Toscana ADiC Associazione per i Diritti dei Cittadini

Federata Movimento Consumatori

MOVIMENTO CONSUMATORI

ATTUALITA' E PROSPETTIVE DELLA FILIERA VITIVINICOLA TOSCANA

CONVEGNO, Crespina 23 novembre 2018

CLARA GONNELLI (Presidente ADiC Toscana e Membro del Direttivo Nazionale di MC)
MATTIA SCALABRELLI (Delegato Associazione Consumatori alla Q Certificazioni)

LA LEGGE 12 DICEMBRE 2016 E REGOLAMENTI ATTUATIVI

La Legge 12 dicembre 2016 n. 238 disciplina la coltivazione della vite e della produzione e commercio del vino. All'Art. 1 essa recita "*…Il vino, prodotto della vite, la vite e i territori viticoli, quali frutto del lavoro, dell'insieme delle competenze, delle conoscenze, delle pratiche e delle tradizioni,* ***costituiscono un patrimonio culturale nazionale da tutelare e valorizzare negli aspetti di sostenibilità sociale, economica, produttiva, ambientale e culturale….".***

POSSIBILITA' DA PARTE DELLE ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI DI COSTITUIRSI COME PARTE CIVILE

Con la medesima legge 238/2016 e con i recenti decreti attuativi, si è fatta maggiore chiarezza nell'ambito delle filiere vitivinicole, ma il ruolo che è stato ritagliato ai consumatori è definito solo **dall'Art. 86, "*Costituzione delle associazioni come parte civile*"** che recita:
"Le associazioni dei produttori, le organizzazioni professionali agricole e le altre organizzazioni delle imprese della filiera, i consorzi di tutela di cui all'articolo 41, ***le associazioni dei consumatori,*** *le regioni e gli enti locali* ***possono costituirsi parte civile, indipendentemente dalle prove di danno immediato e diretto, nei procedimenti penali per violazioni delle disposizioni della presente legge.***

Il ruolo che ci affida la legge lo riteniamo in buona parte insufficiente a garantire la partecipazione attiva del consumatore consapevole. Questo approccio infatti è solo di tipo 'curativo' e non preventivo, secondo un'ottica che ormai è obsoleta!
Le Associazioni dei consumatori non possono intervenire nel momento della creazione delle regole tra chi produce e chi consuma.

SOSTENIBILITA' SOCIALE, ECONOMICA, PRODUTTIVA, AMBIENTALE E CULTURALE

Chi deve concorrere al raggiungimento delle sopracitate finalità di sostenibilità, che nello specifico di questa giornata sono declinate al prodotto vitivinicolo, ma che investono invece tutti i settori dell'Agro-alimentare e non solo….???!

SECONDO NOI DEBBONO CONCORRERE ALLA SOSTENIBILITA' TUTTI GLI ATTORI DI FILIERA E NON ULTIMI I CONSUMATORI E LE LORO ASSOCIAZIONI DI RAPPRESENTANZA.

Il consumatore è STAKEHOLDER!

l'ADiC Toscana (Associazione per i Diritti dei Cittadini Ex ACU Toscana nata nel 1985 in Toscana ed accreditata dalla Regione Toscana e federata al Movimento Consumatori Nazionale) ha cercato di farlo con varie modalità, tra cui:

- attività di educazione al consumo consapevole e responsabile, soprattutto nel settore dell'agroalimentare, ideando e sviluppando molti progetti a livello regionale (all'interno del CRCU della Regione Toscana Politiche dei consumatori della Regione Toscana), partecipando a progetti nazionali ed europei (anche insieme ad altre organizzazioni di consumatori) rivolti alla cittadinanza e al mondo della scuola, contribuendo alla realizzazione di campagne di sensibilizzazione organizzate sia dalle istituzioni che da associazioni di categoria, dalla cooperazione, dal mondo dell'università e della ricerca scientifica….
- partecipando, quando chiamata, a lavori di commissioni, a consultazioni ecc., presso gli organismi di certificazione, nelle Camere di Commercio, nelle varie istituzioni ecc.
- promuovendo piccoli mercati contadini o collaborando con i GAS per lo sviluppo delle economie locali
- realizzando protocolli con le associazioni di produttori e con altre reti

CHI CONTROLLA IL CONTROLLORE?

