
Ercole Olivario

Premio Nazionale per l'olio extravergine di qualità

!

Il mercato dell'olio sfuso e le novità normative sull'etichettatura



A cura di U.N.A.PR.OL. e C.N.O.

QUADERNI ERCOLE OLIVARIO N.1

Premessa

Mercato dell' olio sfuso

Il mercato della vendita diretta dell'olio d'oliva sfuso, rappresenta una caratteristica tipica e tuttora importante del sistema olivicolo italiano. Un rapporto fiduciario serio e profondo, costante nel tempo, hanno fidelizzato le famiglie acquirenti con i frantoi e le aziende olivicole.

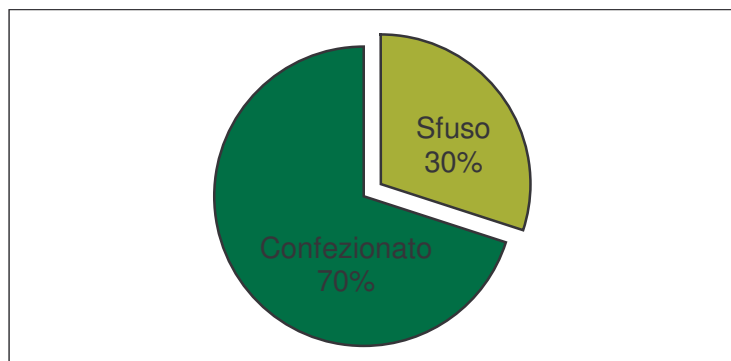
Una tradizione ancora capace di manifestare la propria attualità, collegandosi al nuovo stile di vita dei consumatori moderni: la ricerca di prodotti tipici e di qualità così come la fruizione di un determinato territorio, della sua storia, del suo patrimonio culturale, ambientale e paesaggistico.

Anche questa consuetudine è in fase di evoluzione e sta cambiando le proprie connotazioni. Difatti, in questi ultimi anni si è registrata una intensificazione dei rapporti tra produttori, frantoiani e consumatori all'interno di momenti specifici, come ad esempio la rassegna "*frantoi aperti*" che ormai si celebra in tutta Italia, ovvero all'interno di percorsi ed itinerari come le "*vie o le strade dell'olio*".

Un'ulteriore evoluzione è da ricondurre all'introduzione delle nuove normative comunitarie sulla etichettatura e confezionamento, varate con il Regolamento CE 1019/02, con contenuti tali da condizionare sensibilmente il futuro della vendita diretta di olio di oliva.

L'acquisto di olio di oliva sfuso rappresenta un fenomeno economicamente rilevante. Le stime più recenti, effettuate da Ismea nel 2003 attraverso un'indagine specifica, lo quantificano in termini del 30% del mercato. Tre milioni di famiglie, pari al 15% delle famiglie italiane.

Graf. 1.- CONSUMO DI OLIO D'OLIVA



Fonte: ISMEA

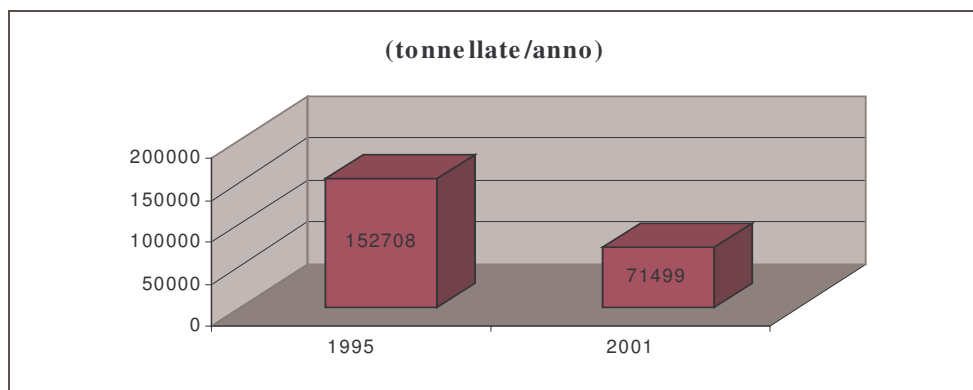
Di questi, la maggioranza (7%) ha provveduto direttamente all'acquisto, un'altra buona parte è rappresentata dai produttori che lo utilizzano per il consumo familiare (6%) e la quota restante lo ha ricevuto in regalo.

