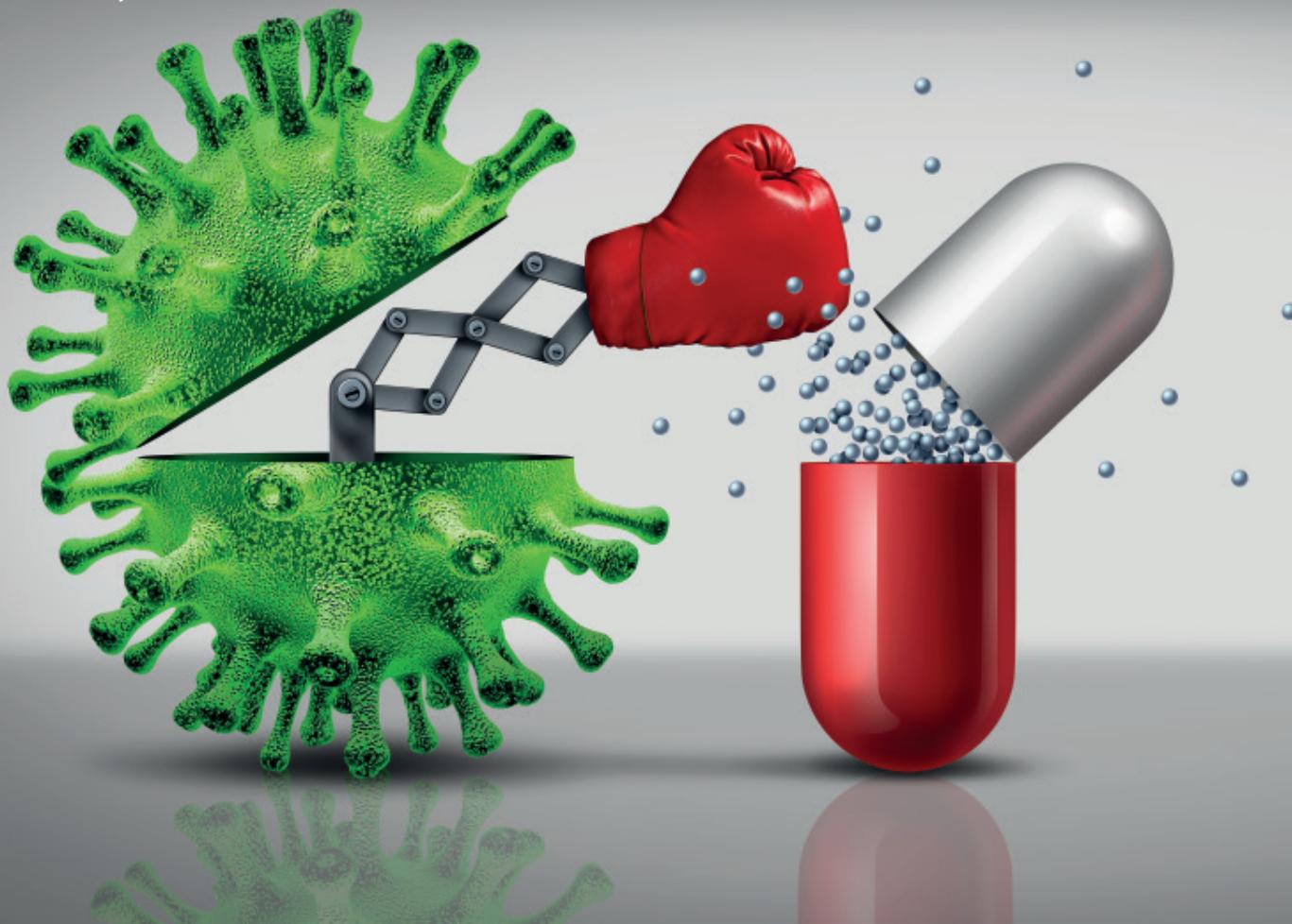




Dossier



Residui

*Le iniziative per contrastare
la resistenza agli antimicobici*

Dario Dongo e Andrea Adelmo Della Penna

**Le strategie UE contro la resistenza
agli antimicobici**

26

Raffaella Flammia

Le nuove filiere alimentari antibiotic free

32

Le strategie UE contro la resistenza agli antimicobici

Diverse le iniziative dell'Unione europea per arginare il fenomeno

di Dario Dongo* e Andrea Adelmo Della Penna**

*Avvocato e PhD in Diritto alimentare **Tecnologo alimentare, Wiise

26

L'UE ha ideato ed adottato strategie e regolamenti per favorire un uso consapevole degli antimicobici, cercando di individuare alternative altrettanto efficaci e che salvaguardino l'ambiente

L'antimicobico-resistenza (*Antimicrobial Resistance*, AMR) consiste nell'acquisizione, da parte dei microrganismi, di una maggiore tolleranza e resistenza ai trattamenti antimicobici a cui sono esposti. Le specie batteriche sono quelle principalmente coinvolte (si parla di antibiotico-resistenza), ma il fenomeno può riguardare anche altre specie microbiche (ad esempio, funghi e parassiti)¹.

L'Unione europea ha stimato che il fenomeno dell'antimicobico-resistenza sia causa di circa 33.000 decessi l'anno normalmente evitabili, all'interno dei vari Stati membri, e che determini un costo di ben 1,5 miliardi di euro annui, dovuti





©www.shutterstock.com

ai costi sanitari necessari da attuare per le cure e le perdite produttive negli allevamenti¹.

Trasmissione dell'antimicrobico-resistenza

L'AMR può svilupparsi nell'uomo e negli animali, il cui uso di antibiotici è frequente e non corretto. Da questi, la trasmissione avviene principalmente attraverso un ciclo di natura oro-fecale. Dalle fuci, i ceppi AMR vengono rilasciati nell'ambiente e, attraverso le acque di irrigazione contaminate, entrano a contatto con gli alimenti vegetali, direttamente consumati dall'uomo o dagli animali destinati all'alimentazione, proseguendo ed ampliando lo sviluppo della resistenza microbica.