Come ben sappiamo, fatto salvo gli organismi istituzionali di controllo, esistono vari organismi di certificazione volontaria. La certificazione è sicuramente uno strumento che dà maggiori garanzie al consumatore perché, quanto meno, essa fa riferimento a dei Disciplinari.
Ad esempio, l'ADiC Toscana **www.adictoscana.it** è una delle Associazioni dei consumatori che ha un proprio rappresentante all'interno del CSI (**Comitato Salvaguardia dell'Imparzialità** presso uno degli organismi di controllo che è la **Q Certificazioni**), il quale si preoccupa che l' ente di certificazione mantenga la propria **indipendenza e imparzialità** nelle operazioni di controllo delle aziende, e lo fa essenzialmente **secondo le seguenti modalità:**

- con verifica periodica delle operazioni di ispezione sulle aziende biologiche
- vigilando sul rispetto delle norme e regolamenti di riferimento
- sorvegliando sull'imparzialità delle attività finanziarie e sulle tariffe stabilite
- sorvegliando sulla corretta applicazione dei principi di indipendenza e imparzialità per la gestione di tutti i ricorsi e contenziosi ecc.

QCERTIFICAZIONI
CERTIFICAZIONE DELLA QUALITÀ

FAR CAPIRE IL VALORE DELLA CERTIFICAZIONE AL CONSUMATORE

Le certificazioni, per essere efficaci verso il consumatore, che vuol essere consapevole e responsabile delle proprie scelte, devono essere 'condivise' tra i soggetti della filiera il più possibile. Occorre conoscerne il significato e far capire il loro VALORE. Ovvero serve trasmettere cosa ci sta al di là del Marchio.

Siamo sicuri che le sigle **DOP, DOC, DOCG, IGT, IGP** comunichino a sufficienza il loro significato in termini di sostenibilità e di **valore del prodotto**?

Non voglio assolutamente affermare che ciò che è stato fatto finora da tutti voi non abbia avuto la sua efficacia, tant'è che l'esportazione del vino imbottigliato, così come i consumi in Italia del vino imbottigliato, sono stati in questi ultimi anni in crescita.

Rimane però necessario chiedere una sempre maggiore partecipazione, in un'ottica di miglioramento continuo.

IL CONSUMATORE E IL BIOLOGICO

L'acquisto dei prodotti provenienti da agricoltura biologica, è stato in questi ultimi anni in costante crescita. Come Associazione ci siamo sempre impegnati, già negli anni '70-80', per la promozione di questa pratica nell'agro-alimentare. Vedere che essa è in aumento e che i prodotti Bio si trovano anche nei banchi della **GD** (Grande Distribuzione) e della **DO** (Distribuzione Organizzata), non può che farci piacere.

Ma dobbiamo impegnarci tutti (Intendo tutta la filiera) affinchè la certificazione Biologica non sia solo un bollino o uno strumento di marketing in più, ma rifletta un concreto impegno del produttore verso l'ambiente e i consumatori.

CONDIVISIONE DELLE REGOLE NEI PROCESSI DECISIONALI E SOCIALIZZAZIONE DEI CONTROLLI

I consumatori, mediante i propri rappresentanti, devono poter condividere le regole e i controlli che vengono effettuati per le certificazioni e più in generale debbono poter intervenire nel processo decisionale dell'Agri Food. Fatto eccezione per alcuni settori (come il biologico), i consumatori, che sono i beneficiari dei prodotti certificati, raramente possono prendere parte alla decisione delle regole e verificare i risultati dei controlli.

Buona parte dei disciplinari parlano del consumatore come un soggetto da tutelare, ma che subisce passivamente le decisioni.
Questa idea è antiquata e non rispecchia più il consumatore di oggi che vuole informarsi e partecipare il più possibile.

