



Milano, 5 ottobre 2018

Alla c.a.

**Autorità per le Garanzie
nelle Comunicazioni
(AGCOM)**
Via Isonzo, n. 21/b
00198 - Roma
agcom@cert.agcom.it

**Autorità Garante della
Concorrenza e del Mercato
(AGCM)**
Piazza Verdi n. 6/a
00198 - Roma
protocollo.agcm@pec.agcm.it

E p.c.

Soc. Coop. MOVIEDAY
Viale Regina Giovanna 9,
20129 - Milano

MIRAMONTE Film s.n.c.
Via Piani di Bolzano, 17,
I-39100 - Bolzano

ESPOSTO

I sottoscritti dott. Ettore Prandini, nato a Leno (BS), il 27 luglio 1972, C.F. PRNTTR72L27E526K, in qualità di Vicepresidente della Confederazione nazionale Coldiretti e Presidente della Federazione Regionale di Coldiretti Lombardia

e

Giuseppe Ambrosi, nato a Brescia il 20 marzo 1964, C.F. MBRGPP64C20B157X in qualità di Presidente dell'Associazione italiana lattiero casearia (Assolatte)



espongono e chiedono quanto segue.

PREMESSO CHE

La Confederazione Nazionale Coldiretti (in prosieguo Coldiretti), che non ha scopo di lucro, rappresenta le imprese agricole, i coltivatori diretti, gli imprenditori agricoli professionali, le società agricole, le imprese, le associazioni e ogni altra entità e soggetto operante nel settore agricolo, ittico, agroalimentare, ambientale e nell'ambito rurale, a livello nazionale, europeo ed internazionale (art. 2.1 - Statuto);

Coldiretti si prefigge, tra gli altri, l'obiettivo di sostenere gli interessi delle categorie rappresentate nell'ambito di politiche economiche che valorizzino le risorse dell'agricoltura e del settore ittico italiani sotto l'aspetto produttivo, economico, commerciale, sociale ed ambientale in relazione all'evoluzione di mercato del comparto agroalimentare ed agroindustriale e nel rapporto con l'Unione Europea, lo Stato italiano, le regioni, gli enti locali e le autonomie funzionali; di perseguire il riconoscimento a livello legislativo di politiche di trasparenza dei processi produttivi e di certificazione della storia, della qualità e dell'origine dei prodotti agroalimentari, agricoli e ittici a tutela del diritto all'informazione e alla scelta consapevole del consumatore ricercando a questo fine la più ampia collaborazione da parte delle altre componenti della filiera agroalimentare; di incentivare lo sviluppo - anche attraverso la promozione di adeguate politiche sociali - della persona e della sua professionalità, considerando il ruolo che la famiglia e i valori di solidarietà sociale rappresentano nella Società (art. 2.2 e 2.3. Statuto);

Coldiretti integra la sua azione di rappresentanza con iniziative tese a valorizzare il ruolo dell'agricoltura e dei settori che da questa promanano come fattore di evoluzione economica, sociale e culturale. A questo fine si



COLDIRETTI

pone, tra gli altri, i seguenti obiettivi: - l'attuazione di politiche promozionali a sostegno dei prodotti italiani di qualità determinati dalla provenienza del luogo d'origine; - la crescita nella qualità delle imprese agricole, dei territori e dei cittadini che li popolano uniti tra di loro da un unico indissolubile legame (art. 2.4 Statuto)

L'Associazione italiana lattiero casearia (Assolatte) è apertita, apolitica e non ha scopo di lucro. L'Associazione tutela gli interessi generali del settore della lavorazione, trattamento, trasformazione, confezionamento, stagionatura e commercializzazione del latte e dei prodotti lattiero-caseari nonché quelli delle Imprese associate, sia sul piano nazionale che internazionale, promuovendo i valori di cui esse sono portatrici; rappresenta il settore industriale lattiero-caseario nei rapporti con le istituzioni, amministrazioni e organizzazioni pubbliche e private, economiche, politiche, sindacali, sociali, scientifiche e culturali nazionali, comunitarie e internazionali; concorre a promuovere con le istituzioni, amministrazioni e organizzazioni ogni forma di collaborazione utile per il settore; promuove lo studio, l'approvazione, la corretta attuazione e l'osservanza di norme relative alle attività dirette alla produzione e alla commercializzazione delle materie prime e dei prodotti finiti del settore lattiero-caseario; intraprende iniziative dirette alla valorizzazione dell'attività, delle produzioni e dell'immagine del settore lattiero-caseario, sia alla corretta informazione del consumatore da parte di qualsiasi soggetto, privato o pubblico (art. 2 dello statuto).



