

Olio: prove di dialogo nella filiera dopo i contrasti sull'etichetta d'origine



A partire dai nuovi obblighi in etichetta la filiera dell'olio d'oliva cerca di riannodare le fila del dialogo. Fra produttori e industria primo confronto all'assemblea Assitol.

Dopo le polemiche sull'origine obbligatoria prime prove di dialogo della filiera al convegno Assitol

Olio, faccia a faccia sull'etichetta

Colavita: ok alla trasparenza ma con norme applicabili - Gargano: non deve essere terreno di scontro

ROMA - «In Spagna le coop olivicole fanno cartello al punto da finire nel mirino della locale antitrust. Gli olivicoltori spagnoli invadono con i propri investimenti il Marocco e si presentano sui mercati come i rappresentanti della produzione tunisina. Mentre ci perdiamo in discussioni infinite sull'origine». Nell'intervento del direttore dell'Assitol, Claudio Ranzani, alla Tavola rotonda «Olio d'oliva nel mondo: marche italiane tra opportunità e rischi» c'è tutta l'amarrezza delle grandi marche italiane nei confronti della rinnovata battaglia nella filiera olivicola nazionale sull'indicazione obbligatoria dell'origine in etichetta. Una battaglia rinnovata dallo schema di decreto presentato dal ministro De Castro (si veda «Agrisolet» 19/2007) che sta per essere notificato a Bruxelles come norma tecnica. Un provvedimento che se è stato accolto con favore da parte di quasi tutto il mondo agricolo (solo Confagricoltura ha espresso qualche riserva) viene visto invece con perplessità da parte delle industrie olearie e dai confezionatori. Perplessità che riguardano soprattutto come una norma, come quella prevista dallo schema di decreto, verrà, quando verrà, tradotta in provvedimento e quindi produrrà i suoi effetti. Sullo sfondo restano interrogativi riguardo a chi vigila sull'osservanza degli

obblighi previsti dalla legge (il riferimento al regolamento 178/1998 appare anche a detta del mondo agricolo troppo debole), riguardo a quale segmento dell'olio made in Italy può avvantaggiarsi delle norme sull'origine obbligatoria, e soprattutto si teme che la norma si possa tradurre in un messaggio complesso difficile da cogliere se non contraddittorio. «Il rischio principale - ha aggiunto il presidente dell'Assitol, Leo-

struito una grande credibilità internazionale proprio facendo leva sui propri marchi, su messaggi semplici e su un know how messo a punto nei decenni per realizzare un prodotto che incontra i gusti del consumatore internazionale. Chiariamo un punto: non siamo affatto contrari a norme che garantiscano una maggiore trasparenza temiamo

solo che tale proposito poi si traduca in realtà in una maggiore confusione per il consumatore».

Per il presidente di Federoilio, Gennaro Forcella: «il nodo dell'origine va sciolto nell'ambito delle regole che già ci sono. E quindi l'indicazione dell'origine andrebbe resa da facoltativa in obbligatoria e soprattutto va rilanciato lo strumento dell'olio 100% italiano. D'altro canto nel momento in cui oltre

mille aziende made in Italy si accreditano per fare il "100% italiano" se non siamo in presenza di un plus obbligatorio poco ci manca».

A difendere a spada tratta il testo messo a punto dal ministro De Castro in rappresentanza di tutto il mondo produttivo italiano il presidente dell'Unaprol, Massimo Gargano. «L'origine in etichetta - ha detto Gargano - deve essere il punto di partenza di un nuovo gioco di

squadra nella filiera italiana dell'olio d'oliva e non certo un nuovo terreno di scontro. I dati mostrano che a fine 2006 l'ex-

travergine base era quotato 4,86 euro al chilo contro i 4,89 del 100% italiano. Pertanto 0,03 centesimi non giustificano l'iter cui bisogna assoggettarsi per fare il 100% italiano. Occorre quindi qualcosa di più. Occorre costruire un prodotto di grande qualità che possa fare da traino per tutto l'olio made in Italy e garantire una segmentazione che ci consenta di competere sui mercati con diverse tipologie di prodotto. Siamo convinti che l'olio d'oliva presenti un settore vitale come dimostrano i 6 milioni di piante d'ulivo messe a dimora in Italia nel 2006 ma ha bisogno di un passo in più. E l'origine in etichetta può rappresentare all'interno del settore agroalimentare una vera riforma».

Giorgio dell'Orefice

nardo Colavita - è che ne risulti indebolito il nostro olio made in Italy che negli anni si è co-