

**D** O S S I E R

# Origine delle materie prime in etichetta?

Un Dossier per chiarire le ragioni del no di Federalimentare alla proposta di indicare obbligatoriamente l'origine geografica delle materie prime in etichetta. L'industria alimentare difende il sistema europeo delle Dop e Igp e la competitività dei prodotti alimentari italiani sui mercati esteri



**FEDERALIMENTARE**  
Federazione Italiana dell'Industria Alimentare



Sicurezza alimentare e attese del consumatore: lo scenario in cui s'inserisce la proposta Coldiretti	4
La raccolta di firme per riportare in etichetta l'origine delle materie prime: le posizioni in campo, il dibattito suscitato	9
Le ragioni dell'industria alimentare per dire no a una proposta che mette a rischio la competitività del made in Italy alimentare	12
Il punto di vista di 3 filiere: pasta, carni lavorate e salumi, olio d'oliva	16
In conclusione, il perché Federalimentare dice no alla proposta di legge sostenuta dalla Coldiretti	23



# Premessa

*Negli ultimi anni l'interesse degli italiani per la sicurezza e la qualità dei prodotti alimentari è fortemente cresciuto. I consumatori pongono una maggior attenzione ai cibi che portano in tavola, si preoccupano sempre di più della salubrità degli ingredienti (soprattutto dopo il verificarsi di situazioni critiche, come la BSE) e sono diventati più esigenti anche in termini di qualità. Il tema della sicurezza alimentare, del resto, è stato posto in cima alle priorità della UE, che sta seguendo un percorso volto a ridurre al minimo i rischi per il consumatore.*

*L'industria alimentare italiana, da parte sua, ha assunto da tempo una posizione molto netta: la sicurezza è un imperativo, una pre-condizione, un obiettivo che le imprese devono obbligatoriamente perseguire, mentre la qualità è una libera scelta imprenditoriale.*

*Il confronto su questi temi è spesso acceso e viene alimentato ogni qualvolta si presenta una emergenza (vera o presunta) che tocca il cibo e finisce per avere un impatto emotivo sull'opinione pubblica.*

*Uno degli argomenti balzati agli onori della cronaca nel corso del 2003 è quello dell'origine degli ingredienti dei prodotti alimentari. La Coldiretti ha infatti promosso la raccolta di firme per arrivare a una proposta di legge popolare per rendere obbligatoria, nelle confezioni o sulle etichette dei prodotti, l'indicazione dell'origine del prodotto stesso e delle materie prime che sono state utilizzate. La proposta, giudicata criticamente da Federalimentare, ha suscitato un vivace dibattito, tuttora in corso, a livello imprenditoriale, politico e sociale.*

*Questo Dossier si propone di fare il punto sulla questione, ripercorrendo la strada finora compiuta dal dibattito e riproponendo le posizioni dei diversi interlocutori interessati, con l'obiettivo di fornire a chi legge elementi utili alla formazione di un giudizio equilibrato, al di fuori di qualsiasi emotività e facile demagogia.*

*Il Dossier traccia, innanzitutto, un quadro della realtà sulla quale impatta la proposta della Coldiretti, chiarendo che la sicurezza di un prodotto alimentare viene assicurata da altri sforzi, investimenti e leggi: quali sono le principali regole che vengono seguite per garantire la sicurezza dei prodotti alimentari, quali e quante risorse vengono destinate all'autocontrollo e ai controlli pubblici, qual è il grado di fiducia del consumatore verso l'industria alimentare e nei confronti dei controlli?*

# Sicurezza alimentare e attese del consumatore: lo scenario in cui s'inserisce la proposta Coldiretti

Prima di mettere a fuoco gli obiettivi dell'iniziativa della Coldiretti e di ricostruire, in maniera molto sintetica, il dibattito che ha suscitato e le prese di posizione che ha generato, proviamo ad analizzare il contesto, relativo a qualità e sicurezza del prodotto alimentare, nel quale s'inserisce l'attività di raccolta firme intrapresa dall'associazione dei coltivatori diretti.

