

LIBRO
4D

Lucia Cuffaro & Elena Tioli

OCCHIO

ALL'
ETICHETTA!

TUTTO CIÒ
CHE DEVI SAPERE
PRIMA DI FARE
LA SPESA

**ESTRATTO
GRATUITO**



PREFAZIONE

di Stefania Divertito

Un caminetto acceso nell'inverno della campagna romana. All'interno della grande sala, un gruppo di ragazzi seduti intorno al fuoco.

Dietro di loro due tavolate da una quindicina di posti, ciascuna apparecchiata con oggetti inusuali: secchielli, barattoli in vetro, cucchiari, bottiglie d'olio, polveri bianche di granulati differenti, liquidi di varia densità, ciotole, limoni, oli essenziali.

Lucia ed Elena ci stanno illustrando quella che loro definiscono “la parte terroristica” della giornata. Ma dal sorriso è chiaro che l'espressione è volutamente forte e serve ad attirare la nostra attenzione sulla parte teorica del corso “Le Giornate delle Buone Pratiche”.

Non ho timore a dire che da quando mi sono iscritta per la prima volta a uno dei loro corsi, la mia vita è cambiata. E non solo perché riesco a produrre risparmiando una gran quantità di prodotti di uso quotidiano, ma soprattutto perché sono diventata una consumatrice consapevole, riducendo l'impronta ecologica del mio essere presente su questo pianeta.

Tutto inizia dall'etichetta.

Grazie a loro ho scoperto che negli oli usati per i bambini – correggo: venduti prettamente per i neonati – sono contenuti derivati dal greggio. Proprio gli scarti del petrolio! Che il pane acquistato al supermercato nella maggior parte dei casi è stato trattato con alcol. Che lo zucchero è ovunque, spesso per “nascondere” materie prime di scarsa qualità. Ho imparato i benefici della lievitazione davvero naturale, e a produrre da sola del pane soddisfacente scegliendo farine non raffinate. E soprattutto ho imparato a decifrare le etichette.

Quella domenica mattina, seduta davanti al caminetto con un gruppo di persone curiose e attente, ascoltavo Lucia ed Elena e pensavo: ogni loro seminario è un'inchiesta giornalistica.

“Segui i soldi”, è la regola aurea di ogni cronista d'inchiesta. Ed è quello che in quel corso stavo imparando: inseguire gli interessi miliardari della grande distribuzione organizzata capace di orientare il mercato e le scelte dei consumatori.

Ma ecco che ci vengono forniti gli strumenti per spezzare questa catena.

Questo è il senso del libro che hanno finalmente deciso di scrivere insieme: uno strumento offerto a tutti noi per liberarci da un sistema consumistico all'interno del quale non riusciamo più a prenderci cura di noi stessi.

È un tornare alle origini, senza la tentazione di ancorarsi nel passato come se fossimo dei *proto-hippies*.

Il libro che avete tra le mani ha il tono ironico e leggero proprio dei loro eventi e, allo stesso tempo, la consistenza di un sapere strutturato e sperimentato: tra una battuta e una riflessione entra sotto pelle la consapevolezza. E così arriva il messaggio.

Andrebbe studiato a scuola, andrebbe spiegato persino ai bambini: il sano atto di ribellione a un sistema commerciale che ci riempie le case di prodotti spesso dannosi. E anche costosi.

Questo libro è un saggio giornalistico a tutti gli effetti, che ci introduce tra gli scaffali del supermercato con occhio consapevole e indagatore. Che rivoluziona il punto di vista e che per accuratezza e precisione nei contenuti non sfuggerrebbe accanto alle inchieste delle grandi firme.

Un saggio giornalistico che si legge d'un fiato, si sfoglia per argomenti, ci lascia navigare tra le sue pagine con curiosità assaporando l'energia con la quale è scritto.

Quel giorno, in quella domenica di freddo riscaldata da un caminetto e da tanta passione, non ho imparato soltanto a produrre un detersivo che ha un impatto ecologico quasi nullo e che, ad esempio, non intasa i filtri di depurazione e non riempie le acque di scarico di tensioattivi. Ho imparato a discernere, e a scegliere.