L'elevata velocità di replicazione batterica ed i peculiari meccanismi di trasmissione genica (ad esempio, plasmidi) favoriscono lo scambio dei caratteri di resistenza anche tra specie differenti, ampliando il rischio di questo fenomeno e rendendo più difficoltosa l'attuazione di misure di monitoraggio e di controllo.

Piano d'azione UE contro l'antimicrobico-resistenza

La conoscenza degli antibiotici non è ancora completa e l'(ab)uso è incentivato da prescrizione non corrette o non necessarie. Per colmare queste problematiche, l'Unione europea ha deciso di adottare un piano strategico che necessita della collaborazione multisettoriale tra tutti gli Stati membri e prevede³:

- la condivisione di prove ed esperienze su consapevolezza e consumo;
- la promozione di un uso corretto degli antibiotici;
- il potenziamento della prevenzione e del controllo delle infezioni;
- la promozione di nuovi antibiotici ed alternative innovative;
- la collaborazione con la comunità internazionale.

Sulla base di questi obiettivi, la Commissione ha

¹ Vedi www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6473376/pdf/tropicalmed-04-00022.pdf

² Vedi https://ec.europa.eu/health/antimicrobial-resistance/eu-action-on-antimicrobial-resistance_it

³ Vedi <https://audiovisual.ec.europa.eu/en/video/l-139884?lg=IT>

redatto delle linee guida sull'uso prudente degli antimicrobici in medicina umana e in medicina veterinaria per sostenerne gli orientamenti e le raccomandazioni nazionali in materia di uso di antimicrobici, al fine di ridurre l'uso di antibiotici e promuoverne un uso prudente.

La conoscenza degli antibiotici non è ancora completa e l'(ab)uso è incentivato da prescrizione non corrette o non necessarie

La "Farm to Fork Strategy"⁴ è una delle strategie più ambiziose in materia di produzioni agroalimentari e prevede, tra i suoi obiettivi, la riduzione del 50% delle vendite negli allevamenti ed in acquacoltura nel 2030. I due nuovi regolamenti relativi ai medicinali veterinari ed ai mangimi medicati, che entreranno in applicazione dal 28 gennaio 2022, contengono misure per combattere la resistenza microbica e per un impiego prudente e responsabile verso gli animali.