Il raggiungimento di livelli di sicurezza alimentare il più possibile elevati è diventato una priorità strategica della Commissione europea. Le linee da seguire sono ormai state chiaramente indicate: applicare il nuovo quadro giuridico del settore alimentare che tiene conto dell'intera filiera ("From farm to fork", dal campo alla tavola); responsabilizzare al massimo i produttori per quanto riguarda la sicurezza; svolgere puntuali controlli pubblici; predisporre strumenti efficaci in grado di far fronte a emergenze sanitarie che si manifestino in uno qualsiasi degli anelli della catena alimentare. Grande rilevanza è stata data inoltre alla informazione rivolta ai consumatori, che devono essere posti nella condizione di poter scegliere con tranquillità gli alimenti da portare sulla propria tavola e devono essere consapevoli delle conseguenze negative che un regime alimentare scorretto può produrre sulla salute.

## CON IL SISTEMA HACCP RISCHI SOTTO CONTROLLO IN OGNI MOMENTO

Un passo importante per assicurare la sanità degli alimenti è stato compiuto con l'emanazione della direttiva Cee 43/93 "Igiene dei prodotti alimentari", recepita in Italia con decreto legislativo n. 155 del 1997, che ha esteso a tutte le attività industriali e artigianali del settore alimentare l'obbligo di dotarsi di un programma di autocontrollo, basato sulla metodologia HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points). Questo sistema punta a identificare e ad analizzare i danni che si potrebbero verificare nelle diverse fasi del processo produttivo, a definire i mezzi necessari per neutralizzarli e ad assicurare l'efficacia e l'efficienza degli interventi difensivi. L'obiettivo dell'autocontrollo, dunque, non è più quello di intervenire sulle non conformità rilevate, ma quello di prevenirne le cause di insorgenza, prima che si verifichino gli eventi negativi, e in ogni caso, di applicare sempre le opportune azioni correttive, minimizzando i rischi di carattere sanitario.

Più in particolare, un piano di autocontrollo HACCP deve basarsi sui seguenti principi: analisi dei potenziali rischi microbiologici per gli alimenti; individuazione dei passaggi nell'ambito della catena produttiva in cui possono verificarsi dei rischi per i prodotti; decisioni da prendere con riferimento ai punti critici microbiologici individuati; determinazione e applicazione di procedure di controllo e di sorveglianza dei punti critici; riesame periodico dell'analisi dei rischi dei punti critici e delle procedure di controllo e sorveglianza.

## UN PIANO SU MISURA PER OGNI PRODUTTORE

Per predisporre il proprio piano di autocontrollo, gli operatori si avvalgono dei "Manuali di corretta prassi igienica" che, partendo da un'analisi dei rischi riferita a un settore nel suo insieme, propongono i mezzi tecnici e i sistemi di sorveglianza necessari a garantire il rispetto delle norme.

Naturalmente ciascun manuale, predisposto per un settore alimentare nel suo complesso (ad esempio per gli alimenti a base di carne o per i prodotti della pesca, per la ristorazione, per la commercializzazione e così via) dovrà essere calibrato da ciascun operatore sulla base della propria realtà produttiva e delle dimensioni dell'azienda, per poter ottenere un piano di autocontrollo proporzionato alle proprie esigenze.

La preparazione dei manuali può essere fatta dalle Associazioni del settore, da privati, da Organizzazioni di normazione. I manuali redatti a livello nazionale devono essere inviati alla Commissione UE in vista di una standardizzazione di buona prassi a livello comunitario.

## E ORA ARRIVA LA TRACCIABILITÀ PER L'INTERA FILIERA

Un altro passo importante ai fini della sicurezza è stato compiuto con l'emanazione del Regolamento CE 178/2002 che stabilisce i principi generali della legislazione del settore, istituisce l'Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare e fissa nuove procedure da seguire.

Alla base del Regolamento vi è la convinzione che per garantire la sicurezza degli alimenti è necessario considerare l'intera catena della produzione alimentare, a partire dalla produzione primaria, e che è necessario responsabilizzare tutti i soggetti coinvolti nella filiera. È stato così introdotto il principio della rintracciabilità: gli operatori europei del settore alimentare e dei mangimi dovranno disporre (a partire dal primo gennaio 2005) di sistemi e procedure per individuare sia la fonte di approvvigionamento delle materie prime, sia le imprese alle quali hanno fornito i loro prodotti. Tutte queste informazioni dovranno essere messe a disposizione delle autorità competenti che le richiedano. La rintracciabilità consente dunque di ricostruire e seguire il percorso di un alimento, di un mangime, di un animale destinato alla produzione alimentare o di una sostanza destinata a far parte di un alimento, in tutte le fasi della produzione, della trasformazione e della distribuzione. Così, nel caso in cui venga riscontrata una non conformità dell'alimento o del mangime in un qualsiasi punto della filiera, grazie alle nuove norme sulla rintracciabilità sarà possibile intervenire: "a valle", richiamando il prodotto uscito dalla disponibilità dell'operatore, e "a monte", facendo il percorso della catena di produzione a ritroso verso l'origine, per individuare le cause della non conformità e adottare le opportune misure correttive.

