

LA SCHEDA

Olio: le novità introdotte dalla nuova legge anti contraffazione dell'olio dell'extra vergine di oliva

Art. 1 – ETICHETTE - Contrasta la scarsa leggibilità delle etichette. I consumatori devono sapere esattamente cosa portano in tavola. I caratteri delle lettere riportanti l'origine dell'olio dovranno essere ben visibili rispetto al colore del fondo. Nel caso di miscele di oli di oliva estratti in un altro Stato membro o Paese terzo, la dicitura va preceduta dal termine «miscela», stampato anch'esso in maniera ben evidente rispetto alle altre indicazioni.

Art. 2 – PANEL TEST - Per assicurare le caratteristiche qualitative dell'olio è attribuito valore probatorio nei procedimenti giurisdizionali al panel test. In questo modo sarà più facile smascherare gli oli difettati in commercio.

Artt. 4, 5, 6 - MESSAGGI INGANNEVOLI con questi articoli si disciplina il divieto di pratiche commerciali ingannevoli e si stabilisce l'illiceità dei marchi perché. Si impedisce in sostanza la registrazione come marchi d'impresa segni idonei a ingannare il pubblico sulla provenienza geografica delle materie prime degli oli di oliva vergini. È oltremodo efficace l'applicazione dell'art.517 (reclusione fino ad un anno o 20 mila euro di multa), del codice penale per chi adotta messaggi ingannevoli.

Art. 7 – Rappresenta un compromesso tra gli attori del settore per l'immissione diretta sul mercato del prodotto offerto al consumatore finale che ha scade a 18 mesi dalla data di imbottigliamento. Adeguate le sanzioni per le violazioni.

Art. 10 – Intensifica la collaborazione con gli uffici di frontiera per monitorare i flussi degli oli di oliva vergini che entrano nel nostro Paese. (Vedi scheda)

Artt. 8, 9, 10, 11 – questi articoli si riferiscono alle norme sul funzionamento del mercato e della concorrenza. Bene l'articolo 8 sui poteri di vigilanza alle autorità garante della concorrenza; l'articolo 9 che previene le frodi nell'applicazione del TPA (traffico di perfezionamento attivo), si veda a tal proposito la scheda dedicata. L'articolo 10 contro il segreto delle importazioni agroalimentari ed il successivo articolo 11 che concerne la materia delle vendite sottocosto degli oli di oliva extra vergini.

Artt. 12, 13, 14, 15, 16 – Riguardano le norme che disciplinano il contrasto alle frodi. In particolare **l'art. 12** – dispone che venga accertata la responsabilità penale di eventuali comportamenti illeciti da parte di taluni soggetti e che la stessa responsabilità, in caso di accertamento, venga estesa all'ente che questi soggetti rappresentano. **L'art. 13** – prevede sanzioni accessorie per il delitto di contraffazione di IGP o DOP. **L'art. 14** rafforza gli istituti processuali investigativi che prevedono: la pubblicità della condanna sui quotidiani nazionali e il divieto per cinque anni di operare nel settore. a confisca di beni e denaro per il condannato che non possa giustificare la provenienza. **L'art. 15** – dispone sanzioni accessorie in caso di condanna per adulterazione o contraffazione con l'esclusione da contributi pubblici finanziamenti o mutui agevolati e divieto di svolgere attività imprenditoriali. **L'art. 16** dispone l'obbligo di costituzione e aggiornamento del fascicolo aziendale.

L'art. 17 dispone, infine, l'invarianza degli oneri e l'entrata in vigore della legge il giorno dopo la pubblicazione della stessa sulla Gazzetta Ufficiale.

Nota esplicativa sul TPA (ved. Art.9)

Unaprol concorda e sottolinea la richiesta di norme più restrittive in tema di traffico di perfezionamento attivo. Vale a dire l'importazione e la lavorazione di oli stranieri nel nostro paese che poi vengono riesportati, anche per committenti stabiliti in Paesi non comunitari.

Temporanea importazione per equivalenza è cosa molto diversa da quella per identità. L'effetto che essa produce sull'olio italiano è fortemente impattante sia sulla qualità che sui prezzi di mercato. La procedura di equivalenza consente di introdurre olio extracomunitario nel mercato italiano con l'unico obbligo di rispettare la ri-esportazione della sola quantità entro una certa scadenza.

Questa procedura consente quindi la "sostituzione" dell'olio importato potendolo commercializzare anche in Italia. Ovviamente gli oli importati di buona qualità "alleggeriscono" la domanda dei nostri oli nazionali, con tutte le conseguenze disastrose che si registrano.