CONSIDERATO CHE

L'anticipazione sul sito *web* della *Miramonte Film*, a partire dal mese di giugno, del documentario *The Milk System* realizzato dal regista Andreas Pichler e dal produttore Valerio B. Moser, in coproduzione con *Eikon Filmproduction*, con sede a Berlino, rivela contenuti sicuramente diffamatori



COLDIRETTI



nei confronti dell'intera filiera italiana di produzione e di trasformazione del latte, tali da arrecare un danno certo alle imprese operanti nel settore, come pure ai consumatori e alla loro libertà di scelta verso consumi responsabili.

La comunicazione inerente alle modalità e alle circostanze che caratterizzano l'organizzazione del settore lattiero-caseario, tendono a produrre effetti denigratori anche in ragione della comparsa di testimonianze non obiettive inserite in modo inutilmente insidioso all'interno di una trama narrativa con grave dispregio manifestato per la reale configurazione dell'attività. Tanto più che il modello descritto non consente di distinguere le diverse modalità produttive allestite nel nostro Paese nel pieno rispetto del benessere degli animali, della tutela dell'ambiente e della sicurezza dei consumatori, evidenziando una comparazione palesemente erronea e confusoria.

Tra l'altro, si ricorda che la filiera del settore lattiero-caseario genera nel Paese oltre 30 miliardi di euro. In termini di occupazione si stimano non meno di 200.000 addetti mentre oltre 30.000 sono le stalle da latte e più di 1.500 stabilimenti di trattamento e trasformazione del latte.

Ancora, preme rilevare come il latte italiano sia impiegato per produrre numerose eccellenze agroalimentari a denominazione di origine protetta (DOP) note ed apprezzate in tutto il mondo: dal Parmigiano Reggiano al Grana Padano, dall'Asiago alla Fontina e al Gorgonzola. Tali prodotti alimentano un flusso di export che ogni anno mostra risultati in ascesa: nel 2017 sono stati esportati soprattutto in Francia, Germania, Stati Uniti e Gran Bretagna più di 400 milioni di chili di prodotti, che risultano essere i più imitati al mondo.

Le modalità della comunicazione utilizzate dal regista inducono, inoltre, ad una grave diffamazione nei confronti dello stesso sistema amministrativo nazionale, considerata la presenza di una rete di controlli accurati e



COLDIRETTI



frequenti in tutti gli allevamenti e lungo l'intera filiera, mettendo, inoltre, in discussione i requisiti di sicurezza che il Ministero della Salute si impegna a garantire con costante attività di monitoraggio e controllo del rischio grazie agli interventi capillari degli uffici veterinari. Il danno che potrebbe derivare dalla diffusione della produzione cinematografica, potrebbe essere valutato in 2-3 miliardi di euro in ragione di un prevedibile decremento dei consumi almeno del 10%, tenuto conto della sensibilità dei consumatori per le informazioni, nella specie non attendibili né credibili e, in ogni caso, incomplete in relazione al cibo.

Inoltre, il danno potrebbe anche essere superiore in vista della proiezione del film, a partire dalla data del 2 ottobre, nelle sale cinematografiche di Bologna, Reggio Emilia, Cremona, Milano, Parma, Firenze, Modena e Bergamo, come risulta dal sito www.movieday.it. La società *Movieday* ha realizzato, infatti, una piattaforma *web* che consente agli utenti, previa registrazione, di organizzare e prenotare la scelta del film presso le sale cinematografiche affiliate, purché sia raggiunto il numero di spettatori richiesto per il singolo evento. Così, ad esempio, in seguito alla richiesta presentata da 33 persone, è stato raggiunto il numero di utenti necessario alla proiezione del documentario presso il Cinema Galliera di Bologna il 2 ottobre.

La gravità dell'evento sembra essere confermata da una recente ricerca scientifica condotta dal *Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria* (CREA) dal titolo «Il latte vaccino. Ruolo nell'alimentazione umana ed effetti sulla salute» ove si conferma la centralità del latte nell'ambito di una dieta varia ed equilibrata, trattandosi di un alimento prezioso adatto tanto ai bambini, per la presenza di proteine altamente digeribili e di calcio, quanto agli adulti perché contiene una fonte importante di proteine, vitamine (specie retinolo e vitamine B2 e B12), potassio, fosforo e zinco, oltre che di calcio. È un alimento da privilegiare



COLDIRETTI

perché apporta energia, proteine di ottima qualità, calcio, ma anche acidi grassi essenziali, con un costo calorico e un prezzo piuttosto contenuti a cui bisogna aggiungere l'elevata biodisponibilità del calcio (cfr. http://nut.entecra.it/files/download/NEWS/il_latte_vaccino_10072017.pdf).