Unione europea e approccio "One Health"

L'approccio "One Health" consiste nell'interconnessione tra ambiente, uomo e animali e in delle misure adottate a livello multisettoriale, al fine di garantire il loro miglior stato di rispetto e di salute. Solamente attraverso una visione olistica del problema è possibile attuare delle strategie in grado di mitigare il fenomeno dell'AMR, che nasce a livello locale, ma si diffonde a livello regionale, nazionale e globale⁵. A livello europeo è stato adottato, da giugno 2017, il piano d'azione "One Health" contro la resistenza antimicrobica⁶. Attraverso una completa attuazione da parte degli Stati membri e la reciproca

collaborazione sarà possibile mitigare funzionalmente il fenomeno, rinforzando le strategie già in uso e colmando le lacune attualmente presenti, che favoriscono il dilagare del problema.

Iniziative trasversali per la salute

Nato con l'obiettivo di porre fine alla voce Covid-19, il programma EU4Health è rivolto anche alla mitigazione delle infezioni di microrganismi antimicrobico-resistenti. L'implementazione del sistema sanitario, in combinazione con il digital, verrà attuato con una serie di azioni periodiche e mirate che coinvolgono tutte le parti interessate al fenomeno AMR.

Insieme all'Unione europea, il Centro europeo per la Prevenzione ed il Controllo delle malattie (ECDC) e l'Agenzia europea dei Medicinali (EMA) stanno lavorando per la costituzione di un'Europa unita per la salute. Oltre che al Covid, gli obiettivi di prevenzione e resilienza riguardano numerosi problemi sanitari, tra cui l'AMR, e l'intervento congiunto tra prevenzione e cura faciliterà sicuramente il contenimento di queste problematiche⁷.

Microrganismi resistenti più frequenti

I principali microrganismi patogeni di natura batterica, coinvolti nel fenomeno dell'AMR, sono:

- *Salmonella* spp.: agente della salmonellosi, frequente tossinfezione alimentare che causa principalmente problematiche di natura intestinale;
- *Campylobacter* spp. (in particolar modo le specie jejuni e coli);
- *Escherichia coli*: microrganismo abitualmente commensale nel tratto intestinale. Esistono diversi ceppi patogeni (ad esempio, STEC, VTEC) capaci di produrre tossine dannose per l'uomo.

⁴ Vedi https://ec.europa.eu/food/system/files/2016-12/fs_infograph_from-farm-to-fork_en.pdf

⁵ Vedi www.greatitalianfoodtrade.it/salute/one-health-e-antibiotico-resistenza-una-soluzione-a-portata-di-mano

⁶ Vedi https://ec.europa.eu/health/sites/default/files/antimicrobial_resistance/docs/amr_2017_action-plan.pdf

⁷ Vedi https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/it/qanda_20_2042



©www.shutterstock.com

29

Su di essi, è stato deciso di attuare un monitoraggio e di effettuare relazioni riguardo la presenza di microrganismi resistenti nelle produzioni primarie zootecniche e sulle carni fresche delle specie avicole (polli, tacchini e ovaiole), suinicole e bovine⁸.

L'EFSA ha realizzato un database che permette di verificare lo sviluppo percentuale dell'AMR per *Salmonella*, *Campylobacter* ed *Escherichia coli*

L'Autorità europea per la Sicurezza alimentare (EFSA) ha realizzato un database che permette di verificare lo sviluppo percentuale dell'AMR per

questi principali microrganismi in funzione della classe di antibiotici, con la possibilità di fare una distinzione per singolo Stato membro e avere una panoramica generale del problema a livello comunitario⁹.