A livello europeo le Istituzioni della Comunità stanno provvedendo ad attuare i principi sulla rintracciabilità previsti dal Regolamento 178/2002 in modo da costruire un sistema di regole uniformi che permetta di valorizzare al massimo questi principi ai fini del raggiungimento di elevati livelli di sicurezza alimentare sull'intero territorio del Mercato Unico. A livello mondiale, sia in ambito di Codex Alimentarius sia di ISO (International Standard Organization), sono in via di elaborazione standard internazionali per uniformare i criteri di rintracciabilità nelle filiere agroalimentari.

Con lo stesso Regolamento è stata istituita l'Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare, organismo di alto livello scientifico, indipendente, cui è stato assegnato il compito di svolgere l'analisi del rischio e di comunicare i risultati al mondo esterno, mentre della gestione del rischio dovranno occuparsi le istituzioni "politiche" dell'Unione Europea.

La città di Parma è stata prescelta come sede dell'Autorità.

## LE ETICHETTE, STRUMENTO DI TRASPARENZA E INFORMAZIONE

Risponde soprattutto a esigenze di trasparenza e di informazione la normativa sull'etichettatura dei prodotti alimentari che è stata introdotta in attuazione di Direttive CE con il Decreto legislativo n. 109 del 1992 e successivamente con il Decreto legislativo n. 101 del 2003.

L'etichetta fornisce infatti una serie di utili informazioni sul contenuto delle confezioni: la denominazione esatta e gli ingredienti, elencati in ordine decrescente per quantità. Queste indicazioni permettono al consumatore di valutare la qualità del prodotto, ma possono anche essere utili a chi è intollerante nei confronti di determinati ingredienti, magari per un'allergia. La legge sull'etichettatura prevede anche la possibilità di riportare sulla confezione informazioni complementari per guidare meglio le scelte degli acquirenti.

C'è poi l'etichetta nutrizionale, volontaria ma già molto diffusa, che può aiutare ad alimentarsi in maniera consapevole in base alle proprie necessità dietetiche. Nell'etichetta devono inoltre essere indicati, oltre alla quantità del prodotto o il peso sgocciolato nel caso in cui siano presenti liquidi per conservare (acqua, aceto, salamoia), gli additivi presenti, segnalati con il loro nome o con la sigla europea, ma sempre con la specificazione della categoria dell'additivo. E poi ancora: le modalità di conservazione, di consumo e la data di scadenza, il nome del produttore o distributore e il luogo di produzione, un codice che consenta di identificare il lotto di appartenenza del prodotto in modo da poter rintracciare velocemente partite eventualmente non conformi. La legge stabilisce inoltre l'obbligatorietà di ulteriori indicazioni per alcuni prodotti, come ad esempio quelle riguardanti il grado alcolico.

Il livello di responsabilità raggiunto da produttori e distributori, i moderni sistemi di controllo e la maggior consapevolezza dei consumatori hanno ormai reso estremamente rari i casi di non rispondenza fra ciò che è dichiarato in etichetta e il contenuto della confezione, casi che comunque vengono pesantemente sanzionati.

## INDICAZIONE DI ORIGINE OBBLIGATORIA PER CARNE, PESCE, FRUTTA E VERDURA

Per alcuni prodotti alimentari è stato introdotto recentemente l'obbligo di indicarne l'origine: così è stato per la carne bovina, dopo la crisi della "mucca pazza", per il pesce e per la frutta e la verdura.

Più in generale, la Direttiva 2000/13 CE stabilisce che l'indicazione dell'origine del prodotto (ma non delle materie prime impiegate) è obbligatoria nella sola ipotesi in cui "l'omissione possa indurre l'acquirente in errore circa l'origine e la provenienza del prodotto alimentare".