Mi chiedevo, quel giorno, quando avrebbero scritto un libro: queste pagine sono decisamente una buona notizia, non solo per i lettori appassionati ma anche e soprattutto per i cittadini del domani.

Stefania Divertito

giornalista d'inchiesta, autrice di "Uranio, il nemico invisibile;

Amianto, storia di un serial killer",

"Toghe verdi, storie di avvocati e battaglie civili"

e dell'eco-thriller "Una spiaggia troppo bianca", per NN editore.

Ha vinto il Premio Pasolini nel 2013 ed è stata cronista dell'anno nel 2004.

Dopo due anni di ricerche e indagini ha realizzato il documentario

"AsbeSchool – stop amianto a scuola" per la regia di Luca Signorelli.

Oggi è capo ufficio stampa

e portavoce del ministro dell'Ambiente Sergio Costa.

INTRODUZIONE



Dal diritto di conoscere e dal dovere di indagare
discende l'obbligo di agire.

Sandra Steinberg

Ogni etichetta un'analisi, ogni sostanza una storia. Ciò che ci raccontano le etichette non è sempre facile da decifrare, ma imparare a farlo, carpire i trucchi e i segreti di questi minuscoli elenchi, è la chiave di volta per un consumo più consapevole, etico e sano.

Immagini, slogan, colori, luci, musiche, odori... tutto in quella corsia dice: “Comprami!”. E, molto spesso, il bravo consumatore, ubbidisce. Non c'è scelta. Non è un atto razionale. Anni di studi, fiumi di soldi, bombardamenti mediatici, lavaggi del cervello e tecniche sempre più affinate ci hanno condotto fin qui: a fidarci della pubblicità. A essere persuasi dalla comunicazione. A non fare domande. Ad agire d'istinto, per abitudine o assuefazione.

Il risultato? Schiere di consumatori inconsapevoli, pronti a sfoderare il portafoglio alla prima – illusoria – promessa del marketing.

“Ti è utile, ti dona, è buono, è sano, è senza... è con... è indispensabile!”.

La pubblicità, del resto, serve proprio a questo: a convincerti che un prodotto è necessario, anche se così non è. È il marketing, bellezza! E in pochi ne sono immuni.

“Anche Cappuccetto Rosso, allevata a suon di pubblicità, oggi non avrebbe nulla in contrario a lasciarsi mangiare dal lupo”, diceva Marshall McLuhan, uno dei più importanti sociologi del secolo scorso.

Il risultato? Siamo spinti a comprare quotidianamente prodotti carichi di alcune delle sostanze chimiche più tossiche del pianeta.

Autorevoli studi nazionali e internazionali dimostrano che l'esposizione continua a sostanze artificiali può essere correlata a reazioni allergiche, neurodegenerative, tumori e molte altre patologie.

Com'è possibile che la legge non ci tuteli? Produzione, confezionamento, distribuzione e vendita sono spesso sottoposti a normative europee e nazionali non sempre stringenti. Anche se l'obiettivo principale, si legge, è la sicurezza dei consumatori, attraverso l'immissione in commercio di prodotti controllati e adatti per la salute, le cose non stanno proprio così.

Il problema è che le varie normative non considerano tre importanti fattori (più uno): l'effetto cocktail, l'esposizione combinata, l'effetto cumulativo, nonché il principio di precauzione su cui, in teoria, si dovrebbe fondare l'azione legislativa dei decisori politici europei.

Tanto per capirci, gli scienziati hanno determinato per ciascuna sostanza esaminata la quantità che un individuo può utilizzare senza correre troppi rischi (almeno allo stato attuale delle conoscenze). Ma se insieme a quel residuo, quel medesimo individuo ne assume un secondo, un terzo e un quarto? E se l'assimilazione diviene costante nel tempo e quotidiana? Non basta più che le singole sostanze rimangano sotto i limiti stabiliti.

