserve in scatola ammaccate... Ci sono infine i ritiri ispirati al principio di precauzione. In alcune catene di negozi, quando più consumatori fanno la stessa segnalazione presso i punti vendita, oppure attraverso il numero verde o via mail, il regolamento interno prevede il ritiro immediato del prodotto dagli scaffali.

Il ritiro è un'operazione abbastanza semplice quando riguarda un singolo articolo. Se però la segnalazione interessa un ingrediente utilizzato in centinaia di alimenti (come è avvenuto qualche anno fa per il peperoncino trattato con il colorante cancerogeno Sudan1), allora il problema coinvolge decine di marche e la gestione risulta molto complicata.



Ogni giorno il supermercato ritira alcuni alimenti dagli scaffali.

Siete mai stati avvisati? Avete restituito un prodotto difettoso? Cosa vi hanno detto? Scriveteci!

Quando il Rasff non funziona

La procedura di allerta europea scatta quando si individua un prodotto contaminato in grado di provocare un grave rischio per la salute. A questo punto il ruolo delle aziende risulta determinante, perché il produttore deve intervenire subito per selezionare i lotti coinvolti e esaminare la diffusione presso i punti vendita. Dopo questa fase preliminare occorre bloccare la merce nei magazzini e informare la rete distributiva, invitando i punti vendita a togliere le confezioni dagli scaffali. Quando il pericolo è grave bisogna informare i consumatori con un comunicato stampa e attivare un numero verde. Non sempre il sistema di allerta funziona come dovrebbe.



Nel caso delle mozzarelle blu, la prima segnalazione italiana inviata al Rasff di Bruxelles è datata 9 giugno 2011, e riguarda

Mozzarella blu, un problema nazionale dovuto a un grave intoppo nell'allerta tedesco

lotti di mozzarelle blu della società tedesca Milchwerk Jager Gmbh & Co venduta a Verona.

Il sistema però si inceppa perché l'azienda tedesca non si attiva, non avverte i fornitori e quindi non si procede al ritiro immediato. Una settimana dopo, il 17 giugno, a Torino, una signora fotografa il corpo del reato, si rivolge alle Asl e la notizia arriva ai giornali.

Da quel momento la mozzarella blu diventa una notizia da prima pagina. La vicenda si trasforma in un evento nazionale perché l'azienda casearia tedesca non rispetta le regole. La lista con i marchi delle mozzarelle contaminate vendute in 13 paesi viene comunicata solo dopo due settimane, nonostante l'invio di tre richieste da parte del ministero della Salute italiano per avere informazioni precise sui prodotti coinvolti.



Troppi errori, poche rettifiche

Sui giornali e sulle tv si trovano spesso notizie scritte da giornalisti poco abituati a verificare le fonti. Si tratta di uno sport molto diffuso in Italia, abbinato alla cattiva consuetudine di non scusarsi con i lettori. Queste sono due notizie pubblicate con una certa enfasi su molti giornali il 17 gennaio 2011.

Gennaio 2011: un mese di allarme e di bufale inventate dai giornali. Anche tu ci hai creduto? [Raccontaci la tua storia.](#)



“Cancellata la legge sui cibi adulterati” era il titolo degli articoli apparsi su La Stampa e sul Corriere della Sera. La falsa notizia viene ripresa il giorno dopo dalla Repubblica e da altre testate.

In realtà l'abrogazione della legge sui reati alimentari è una bufala. ilfattoalimentare.it lo

segnala subito e denuncia un allarmismo ingiustificato. Per giorni il nostro sito ribadisce questo concetto con articoli di approfondimento, ma serve a

poco, molti colleghi insistono con la cancellazione. Dopo una settimana di polemiche, i ministri Roberto Calderoli e Ferruccio Fazio, e poi la Corte di Cassazione, intervengono sulla questione e precisano che la legge non è mai stata abrogata. Solo alcune testate informano i lettori con il giusto rilievo, mentre la maggior parte non rettifica.

