

Abolire gli health claim: dopo i semafori, inglesi all'assalto delle regole Ue

Annullare il quadro attuale dei claim europei, come depositati nel regolamento 432/2012 dell'Unione. Un anno zero insomma, che porterebbe le lancette dell'orologio indietro di parecchio e proibirebbe di usare "annunci" oramai di uso comune come quelli su vitamina C e senso di stanchezza, o protezione dallo stress ossidativo; oppure quello su calcio e mantenimento di una buona struttura ossea.

E' la richiesta che è stata avanzata dall'inglese UK Health Food Manufacturer Association, presso la Corte di Giustizia Ue. Se venisse accolta, lamentano i consumatori europei della Beuc, si aprirebbe la strada ad una vera e propria giungla normativa. Con nessuna differenza tra claim già usati e altri bocciati. Dopo il caso dei semafori inglesi Traffic Light, con procedura di infrazione aperta dalla Commissione nei confronti delle autorità britanniche, un ulteriore scontro tra Bruxelles e Londra.

Tra le cause della richiesta, apparentemente curiosa, il differente livello di evidenza scientifica richiesta per molti claim bocciati e invece quelli generici, ovvero cosiddetti ex art. 13.1 (come appunto quelli su molte vitamine e minerali). Inoltre, in alcuni casi vari claim – come quelli sui probiotici – hanno visto una seconda possibilità di valutazione offerta da Efsa, mentre altri... sono stati bocciati senza possibilità di appello. Ancora, a gettare ombre è pure il modo in cui sono stati trattati i "botanicals", ovvero ritrovati fitoterapici con ben stabilita storia di uso sicuro, e che sono attualmente ancora in attesa di valutazione.

Ma il rischio è troppo grande: consumatori, Commissione e Parlamento Ue sono uniti nel giudicare improponibile un ritorno a tutti i 44mila claim sottoposti ad Efsa, molti dei quali espressamente non autorizzati. La necessità quindi di avere un quadro certo dovrebbe prevalere su interessi di parte. Anche perché la lista dei claim nel regolamento 432 comprende quelli utilizzabili da tutti gli operatori, e risulta di particolare vantaggio sia per le piccole e medie imprese che (dato il volume di cibo diffuso) per i consumatori.