Tuttavia, pur costituendo ancora una quota rilevante dei consumi, va segnalato che la vendita dell'olio sfuso ha registrato in 8 anni un dimezzamento, sebbene negli ultimi 4 anni la tendenza all'acquisto sia calata solo lievemente ma in maniera costante (-4%).

L'acquisto continua ad avvenire principalmente presso i frantoi nel periodo iniziale della campagna o nelle aziende agricole.

Si osserva una chiara tendenza alla diminuzione della quantità totale di olio di oliva sfuso venduto e del numero di famiglie acquirenti ma compensato da un numero crescente di acquisti, anche presso il frantoio o l'azienda agricola di prodotto confezionato.

Graf 2.- VARIAZIONE DELL'ACQUISTO D'OLIO SFUSO



Fonte: N/s elaborazione su dati ISMEA

Sul territorio la tendenza delle aziende ad adottare strategie dirette di valorizzazione del proprio prodotto aziendale è in forte crescita. Secondo una stima del CNO e dell'UNAPROL sono quasi 10 mila le aziende olivicole che, sono divenute imprese di filiera presentandosi con proprie etichette sul mercato.

L'entità del mercato domestico dell'olio di oliva sfuso nella campagna 2001/02, secondo stime Ismea, è stato di 71 mila tonnellate per un valore di 349 milioni di €.

Il consumatore tipo ha prevalentemente il profilo del acquirente meridionale, nel 51-57% dei casi, con un'età media compresa tra i 55 e 64 anni e una fascia di reddito medio. È proprio nell'area meridionale che si concentra peraltro anche la maggior quantità della produzione olivicola italiana.

Il consumo di olio di oliva sfuso si conferma dunque un fenomeno con discreta diffusione.

Le motivazioni dell'acquisto risultate più significative tra il campione intervistato sembrano dare un'ampia importanza alla "Garanzia su origine e naturalità del prodotto" che ha trovato d'accordo circa il 75% degli intervistati. Rilevante anche la "Consuetudine familiare", citata nel 30% dei casi e il "Risparmio derivante dal quantitativo acquistato", per un ulteriore 13%.

Alto è risultato anche il livello di soddisfazione legato alla modalità di acquisto e al prodotto: l'87% degli acquirenti ha manifestato un apprezzamento mediamente alto del prodotto.

Singolare anche il livello dei prezzi medi e la loro variabilità dal nord al sud. Il 56,2 % degli acquirenti hanno pagato un prezzo compreso tra 2,58-4,65 €/litro. Nelle Regioni Centrali il 15,5% degli acquirenti ha pagato un prezzo superiore a 6,71 €/litro.

I materiali utilizzati per il trasporto a domicilio dell'olio sfuso sono risultate essere le lattine (36,2%), il vetro (36%) e la plastica (20,4%), in primo luogo.

Tabella 1.- Evoluzione dell'acquisto di olio d'oliva sfuso

Acquisto di olio di oliva sfuso			
anno	1999	2000	2001
tonnellate	72680	76197	71499

Fonte: N/s elaborazione su dati ISMEA

Tabella 2.- Distribuzione geografica degli acquisti di olio d'oliva sfuso

	Acquisti delle famiglie	
	quantità t	ripartizione geografica (%)
Nord Ovest	7,3	8,6
Nord Est	6,3	8
Centro	29	32,3
Sud	57,5	51,1

Fonte: ISMEA

Perché la Comunità Europea ha deciso l'obbligo per il confezionamento e l'etichettatura?

Nel contesto del libero mercato comunitario, il segmento dell'olio d'oliva è stato modificato dalle nuove normative nazionali e comunitarie, per dare risposta alle esigenze dei paesi produttori della Comunità Europea, come strumento di difesa fronte ai nuovi produttori, e di opportunità fronte a nuovi mercati. Viene anche coperta la domanda da parte dei consumatori, che più spesso chiedono corretta informazione sull'origine del prodotto, sulle caratteristiche organolettiche (gusti e aromi diversi), sulle proprietà salutari, la garanzia del prodotto e la sicurezza alimentare.

Questi principi sono contenuti nella OCM dell'olio di oliva varata con il Regolamento CE 1513/01. In particolare la nuova regolamentazione trae spunto da un documento di indirizzo predisposto dalla Commissione UE denominato "la strategia della qualità dell'olio di oliva".