Anche se il Ministero delle Politiche Agricole ultimamente non ha più concesso i "nulla osta" per equivalenza necessari per il rilascio delle autorizzazioni da parte delle Dogane, va però segnalato che i grandi esportatori di olio confezionato, hanno utilizzato una norma comunitaria che permette loro di eludere il "blocco ministeriale".

La norma in questione è il Reg.: CEE n. 2454/93 (e successive modifiche ed integrazioni) che consente **la temporanea importazione per equivalenza in caso di commessa conto terzi**.

In effetti la ratio della norma è quella di permettere ad una ditta italiana di ricevere commesse di "conto lavorazione" da clienti residenti fuori l'Unione Europea. Il punto debole della procedura sta nella possibilità di attuare la procedura del TPA in "equivalenza".

Alcune grandi aziende hanno messo in piedi uno stratagemma in base al quale, operando nella legalità, riescono a portare liberamente in Italia oli extracomunitari, avendo costituito delle società, con sede in territorio svizzero (fuori dalla UE), attraverso le quali vengono conferite commesse in conto lavorazione alle ditte confezionatrici italiane a loro collegate. In questo modo, non solo riescono ad ottenere la temporanea importazione per equivalenza, ma (previsto sempre dalla norma) possono effettuare, in forma anticipata, delle esportazioni con l'obbligo di re-importazione entro 3 mesi, addirittura senza pagare diritti doganali.

Vale a dire che operatori di queste proporzioni riescono ad approvvigionarsi di ingenti quantità di oli extra UE, potendoli poi utilizzare nelle miscele vendute in Italia, evitando così di comprarlo dai produttori del nostro Paese. Inutile sottolineare ancora una volta la criticità del "sistema equivalenza", che liberalizza di fatto ogni tipo di utilizzazione qualitativa, attraverso il meccanismo del conto terzi. In America si riscontrano ingenti quantità di olio 100% italiano a prezzi impossibili circa 2 Euro a litro!

Potrebbe accadere che l'esportazione venga cartacemente effettuata con oli comunitari; mentre sul prodotto confezionato, nella parte più nascosta del container (opposta rispetto all'apertura delle porte), l'etichetta riporti la dicitura "100% italiano".

Le Dogane dovrebbero dunque operare molto più insistentemente la "verifica merce" in modo da monitorare ogni tentativo di contraffazione.

In questo modo, prelevando campioni soprattutto nel fondo dei container, si può effettuare un controllo sia dell'etichetta che del contenuto.

Scheda art. 10

L'arrivo in Italia di olio di oliva straniero ha raggiunto, nel 2011, il massimo storico di 625mila tonnellate e ha superato la produzione nazionale calcolata dall'Istat a circa 546mila tonnellate. L'Italia è il primo importatore mondiale di olio che per il 74 per cento - precisa Unaprol - viene dalla Spagna, il 15 per cento dalla Grecia e il 7 per cento dalla Tunisia. Nel 2011 - sottolinea l'osservatorio economico Unaprol - si è dunque verificato un ulteriore aumento del 3 per cento nelle importazioni di olio di oliva dall'estero che sono quasi triplicate negli ultimi 20 anni (+163 per cento), sommersendo di fatto la produzione nazionale, che da sola non copre i consumi nazionali.

LE IMPORTAZIONI E LE ESPORTAZIONI DI OLIO DI OLIVA

| Anno | importazioni in tonnellate | esportazioni in tonnellate |
|-------|-------------------------------|-------------------------------|
| 1992 | 221.771 | 133.431 |
| 1997 | 485.774 | 198.496 |
| 2002 | 525.871 | 291.900 |
| 2005 | 468.129 | 334.232 |
| 2006 | 442.044 | 290.252 |
| 2007 | 513.420 | 294.513 |
| 2008 | 492.810 | 306.267 |
| 2009 | 470.027 | 294.420 |
| 2010 | 569.042 | 343.327 |
| 2011 | 625.000 | 402.000 |
| 2012* | 575.000 | 420.000 |