Report europeo congiunto

Le agenzie ECDC, EFSA ed EMA hanno prodotto un report congiunto¹⁰ sull'impiego di antimicrobici e lo sviluppo di antimicrobico-resistenza su uomo e animali per il consumo umano, per il periodo 2013-2015. I risultati hanno mostrato un maggiore sviluppo del fenomeno su uomo (in 18 Paesi su 28), rispetto che sugli animali, ma la resistenza è stata evidente per numerosi di classi di antibiotici su tutti i principali patogeni e anche da parte loro è stato espresso un parere positivo dell'approccio "One Health" nel contenimento dell'uso degli antimicrobici e dell'effetto sull'AMR.

⁸ Vedi <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32020D1729&from=EN>

⁹ Vedi <https://efsa.gitlab.io/multimedia/dataviz-2017/index.htm>

¹⁰ Vedi <https://efsa.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.2903/j.efsa.2017.4872>

Ad aprile di quest'anno, un nuovo report¹¹ è stato pubblicato da EFSA ed ECDC. Il problema continua tutt'ora a persistere nella filiera agroalimentare, soprattutto per *Salmonella* spp. e *Campylobacter* spp., però su alcuni dei principali antibiotici non vi è resistenza e possono (per ora) ancora essere usati per il trattamento delle infezioni gravi nell'uomo.

Strategie e guide nazionali per la lotta all'AMR

Sulla base del regolamento (UE) 2017/625 sui controlli ufficiali degli alimenti e dei mangimi, sono stati istituiti i laboratori di riferimento dell'UE per l'antimicrobico-resistenza. Il principale laboratorio, l'EURL-AR, ha sede nel National Food Institute¹² della Danimarca e fornisce consulenza scientifica alla Commissione in materia di AMR, ma esistono altri EURL all'interno dell'Unione. Nello specifico:

- EURL – *Campylobacter*¹³
- EURL – *Salmonella*¹⁴
- EURL - VTEC¹⁵

Quest'ultimo è gestito dall'Istituto Superiore di Sanità (ISS) e si occupa delle forme patogeniche di *Escherichia coli*, attraverso la consulenza, la disseminazione e il catalogo delle informazioni inerenti questi microrganismi.

Lo stesso ISS ha pubblicato nel 2021 un report¹⁶ che descrive le misure e le strategie intraprese a livello comunitario, con un focus sul panorama nazionale in materia di AMR. L'Italia si è purtroppo rivelata come una delle nazioni in cui il consumo di antibiotici ed insorgenza di AMR è più elevato, con particolare riferimento agli allevamenti suini biologici e negli ambienti marini, per via di una persistenza di basse dosi di residui di antibiotici, sufficienti a promuovere la diffusione del fenomeno di resistenza.





Nelle produzioni animali, ci sono diversi attori della filiera che sono intervenuti per trovare soluzioni alternative agli antibiotici, come Algatan®¹⁷, che si è rivelato molto efficace negli allevamenti avicoli e suinicoli, e Coop Italia¹⁸, che richiede ai suoi fornitori una riduzione dell'uso di antibiotici negli ultimi 4 mesi, possibile grazie a pratiche gestionali e nutrizionali efficaci in allevamento.

Conclusioni

Il fenomeno dell'AMR rappresenta un fattore di rischio molto importante per la salute umana e animale all'interno dell'UE e a livello mondiale, insieme ai costi economici che ne derivano. L'Unione europea ha ideato ed

adottato diverse strategie e regolamenti per favorire un uso consapevole degli antibiotici, cercando di individuare alternative altrettanto efficaci e che salvaguardino l'ambiente (vedi *One Health*).

L'Italia (come molti altri Paesi UE) presenta una forte diffusione di ceppi AMR e un cambio di rotta è assolutamente necessario. Le politiche, soprattutto sanitarie, stanno intervenendo per risolvere questo problema e diversi attori della filiera agroalimentare intervengono pro-attivamente per ridurre l'uso di antibiotici negli allevamenti ed evitare che le conseguenze arrivino fino all'uomo. Ma è solo attraverso la collaborazione UE (ed extra-UE) che si riuscirà ad eliminare completamente questa nuova minaccia globale.