Secondo le idee guida comunitarie il prodotto sfuso non permette la conservazione dell'identità del prodotto una volta acquistato, non lasciando al consumatore una traccia visibile e permanente nel tempo del prodotto stesso.

Inoltre la commercializzazione in contenitori riciclati e non chiusi ermeticamente potrebbero essere oggetto di frodi nonché determinare alterazioni, perdite della genuinità del prodotto e più in generale danni alla salute del consumatore.

I produttori devono essere in grado di accogliere e adeguare l'offerta alla segmentazione del mercato. Perciò, a giudizio della Commissione UE, si dovrà accelerare il processo di adattamento delle produzioni ad alcune specifiche richieste che vengono dai consumatori. Tali esigenze sono più in generale trattate nell'ambito del citato **Regolamento CE 1019/02** sulle **Norme di commercializzazione**, i cui capisaldi sono:

- Origine
- Etichettatura
- Presentazione del prodotto
- Menzioni aggiuntive
- Controlli

Dal 1° Novembre 2003 sono divenuti **OBBLIGATORI: confezionamento, etichettatura e chiusura ermetica del prodotto.**

La vendita al consumatore finale si deve effettuare in contenitori di capacità max. litri 5, chiusi ermeticamente. Tuttavia per le comunità (alberghi, ospedali ecc. è possibile prevedere confezioni da capacità superiore (litri 25).

Le nuove norme di confezionamento riguardano esclusivamente la vendita del prodotto al consumatore finale. Sono pertanto escluse le movimentazioni di olio di oliva dal Frantoio all'azienda agricola o dall'azienda agricola (o frantoio) al centro di confezionamento.

Quanto esposto precedentemente è contenuto nell'Articolo 26 del **Decreto 109/92, aggiornato dal D.L. 181/03 del 23 giugno 2003**, nel quale vengono fissati gli obblighi nel mercato italiano.

Articolo 26:

1. Gli oli di oliva commestibili e gli oli di semi commestibili, destinati al consumatore, devono essere posti in vendita esclusivamente preconfezionati in recipienti esclusivamente chiusi.
2. La disposizione di cui al comma 1 non si applica quando venga trasferito olio di oliva dal frantoio al deposito del produttore e dal deposito di questi a quello del primo destinatario.
3. Gli oli di oliva commestibili e gli oli di semi commestibili, fino a 10 litri, debbono essere confezionati esclusivamente nelle quantità nominali unitarie seguenti espresse in litri: 0,10 – 0,25 – 0,50 – 0,75 – 1,00 – 2,00 – 3,00 – 5,00 – 10,00.

Le disposizioni applicative del Reg. 1019/02 sono contenute nel Decreto Ministeriale del 14/11/2003. Contro le interpretazioni fornite dal Ministero è stato presentato un ricorso al Tar della Liguria che con propria sentenza ne ha chiesto l'annullamento.

Tuttavia il Ministero ha presentato ricorso al Consiglio di Stato ed è prevista una sentenza definitiva entro la fine dell'anno. Indipendentemente dall'esito giudiziario appare comunque opportuno soffermarsi sugli aspetti legati al confezionamento che rappresentano comunque una fase evolutiva per le imprese olivicole che intendono cimentarsi sul mercato.

Gli svantaggi legati al mancato confezionamento sono:

- Travaso necessario
- Problemi di conservazione (fonti di luce e di calore, aria) con conseguente degradazione ossidativa dell'olio e perdita delle qualità chimiche ed organolettiche
- Mancanza di identità del prodotto

Il 79% degli acquirenti sono d'accordo per le nuove norme comunitarie in merito al confezionamento obbligatorio, il 47,5% per sostenere di avere una maggiore garanzia sulle origini del prodotto, l'attività di controllo e piena assunzione di responsabilità del produttore, e il 31,5% per una migliore conservazione del prodotto preservandolo dai danni di luce, aria, calore, ... (Fonte: ISMEA).

In conclusione possiamo affermare che il consumatore chiede un prodotto non anonimo, un prodotto sano, un prodotto di qualità, un prodotto tracciato.

L'adeguazione alle nuove normative suppone un investimento per lo sviluppo. Si sono raggiunte oltre 1000 etichette di aziende agricole.

