



# CAFFEXPÒ

## DONNE, IMPRENDITORIA E SOSTENIBILITÀ: QUALI SFIDE PER IL NUOVO MILLENNIO?

**4 Giugno 2013**

**Ospite:** Lucia Musetti – Presidente Torrefazione Musetti S.r.l.

**Provocatore:** Francesca Lotta, Dottoranda Agrisystem

**Coordinatore:** Prof. Ettore Capri, Ruolo – Professore Ordinario di Chimica Agraria presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore (Piacenza)

Le donne si candidano ad essere le grandi protagoniste dell'Esposizione Universale del 2015 "Nutrire il pianeta, energia per la vita".

I dati degli ultimi studi sono, infatti, allarmanti: nei Paesi del terzo e quarto mondo oltre un miliardo di persone soffre la fame ed è affetta da patologie legate alla cattiva od insufficiente alimentazione.

Nei Paesi ricchi dagli anni '60 ad oggi sono in costante crescita le persone affette dalle c.d. "malattie del benessere" quali obesità, diabete, ipertensione ma anche da disturbi alimentari legati ad un cattivo rapporto con i cibi.

Nel secolo delle antinomie, appare ormai chiaro che l'umanità riuscirà sopravvivere solo se riuscirà a trovare soluzioni di respiro globale che coniughino la soddisfazione delle richieste alimentari ad una costante attenzione per l'ambiente che ci circonda.

In questo contesto, la donna, da sempre simbolo di vita e di saggezza, è chiamata a raccogliere sfide sempre nuove.

Il lavoro femminile rappresenta, infatti, un formidabile motore di crescita in tutto il mondo: sia nei Paesi in via di sviluppo sia nelle società più avanzate l'impulso più importante alla crescita globale nel prossimo futuro verrà proprio dal lavoro femminile e dall'imprenditoria "rosa".

Per questo le donne, come sottolineato anche da Diana Bracco- Presidente dell'Expò 2015, sono le vere ambasciatrici dell'Expo, visto che « la nutrizione, nella sua declinazione più profonda è strettamente legata al mondo femminile ».

Abbiamo approfondito questi temi a Reggio Emilia, ospiti del prestigioso Zonta Club, associazione senza scopo di lucro creata quasi un secolo fa a Buffalo, con il fine istituzionale di migliorare lo status legale, politico, economico della donna a livello globale e locale.

La nostra ospite è stata Lucia Musetti, Presidente della Torrefazione Musetti, azienda piacentina che sotto la sua guida è passata da azienda a conduzione familiare a realtà presente in cinque continenti e quarantacinque Paesi.

Azienda che ha fatto della qualità, dell'attenzione al consumatore e della cura dell'ambiente i fattori chiave del proprio successo.

Da anni, infatti, l'azienda piacentina – al fine di garantire un alto livello di qualità dei propri prodotti – si è dotata delle Certificazioni Fair Trade e di quella di Agricoltura biologica.

La **Certificazione Fair Trade** attesta, infatti, che il bene è stato prodotto nel rispetto degli standard fissati da Fair Trade International al quale devono attenersi tutti gli attori della filiera (produttori, trader e trasformatori) al fine di conseguire la relativa certificazione. In particolare, gli standard Fair Trade impongono ai produttori di porre in essere pratiche agricole sostenibili, vietando loro ogni discriminazione sulla base di sesso, età, appartenenza religiosa, nonché l'obbligo di assumere i propri dipendenti con regolare contratto.

I trader, invece, sono tenuti a concludere contratti vincolanti e trasparenti con i propri fornitori, a costituire una rete di relazioni durature e reciproco supporto con essi, ed ad assicurare che sia pagato loro un "prezzo equo" per il bene.

La certificazione da **Agricoltura biologica**, invece, attesta che il prodotto è conforme alle norme fissate dal Reg. 834/2007/CE del Consiglio relativo alla produzione biologica e alla loro etichettatura. Per conseguire questo tipo di certificazione, è necessario che il produttore rispetti gli standard contenuti all'interno del regolamento, che hanno lo scopo di garantire che la coltivazione avvenga sfruttando la naturale fertilità del suolo, promuovendo la biodiversità dell'ambiente e facendo un limitato ricorso ai prodotti di sintesi, quali pesticidi e fertilizzanti.

Con riguardo al caffè, come molti altri prodotti quali cacao e thé, la cui filiera è molto lunga e si snoda tra diversi Paesi e spesso lungo due o più continenti, si pone il problema dell'effettiva tracciabilità del prodotto e soprattutto dell'effettivo rispetto – lungo tutta la filiera alimentare – degli standard richiesti per il conseguimento della certificazione.

Nella maggior parte dei casi, inoltre, non c'è un contatto diretto tra produttore e trasformatore e l'acquisto della merce avviene attraverso gli ordini di borsa.

Per quanto concerne i prodotti biologici, il problema è presto risolto dal legislatore europeo che, con l'entrata in vigore del Reg. 271/2010/CE, ha imposto che il logo di produzione biologica dell'Unione Europea possa essere apposto solo ai prodotti confezionati che contengono almeno il 95% di ingredienti provenienti da produzione agricola bio. Inoltre, nell'etichetta devono essere indicati il nome del produttore, dell'addetto alla lavorazione, nonché il codice dell'organismo certificatore che ha svolto le ispezioni.