¹¹ Vedi <https://efsa.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.2903/j.efsa.2021.6490>

¹² Vedi www.eurl-ar.eu/

¹³ Vedi www.sva.se/en/service-and-products/eurl-campylobacter

¹⁴ Vedi www.eurlsalmonella.eu/

¹⁵ Vedi www.iss.it/about-eu-rl-vtec

¹⁶ Vedi www.iss.it/documents/20126/0/21-3+web.pdf/ad2152a4-5871-18ad-df26-4164980faf90?t=1616404472633

¹⁷ Vedi www.greatitalianfoodtrade.it/progresso/zootecnia-alghe-e-microalghe-per-prevenire-l-uso-di-antibiotici-algatan

¹⁸ Vedi www.greatitalianfoodtrade.it/progresso/avicoltura-senza-antibiotici-la-via-italiana

Le nuove filiere alimentari *antibiotic free*

Prospettive e criticità negli aspetti operativi e di comunicazione

di Raffaella Flammia

Avvocato

Sempre più di frequente le industrie alimentari, in particolare del comparto delle carni, sottolineano in etichetta che i propri prodotti sono ottenuti da allevamenti animali senza l'uso di antibiotici. Un'informazione che deve essere comunicata al consumatore in modo corretto e non decrittivo

In questi ultimi anni, complice l'ampia diffusione di dibattiti più o meno scientifici sull'antibiotico-resistenza che hanno riguardato anche il consumo di antibiotici attraverso l'alimentazione, molteplici aziende alimentari si sono attivate per modificare di conseguenza la loro filiera, nell'obiettivo di ridurre drasticamente l'uso di antibiotici.

Il contesto politico-istituzionale comunitario, peraltro, sia con il "Green Deal" che con la

strategia "From Farm to Fork", è fortemente improntato ad obiettivi di economia sostenibile, riduzione dei pesticidi, degli antibiotici e dello spreco alimentare.

Da tali scelte è scaturita la specifica esigenza di comunicazione pubblicitaria sulle confezioni di questi nuovi prodotti nonché nei vari supporti media; ed ecco che il comparto delle carni ha più di ogni altro esaltato questo aspetto, impostando messaggi volti a comunicare l'ottenimento di carni da allevamenti animali senza l'uso di antibiotici.

Ma il percorso per tali dichiarazioni deve tener conto di alcuni particolari aspetti.

L'impiego di sostanze farmacologiche negli animali è rigidamente normato e pertanto occorre tenere in considerazione:

- da un lato, l'obbligo di veridicità richiesto per la comunicazione commerciale;
- dall'altro, la possibile scontatezza di simili messaggi.

La responsabilità dell'operatore del settore che commercializza un alimento non sta solo nel fornire un'informazione veritiera rispetto alle modalità di ottenimento del prodotto o agli ingredienti impiegati, ma anche nel non ingannare il consumatore rispetto alle medesime aspettative di chi legge il messaggio.



La veridicità e la sua prova

L'elemento chiave per pubblicizzare il prodotto, garantendo allo stesso tempo la buona fede del consumatore, è sicuramente la veridicità del messaggio.

L'esaltazione di particolari caratteristiche del prodotto deve quindi ritenersi illecita ogni qualvolta tali peculiarità siano in realtà inesistenti e non dimostrabili.

In tale prospettiva diventa fondamentale per l'operatore disporre di documenti tecnici, analisi, valutazioni o ogni altro elemento idoneo a suffragare i messaggi utilizzati.

A questo proposito, occorre ricordare che la veridicità del messaggio non esclude la sua ingannevolezza quando, per le modalità o la forma con cui è presentato, possa comunque presentarsi ambiguo o tendenzioso per il consumatore meno avveduto. *"L'ingannevolezza di un messaggio [...] può discendere anche dalle sole modalità di presentazione*