## UN MILIARDO DI ANALISI DI AUTOCONTROLLO ALL'ANNO, CON UN COSTO DI 1.400 MILIONI DI EURO

L'autocontrollo e i controlli pubblici costituiscono una rete molto fitta a protezione e tutela della sicurezza degli alimenti. L'attività di autocontrollo, secondo i dati forniti dalla Federalimentare (che rappresenta le 18 Associazioni di settore aderenti alla Confindustria), consiste in quasi 1 miliardo di analisi di controllo qualità e sicurezza svolte ogni anno. Si tratta di 330 controlli al giorno, su 220 parametri diversi, per 240 giorni lavorativi, in ciascuno dei 12 mila stabilimenti produttivi di proprietà delle 7 mila aziende che costituiscono l'asse portante dell'industria alimentare italiana. In ciascun stabilimento, insomma, vengono fatte in media 80 mila analisi all'anno.

Questo impegno comporta naturalmente dei costi: gli addetti dell'industria alimentare che concorrono in modo diretto alla sicurezza sono infatti 57 mila, il 21% degli oltre 270 mila dipendenti dell'intero settore. Circa un terzo di questi, 57 mila addetti, lavora nei laboratori centrali delle aziende dove si svolgono controlli di qualità e sicurezza, ma viene fatta anche attività di ricerca applicata. Gli altri 40 mila sono invece lavoratori di processo, attivi nelle linee di produzione dove assicurano la realizzazione sistematica degli esami e dei controlli. L'onere derivante da queste attività (costi per stipendi, formazione e aggiornamento del personale e costi per la strumentazione) viene valutato dalla Federalimentare in oltre 1.400 milioni di euro all'anno, una somma pari all'1,6% del fatturato totale del settore, che sommati alla attività di ricerca, pari a 1.050 milioni di euro, raggiungono il 2,6% del fatturato totale del settore.

## 720 MILA CONTROLLI PUBBLICI NEL 2002

Una ulteriore garanzia di sicurezza è data dai controlli pubblici, alcuni dei quali vengono svolti tutti i giorni durante il processo produttivo dai rappresentanti degli organismi di controllo presenti negli stabilimenti. Nei settori della lavorazione delle carni, in particolare, vengono effettuati ogni anno centinaia di migliaia di controlli previsti dalle normative verticali in vigore. Nel settore avicolo, ad esempio, vengono fatte le visite ante mortem e post mortem dei volatili, i controlli visivi e igienico sanitari degli ambienti di lavoro e della mazzatura, i controlli sulla bollatura sanitaria e sull'etichettatura dei prodotti, le verifiche sull'efficacia dell'autocontrollo e della corretta gestione della documentazione.

Ma oltre ai controlli di routine, nel 2002 secondo i dati di una ricerca Doxa (promossa da Federalimentare e da quattro associazioni di consumatori), sono stati effettuati 720 mila controlli ispettivi pubblici negli stabilimenti industriali del settore alimentare, vale a dire 60 controlli in media all'anno in ciascuno dei 12 mila stabilimenti industriali delle 7 mila aziende del settore: più di uno alla settimana, della durata media di due giorni. I costi determinati dall'attività di controllo pubblico sono stati stimati da Federalimentare in 252 milioni di euro, pari allo 0,3% del fatturato del settore alimentare, che si aggiungono ai 1.400 milioni di euro (1,6% del fatturato) derivanti dall'autocontrollo. Si può dire dunque che l'1,9% del fatturato industriale viene impegnato per garantire la sicurezza alimentare e la qualità dei nuovi prodotti.

L'indagine è stata condotta sulla base delle risposte fornite, nel luglio 2003, da 130 aziende del settore alimentare, operanti in diversi settori merceologici, ubicate in tutte le aree geografiche e appartenenti a tutte le classi dimensionali. È emerso inoltre che nell'attività di controllo pubblico sono stati impegnati una dozzina di enti: in primo luogo il Servizio Veterinario e Zooprofilattico e le ASL, ma anche l'Ispettorato Centrale Repressione Frodi, i Laboratori delle Dogane, i Nuclei Antisofisticazione dei Carabinieri (NAS), la Guardia di Finanza, l'Istituto Superiore di Sanità e altri.

La ricerca è stata promossa nell'ambito delle iniziative previste dalla "Dichiarazione congiunta" sottoscritta nel novembre 2002 da Federalimentare e da quattro associazioni di consumatori: Altroconsumo, Associazione Consumatori e Utenti (ACU), Federconsumatori, Unione Nazionale Consumatori (UNC) con l'obiettivo di collaborare ai fini della sicurezza alimentare. Sono stati costituiti a tal fine tre gruppi di lavoro congiunti per approfondire (ed eventualmente elaborare proposte da presentare alle Autorità competenti) le seguenti tematiche: 1) monitoraggio e valutazione del sistema dei controlli per armonizzare e rendere più efficace l'intero sistema, a tutela dei consumatori e dell'ambiente; 2) adozione di iniziative per migliorare la sicurezza lungo tutta la filiera, anche alla luce dei nuovi compiti assegnati alle Regioni in seguito alla modifica del Titolo V della Costituzione; 3) monitoraggio e valutazione dell'evoluzione normativa del settore a livello europeo, nazionale e regionale.