Inoltre, un'importante novità introdotta dal Reg. CE 271/2010 è la presenza in etichetta del luogo di coltivazione degli ingredienti del prodotto biologico: ora, infatti, dovranno essere aggiunte le diciture Agricoltura UE (per il prodotti coltivati in uno dei Paesi comunitari), Agricoltura non UE (per il prodotti coltivati fuori dall'Unione Europea), inoltre, qualora i prodotti siano coltivati solo in Italia, la dicitura UE può essere sostituita da Agricoltura Italia.

In questo modo è possibile assicurare la tracciabilità del prodotto lungo tutta la filiera.

Quanto ai prodotti Fair Trade, la tracciabilità del prodotto è garantita da FLO CERT, ente di certificazione ed ispezione dei prodotti Fair Trade, nato nel 2003 e avente sede a Bonn, in Germania.

Al fine di assicurare la qualità del prodotto lungo tutta la filiera, il prodotto Fair Trade, deve essere manipolato – e quindi tracciato – separatamente dagli altri prodotti non Fair Trade in qualsiasi fase della produzione e della lavorazione.

Tuttavia, occorre evidenziare come per alcune categorie di prodotto (per es. zucchero di canna, succo di arance), i produttori esternalizzano la lavorazione della materia in stabilimenti dove sono lavorati anche prodotti non certificati Fair Trade.

In questo caso, risulta molto difficile, oltre che oneroso tracciare il prodotto Fair Trade in tutti i livelli di produzione, per cui la tracciabilità può essere solo documentale e si basa su una documentazione dettagliata, dalla quale si può ricavare la provenienza di un prodotto e il suo luogo di approvvigionamento.

Segue: le certificazioni tra luci ed ombre

Il crescente utilizzo, da parte dei produttori e distributori, dello strumento certificativo pone non pochi problemi relativamente alla loro rilevanza nonché alle conseguenze giuridiche che un uso distorto delle stesse può determinare.

E', infatti, opportuno rilevare come negli ultimi anni si sia verificata un'ipertrofica diffusione delle stesse, dettata sia dalla richiesta dei consumatori – che trovano in esse un efficace strumento per colmare le asimmetrie informative con i produttori – sia per i distributori stessi, che spesso le utilizzano come strumento di integrazione verticale di filiera.

Quanto al primo aspetto, occorre rilevare come attraverso le certificazioni sia possibile generare “fiducia”: queste hanno, infatti, la funzione di certificare determinate le qualità che il bene possiede e che l'acquirente non è in grado di conoscere neanche dopo il suo consumo o utilizzo (C.d. *Credence Goods*).

Quanto al secondo aspetto, si pensi alla grande diffusione di certificazioni richieste dalla Grande Distribuzione Organizzata (G.D.O.) con la finalità di assicurarsi che i prodotti dei propri fornitori siano dotati tutti delle medesime caratteristiche, per poter apporre con tranquillità sugli stessi il proprio *private label*.

La differenza tra quest'ultime certificazioni e le prime è palese: le prime, infatti, sono destinate ai consumatori e solitamente si estrinsecano in un marchio, simbolo o segno apposto sul prodotto; le seconde, invece, non sono destinate ai consumatori ma hanno solo la funzione di rendere più efficiente la produzione aziendale o la distribuzione di un prodotto.

Nonostante il ricorso alle certificazioni sia in costante crescita, occorre rilevare come, fatta eccezione per il reg. 765/2008/UE sull'accreditamento degli enti di certificazione, la materia sia totalmente sprovvista di regolamentazione sia a livello comunitario che di diritto interno.

Si tratta di una grave lacuna, specialmente per i numerosi problemi giuridici che il ricorso allo strumento certificativo comporta: si pensi, infatti, al danno che il rilascio di una certificazione non veritiera può produrre nei confronti dei consumatori; oppure a tutto il problema dell'effettiva terzietà del certificatore, il quale dovrebbe essere “terzo ed indipendente”, ma le cui prestazioni sono retribuite dall'ente richiedente la certificazione.

#### **BIBLIOGRAFIA ESSENZIALE**

- M. Ferrari e U. Izzo, *Manuale di diritto alimentare comparato: regole del cibo e ruolo della tecnologia*, Il Mulino, Bologna, 2012;
- E. Bellisario, *Certificazioni di qualità e responsabilità civile*, Milano, 2011;
- A. Berta, *Certificazioni di qualità*, in *Il diritto privato nella giurisprudenza*, a cura di P. Cendon, *I nuovi contratti nella prassi civile e commerciale*, XVI, *Integrazione e collaborazione*, Torino, 2004, 477 ss.;
- E. Bivona, *Certificazioni di qualità dei prodotti e tutele civilistiche*, Torino, 2012;

- Jahn, G., Schramm, M. & Spiller, A., *The reliability of certification: quality labels as a consumer policy tool* in *Journal of Consumer Policy*, 2005, pag. 57.
- E. Cristiani, *La disciplina dell'agricoltura biologica fra tutela dell'ambiente e sicurezza alimentare*, Torino, 2004;
- D. Jaffae, *Fair Trade Standards, Corporate Participation, and Social Movement Responses in the United States*, in *Journal of Business Ethics*, 267 ss.

**Francesca Lotta**