L'elemento chiave per pubblicizzare un prodotto è la veridicità del messaggio

del prodotto [...] quando il messaggio enfatizza elementi di particolare capacità persuasiva, rendendo la reale portata dell'offerta di non chiara e immediata percezione da parte del consumatore in virtù della omissione o della più difficile percezione di altri elementi essenziali dell'offerta che ne limitano la portata" (Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenza n. 6050 del 10 dicembre 2014). Quanto sopra, è stato ribadito nella relazione annuale dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) 2015 in cui si legge: *"con specifico riferimento all'incompletezza del messaggio rivolto ai consumatori in relazione alle caratteristiche dell'offerta commerciale o del*



©www.shutterstock.com

prodotto, il giudice amministrativo ha ribadito il consolidato principio giurisprudenziale secondo cui la completezza e veridicità di un messaggio promozionale va verificata nell'ambito dello stesso contesto di comunicazione commerciale e non già sulla base di ulteriori informazioni che l'operatore commerciale rende disponibili solo a effetto promozionale (o "aggancio") già avvenuto, avendo il legislatore inteso salvaguardare la libertà di autodeterminazione del consumatore sin da primo contatto pubblicitario, imponendo dunque al professionista un particolare onere di chiarezza nei messaggi promozionali [...]".

Lo stesso Codice del Consumo in vari passaggi sottolinea come non si debbano attuare pratiche commerciali che possano falsare il comportamento economico del consumatore, inducendolo ad una scelta che altrimenti non avrebbe preso.

Ad esempio, all'articolo 21.1: «È considerata ingannevole una pratica commerciale che contiene informazioni non rispondenti al vero o, seppure di fatto corretta, in qualsiasi modo, anche nella

Il Codice del Consumo sottolinea come non si debbano attuare pratiche commerciali che possano indurre il consumatore ad una scelta che altrimenti non avrebbe preso

sua presentazione complessiva, induce o è idonea ad indurre in errore il consumatore medio riguardo ad uno o più dei seguenti elementi e, in ogni caso, lo induce o è idonea a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso: a) [...]; b) le caratteristiche principali del prodotto, quali la sua disponibilità, i vantaggi, i rischi, l'esecuzione, la composizione, gli accessori, l'assistenza post-vendita al consumatore e il trattamento dei reclami, il metodo e la data di fabbricazione o della prestazione, la consegna,

l'idoneità allo scopo, gli usi, la quantità, la descrizione, l'origine geografica o commerciale o i risultati che si possono attendere dal suo uso, o i risultati e le caratteristiche fondamentali di prove e controlli effettuati sul prodotto [...]».

È necessario, quindi, che un messaggio di questo tipo sia impostato in modo da evitare ogni decettività e frantendimento nel consumatore anche al fine di non incorrere in esaltazioni che possono ledere i concorrenti che commercializzano comunque alimenti conformi alle normative igienico-sanitarie. È inevitabile, infatti, che claim simili possano sottendere un confronto tra prodotti simili ed essere idonei a mettere in cattiva luce gli alimenti che non possiedono le stesse caratteristiche e quindi a rappresentare in astratto una potenziale denigrazione verso i competitor.

Per esempio, un claim come "Provengono da animali nutriti senza farine animali. Quindi assolutamente privi di ogni rischio" è stato censurato dall'AGCM, che lo ha ritenuto improprio e inadeguato e come tale "fuorviante la garanzia di assoluta sicurezza

della carne bovina offerta dall'operatore pubblicitario. [...] Fornire in ambito pubblicitario garanzie assolute che, di fatto, non trovano sostegno da un punto di vista scientifico, appare ancor più grave ove si consideri che il consumatore cui il messaggio è rivolto non possiede strumenti sufficienti per temperare e relativizzare le enunciazioni garantistiche espresse nel messaggio" (pronuncia n. 9745/01).

La non scontatezza

Oltre a ciò, tali tipologie di vanti non devono essere scontate, ciò soprattutto in certi ambiti dove le regole, quali ad esempio quelle di allevamento, sono comuni a prodotti simili.

A questo proposito, l'articolo 7 del regolamento (UE) 1169/2011 è chiaro nello statuire che:

- «1. Le informazioni sugli alimenti non inducono in errore, in particolare: [...]
- c) suggerendo che l'alimento possiede


©www.shutterstock.com

caratteristiche particolari, quando in realtà tutti gli alimenti analoghi possiedono le stesse caratteristiche, in particolare evidenziando in modo esplicito la presenza o l'assenza di determinati ingredienti e/o sostanze nutritive [...].».

