

INFORMAZIONE ALIMENTARE

# Meglio l'etichetta dei giornali

L'informazione influenza il consumatore sulla scelta e l'accettabilità degli alimenti di origine animale. Per questo è bene che sia corretta.



di Francesca Conte

*Dipartimento di Scienze Veterinarie  
Università degli Studi di Messina*

**L'**etichettatura degli alimenti è uno dei più importanti strumenti per l'informazione dei consumatori, tanto più che può consolidare la loro consapevolezza e la loro fiducia nei riguardi del produttore, esercitando anche una certa influenza sulla scelta dell'alimento. Vista l'attualità dell'argomento, è

stato valutato il livello di attenzione dei consumatori europei alle indicazioni riportate in etichetta, sulle confezioni o nei banchi vendita, e il loro interesse nei riguardi di un'informazione "allettante".

## COSA SA E COSA VUOLE SAPERE

L'informazione aggiuntiva su un prodotto alimentare risulta molto apprezzata dai consumatori

europei, i quali necessitano, peraltro, di garanzie per la salubrità e per il marchio di qualità alimenti. Viceversa, non viene data molta importanza al numero di identificazione della partita e ai dati sull'alimentazione degli animali. Il consumatore è interessato alla tracciabilità degli alimenti e presta attenzione agli aspetti etici nei riguardi degli animali, nonché al potenziale rischio sanitario; è per lo più informato sulla data di scadenza e sulla denominazione della specie animale che fornisce l'alimento ed è consapevole che tali conoscenze gli permettono di valutare la qualità di un dato prodotto. Ma il forte interesse nei riguardi delle informazioni sugli alimenti è verso la garanzia di salubrità e il marchio di qualità; la fiducia nelle informazioni è ancor più rafforzata quando siano supportate da controlli e da garanzie di rintracciabilità.

## PERCEZIONI E CAMBIAMENTI

La risposta dei consumatori all'informazione mediante l'etichettatura si direbbe rispecchiare le preferenze per i cibi "naturali", che tengono conto degli aspetti etici e religiosi e del benessere animale. I cambiamenti nelle scelte alimentari dei consumatori sono correlati alle modalità con le quali gli stessi percepiscono la qualità del prodotto che si evince prevalentemente dal contenuto dell'etichetta, un concetto che è divenuto più dinamico rispetto al passato; infatti, attributi sensoriali, sicurezza, convenienza e caratteristiche di processo rappresentano le principali dimensioni della qualità percepita.

## I MEDIA

L'etichettatura e la tracciabilità sono strumenti importanti per salvaguardare la sicurezza del consumatore, un ausilio per differenziare e scegliere i vari alimenti e fare una scelta oculata e rispondente alle proprie esigenze. Viceversa, un incompleto o errato trasferimento delle informazioni, anche tramite i mass media, potrà essere fuorviante e/o potenzialmente dannoso per la società. Frequentemente, i mezzi d'informazione trasferiscono al consumatore input parzialmente errati, facendo ricorso a competenze provenienti da settori non sempre specifici. Qualche volta si arriva addirittura ad un terrorismo mediatico che intimorisce i consumatori, con influenze negative per la scelta dei prodotti alimentari. Fortunatamente, non è sempre così, ma sugli alimenti di origine animale, sarebbe opportuno che i mass media facessero ricorso più spesso alle competenze veterinarie.

Alla classe veterinaria invece si chiede di far emergere le proprie competenze: il consumatore sarebbe più informato. ●

## REGOLAMENTAZIONE

### Informazioni sugli alimenti ai consumatori

Esiste da tempo una regolamentazione, mirata e chiara, che si concretizza nel Regolamento CE n. 178/2002. Ci sono poi le norme del Regolamento UE n. 1169/2011, emanato per fornire una completa informazione dei consumatori su contenuto e composizione dei diversi prodotti alimentari. Alcune novità della disposizione normativa riguardano l'inserimento di una dimensione minima del carattere per le informazioni obbligatorie in etichetta, l'indicazione degli allergeni per alimenti non preconfezionati, i requisiti per l'etichettatura degli alimenti commercializzati via internet, l'inserimento del Paese di origine nell'etichetta; inoltre, sono inserite le obbligatorie indicazioni nutrizionali per molti alimenti preconfezionati. Il Regolamento è già in vigore dal 2011 e si applica dal dicembre 2014.

# scegliete l'eccellenza

contro la

## Malattia di Aujeszky

### AD live SUIVAX®

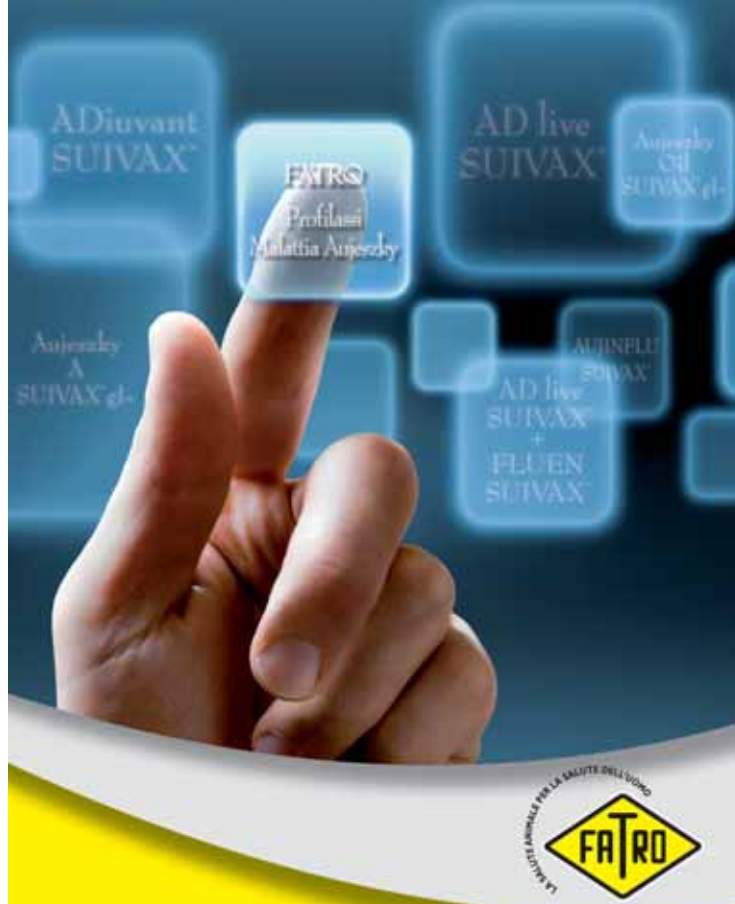


Vaccino vivo attenuato delecto contro la Malattia di Aujeszky

### ADiuvant SUIVAX®



Vaccino vivo attenuato delecto contro la Malattia di Aujeszky  
con **ADIUVANTE ESCLUSIVO FATRO**



la salute animale per la salute dell'uomo