Il prodotto etichettato permette di acquisire clienti e target, e consente inoltre la difesa dell'immagine aziendale. Inoltre è il presupposto per chiedere anche a tutti gli operatori della filiera chiarezza sulle caratteristiche e l'origine del prodotto.

Accanto agli oneri derivanti dal confezionamento ne vanno sottolineate anche le opportunità legate agli obblighi della nuova regolamentazione:

- **Investire sulla identità del prodotto, della zona e dell'azienda produttrice.**
- **Acquisire nuove fasce di consumatori** (l'15% delle famiglie) che ad oggi non si rivolgono al mercato della vendita diretta.

ETICHETTATURA DEGLI OLI DI OLIVA

L'etichettatura degli oli d'oliva è regolamentata, come quella dei prodotti alimentari in generale, dal decreto legislativo 1019/92 che definisce l'etichettatura come: "l'insieme di tutte le menzioni, le indicazioni, i marchi di fabbrica o di commercio, le immagini o i simboli che si riferiscono al prodotto alimentare e che figurano direttamente sull'imballaggio, su un'etichetta applicata, sul dispositivo di chiusura, su carrelli, anelli o fascette legati al prodotto"; insomma tutte le diciture e i segni comunque presenti o collegati all'imballaggio del prodotto.

La normativa nazionale s'inquadra necessariamente nell'ambito comunitario delineato dalle direttive relative al ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri. Queste esplicitamente affermano che le norme di etichettatura devono comportare il divieto di indurre in errore il consumatore relativamente alle caratteristiche del prodotto alimentare e in particolare la natura, l'identità, le qualità, la composizione, la quantità, la conservazione, l'origine o la provenienza, il modo di fabbricazione o di ottenimento. Inoltre, nel rispetto delle norme relative al divieto di pubblicità ingannevole, l'etichettatura, la presentazione e la pubblicità di un olio non devono essere tali da indurre ad attribuire al prodotto proprietà preventive o curative di malattie umane né accennare a tali proprietà. Infine, non devono evidenziare caratteristiche particolari, quando vi siano oli analoghi che possiedono le stesse caratteristiche.

Le indicazioni presenti in etichetta sono distinte in:

- Obbligatorie
- Facoltative

Tra le **indicazioni obbligatorie** troviamo:

1 Denominazione di vendita.

La denominazione di vendita del prodotto deve essere conforme alla classificazione e alla definizione del prodotto. Per gli oli di oliva, la normativa comunitaria ha di recente modificato la classificazione (Reg. 1513/01) e, a partire dal 1° novembre 2003, la denominazione di vendita deve essere accompagnata dalla definizione del prodotto (Reg. 1019/02):

- olio extravergine di oliva: "Olio di oliva di categoria superiore ottenuto direttamente dalle olive e unicamente mediante procedimenti meccanici"
Olio di oliva vergine la cui acidità libera, espressa in acido oleico, è al massimo di 0,8 g per 100 g e aventi le altre caratteristiche conformi a quelle previste per questa categoria;
- olio vergine di oliva: "Olio d'oliva ottenuto direttamente dalle olive e unicamente mediante procedimenti meccanici"
Olio di oliva vergine la cui acidità libera, espressa in acido oleico, è al massimo di 2 g per 100 g e avente le altre caratteristiche conformi a quelle previste per questa categoria;
- olio di oliva – composto di oli di oliva raffinati e oli di oliva vergini: "Olio contenente esclusivamente oli di oliva che hanno subito un processo di raffinazione e oli ottenuti direttamente dalle olive"
Olio di oliva ottenuto dal taglio di olio di oliva raffinato con olio di oliva vergine diverso dall'olio lampante, con un tenore di acidità libera, espresso in acido oleico, non superiore a 1 g per 100 g e avente le altre caratteristiche conformi a quelle previste per questa categoria. È il risultato della miscelazione tra un olio rettificato, che ha cioè subito un processo chimico volto all'eliminazione dei difetti chimici ed organolettici, e un olio vergine. La legislazione non stabilisce un quantitativo minimo di olio vergine che deve rientrare nella miscela; solitamente è una percentuale minima.
- olio di sansa di oliva: "Olio contenente esclusivamente oli derivati dalla lavorazione del prodotto ottenuto dopo l'estrazione dell'olio di oliva e oli ottenuti direttamente dalle olive" oppure "Olio

contenente esclusivamente oli provenienti dal trattamento della sansa di oliva e oli ottenuti direttamente dalle olive". Olio ottenuto dal taglio di olio di sansa di oliva raffinato e olio di oliva vergine diverso dall'olio lampante, con un tenore di acidità libera, espresso in acido oleico, non superiore a 1 g per 100 g e avente le altre caratteristiche conformi a quelle previste per questa categoria.