I messaggi, dunque, che vantano come particolare pregio ciò che, invero, è mera conformità a previsioni di legge finiscono con l'attribuire all'alimento caratteristiche esclusive e peculiari rispetto a prodotti simili, potendo lasciar intendere, da un lato, che l'assenza di un determinato ingrediente rappresenti una scelta autonoma del produttore e, dall'altro, che ciò rappresenti un fattore di superiorità qualitativa rispetto ai prodotti fabbricati invece con quell'ingrediente. Simili comunicazioni devono essere evitate perché, come sopra già rilevato, un cardine della comunicazione commerciale vieta di esaltare caratteristiche comuni ai prodotti simili.

La casistica

36

In questi casi, anche la giurisprudenza e la casistica in materia hanno dimostrato da sempre di ritenere simili messaggi ingannevoli statuendo, ad esempio, che *"prospettare come pregio differenziale del proprio prodotto una caratteristica comune a tutti i prodotti dello stesso genere significa ingannare il pubblico dei consumatori e, al contempo, porre in essere una illecita pubblicità comparativa"* (pronuncia Giuri (Istituto Autodisciplina Pubblicitaria) n. 116/2005).

I claim cosiddetti negativi "senza [...]" appaiono quindi accettabili solo laddove, non solo corrispondano a verità e siano dimostrabili, ma che siano chiari nel descrivere le peculiarità e le caratteristiche dell'alimento.

Anche particolari enfatizzazioni di tali esaltazioni di assenza, per esempio attraverso l'uso di concetti come quello dello "zero", possono essere particolarmente delicate e vanno adeguatamente verificate anche in considerazione delle difficoltà spesso di garantire nell'alimentare un valore come lo "zero" (assoluto).

Allo stesso modo, anche riferimenti troppo generici, si pensi al benessere animale in generale o ad esaltazioni su una "maggiore sicurezza

I claim "senza [...]" appaiono accettabili solo se corrispondono a verità e sono dimostrabili e chiari nel descrivere le peculiarità e le caratteristiche dell'alimento

alimentare del prodotto" a cui spesso simili claim possono essere riferiti, sono da evitare o comunque da meglio specificare nel medesimo campo comunicazionale.

A questo proposito, si consideri che è consolidato il principio giurisprudenziale secondo cui la completezza e veridicità di un messaggio promozionale va verificata nell'ambito dello stesso contesto di comunicazione commerciale e non già sulla base di ulteriori informazioni che l'operatore commerciale rende disponibili solo ad "aggancio" già avvenuto, avendo il legislatore inteso salvaguardare la libertà di autodeterminazione del consumatore sin da primo contatto pubblicitario.

Conclusioni

Il contesto politico istituzionale sempre più concentrato sulla transizione ecologica nonché il panorama normativo sopra delineato incoraggiano l'adozione di strumenti volontari per migliorare la trasparenza dell'informazione per i consumatori, imponendo però al professionista un particolare onere di chiarezza nei messaggi promozionali.

Il lavoro di riduzione degli antibiotici nella filiera, che impone la strutturazione di una serie di accordi, controlli verifiche e talvolta di certificazioni di parte terza (senza considerare le specifiche *private label*), deve essere comunicato al consumatore in modo corretto e non decrittivo, al fine di non veder vanificato lo stesso in contestazioni da parte delle Autorità, azioni dei competitor o, peggio ancora, di negative campagne sui social.