Fonte: elaborazioni Unaprol su dati Istat

* stime Ismea export e import

PRODUZIONE ITALIANA DI OLIO DI PRESSIONE (T)

| Regioni | 2010 | 2011 | Var. % 2011/2010 |
|-----------------------|----------------|----------------|---------------------|
| Piemonte | 13 | 13 | 0 |
| Lombardia | 999 | 993 | -0,6 |
| Trentino Alto Adige | 264 | 210 | -20,5 |
| Veneto | 1.309 | 1.395 | 6,6 |
| Friuli Venezia Giulia | 34 | 30 | -11,8 |
| Liguria | 3.557 | 3.850 | 8,2 |
| Emilia Romagna | 785 | 807 | 2,8 |
| Toscana | 18.449 | 15.156 | -17,8 |
| Umbria | 10.340 | 7.611 | -26,4 |
| Marche | 4.409 | 3.781 | -14,2 |
| Lazio | 28.555 | 26.337 | 7,8 |
| Abruzzo | 18.748 | 19.404 | 3,5 |
| Molise | 6.249 | 5.468 | -12,5 |
| Campania | 39.606 | 41.492 | 4,8 |
| Puglia | 161.078 | 185.072 | 14,9 |
| Basilicata | 6.220 | 6.220 | 0 |
| Calabria | 157.918 | 176.834 | 12 |
| Sicilia | 48.467 | 47.502 | -2 |
| Sardegna | 6.066 | 3.640 | -40 |
| Italia | 513.066 | 545.822 | 6,4 |

Fonte: Unaprol

Costi di produzione nei principali mercati italiani

Costi medi di produzione di 1 kg di olio

| | |
|-------------|-------------|
| Centro Nord | 5,80 |
| Puglia | 3,53 |
| Calabria | 3,64 |
| Sicilia | 4,67 |

Tali dati si riferiscono a condizioni medie. All'interno sono presenti situazioni differenziate in considerazione sia della dimensione aziendale, sia del grado di integrazione raggiunto e della conseguente capacità di implementare strategie più o meno articolate da parte delle imprese.

Dati di vendita

In Italia, nell'anno terminante ad ottobre 2012 sono stati venduti complessivamente circa 221 milioni di litri di olio per un valore di 857 milioni di euro;

la categoria più venduta è l'extravergine "convenzionale" per la quale si registra una situazione di stabilità a volume (+1%) ed una stabilità a valore (-0,3%), rispetto allo stesso periodo del 2011;

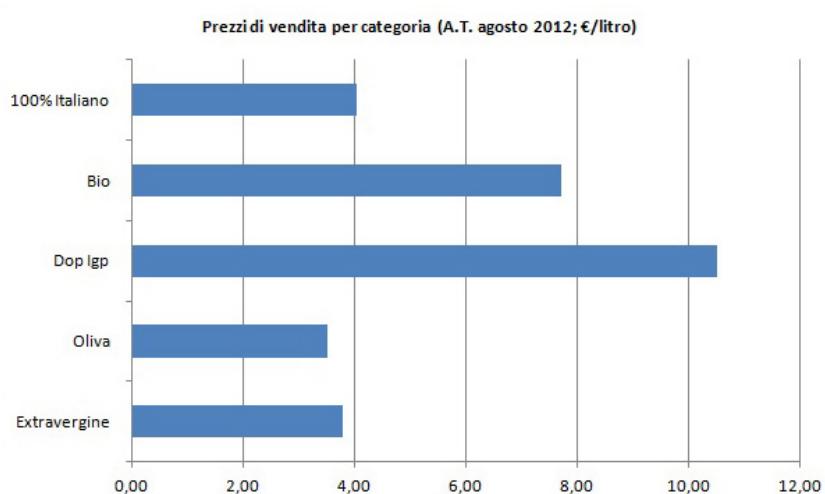
per le Dop si evidenzia una contrazione per i volumi (-1%) e una crescita del 2% del valore;

per il bio la tendenza positiva riguarda sia i volumi, sia i valori (rispettivamente +3% e +4%);

Tale dinamica rileva che l'extra vergine convenzionale è sottoposto ad una forte pressione promozionale che soddisfa una domanda di massa attenta al prezzo.

Ciò rappresenta un'opportunità per sviluppare nicchie di mercato in cui la qualità e i valori ad essa connessi possono soddisfare una domanda più selettiva ma con una buona propensione alla spesa.

PREZZI



I prezzi di vendita delle diverse categorie di oli evidenziano un sostanziale appiattimento delle quotazioni per l'extravergine "convenzionale", l'oliva e il 100% italiano.

Gli oli di qualità (Bio e Dop Igp) riescono a posizionarsi su una fascia di prezzo decisamente più alta.

PREZZI ALL'ORIGINE

L'extra vergine italiano, dopo l'introduzione del Regolamento comunitario 182/09, sull'origine obbligatoria, si è posizionato su livelli di prezzo più alti rispetto ai competitor, segno di un maggior riconoscimento da parte del mercato. Tale situazione riesce a gratificare i produttori. La legge Mongiello consentirà di far luce sulle zone d'ombra ancora esistenti nel mercato dell'olio di oliva.