

Sistema di allerta

La distinzione tra ritiro e richiamo

La distinzione tra ritiro e richiamo

di Gianluigi Valsecchi

Medico veterinario, Asl Lecco

Le modalità operative da mettere in atto per informare tempestivamente i consumatori sul richiamo di un prodotto dal mercato

Nel caso di rischio grave ed immediato per la salute, oltre al ritiro immediato dei prodotti alimentari oggetto di allerta, la normativa (art. 19 del reg. CE 178/2002) prevede che, se il prodotto è entrato già in possesso del consumatore, è necessario e prioritario effettuare il richiamo.

L'obiettivo del richiamo nel Sistema di allerta è quello di conseguire un livello elevato di tutela della salute dei consumatori, informandoli sul rischio relativo al consumo di un determinato alimento nonché sulle modalità di riconsegna dello stesso al punto d'acquisto.

Sono esclusi dal campo di applicazione del Sistema di allerta, viste le "Linee guida per la gestione operativa del Sistema di allerta per alimenti destinati al consumo umano", approvate il 13

novembre 2008 in sede di Conferenza Stato-Regioni, quegli alimenti in cui sono state riscontrate non conformità per:

- criteri microbiologici di igiene di processo;
- frodi commerciali che non rappresentano un rischio attuale o potenziale per il consumatore; oppure
- quegli alimenti che per loro natura sono destinati a subire un trattamento prima del consumo, tale da renderli innocui.

In tali casi, per quanto di competenza del Sistema di allerta, non vige l'obbligo di comunicazione all'Autorità sanitaria locale (Asl) territorialmente competente e le suddette non conformità possono essere gestite direttamente dall'azienda all'interno del proprio Sistema qualità.

Gli alimenti sono considerati "a rischio" quando sono dannosi per la salute ovvero inadatti al consumo umano.

Quando un ritiro si rende necessario e il prodotto può essere stato acquistato dal consumatore, gli Operatori del settore alimentare (Osa) devono informare il consumatore in maniera efficace e accurata sul motivo del ritiro e, se necessario, richiamare i prodotti già forniti ai consumatori stessi mediante procedure e provvedimenti che hanno come obiettivo la restituzione del prodot-

to a rischio che è già stato commercializzato ai consumatori.

Il successo del ritiro/ricambio degli alimenti dal commercio è correlato ad una chiara attribuzione delle responsabilità all'interno delle aziende alimentari.

A tale proposito, ogni impresa alimentare deve possedere, nel contesto del proprio Piano di autocontrollo, una procedura di ritiro/ricambio contenente i seguenti criteri di conformità:

- individuazione di un responsabile/referente aziendale facilmente contattabile;
- presenza di un sistema che permette di:
 - identificare i fornitori;
 - identificare i clienti con dati completi (ragione sociale e indirizzo completo di Comune e Provincia, lotto del prodotto non conforme o Tmc (Termine minimo di conservazione) o data di scadenza, quantitativo totale, data di consegna e documenti commerciali);
 - presenza dell'indicazione dei contatti con l'Autorità competente (figure professionali e numeri telefonici);
- presenza delle modalità per contattare i clienti/fornitori in tempi rapidi per ritiro/ricambio;
- presenza delle modalità per informare il consumatore finale in caso di richiamo;
- presenza delle modalità di gestione del prodotto ritirato con relativo bilancio.

Perché il ritiro/ricambio di un prodotto dal commercio abbia successo è necessaria una chiara attribuzione delle responsabilità all'interno delle aziende alimentari

Tutti gli operatori del settore alimentare devono pertanto possedere procedure scritte e documentate inerenti alla prassi operativa da mettere in atto e da seguire nei casi in cui si debba informare i consumatori, in maniera efficace e accurata, del motivo del ritiro e, se necessario, richiamare i prodotti forniti a tali consumatori.

Tale obbligo viene imposto perentoriamente dalla normativa allorché altre misure risultino insufficienti a conseguire un livello elevato di tutela della salute pubblica.

La comunicazione si effettua solo quando c'è una evidenza certa della non conformità che può determinare una situazione di "rischio", inteso come la probabilità che un effetto nocivo per la salute, quale l'insorgenza di una determinata patologia, si verifichi a seguito del consumo anche di una singola dose del prodotto alimentare.

Nella comunicazione va tenuto conto del target dei potenziali consumatori più sensibili all'agente nocivo. A titolo esemplificativo si citano le fattispecie relative alla presenza di ingredienti non dichiarati in etichetta ovvero la presenza di allergeni in alimenti nei quali normalmente non sono presenti o la possibile presenza di corpi estranei in grado di provocare danni al consumatore.

Il contenuto della comunicazione

Il contenuto della comunicazione deve poter consentire al consumatore di individuare in modo semplice e corretto tutte le unità di vendita interessate dalla non conformità oggetto di richiamo.

I dati da comunicare al consumatore finale sono i seguenti:

- denominazione di vendita del prodotto;
- marchio d'impresa;
- lotto e, quando non già coincidente con tale dato, Tmc/data di scadenza;
- descrizione e peso/volume dell'unità di vendita;
- identificazione dello stabilimento di produzione uguale all'informazione riportata sull'unità di vendita.