## MA SERVE UN MAGGIOR COORDINAMENTO PER UTILIZZARE AL MEGLIO LE RISORSE

L'indagine ha messo in evidenza che il sistema dei controlli pubblici è molto esteso, ma caratterizzato da una notevole parcellizzazione nell'attribuzione delle funzioni atte a garantire la sicurezza alimentare del cittadino: i controlli, insomma, risultano eterogenei e non coordinati. La Federalimentare e le quattro Associazioni dei consumatori hanno concordemente sottolineato la necessità di giungere al più presto a una "armonizzazione e riqualificazione del sistema", eliminando "elementi di irrazionalità organizzativa e una dispersione delle competenze che riducono l'efficacia degli interventi e non permettono un uso calibrato e mirato delle risorse impegnate".

## I CONSUMATORI SI FIDANO SEMPRE DI PIÙ DEI CONTROLLI SUI CIBI: PAROLA DI DOXA

A fronte di questo impegno, si registra una maggior fiducia degli italiani nei confronti dei controlli svolti sia dall'industria alimentare sia dagli enti pubblici, come testimonia la ricerca condotta dal "Monitor Doxa-Federalimentare" riferita alla primavera del 2003. L'indagine è stata condotta su un campione rappresentativo di consumatori adulti attraverso oltre 2000 interviste dirette realizzate in 140 comuni di tutte le regioni italiane.

Il primo dato che emerge indica che gli italiani si fidano di più del cibo che portano in tavola: il 77,3% dei consumatori infatti si dichiara soddisfatto di ciò che mangia, con un 10% in più rispetto alle rilevazioni fatte dodici mesi prima, quando i "molto o abbastanza soddisfatti" rappresentavano il 66,7% del totale. Interessante notare inoltre che la quota dei "molto soddisfatti", che aveva accusato un declino a partire dalla primavera del 2001 (quando toccava il 19,8%), è tornata a risalire raggiungendo il 15,4% contro il 12,5% dell'autunno 2002.

Dall'indagine emerge inoltre una generalizzata crescita della fiducia nei confronti dell'intera filiera alimentare: ci si fida di più dei controlli, obbligatori e volontari, svolti dall'industria che produce alimenti (si passa dal 55,1% della primavera 2002 al 62% della primavera 2003); ci si fida maggiormente delle verifiche effettuate dagli enti pubblici (60% contro il 57,4% di un anno prima), dei criteri di conservazione dei prodotti alimentari nei punti vendita (dal 63,7 al 66,6%), ma anche nei pubblici esercizi, con una percentuale del 46,8%, in crescita dopo mesi di stabilità al livello del 45,4%.

In ogni caso il consumatore si aspetta sempre più controlli sulle materie prime impiegate e sui fornitori (44%), sempre più controlli nei supermercati e nei negozi (38,7%) in particolare per verificare la scadenza e la freschezza dei prodotti, e maggiori informazioni sulle confezioni ed etichette (23,6%).

Quanto alla sicurezza, il 73,6% degli italiani ritiene che il progresso tecnologico applicato alla produzione dell'industria alimentare ha reso gli alimenti più sicuri che in passato, mentre un 20% del campione esprime un giudizio completamente opposto.

## LA MARCA COME GARANZIA DI SICUREZZA E QUALITÀ

Ma in base a quali criteri i consumatori valutano la sicurezza dei prodotti? Dalla ricerca emergono quattro priorità: sapere se tutte le norme igienico-sanitarie sono state rispettate (41%); avere la certezza che il prodotto sia stato controllato dall'origine fino al luogo di acquisto (33%); avere la garanzia che si possa sempre ricostruire il percorso compiuto dal prodotto e dalle materie prime impiegate (31%); sapere con quali modalità è stato preparato (30%).

Sono invece cinque i principali criteri in base ai quali il consumatore sceglie il prodotto da acquistare: al primo posto c'è la marca (46,1%) che viene dunque vista come garanzia di sicurezza e qualità, seguono la data di scadenza (37,4%), il prezzo (33,1%), gli ingredienti (19,8%), la conoscenza o meno del prodotto (16,8%).