IL VINO TOSCANO E ITALIANO ALL'INTERNO DEI MERCATI GLOBALI

Questa idea di mancanza di partecipazione nella decisione delle regole di produzione si mantiene inalterata anche quando spostiamo il discorso sugli accordi commerciali tra paesi. Un esempio è il Ceta, l'accordo di libero scambio tra l'Unione Europea e Canada, in vigore dal 21 settembre 2017 che ha interessato direttamente anche il mondo del vino.

A fronte del riconoscimento di alcune nostre certificazioni, stiamo mettendo a rischio alcuni principi cardine della regolamentazione europea, come il principio di precauzione.
Anche in questo caso gli accordi sono stati siglati tra "le alte sfere", senza una reale consultazione dei vari soggetti interessati.

Al consumatore non rimane quindi che opporsi a giochi fatti a delle decisioni che non ha potuto contrattare.

LA LEGISLAZIONE AGRIFOOD. QUALI I PUNTI CRITICI?

Le istituzioni influenzano le attività agricole legiferando, creando disciplinari e stanziando, ad esempio, finanziamenti attraverso l'**OCM** (che è l'Organizzazione Comune del Mercato dell'Unione Europea che regolamenta il comparto vitivinicolo, definendo sia le norme di produzione che i contributi a fondo perduto assegnati alle aziende) o con i **PSR** (che rappresentano il documento di programmazione redatto dalle Regioni per attuare gli obiettivi dello Sviluppo Rurale, uno dei pilastri della **PAC**, la Politica Agricola Comune europea).

Le organizzazioni dei consumatori devono poter partecipare, assieme alle **OP** (Organizzazioni dei Produttori), al processo decisionale.

Noi pensiamo che la partecipazione non debba rappresentare solo una citazione della parola 'consumatore' nei vari documenti di legge o di altro tipo, ma vorremmo dare davvero un nostro fattivo contributo.

In definitiva, se vogliamo che il vino rimanga un settore in crescita, serve che l'azienda si conquisti la fiducia del consumatore in quanto esso è il soggetto che può orientare il mercato attraverso gli acquisti. IGP, Bio, DOCG, DOC, DOP, IGT con apposti i vari nomi commerciali, possono essere veicolo della fiducia del consumatore solo se questo sa cosa vogliono dire e se è certo che ci siano dei controlli veramente responsabili a monte!

In altro modo il produttore serio rischia danni di immagine incalcolabili per la propria azienda in caso di contraffazione e il consumatore risulta danneggiato e/o truffato (Vedi recente vicenda di Rosso e Brunello di Montalcino).

IN BASE A QUANTO DETTO, SI DEDUCE QUANTO SIA IMPORTANTE CREARE SISTEMI DI "ALLEANZE DI FILIERA" CHE PARTANO DAL PRODUTTORE FINO AD ARRIVARE AL CONSUMATORE FINALE, PASSANDO PER LE ISTITUZIONI, LE UNIVERSITA', GLI ISTITUTI DI RICERCA E GLI ORGANISMI DI CERTIFICAZIONE. IN ALTRO MODO E' INUTILE CITARE LA PAROLA 'CONSUMATORE' SE NON HA UN RUOLO ATTIVO E DETERMINANTE NELL'EFFICACIA DELLE AZIONI.