In presenza di prodotti alimentari non preconfezionati, quali alimenti sfusi, preincartati o porzionati, alcune informazioni possono non essere presenti in quanto non disponibili. In tali casi è comunque obbligatorio fornire tutte le informazioni che si hanno a disposizione al fine di evitare di confondere il prodotto alimentare coinvolto nel richiamo con altri prodotti.

Il contenuto della comunicazione, oltre a contenere i dati dell'azienda che effettua la comunicazione, deve indicare al consumatore:

- il motivo della non conformità e i possibili effetti nocivi dovuti al consumo dell'alimento non conforme;
- la conferma che il ritiro è stato effettuato oppure è in corso;
- le istruzioni al consumatore per la gestione del prodotto acquistato nonché ulteriori eventuali avvertenze;
- le modalità per contattare l'assistenza ai clienti attivata tramite numero verde, indirizzo e-mail ecc.;
- altre notizie utili per comprendere meglio il motivo del richiamo.

La comunicazione o notifica non deve avere il formato di una lettera commerciale in quanto non sarebbe ritenuta urgente, ma dovrebbe essere chiaramente intitolata:

"URGENTE: RICHIAMO DEL PRODOTTO"

Obiettivi della comunicazione

La comunicazione al consumatore, tramite la corretta individuazione degli operatori del settore alimentare coinvolti nell'allerta, deve essere tempestiva.

L'obbligo di effettuarla spetta al proprietario del marchio del prodotto, fatta salva la collaborazione di altri Operatori del settore alimentare (Osa), quali ad esempio i trasformatori, gli importatori, i produttori, che hanno una responsabilità oggettiva nei confronti del prodotto in richiamo.

Tali figure hanno l'obbligo di fornire, nel miglior modo possibile, tutte le informazioni utili per la gestione dell'allerta. Devono inoltre facilitare le azioni di richiamo intraprese dal proprietario del marchio.

Le informazioni trasmesse, poi, devono riguardare, con la maggior precisione possibile, la natura, le origini, le cause e i meccanismi che hanno determinato la non conformità,

ECONORMA S.a.s.

Sistemi di monitoraggio e telecontrollo della
TEMPERATURA
UMIDITA' RELATIVA %
SEGNALI DI PROCESSO

Sistemi Wireless





**Celle frigorifere,
Trasporti refrigerati,
congelatori,
depositi, ecc.**



FT-110/LOG



ECONORMA S.a.s.
 31020 SAN VENDEMIANO - TV - Via Olivera 52
 Tel. 0438.409049 Fax 0438.409036
 info@econorma.com www.econorma.com

con le relative valutazioni circa l'impatto negativo nei confronti della salute pubblica.

La comunicazione al consumatore del richiamo del prodotto alimentare deve essere tempestiva

Determinate fattispecie possono essere riferite ad allerte nelle quali più proprietari di marchi risultano coinvolti. In tal caso i soggetti devono coordinarsi per favorire l'obiettivo del richiamo nel miglior modo possibile.

Altre fattispecie si verificano quando il proprietario del marchio, ad esempio nel caso di prodotti alimentari sfusi, non risulta identificabile.

La normativa prevede che, per tale casistica, gli Osa coinvolti nella crisi, durante la fase di coordinamento, hanno l'obbligo, per quanto possibile, di identificare il soggetto o i soggetti che detengono le liste di distribuzione con i dati anagrafici delle imprese a cui è stato commercializzato il prodotto sfuso. In tal caso, la responsabilità del richiamo ricade sui soggetti che posseggono i dati relativi alla commercializzazione del prodotto.

Aspetti pratici della comunicazione del richiamo

La comunicazione del richiamo deve raggiungere nel più breve tempo possibile i consumatori finali che sono potenzialmente esposti al consumo dell'alimento non conforme.

Per una comunicazione efficace devono essere individuati i più appropriati mezzi di informazione, ad esempio quotidiani locali o nazionali, radio/tv locale o nazionale, comunicati stampa da trasmettere alle agenzie di stampa.

La normativa prevede che sia la piccola che la grande distribuzione, appena informati del richiamo, devono provvedere ad esporre al



© Fotolia.com

pubblico le informazioni relative al prodotto alimentare non conforme presso il o i punti vendita che hanno commercializzato al consumatore il prodotto oggetto del richiamo.

Pertanto, anche il dettagliante o il laboratorio di trasformazione/preparazione che incide sulla sicurezza dei prodotti alimentari (ad esempio, in virtù dell'affettatura, del porzionamento o del controllo delle temperature), nel caso in cui sia ad essi ascrivibile il mancato rispetto dei principi di sicurezza alimentare e sia necessario provvedere al richiamo di un prodotto da essi preparato o trasformato, devono attivare le procedure d'informazione dei consumatori cui hanno fornito il prodotto.

Azioni di supporto e di controllo delle autorità competenti locali

L'autorità sanitaria può fornire un proprio supporto alla comunicazione ai media tramite comunicati stampa che specificano particolari raccomandazioni nei confronti dei consumatori potenzialmente esposti, numeri verdi informativi per i consumatori ecc.

I competenti Servizi delle aziende Asl hanno il compito di verificare che l'operatore abbia attuato efficacemente e correttamente anche il richiamo dei prodotti già forniti ai consumatori quando altre misure non siano sufficienti a conseguire un livello elevato di tutela della salute.