2 Nome o Ragione Sociale o Marchio depositato e Sede del Produttore o del Confezionatore o del Venditore.

E' obbligatorio riportare in etichetta il nome (o la ragione sociale o il marchio depositato) e la sede o del produttore o del confezionatore o di un venditore stabilito nell'Unione Economica. In genere tali indicazioni sono precedute da diciture quali "imbottigliato da ...", "prodotto da ...", "prodotto ed imbottigliato da ...", "confezionato da ...", "distribuito da ..." e simili. Per sede s'intende la località (Comune) ove è ubicata la sede legale o sociale dell'operatore.

3 Sede dello stabilimento di produzione o di confezionamento.

L'indicazione della sede dello stabilimento di produzione e di confezionamento o di solo confezionamento può essere omessa nel caso di impresa produttrice o confezionatrice che disponga di un unico stabilimento ubicato allo stesso indirizzo della sede legale o sociale. Per sede si intende la località (Comune) ove è ubicata la sede dello stabilimento. Qualora sull'etichetta siano riportati i soli dati relativi al venditore o al distributore, la sede dello stabilimento di produzione e confezionamento o di solo confezionamento deve essere completata dall'indirizzo ovvero, in mancanza, da una indicazione che ne agevoli la localizzazione.

4 Volume nominale del prodotto.

Il volume nominale deve essere indicato in litri (L o l), centilitri (cl) o millilitri (ml). Gli oli di oliva, destinati al consumatore, devono essere posti in vendita esclusivamente preconfezionati in recipienti ermeticamente chiusi, obbligatoriamente nelle quantità nominali seguenti espresse in litri: 0,10 - 0,25 - 0,50 - 0,75 - 1,00 - 2,00 - 3,00 - 5,00. Il reg. 1019/02 all'articolo 2 ha portato il limite massimo a 5 litri quando l'acquirente è il consumatore finale, contrariamente a quanto fissava la normativa nazionale che poneva tale limite a 10 litri. Le produzioni destinate alle collettività (alberghi, mense, ospedali, ecc.) possono essere confezionate in contenitori aventi capacità massima di 25 litri come stabilito all'art. 2, comma 2, del decreto Ministeriale del 14/11/03.

5 Lotto.

Per lotto si intende un insieme di unità di vendita prodotto o confezionato in circostanze praticamente identiche. Il lotto è determinato dal produttore o dal confezionatore dell'olio o, nel caso di prodotti importati, dal primo venditore stabilito nell'Unione europea, ed è apposto sotto la propria responsabilità (circolare n. 165 del 31 marzo 2000); esso figura in ogni caso in modo da essere facilmente visibile, chiaramente leggibile ed indelebile ed è preceduto dalla lettera "L", salvo nel caso in cui sia riportato in modo da essere distinto dalle altre indicazioni in etichettatura. L'indicazione del lotto non è richiesta quando il termine minimo di conservazione figura con la menzione del giorno, mese ed anno, in modo da identificare una specifica partita. Il termine minimo di conservazione si compone dell'indicazione in chiaro e nell'ordine, del giorno, del mese e dell'anno (art. 8 del decreto decr. 181 del 23 giugno 2003).

6 Data di preferibile consumo.

La data di preferibile consumo o termine minimo di conservazione, è la data fino alla quale l'olio conserva le sue specifiche proprietà in adeguate condizioni di conservazione; essa va indicata con la dicitura "da consumarsi preferibilmente entro il ...", seguito dalla data oppure dall'indicazione del punto della confezione in cui essa figura. La data deve essere espressa almeno con l'indicazione del mese e dell'anno. La data di preferibile consumo deve essere indicata, insieme alla denominazione di vendita anche sugli imballaggi esterni (art. 12 decr. 181 del 23 giugno 2003).