“L’origine dei prodotti alimentari è diventata obbligatoria” è l’altra fantomatica notizia che ha invaso tutti i media nel mese di gennaio 2011. La norma, approvata in modo bipartisan dal Parlamento italiano, non entrerà mai in vigore. Ilfattoalimentare.it sin dall’inizio precisa che la legge viola le norme europee e non potrà essere applicata. Nonostante ciò il ministro dell’Agricoltura e molti addetti ai lavori ribadiscono con insistenza la validità del provvedimento, pur sapendo che l’Unione Europea ne impedirà l’adozione.

L’assurda posizione viene criticata in un’intervista rilasciata al nostro sito da Paola Testori Coggi, direttore DG- Sanco (Direzione generale per la salute e la protezione dei consumatori della Commissione europea), che definisce il testo difficilmente adottabile. Una settimana dopo i commissari europei all’Agricoltura e alla Salute ribadiscono lo stesso concetto in una lettera indirizzata ai ministeri. I politici italiani però continuano imperterriti la loro campagna, facendo finta di non sapere che questa norma sull’origine non entrerà mai in vigore.

I politici italiani votano all’unanimità un testo impossibile sul “made in Italy”!

È ancora tempo di favole

Oltre alle notizie allarmistiche e prive di fondamento pubblicate su giornali, ci sono le favole metropolitane e le storie verosimili divulgate dalle lobby del mondo agricolo per influenzare l’opinione pubblica.



Milioni di consumatori sono convinti che l’Italia sia invasa dal pomodoro cinese, e che le conserve esposte sugli scaffali dei supermercati contengano un pizzico di materia prima orientale. Non è vero! Il pomodoro cinese non ha invaso l’Italia come scrivono numerosi giornalisti, abituati a copiare i comunicati stampa di Coldiretti, senza verificare la notizia. La verità è molto semplice. Il

concentrato di pomodoro importato dalla Cina viene rilavorato dalle aziende conserviere italiane ed esportato in altri Paesi del Mediterraneo.

L’invasione del pomodoro cinese: un finto problema italiano.

Per sfatare questo luogo comune, su quasi tutti barattoli e sulle bottiglie di pomodoro un'etichetta indica l'origine italiana della materia prima. Contro la favola del pomodoro cinese è sceso in campo anche Annibale Pancrazio presidente dell'Anicav (Associazione delle imprese conserviere) che su Il Sole 24 Ore spiega come stanno veramente le cose, e ribadisce l'assenza del rischio cinese per il pomodoro italiano.

Quando si parla del Pangasio

le mamme di Roma fanno una smorfia. Nella capitale è stata avviata una campagna denigratoria verso questo pesce di acqua dolce importato dal Vietnam, utilizzato per preparare i pasti delle scuole. Uno studio condotto dall'Istituto zooprofilattico del Mezzogiorno ha stabilito che i filetti di Pangasio allevato nel delta del Mekong sono di buona qualità. Le analisi condotte su 52 campioni, rappresentativi di centinaia di lotti hanno evidenziato l'assenza di antibiotici e la presenza di metalli pesanti entro i limiti consentiti. E' vero che il Pangasio viene considerato dal punto di vista nutritivo un pesce poco pregiato, perché contiene tanta acqua e poche proteine, ma questo aspetto ha un risvolto interessante, perché i bambini, che di solito non amano il pesce, lo mangiano volentieri.



Il pangasio e le mamme romane.



La notizia del latte scaduto sottoposto a cinque pastorizzazioni a 190°C ha invaso il web per settimane. Si tratta di una grande bufala: un litro di latte fresco costa 0,35 € e riscaldare il latte scaduto a 190°C fino a 5 volte costa una fortuna. Il latte si pastorizza a 72°C e si sterilizza a 90°C una sola volta, e solo un imprenditore molto distratto può pensare di fare business rigenerando il latte scaduto. Ma nelle favole metropolitane la logica conta poco, basta supportare le bufale con un piccolo particolare insignificante, per insidiare nella fantasia il dubbio e trasformare tutto in verità. In questo caso è bastato citare i numeri del codice

dell'imballaggio per dare credito alla favola. L'operazione è senz'altro suggestiva ma priva di fondamento.