Nonostante i numerosi e benefici effetti collegati al latte e ai suoi derivati, la ricerca prende atto che, non solo in Italia, i consumi siano in media bassi con un costante peggioramento negli anni. Le ragioni di ciò sono legate ad una dilagante disinformazione causata anche dalla diffusione di notizie prive di qualsiasi fondamento scientifico. Sono scarse e spesso errate, ad esempio, le conoscenze del pubblico sull'alimento-latte, sia per quanto riguarda le tecniche produttive e distributive, sia per quanto riguarda le qualità nutrizionali: al contrario, il documento citato dedica una sezione ai controlli degli organismi ufficiali e alle buone prassi di allevamento, che «permettono di commercializzare latte vaccino del tutto sicuro dal punto di vista igienico-sanitario». Altre volte la disinformazione riguarda gli effetti negativi sulla salute umana: «in prima fila ci sono vegani e animalisti a esortare la popolazione a boicottare latte e derivati. Certamente sono mossi da motivazioni etiche ma il problema si crea quando ammantano le loro legittime scelte etiche di valenze salutistiche.

Le problematiche sollevate non sono di poco conto se si considera che la proiezione del documentario presso il cinema di Bologna è stata promossa dall'Associazione *EssereAnimali Onlus*, un'organizzazione di volontariato che ha tra i propri fini statutari quello di promuovere «l'abolizione della vivisezione, della pesca, della caccia, delle produzioni animali, dell'allevamento e del commercio degli animali di qualunque specie, degli spettacoli con animali e dell'utilizzo di qualsiasi essere vive» (Art. art. 4.2; cfr. <https://www.essereanimali.org/wp-content/uploads/2018/04/Statuto-Associazione-Essere-Animali-2018-Organizzazione-di-Volontariato.pdf>).

La presenza dei casi di maltrattamento degli animali denunciati



COLDIRETTI



dall'organizzazione come pure dai frammenti delle immagini del trailer del film-documentario, non può e non deve in alcun modo comportare una distorta ed errata divulgazione di informazioni che, lungi dall'essere espressione della libertà di manifestazione del pensiero assicurato dal diritto di critica, danneggia il pubblico dei consumatori e l'intero comparto lattiero-caseario. Nella didascalia presente sul sito *movieday* e diretta a pubblicizzare il *docu-film* si legge: «Il latte è sinonimo di salute e benessere. È considerato un alimento naturale e ricco di nutrienti, il che lo rende ideale per il mercato. *Ma il latte è veramente così salutare? ... il film svela verità sorprendenti sul sistema latte...*» (cfr. http://www.movieday.it/movie/index?movie_id=1118).

È evidente il pregiudizio arrecato ai consumatori attraverso la diffusione di allarmismi ingiustificati tali da impedire una libera formazione delle scelte di acquisto.

Si verifica, cioè, una frammentazione delle informazioni, veicolate anche attraverso il *web*, che incidendo «sull'attenzione, sul livello di approfondimento e valutazione critica riservati all'informazione, rendono il cittadino più esposto al pericolo di disinformazione, di confusione tra notizie di accadimenti reali e fake news, di frammentazione sociale in cui rischia di tradursi la frammentazione del consumo informativo, generando bolle ideologiche (o echo chamber) all'interno delle quali le narrazioni possono arrivare ad essere autoreferenziali e l'informazione polarizzata» (AGCOM, *Rapporto sul consumo di informazione*, 2018, p. 21).

* * *

Esistono tutti i presupposti per l'emissione di idonei provvedimenti inibitori da parte delle Autorità nell'ambito delle rispettive sfere di competenza.

Sul profilo della gravità si rimanda alle considerazioni sovra espresse.



COLDIRETTI



Con riguardo all'urgenza, basti osservare che la pubblicità a mezzo *web* finisce per reiterare la palese decettività dei messaggi espressi dal documentario e l'evidente carattere denigratorio nei confronti di tutte le imprese del settore lattiero-caseario che da anni sono impegnate ad assicurare i più elevati livelli di sicurezza igienica e sanitaria dei propri prodotti e la qualità degli stessi nel rispetto del benessere animale, della sostenibilità dei territori di allevamento, della sicurezza alimentare e della qualità dei prodotti in commercio.

Poiché la lesione alla reputazione e alla professionalità degli allevatori e delle imprese di trasformazione si è già attuata con i messaggi in esame, si ritiene opportuno un intervento urgente che inibisca l'ulteriore lesione del bene della reputazione delle imprese (art. 2 Cost.).

Alla luce di quanto premesso, considerato e rilevato si invitano le Autorità in indirizzo ad avviare le attività istruttorie ritenute più opportune per far cessare nel più breve tempo possibile, la pubblicizzazione del film e la sua proiezione.

Cordiali saluti

Ettore Prandini
Vice Presidente
Confederazione nazionale
Coldiretti

Giuseppe Ambrosi
Presidente
Associazione italiana
lattiero casearia