Adiconsum, Assoutenti, Cittadinanzattiva, Confconsumatori, Movimento Consumatori, Movimento Difesa del Cittadino e Unione Nazionale Consumatori presentano il progetto comune sui temi "alimentazione e sostenibilità"

dedicato ai cittadini lombardi

Milano, 15/10/2009 **- In occasione della giornata mondiale dell'alimentazione, indetta dalla FAO, Adiconsum, Assoutenti, Cittadinanzattiva, Confconsumatori, Movimento Consumatori, Movimento Difesa del Cittadino e Unione Nazionale Consumatori, presentano "Verso l'Expo del Consumatore", percorso di informazione-formazione rivolto ai cittadini lombardi.**

Il progetto, curato dalle sedi regionali verrà realizzato con i fondi dell'Antitrust, erogati dal Ministero dello Sviluppo Economico e dalla Regione Lombardia.

Al centro del programma, presentato unitariamente dalle associazioni di tutela dei consumatori, sarà il tema di **Expo 2015, "Feeding the planet, Energy for life", "Nutrire il pianeta, energia per la vita"**. **Argomento portante che sarà coniugato nelle sue parti più significative**: **alimentazione** e **sostenibilità.** La prima intesa come **qualità, sicurezza, salute e tradizione**, ma anche **diritto inalienabile di ciascun individuo in ogni parte del mondo**, la seconda come **equilibrio tra ragioni economiche ed esigenze sociali ed ambientali**.

"Verso l' Expo del Consumatore" sarà articolato in sette percorsi paralleli, ed ognuno di essi sarà curato dall'associazione di tutela dei consumatori che per tradizione e specificità ha raggiunto maggiori competenze sulla tematica trattata, **e coinvolgerà, oltre i cittadini, le istituzioni e i protagonisti della filiera agro-alimentare.**

Innanzitutto si delineerà, attraverso un'indagine "ad hoc", un quadro preciso dei percorsi verso il consumo, alimentare e non, dei cittadini lombardi. Ecco, quindi, che **Adiconsum Lombardia** con **"Questione di stile…di vita" realizzerà un'opera di ricerca e studio** dei percorsi di consumo e dei comportamenti di acquisto delle famiglie, sia in relazione ai **beni alimentari sia** in relazione a **forme di acquisto innovative,** come gruppi di acquisto e vendita diretta.

Si cercherà, poi, di guidare il consumatore a scegliere e preferire, consapevolmente,

un'alimentazione locale, sana, sicura, stagionale e sostenibile.

Phoca PDF

E' in questo ambito che si inserisce "Alimentazione e Territorio", il progetto di Confconsumatori, che parte dalla constatazione di come la Lombardia sia, di fatto, la prima regione agricola d'Italia e come sia necessario contribuire alla formazione di una nuova generazione di consumatori che scelgano di mangiare prodotti locali e stagionali.

Percorso che si intreccerà con "Alimentazione e prodotti di qualità" curato dal Comitato Lombardo dell'Unione Nazionale Consumatori che punterà sulla diffusione e conoscenza dei marchi DOP e IGP ma, anche, di quei prodotti lombardi che non sono riconosciuti dalla Comunità Europea, pur rispondendo a particolari criteri stabiliti dalla normativa italiana, a garanzia della qualità del prodotto.

In una società dell'abbondanza dove le cattive abitudini alimentari possono tramutarsi in possibili patologie (obesità, malattie cardiovascolari, allergie) ecco, invece, il progetto di sensibilizzazione "**Alimentazione come fattore protettivo della salute" affrontato da Cittadinanzattiva**, dove la salute viene concepita non più in una dimensione di responsabilità individuale, ma come diritto-dovere che chiama in causa l'intera collettività.

Prevenire le tossinfezioni alimentari causate dal consumo di alimenti contaminati da microrganismi e tossine potrà essere possibile aumentando le conoscenze dei cittadini, fornendo loro informazioni su come evitarle e su come segnalare le irregolarità alle istituzioni: questo l'obiettivo di **Movimento Consumatori**, che si rivolgerà a tre attori della filiera: **cittadini**, **grande distribuzione organizzata** e **scuole**.

La diffusione di buone pratiche sarà, invece, al centro dell'opera informativa predisposta dal Movimento Difesa del Cittadino che parte da un dato eloquente: **in Italia, circa il 10 per cento della somma spesa per i prodotti alimentari, pari a 560 euro all'anno per famiglia, non viene poi consumata e finisce nei rifiuti**. Ecco, quindi, in un **periodo di disagio economico** come quello attuale, **un'occasione per favorire tra i cittadini una riflessione sui propri stili di consumo**. Buona pratica che si cercherà di estendere anche agli altri attori della filiera, istituendo **un bando che premierà i produttori che si distingueranno per comportamenti rispettosi dell'ambiente**: dal limitato uso degli imballaggi, all'utilizzo di

Phoca PDF

distributori di prodotti sfusi, fino alla promozione del consumo stagionale e territoriale.

Con **"Mobilità e Alimentazione"**, **Assoutenti porrà, invece, l'accento su come promuovere il trasporto pubblico**, anche alla luce dell'occasione di riqualificazione urbana e di ammodernamento delle infrastrutture prevista per Expo 2015. **Obiettivo principale sarà quello di rendere i sistemi di mobilità privata e collettiva oltre che realmente accessibili a tutti, per costi ed informazioni, intergrati tra loro.**

Infine, un semplice ma significativo elemento richiamerà anche visivamente la campagna "Verso l'Expo del Consumatore" e, con essa, tutto il materiale informativo e divulgativo del progetto: un albero con radici e foglie di diversi colori ad evidenziare, sia il lavoro di *equipe* svolto dalle associazioni, sia il richiamo ai legami con il territorio ed i suoi prodotti, ma soprattutto, **il ruolo fondamentale del cittadino – consumatore rispetto a queste tematiche.**

Ufficio stampa **"Verso l'Expo del Consumatore"**

A cura MDC Lombardia

Via Lorenteggio 145

20146 Milano

e-mail: ufficostampalombardia@mdc.it

tel. 02 89 055 396

Phoca PDF