Tutte le indicazioni devono essere almeno in lingua italiana e menzionate in un punto evidente in modo da essere facilmente visibili, chiaramente leggibili ed indelebili, senza essere in alcun modo dissimulate o deformate. In particolare, le denominazioni di vendita, pur non essendo stabilite le dimensioni minime dei caratteri è evidente che la loro rispondenza ai requisiti di visibilità e chiarezza va valutata anche in relazione alle dimensioni della confezione e ai colori utilizzati in etichetta.

La distinzione tra etichetta principale ed etichetta secondaria o retro-etichetta non è codificata da alcuna norma nazionale o comunitaria per cui è possibile indicare in una parte dell'etichetta solo il marchio e riportare in altra parte le indicazioni previste dalla normativa attuale. Resta comunque il fatto che la denominazione di vendita, la quantità ed il termine minimo di conservazione, nonché le altre indicazioni obbligatorie, devono figurare in etichetta nello stesso campo visivo.

Le **indicazioni facoltative** sono uno strumento per fornire ulteriori informazioni sul prodotto, quali le modalità di estrazione, la provenienza delle olive e le varietà di olive da cui l'olio deriva, gli eventuali abbinamenti gastronomici.

La **normativa nazionale** prevede:

- a. **Lettera minuscola "e"**: sempre che gli imballaggi preconfezionati corrispondano ai requisiti della direttiva n. 106/71 e successive modificazioni ed integrazioni in materia di riempimento; tale indicazione deve essere riportata in caratteri di almeno 3 mm di altezza e posta nello stesso campo visivo del volume nominale.
- b. **Modalità di conservazione**: qualora sia necessaria l'adozione di particolari accorgimenti in funzione della natura del prodotto e del tipo di recipiente impiegato, è utile riportare delle indicazioni riguardanti il modo più corretto per conservare l'olio (ad esempio "conservare al riparo della luce e lontano da fonti di calore").
- c. **Materiali**: al fine di consentire l'identificazione dei materiali diversi dal vetro, i contenitori per l'olio destinati al mercato interno devono essere contrassegnati mediante un esagono regolare o un cerchio all'interno del quale deve essere riportata un'abbreviazione corrispondente al materiale utilizzato per la fabbricazione.
- d. **Indicazioni ecologiche**: consistono in un invito, chiaramente visibile sui contenitori o sulle etichette, a non disperdere i contenitori nell'ambiente dopo l'uso, in forma di messaggio scritto o pittogramma. Solo di recente questa tipologia di indicazione è passata da obbligatoria a facoltativa per una disposizione contenuta nella legge comunitaria 2003.
- e. **Altre indicazioni facoltative**: nel rispetto delle norme relative al divieto di pubblicità ingannevole, è possibile riportare altre indicazioni facoltative quali: modalità di estrazione; provenienza delle olive (solo per l'olio extravergine di oliva); eventuali abbinamenti gastronomici; alle varietà di olive da cui l'olio deriva; informazioni nutrizionali (nel rispetto della normativa in materia).

Il **regolamento comunitario** 1019/02 sulle norme di commercializzazione ha portato ad una regolamentazione delle indicazioni facoltative dettando, in alcuni casi, norme tecniche ed introducendo criteri di controllo. In sostanza questo regolamento ha introdotto il criterio secondo il quale informazioni supplementari possono essere scritte in etichetta a patto che siano veritiere e che possano essere dimostrate.

Infatti, all'articolo 5 del reg. 1019/02 si afferma che:

- a) l'indicazione «prima spremitura a freddo» è riservata agli oli d'oliva vergini o extra vergini ottenuti a meno di 27 °C con una prima spremitura meccanica della pasta d'olive, con un sistema di estrazione di tipo tradizionale con presse idrauliche;
- b) l'indicazione «estratto a freddo» è riservata agli oli d'oliva vergini o extra vergini ottenuti a meno di 27 °C con un processo di percolazione o centrifugazione della pasta d'olive;
- c) le indicazioni delle caratteristiche organolettiche possono figurare, esclusivamente se sono basate sui risultati di un metodo d'analisi previsto dal regolamento (CEE) n. 2568/91

(regolamento 796/02 – che modifica l'allegato XII del 2568/91 e recepisce la nuova metodica COI per il panel test); il successivo regolamento 1176/03 rende applicabile questa disposizione a partire dalla campagna 2004/05; fino a quel momento le indicazioni riferite al gusto dell'olio dovranno attenersi ai requisiti generali della normativa nazionale;

- d) l'indicazione dell'acidità o dell'acidità massima può figurare unicamente se accompagnata dalla menzione, in caratteri delle stesse dimensioni e nello stesso campo visivo, dell'indice dei perossidi, del tenore in cere e dell'assorbimento nell'ultravioletto, stabiliti a norma del regolamento (CE) n. 2568/91". I valori potranno essere seguiti dalla frase "*valori massimi all'atto del confezionamento*".