Quando si parla di sostanze chimiche, infatti, non bisogna considerare esclusivamente la singola molecola, bensì il mix che ogni giorno assumiamo, che può portare nel corso del tempo a pesanti effetti di accumulo nel corpo, sinergia e formazione di nuovi composti tossici.

A difenderci dovrebbe essere il cosiddetto principio di precauzione (art. 191 del Trattato sul funzionamento dell'Unione Europea): nato per garantire la protezione dell'ambiente attraverso

posizioni preventive in caso di rischio, si è poi allargato alla politica dei consumatori, al diritto europeo sugli alimenti, alla salute umana, animale e vegetale. Questo dovrebbe far prevalere la tutela della salute pubblica, della sicurezza e dell'ambiente sugli interessi economici. Vi si fa appello quando vi sono effetti potenzialmente pericolosi, individuati con sufficiente certezza tramite una valutazione scientifica obiettiva. A questo possono seguire atti giuridici o una richiesta al produttore di diminuzione della dose giornaliera accettabile (DGA), il valore utilizzato in tossicologia che rappresenta la quantità tollerabile al giorno di una sostanza che un individuo può sopportare in base al proprio peso.

Ma qual è il gap di questo meccanismo di precauzione? Ogni anno vengono immesse sul mercato decine di migliaia di molecole di sintesi. Questa iper-produttività spesso determina, per legge e per mancanza di volontà delle istituzioni preposte, che sia lo stesso produttore a dover dimostrare l'assenza di rischio.

Dal 2007, in Europa, l'immissione sul mercato di agenti chimici segue le disposizioni del regolamento in materia di registrazione, valutazione, autorizzazione e restrizione delle sostanze chimiche (REACH), che obbliga le industrie che fanno domanda per la commercializzazione delle sostanze a fornire dati sulla loro sicurezza e a registrarle in una banca dati centrale presso l'Agenzia europea delle Sostanze chimiche (ECHA).

Per capire che il sistema non è perfettamente efficiente basta vedere il numero delle sostanze chimiche commercializzate, seppur fuori norma. Secondo l'Environmental European Bureau (EEB), solo nel 31% i dati forniti dall'industria sono conformi, mentre il resto ha bisogno di ulteriori indagini. Ma non basta.

Dei quattro milioni di prodotti chimici per la pulizia della casa creati dal 1915 a oggi, solo uno su cinque è stato testato sui potenziali effetti tossici¹. Inoltre dagli anni Cinquanta si ripete una prassi viziosa: i ricercatori che si occupano della valutazione di sicurezza sono stipendiati dalle stesse case produttrici. E l'agenzia

¹ Siegel-Maier, Karyn, *Casa pulita naturalmente*, Il Punto d'Incontro, Vicenza 2015.

americana dell'FDA (Food and Drug Administration) e quella europea dell'EFSA (Autorità europea per la sicurezza alimentare) si limitano a ricevere queste documentazioni senza effettuare le necessarie analisi di veridicità.

Quando il controllo deriva dal controllato il dubbio è lecito...

Davanti a questi dati la domanda, come si suol dire, sorge spontanea: siamo davvero liberi di scegliere? Abbiamo la possibilità di decidere con consapevolezza quale cibo mangiare, come prenderci cura del nostro corpo e della nostra abitazione? A quanto pare, no.

Per fortuna un'alternativa c'è. Ed è semplice, pratica e veloce. Possiamo decidere di non farci prendere in giro dal packaging, di non farci abbindolare dalla pubblicità, di non essere schiavi di bisogni indotti, di prodotti inutili e dannosi.

Come? Semplicemente girando le confezioni e imparando a decifrare la vera carta d'identità dei prodotti: l'etichetta! Sì, quella cosa sul retro, scritta in minuscolo, composta da nomi incomprensibili e numeri misteriosi... quella che tutti gli addetti ai lavori cercano di nascondere, truccare, mimetizzare.