In realtà, il vero problema del latte fresco riguarda i cartoni ritirati dagli scaffali dei supermercati due-tre giorni prima della scadenza, perché i consumatori preferiscono acquistare le confezioni con un intervallo maggiore. Il paradosso è che latte fresco di ottima qualità dovrebbe finire in discarica per futili motivi. Per fortuna in molti casi viene venduto a minor prezzo a bar e altri esercizi pubblici che lo consumano subito, oppure viene donato a associazioni del volontariato.

Bufale su internet: la storia del latte pastorizzato in testa alle classifiche.

Su internet gira voce che gli hamburger di McDonald's non ammuffiscono mai, grazie a misteriosi additivi utilizzati dal colosso del fast-food.



Il miracolo degli hamburger di McDonald's che non ammuffiscono mai.

Per risolvere il mistero, un sito americano ha fatto un esperimento utilizzando panini contenenti una sola fetta di hamburger, senza salsa, cipolla, insalata e cetrioli.

L'autore ha osservato per 25 giorni nove panini acquistati da McDonald's e altri nove pressoché identici, preparati in casa con pane e carne comprati al supermercato.

Il risultato dopo quasi un mese è abbastanza sorprendente, perché nessun panino risulta ammuffito. Il miracolo non è da ricercare negli additivi, ma nella chimica e nella fisica. Il panino senza salse con una sola fetta di hamburger ha uno spessore minimo e una superficie abbastanza estesa che favorisce in poco tempo l'evaporazione dell'umidità. Senza umidità i microrganismi e le muffe non crescono e il panino non ammuffisce. Svelato il segreto dei finti additivi di McDonald's. Va precisato che il discorso non vale per gli hamburger a più strati e per quelli farciti con verdure e salse.

L'origine e la qualità in etichetta

Secondo un'indagine Coldiretti-Swg, il 97% dei cittadini ritiene necessario trovare sulle etichette indicazioni precise sull'origine. "In questo modo – dice il comunicato di Coldiretti – i consumatori potrebbero scoprire che due prosciutti su tre provengono da maiali allevati all'estero, che tre cartoni di latte a lunga conservazione su quattro sono stranieri, mentre la metà delle mozzarelle sono fatte con latte o cagliate provenienti da altri Paesi."



Il concetto è condiviso anche dall'Unione Europea che, negli ultimi anni, ha reso obbligatoria la denominazione di origine per diversi alimenti, e ha supportato l'idea dell'etichetta come una sorta di carta di identità del prodotto, necessaria per conoscere meglio gli alimenti.

L'origine è quindi un elemento importante, che però non deve essere confuso con la qualità. In linea di massima la gente preferisce un prodotto locale proveniente dalla Regione in cui vive, perché dà lavoro alle persone del posto, percorre meno chilometri durante il trasporto e valorizza la produzione. Questa è una scelta comprensibile e condivisibile, ma non vuol dire che il prodotto locale sia per definizione migliore rispetto a quello proveniente da altre Regioni o Paesi.

Un formaggio italiano (tranne i prodotti Dop o Igp) non si può considerare per definizione superiore rispetto a un formaggio francese o tedesco.



Per capire meglio il concetto, si può ricordare la vicenda della mozzarella blu tedesca, scoppiata nel 2010. In quel periodo molti consumatori hanno puntato il dito contro la Germania e il suo latte. Pochi sanno che, nelle settimane successive, le autorità sanitarie hanno rilevato lo stesso problema in una decina di caseifici italiani che utilizzavano latte

locale. Questo particolare dimostra come a volte l'origine della materia prima e la località di produzione siano elementi del tutto secondari rispetto alla qualità.

Gli addetti ai lavori sanno che la qualità di un alimento è il frutto di diversi fattori presenti nell'intera filiera produttiva, e che non ha alcun senso collegare la qualità solo alla geografia.