All'articolo 7 si precisa, poi, che le menzioni facoltative devono essere giustificate da:

1. dati di fatto o dati scientificamente provati;
2. risultati di analisi o registrazioni automatiche su campioni rappresentativi;
3. informazioni amministrative o contabili tenute conformemente alle normative comunitarie e/o nazionali.

Tra le indicazioni facoltative, una menzione particolare deve essere riservata all'**origine geografica** del prodotto. Il regolamento 1019/02 rimette ordine anche alla normativa europea precedente (reg. 2815/98 successivamente prorogato dal 2152/01) lasciandone sostanzialmente inalterato l'impianto. La norma prevede che per designazione di origine si intenda l'indicazione di un nome geografico sull'imballaggio o sull'etichetta e che sia limitata agli oli extra vergini e vergini e riguardi i consumatori comunitari.

Per la Commissione europea, la denominazione dell'origine concerne una zona geografica limitata a:

- zone geografiche DOP e IGP, ai sensi del regolamento 2081/92;
- uno Stato membro;
- la Comunità europea;
- un Paese terzo.

L'indicazione dell'origine geografica come Stato membro, potrà essere riportata solo nel caso in cui sia le olive sia l'olio siano stati rispettivamente raccolte e ottenuto nello stesso Paese. Qualora le olive siano state raccolte in uno Stato membro o Paese terzo diverso da quello dove sono state molite, la designazione dovrà far riferimento ad entrambe le origini e in etichetta sarà riportata la dicitura seguente: «Olio (extra) vergine di oliva ottenuto in (designazione della Comunità o dello Stato membro interessato) da olive raccolte in (designazione della Comunità, dello Stato membro o del paese interessato)».

Nel caso di tagli di oli extra vergini di oliva o di oli di oliva vergini provenienti in misura superiore al 75 % da uno stesso Stato membro o dalla Comunità, può essere indicata l'origine prevalente, seguita dall'indicazione della percentuale minima, pari o superiore al 75 %, che proviene effettivamente da tale origine prevalente. La dizione da impiegare in etichetta sarà "Selezione di oli di oliva (extra) vergini ottenuti in percentuali superiori al (75%) in ... (designazione di origine)".

Qualsiasi riferimento ad una zona geografica sull'imballaggio o sull'etichetta apposta su di esso è considerato come una designazione dell'origine soggetta alle disposizioni del suddetto regolamento ad eccezione dei marchi registrati prima del 1° gennaio 1999. Naturalmente, questi ultimi dovranno rispettare la cosiddetta direttiva "marchi" 89/109/Cee che definisce tra i motivi d'impedimento alla registrazione o di nullità dei marchi l'inganno verso il pubblico circa la provenienza geografica dei prodotti.

Sono, di seguito, riportate le principali tipologie di etichette per l'olio extravergine di oliva.

Etichetta 1: è il caso di un extra vergine il cui intero processo produttivo è avvenuto nell'ambito dell'azienda, dalla coltivazione delle olive all'imbottigliamento del prodotto. La data di preferibile consumo, se comprensiva del giorno, consente di ovviare al lotto. Questo modello di etichetta contiene solo indicazioni obbligatorie.



Etichetta 2: Si tratta del caso precedente dove, oltre alle indicazioni obbligatorie vi sono alcuni esempi di indicazioni facoltative.



Etichetta 3: è il caso di un'azienda che molisce le proprie olive e confeziona l'olio ottenuto presso un frantoio. La ragione sociale della ditta di confezionamento può essere omessa. Questo esempio di etichetta non contiene solo indicazioni obbligatorie ma anche alcune indicazioni facoltative quali le modalità di conservazione e le indicazioni ecologiche.



Etichetta 4: è il caso di un extra vergine prodotto e confezionato dal frantoio che si avvale del sistema di estrazione tradizionale a presse idrauliche dove la temperatura della pasta di olive è tenuta al di sotto di 27 °C.