L'etichetta è il nostro alleato più prezioso e, al contempo, il più temibile nemico del marketing. In quel quadratino è racchiusa gran parte della verità che la pubblicità vuole celare o camuffare. Lì sta la chiave di (s)volta dei nostri acquisti, la *vera* scelta, fatta con consapevolezza e razionalità.

Imparare a leggere le etichette non significa solo fare una spesa più attenta, ma significa, soprattutto, permettersi il lusso di dire no a tanti consumi dannosi e superflui; riacquistare la libertà di scegliere con consapevolezza; guadagnarci in salute, soldi e qualità della vita.

Ps. Non temete! In questo libro troverete tante *Buone Pratiche* e consigli propositivi per abbandonare immediatamente, con semplicità e poche spese, le cattive abitudini. E non preoccupatevi quando vi succederà di inciampare; anche a noi, tutt'oggi, capita di perdersi nell'arzigolato mondo delle etichette.

INFORMAZIONI OBBLIGATORIE IN ETICHETTA

L'etichetta è la carta d'identità di un prodotto. Conoscere le informazioni che obbligatoriamente devono essere inserite in questo importante documento è fondamentale per capire con *chi* abbiamo a che fare.

Cosa non può mancare sulle confezioni dei prodotti che acquistiamo? Il nome o la ragione sociale, ossia i riferimenti del produttore o del confezionatore, il marchio che identifica l'azienda e la sede dello stabilimento di produzione. La categoria commerciale del prodotto. Il lotto di produzione, ovvero quel numero che ci permette di identificare e localizzare un prodotto e di individuarlo sul mercato qualora si verificano situazioni tali da comportarne il ritiro o il richiamo. La durabilità del prodotto, ossia il termine minimo di conservazione che rappresenta la data entro la quale il prodotto si mantiene inalterato a patto che venga conservato nelle condizioni opportune. È importante sapere che al consumo di un prodotto immediatamente dopo il termine minimo di conservazione non è associato alcun ragionevole rischio per la salute del consumatore.

Questa dicitura avvisa semplicemente che le caratteristiche del prodotto (come l'aroma o il colore) potrebbero essere alterate. Diverso è il discorso per la data di scadenza che significa che dopo quel determinato giorno la merce può deperire rapidamente e non essere più sicura per la salute.

Infine l'elenco degli ingredienti, indicati sempre in ordine decrescente di quantità: il primo dell'elenco è più abbondante del secondo, il secondo del terzo e così via. Anche quando non è presente il QUID (Quantitative Ingredient Declaration) ossia il quantitativo in valore percentuale esposto subito dopo il nome dell'ingrediente evidenziato, è così possibile conoscere approssimativamente la quantità presente.

Oltre a queste indicazioni, a seconda del prodotto e delle singole normative di riferimento, al produttore a volte è concessa la possibilità di riportare altri dati. Per esempio, consigli d'uso, informazioni in merito alla modalità di produzione, descrizione delle proprietà intrinseche e origine o provenienza delle materie

prime. Attenzione, in quest'ultimo caso, a non confondere i termini: per luogo di provenienza s'intende "qualunque luogo indicato come quello da cui proviene l'alimento", che potrebbe non coincidere col Paese di origine, che è quello dove il prodotto è integralmente ottenuto oppure quello in cui è avvenuta l'ultima trasformazione sostanziale (Regolamento CEE 2913/92). Scambiare "provenienza" e "origine" è un truccetto spesso utilizzato dal marketing per confondere i potenziali acquirenti.

Sebbene l'elemento peculiare delle etichette, in teoria, dovrebbe essere la veridicità, ossia la possibilità di verificare che ciò che viene affermato non induca in inganno il consumatore, purtroppo, non è sempre così. E malgrado l'ottimo lavoro di tante associazioni, dimostrare che su una confezione di un prodotto sia dichiarato il falso non è sempre facile né tantomeno veloce.

Anche per questo è importante confrontarsi con questo mondo con un occhio più che mai aperto, critico e attento. Il dettaglio si trova tra le righe, spesso incomprensibili, di quelle minuscole etichette.

VIDEO N. 1

GUARDA! 