Qualcuno dimentica che il primato del "made in Italy" a tavola, in molte occasioni, è collegato a materie prime importate da altri Paesi. Le migliori paste italiane utilizzano una percentuale di grano ucraino, canadese e di altre località.

La bresaola della Valtellina è fatta con carne bovina proveniente dall'Argentina o dall'Uruguay. Il nostro caffè espresso, rinomato in tutto il mondo, non è coltivato sull'Appennino, mentre il burro migliore non è quello italiano ottenuto per affioramento, ma quello prodotto per centrifugazione importato dai paesi del nord-Europa.

Il discorso dell'origine non interessa gli alimenti Dop e Igp (i disciplinari di produzione stabiliti dai consorzi e l'impiego di materie prime locali che rispettano certi standard qualitativi incidono in modo determinante sulla qualità).



La mozzarella blu? Un problema italiano oltre che tedesco.

Il "made in Italy" a tavola, un fattore di qualità.

Storie di polli, uova e pesce



I polli consumati in Italia, come pure cotolette, arrotolati, crocchette... e decine di altri piatti pronti da cuocere provengono da allevamenti nazionali. Il più delle volte gli animali nascono, crescono e vengono macellati in loco. **La qualità dei nostri polli non è correlata all'origine "made in Italy"** che si trova sull'etichetta, ma al sistema e alle modalità di crescita.

I polli italiani non sono tutti uguali, dipende dal sistema di allevamento. Raccontaci la tua storia.

Per i polli, le variabili importanti sono il sistema di allevamento (a terra in capannoni chiusi o all'aperto), la specie (a crescita lenta o veloce), i giorni di vita (40, 60 o 80), il tipo di dieta... Sono questi gli elementi che contano e non certo l'origine.

I migliori polli crescono in capannoni dove è possibile uscire e razzolare in ampi spazi ombreggiati (almeno un metro quadrato a testa) e vengono macellati dopo 60-80 giorni. In Italia, la maggior parte dei polli vive in capannoni chiusi dove in un metro quadrato si contano da 15 a 25 pennuti! Queste sono le differenze importanti che determinano il gusto, la consistenza della carne e anche il prezzo. Per dovere di cronaca va precisato che non esistono polli da carne allevati in batteria. Il sistema delle gabbie è usato ancora solo per le galline ovaiole.

La produzione di uova è per oltre il 99% "made in Italy", ma questa è un'informazione presente su molte etichette. Quello che conta è capire se l'uovo proviene da un allevamento dove le galline vivono in batteria, oppure in capannoni e sono libere di razzolare anche all'aperto.

Uova "made in Italy" che costano tre volte di più.

Il prezzo delle uova di galline in batteria è la metà rispetto a quelle degli animali allevati in capannoni, e un terzo rispetto a quelle ottenute da galline libere. A dispetto di quanto sarebbe bello pensare, a livello nutrizionale le diversità di composizione tra le uova sono davvero minime. In questo caso è il benessere animale che fa la differenza, perché molti consumatori sono disposti a spendere di più pur di mangiare uova di galline felici.





In Italia, il pesce pregiato fresco e buona parte dei crostacei arrivano via aerea ogni giorno dal Nord Africa, dal Nord Europa e persino dall'Australia.

Il “made in Italy” assume una certa importanza nel caso del pesce di allevamento, perché la produzione italiana (orate e spigole) è considerata di qualità superiore rispetto a quella greca.

Pesce di allevamento: quello italiano è meno grasso. Raccontaci la tua storia.

Il motivo è semplice: nelle vasche di allevamento greche i pesci crescono in fretta grazie a mangimi ipercalorici, mentre in Italia si preferisce una crescita lenta. Alla fine le orate e i branzini italiani costano il doppio, ma quando arrivano a tavola la differenza è sin troppo evidente.