IN ESTREMA SINTESI ALMENO 10 SONO I PUNTI CHE INTERESSANO IL CONSUMATORE

- CREARE SISTEMI DI ALLEANZE DI FILIERA CON I SOGGETTI CHE OPERANO SECONDO CRITERI DI SISTENIBILITA'
- SVILUPPARE PROGETTUALITA' EDUCATIVO-FORMATIVE INTEGRATE, SULLA QUALITA', TRACCIABILITA' E TRASPARENZA E SICUREZZA DELLE FILIERE VITIVINICOLE, RIVOLTE AI CITTADINI E ALLA SCUOLA, ANCHE ATTRAVERSO LA REALIZZAZIONE DEI PERCORSI DI ALTERNANZA SCUOLA LAVORO (INSIEME AI SOGGETTI DI FILIERA)
- COLLABORARE, PER QUANTO DI COMPETENZA, AD ATTIVITA' DI STUDIO E RICERCA INSIEME CON LE UNIVERSITA E CON IL MONDO SCIENTIFICO PER CONTRIBUIRE ALLA DIFFUSIONE DELLE CONOSCENZE E PER LA PROMOZIONE E SOSTEGNO ALL'INNOVAZIONE
- AIUTARE I CITTADINI E GLI STUDENTI A COMPRENDERE IL VALORE DI UN PRODOTTO PER SAPER SCEGLIERE CON CONSAPEVOLEZZA E RESPONSABILITA', A PARTIRE DAL RAPPORTO QUALITA'- PREZZO (LUNGO TUTTA LA FILIERA)
- PROMUOVERE I PRODOTTI E LE PRODUZIONI BIO %

- PROMUOVERE UN'ATTIVITA' DI EDUCAZIONE AL CONSUMO CONSAPEVOLE E RESPONSABILE DELLE BEVANDE ALCOLICHE
- VALORIZZARE LE PRODUZIONI VITIVINICOLE LOCALI E AUTOCTONE PER LO SVILUPPO DELL' ECONOMIA DEI TERRITORI E PER LA LORO PRESERVAZIONE DAI PERICOLI DELLA GLOBALIZZALIZZAZIONE, CON LA DELOCALIZZAZIONE DEL SISTEMA DI PRODUZIONE, CHE ALLONTANA I CITTADINI DAI LUOGHI DI PRODUZIONE, ANCHE PROMUOVENDO LA DIFFERENZIAZIONE DEL PRODOTTO SUI MERCATI GLOBALI E CONTRASTANDO LA CONTRAFFAZIONE E LE PUBBLICITA' INGANNEVOLI
- PARTECIPARE ATTIVAMENTE CON I PROPRI TECNICI NEI TAVOLI DI LAVORO IN CUI E' RICHIESTA L'OPINIONE DEI CONSUMATORI.
- PARTECIPARE CON PROPRI RAPPRESENTANTI AI COMITATI DI SALVAGUARDIA DELL'IMPARZIALITA' (CSI) NEGLI ORGANISMI DI CERTIFICAZIONE E IN ALTRE COMMISSIONI SPECIFICHE, PER CONTRIBUIRE ALLA DEFINIZIONE DEI PROCESSI DECISIONALI IN QUALITA' DI STAKEHOLDER
- CREARE DELLE RETI DI INTERESSE COMUNE PER LO SVILUPPO DEL COMPARTO VITIVINICOLO CHE SI BASI SU CRITERI DI SOSTENIBILITA' SOCIALE, AMBIENTALE, ECONOMICA PER DARE MAGGIORI CERTEZZE E SICUREZZA AL CONSUMATORE.

La nostra associazione ADiC - che opera a vari livelli anche in altri settori, e che da circa otto anni sta lavorando, ad esempio, nel campo delle filiere produttive dell'abbigliamento http://www.toscana-notizie.it/-/consumatori-il-26-maggio-a-fucecchio-convegno-su-filiera-della-pelle-e-trasparenza contribuendo alla stesura di protocolli e carte d'intenti in questo settore, nonché nell'educazione al consumo https://www.accredia.it/app/uploads/2018/06/11_gonnelli.pdf - **si mette a disposizione anche di questa filiera,** se e nella misura in cui, con serietà e imparzialità si intenda promuovere attività comunicative finalizzate all'educazione al consumo, alla sostenibilità e alla trasparenza **e lo faremo anche coinvolgendo l'Associazione Movimento Consumatori Nazionale.**

Grazie!

Per informazioni 335 68 60 992
Sito web www.adictoscana.it

Toscana ADiC Associazione per i Diritti dei Cittadini
Federata Movimento Consumatori