ABBONATI!



www.italianfoodtech.it
SCARICA LA RIVISTA GRATUITAMENTE

Investi nella tua formazione

Webinar gratuiti per gli abbonati

Per informazioni:  Via Eritrea, 21 | 20157 Milano



visita il nostro sito www.pointvet.it | @ invia una mail a: abbonamenti@pointvet.it



telefona allo 02/60 85 23 32 (dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 13.00 e dalle 14.00 alle 18.00)

TARIFFE ABBONAMENTI 2021

1 - ALIMENTI&BEVANDE (A&B) STANDARD - 9 fascicoli cartacei, consultazione gratuita dei fascicoli in formato pdf e sfogliabile, partecipazione gratuita ai webinar della rivista e newsletter periodica di aggiornamento professionale	€ 90,00
2 - ALIMENTI&BEVANDE (A&B) BASE - 9 fascicoli cartacei, partecipazione gratuita ai webinar della rivista e newsletter periodica di aggiornamento professionale	€ 70,00
3 - ALIMENTI&BEVANDE (A&B) ON LINE - 9 fascicoli in formato pdf e sfogliabile, navigazione in tutte le sezioni del sito www.alimentibevande.it , partecipazione gratuita ai webinar della rivista e newsletter periodica di aggiornamento professionale (IVA compresa)	€ 95,00
4 - ALIMENTI&BEVANDE (A&B) PLUS - Navigazione in tutte le sezioni del sito www.alimentibevande.it e partecipazione gratuita ai webinar della rivista (IVA compresa)	€ 65,00
5 - ALIMENTI&BEVANDE (A&B) PLUS+ - Navigazione in tutte le sezioni del sito www.alimentibevande.it abbinata alle formule Standard o Base (IVA compresa)	€ 50,00
6 - MACCHINE ALIMENTARI (MAL) - 9 fascicoli cartacei, partecipazione gratuita ai webinar della rivista e navigazione gratuita del sito www.macchinealimentari.it	€ 45,00
7 - MACCHINE ALIMENTARI (MAL) ON LINE - 9 fascicoli in formato pdf e sfogliabile, partecipazione gratuita ai webinar della rivista e navigazione gratuita del sito www.macchinealimentari.it	€ 34,00
8 - ITALIAN FOODTECH (IFT) - Rivista internazionale in lingua inglese - Download gratuito dal sito www.italianfoodtech.it	Gratuito

TARIFFE COMBINATE

9 - ALIMENTI&BEVANDE (A&B) STANDARD (1) + MACCHINE ALIMENTARI (MAL) (6)	€ 125,00
10 - ALIMENTI&BEVANDE (A&B) BASE (2) + MACCHINE ALIMENTARI (MAL) (6)	€ 105,00
11 - ALIMENTI&BEVANDE (A&B) ON LINE (3) + MACCHINE ALIMENTARI (MAL) (7)	€ 119,00

SCELGO LA SEGUENTE FORMULA

- 1 - A&B Standard € 90,00 2 - A&B B Base € 70,00 3 - A&B On line € 95,00 4 - A&B Plus € 65,00
 5 - A&B Plus+ € 50,00 6 - Mal € 45,00 7 - Mal On line € 34,00 8 - IFT Gratuito
 9 - A&B Standard + Mal € 125,00 10 - A&B Base + Mal € 105,00 11 - A&B On line + Mal € 119,00

DATI PER LA SPEDIZIONE

Nome Cognome
Ragione Sociale
Indirizzo n.....
Città CAP Prov.....
E-mail per i servizi e le comunicazioni *on line*

DATI PER LA FATTURAZIONE (solo per le formule 3, 4, 5, e 11, se diversi dai dati per la spedizione)

Ragione sociale
Indirizzo n
Città CAP Prov.....
P. IVA (obbligatorio) C.F. (obbligatorio)
Tel. Fax
E-mail

TIPOLOGIA D'AZIENDA

Azienda agricola Industria alimentare Industria delle bevande Industria macchine alimentari Distribuzione alimentare
 Ristorazione collettiva Società consulenza/Consulente ASL Ente di ricerca Altro.....

MODALITÀ DI PAGAMENTO

Versamento su c/c postale n. 21747209, intestato a Point Vétérinaire Italie srl - Via Eritrea, 21 - 20157 Milano
 Bonifico bancario IBAN IT89C0569601620000010074X07
 Carta di credito (CartaSi, Visa, Mastercard)

Data Firma e timbro.....