L'origine è indicata sulle etichette, ma è un elemento abbastanza irrilevante per la maggior parte degli italiani, che consumano prevalentemente il pescato proveniente dall'estero. Basta leggere una volta i cartellini esposti in pescheria per rendersi conto che il prodotto nazionale è scarso, e non sempre apprezzato, come nel caso del pesce azzurro.

Publicità ingannevoli



“Kilocal, preso dopo un pasto abbondante, riduce le calorie e sgonfia la pancia”. L'Antitrust ha censurato questo messaggio e ha sanzionato la società con una multa di 200 mila €.

Veramente Kilocal sgonfia la pancia?

Per due anni, milioni di italiani hanno visto spot e pubblicità in

cui **l'integratore alimentare veniva spacciato come un dimagrante.**

Nonostante questo, solo pochissimi media hanno riportato la notizia della multa. I direttori delle testate come La Stampa, Il Giornale, Gente, Gioia, che in due anni hanno pubblicato oltre 200 pagine, e i direttori dei programmi televisivi che in due anni hanno mandato in onda 8.975 spot (332 in Rai, 744 in Mediaset, 1.188 a La 7 e 6711 su tv private) cui si aggiungono 377 annunci radio, non hanno ritenuto opportuno informare i lettori e gli ascoltatori. Il motivo di questa decisione è da ricercare nei

lauti contratti pubblicitari, firmati dagli editori con Pool Pharma. Questi rapporti commerciali favoriscono una politica di riguardo, per cui è facile dimenticare di scrivere che Kilocal non è un dimagrante, ma un semplice integratore alimentare. Dimenticavo, le bugie sono un'abitudine per Pool Pharma, che in otto anni ha collezionato quattro censure per pubblicità ingannevole.



Lo spot della Lazzaroni mostra un signore buttato fuori dall'azienda in malo modo, perché propone di usare meno uova, meno cacao e farina di minor qualità. In un altro spot, la stessa persona spiega di essere stata

allontanata per aver "... proposto di usare la margarina perché costa meno...". Tutti gli spot si concludono con la frase "i Lazzaroni sono pasticceri e non pasticcioni".

La campagna è stata censurata dal Giurì dell'autodisciplina pubblicitaria, perché lascia intendere che nella ricetta dei biscotti Lazzaroni si usa solo burro. Non è vero! Almeno due tipi di frollini sono preparati con grassi vegetali ricavati da oli tropicali come cocco e palma, che i nutrizionisti considerano di mediocre qualità. Per scoprire la furberia basta leggere l'elenco degli ingredienti sulle etichette.

Le bugie di Lazzaroni sui biscotti.
[Segnalaci una pubblicità ingannevole.](#)



L'Antitrust ha sanzionato le pubblicità degli yogurt Danacol della Danone e Pro-Activ dell'Unilever con una multa rispettivamente di 300.000 € e di 100.000 €.

Danacol e Pro Active non svolgono funzioni terapeutiche.

Nel caso di Danacol, l'Autorità ha sposato le tesi inviate nel novembre 2007 dell'Agenzia italiana del farmaco (AIFA), secondo cui le campagne pubblicitarie condotte in collaborazione con la Società Italiana di Medicina Generale lasciano intendere che lo yogurt svolga una funzione terapeutica ipocolesterolizzante. Premesso che **le terapie per ridurre il colesterolo richiedono l'obbligo di prescrizione medica**, l'Autorità ha condannato l'impostazione della campagna perché lascia intendere che sia sufficiente assumere lo yogurt per ridurre del 10% il livello di colesterolo.

Il messaggio lascia credere che "lo yogurt è un prodotto approvato dalla classe medica", che "il problema colesterolo può essere affrontato e risolto autonomamente" e che "la riduzione non è temporanea ma definitiva".

La pubblicità non dice che quando si interrompe l'assunzione di Danacol il colesterolo torna ai valori precedenti. Per quanto riguarda ProActiv, le accuse sono simili. La sentenza dice che "... tutta la campagna promozionale

svolta a favore di ProActiv... è incentrata sull'alterazione fisiologica del livello di colesterolo e sul conseguente rischio cardiovascolare per indurre... consapevolezza e allarme su tale fattore di rischio, creare un conseguente bisogno e presentare ProActiv come valido coadiuvante nel ridurre il fattore di rischio colesterolo...".