Tutto ciò che devi sapere prima di fare la spesa

Elena e Lucia ti introducono nel "meraviglioso" mondo delle etichette.

(VEDI PAG. 317)

NEL LIBRO SONO PRESENTI ALCUNI SIMBOLI:



= OCCHIO A...

Abbiamo inserito alcune avvertenze e curiosità legate ai consumi più diffusi. Delle brevi chicche a cui prestare attenzione per capire al meglio come funziona (e come ci inganna) il mondo del marketing.



= QUELLO CHE LE MULTINAZIONALI NON DICONO

In ogni capitolo, sotto la lente d'ingrandimento, troverete tutte quelle informazioni omesse dalle case produttrici e dalle catene di distribuzione. Stiamo parlando degli impatti ambientali, sanitari e sociali dei nostri consumi e di tutto ciò che sarebbe prezioso sapere ma che viene quotidianamente e volontariamente nascosto.

INDICE

PREFAZIONE	5
INTRODUZIONE	8

ALIMENTAZIONE

01 PANE AL PANE	16
02 PASTA AL GLIFOSATO	30
03 FRUTTA E VERDURA, PIÙ BELLA CHE BUONA	44
04 IL PIATTO TRUCCATO	61
05 DROGATI DI ZUCCHERO	79
06 CAFFÈ, TÈ, CIOCCOLATO: COSE DALL'ALTRO MONDO	93
07 LISCIO COME L'OLIO?	113
08 IN PRINCIPIO FU L'ANIMALE	128
09 BOTTE PIENA, ETICHETTA UBRIACA	160
10 OGM: FRANKENSTEIN NEL PIATTO	173

CURA DELLA PERSONA

11 PELLE SOTTO ASSEDIO	188
12 MASCHIO A RISCHIO	206
13 INTIMITÀ ALLO SCOPERTO	216
14 CICOGNA CONTROVENTO	228

CASA

15 COSA BOLLE IN PENTOLA	240
16 CASA DOLCE CASA	260
17 BIANCO SPORCO	276
18 VERDE PRATO AL DDT	287
19 SCHELETRI NELL'ARMADIO	299

CONCLUSIONI	313
GRAZIE	315

Lucia Cuffaro & Elena Tioli

OCCHIO ALL' ETICHETTA!

Immagini, scritte, luci, musiche, odori... tutto in quella corsia dice: *comprami!* E spesso, il consumatore ubbidisce.

Anni di bombardamenti mediatici e tecniche di persuasione e manipolazione sempre più raffinate ci hanno condotto a fidarci della pubblicità. Il risultato? Schiere di consumatori inconsapevoli, sempre pronti ad acquistare prodotti inutili e dannosi.

Per fortuna l'alternativa c'è!

Abbiamo la possibilità di scegliere davvero e, nel nostro piccolo, di fare la differenza.

Come?

Semplicemente imparando a leggere l'etichetta.

Quelle piccole scritte, quei nomi apparentemente incomprensibili e numeri misteriosi sono in realtà il nostro alleato più prezioso.

Questa guida non solo vi aiuterà a decifrarle, ma vi svelerà anche quello che sulla confezione non viene riportato e che è fondamentale conoscere per scegliere in maniera più informata, consapevole e libera: il **cibo**, le **bevande**, i prodotti per l'**igiene della persona**, per la **cura della casa** e del **giardino**, i **vestiti** e gli **articoli per i bambini**.

Il libro contiene anche numerose sezioni dedicate alle Buone Pratiche, dove trovare le alternative più sane ai prodotti industriali, sempre più artificiali e chimici.



LEGGI, GUARDA, ASCOLTA, VIVI!

UNA RIVOLUZIONE NEL MONDO DELLA LETTURA

Tanti contenuti extra per immergersi nella realtà di questo libro

Scopri di più sul sito: bit.ly/libro4D



ISBN: 978-8893198929



€ 16,50

GRUPPO MACRO

BENESSERE E CONOSCENZA DAL 1987

www.gruppomacro.com