

# Non la beviamo più

Basta leggere "Qualcuno vuol darcela a bere", il nuovo libro di Giuseppe Altamore, per comprendere il motivo di tante massicce campagne pubblicitarie su un prodotto come l'acqua, seconda solo all'auto per volumi di investimenti pubblicitari. Giornali, televisioni, affissioni: ad essere nel mirino è la nostra emotività, senza esclusione di colpi; neonati biondi che fluttuano in assenza di gravità, sensuali e giovanissime donne in gravidanza sospese in un universo trasparente e fluido, nonni e nipoti che sembrano coetanei, nudi corpi snelli a farci intendere che grazie alla bottiglia si perde peso, si guarisce da malattie, e si continua a nascere e ringiovanire senza fine. Siamo sicuri che gli imprenditori che hanno in concessione le sorgenti scoppiano davvero di salute, e così i loro conti in banca.

Ma dietro questa cortina di fumo cosa si nasconde? Le acque minerali sono esentate dall'indicare sulle etichette la presenza di metalli pesanti e inquinanti di vario genere. Le segnalazioni non sono mai mancate, ma noi siamo più interessati al delitto di Cogne o ai muscoli di Vieri piuttosto che a quello che mettiamo in tavola. "La Stampa" del 15 settembre '99: "Nell'acqua minerale 19 veleni SOS dell'Unione Consumatori". "La Stampa" del 17 giugno 03: "Diffidate 86 marche di acque minerali. Cadmio, Nichel, cromo, arsenico, nitrati e residui di pesticidi vari iniziano ad essere presenti in maniera preoccupante".

Ma almeno, credevamo, questi astanti imprenditori che hanno scoperto l'acqua in bottiglia si sveneranno per pagare salate concessioni... Invece no! Le floride aziende dell'acqua minerale pagano alle Regioni italiane ogni anno la misera cifra di 1 miliardo di vecchie lire, contro un giro d'affari di 5500 miliardi. In compenso, le Regioni sono costrette a spendere 200, di miliardi, per lo smaltimento di tutta quella plastica. Il conto è presto fatto: 199 miliardi di lire che ritornano come un boomerang sulle spalle dei cittadini-contribuenti per

consentire ricchi lucri ad un pugno di aziende private.

Qualcuno vuol darcela a bere,

di Giuseppe Altamore

Fratelli Frilli Editori/Controcorrente

pp. 210, Euro 14.00