La pubblicità della Coca-Cola che consiglia di bere la bibita tutti i giorni è stata censurata. Lo ha deciso l'Istituto di autodisciplina pubblicitaria che ha bocciato l'ultima campagna andata in onda a gennaio 2011 sulle reti Mediaset e su molti giornali.

Coca Cola, una bibita da non bere a tavola.

La vicenda presenta degli aspetti paradossali. Nel messaggio rivolto a tutte le mamme, si sostiene che per trovare la felicità a tavola basta affiancare un

bicchiere di Coca-Cola a un piatto di spaghetti al pomodoro. Gli elementi assurdi sono due. Il primo è l'abbinamento tra la pasta, considerata un tipico piatto della dieta mediterranea, e la bibita simbolo del cibo spazzatura. Il secondo è l'invito a consumare bevande zuccherate durante il pranzo o la cena. La proposta della Coca-Cola di pasteggiare ogni giorno con una bibita dolce è un insulto dietetico o, se preferite, una bestemmia gastronomica.

Si tratta di una spudorata proposta che contrasta con i principi della corretta alimentazione e con le campagne di educazione alimentare portate avanti in questi anni da tutte le strutture sanitarie.

C'è un ultimo elemento da sottolineare. Coca Cola nel sito italiano sostiene di adottare una politica di marketing responsabile che rispetta il diritto dei genitori di scegliere i prodotti più adatti ai propri figli... e assicura che le proprie attività pubblicitarie non sono indirizzate ai minori di 12 anni. Per questo motivo Coca Cola non può pubblicizzare la bibita nelle riviste per bambini, nelle fasce TV dedicate ai piccoli, non vende i propri prodotti nei distributori automatici delle scuole.

Come si conciliano questi buoni propositi con una grande campagna pubblicitaria che invita le mamme a portare a tavola la bottiglia di Cola per i bambini? Ipocrisia, ingenuità, incidente di percorso o voglia di business? Io non ho dubbi.



Ferrarelle ha ottenuto da Lifegate la possibilità di usare il marchio "Impatto zero" su circa 26 milioni di bottiglie di plastica da un litro e mezzo.

Ferrarelle a impatto zero: un impegno solo a metà.

Per avere il marchio, la società ha versato una somma destinata a riforestare un'ampia area boschiva, in modo da compensare le emissioni di anidride carbonica collegate alla produzione.

Dopo avere firmato l'accordo, Ferrarelle ha scritto sull'etichetta "Impatto zero", e una frase in caratteri tipografici più piccoli dove si dice "la società compensa la CO2 emessa nell'atmosfera per produrre questa bottiglia d'acqua con la creazione e la tutela di nuove foreste".

Per il Giurì della pubblicità la frase "impatto zero" è ingannevole, perché lascia intendere al consumatore che la produzione di acqua risulta interamente compensata, e questo non è vero. La riforestazione, infatti, non riguarda la totalità delle emissioni inquinanti.

La vicenda solleva per l'ennesima volta la questione del Greenwashing, ovvero le aziende che evidenziano nei messaggi pubblicitari aspetti ecologici molto limitati per accattivarsi le simpatie dei consumatori (nel caso di Ferrarelle solo il 4,4% della produzione è a parziale impatto zero).

Purtroppo, come spesso accade, la decisione del Giurì è stata completamente ignorata da giornali e televisioni.

Anche questa condanna finirà nel dimenticatoio, come succede spesso quando un grande inserzionista pubblicitario viene censurato. L'esito paradossale è che l'inganno c'è stato, ma siccome nessuno lo dice, l'immagine dell'acqua Ferrarelle amica dell'ambiente sarà una convinzione per molti consumatori. Questa è davvero una beffa.