## L'INDUSTRIA ALIMENTARE, SOCIALMENTE RESPONSABILE PER IL 65% DEGLI ITALIANI

La crescita del rapporto di fiducia tra consumatori e industria viene ricostruita dalla ricerca Doxa anche attraverso altri parametri: il 65% degli intervistati, ad esempio, ritiene che oggi l'industria alimentare opera in maniera socialmente responsabile, e 8 italiani su 10 riconoscono al sistema industriale del nostro Paese due meriti: "aver reso la preparazione di un pasto effettivamente alla portata di tutti, per tempo necessario e facilità" (81%) e consentire "di scegliere ogni giorno tra centinaia di prodotti, aumentando il margine di libertà individuale" (80%).

Il valore sociale dell'industria alimentare è stato analizzato anche in una originale ricerca svolta dal Censis nel giugno 2003 per conto di "Alimentare Servizi srl" di Federalimentare. Partendo dalla constatazione che ogni attività umana ha un impatto sulla società e sull'ambiente che può essere positivo (creando opportunità e vantaggi) ma anche negativo (inquinamento, danni alla salute e così via), il Censis ha messo a punto un modello sperimentale per valutare qualitativamente, ma sulla base di indici quantitativi, in che modo questo settore industriale interagisce con la società all'interno della quale opera.

Ne è risultato che l'industria alimentare ha sviluppato circa un quarto delle sue potenzialità massime teoriche in termini di valore sociale: il "bilancio" del settore risulta infatti positivo per il 24,8%, saldo tra benefici apportati (più 37,3%) e esternalità negative (meno 12,5%). Per giungere a questi risultati lo studio ha analizzato costi e vantaggi sociali prodotti dall'industria in cinque campi: cultura, territorio e ambiente, imprese, società, salute. Il più alto valore sociale prodotto (più 43,7%) è stato individuato nell'ambito del sistema sociale e il più basso (più 4,1%) in quello della salute pubblica; valori intermedi caratterizzano il campo della cultura alimentare (più 37,5%), quello di territorio e ambiente (più 22,9%) e dell'impresa (più 15,6%).

### **INTANTO ALL'ESTERO L'ALIMENTARE ITALIANO "FA" PIÙ IMMAGINE DELLA MODA E DEL CALCIO**

Passando dai consumatori italiani a quelli stranieri una cosa è certa. L'immagine del comparto alimentare all'estero, seppure i risultati dell'export risultano stazionari, continua a lievitare. Lo dimostra uno studio realizzato da Federalimentare in collaborazione con il Censis, coinvolgendo un ampio campione di giornalisti stranieri corrispondenti dall'Italia. Per loro dovendo creare un'associazione immediata tra l'Italia e alcuni suoi plus riconosciuti, la cucina e la gastronomia "battono" non solo l'alta moda e le attrattive di musica, arte e letteratura, ma anche le bellezze del paesaggio e la spettacolarità della scuola italiana di calcio. Insomma, solo le città d'arte ricevono un gradimento (9,1 su 10) più alto della nostra migliore proposta alimentare (8,5 su 10), lì dove la moda si ferma a 8,2 e il tanto decantato profilo marino (coste e isole) mediterraneo a 6,8.

Per la metà del campione (52,1%) esiste perciò uno "stile alimentare italiano" dai tratti ben distinguibili. Sinonimo soprattutto di "ricercatezza e buon gusto" (47,3%), ma anche di salubrità (12,9%) e di "convivialità a spensieratezza" (17,2%).

Lo studio conferma anche che quanto più piacciono, i nostri prodotti, tanto più vengono copiati e imitati. Infatti il 53,8% dei giornalisti conferma che nel loro Paese (ma si arriva al 72% per l'America latina e al 60% per gli Usa) vengono spacciati per italiani prodotti alimentari che d'italiano non hanno davvero nulla. Ma, quello che è ancora più grave, nel 70,8% dei casi i consumatori non sono in grado di distinguere le imitazioni dai prodotti autentici: solo nel 29,2% scelgono i "falsi" con la consapevolezza di acquistare altro, magari solo per risparmiare.

Allo stesso modo chi decide di mangiare in un ristorante italiano all'estero nel 44% dei casi lo fa come scelta "meditata di ricerca di qualcosa di elevata qualità" (solo il 26,9% la considera solo una possibilità tra le tante), anche se poi un terzo (33,3%) dei frequentatori dei nostri ristoranti all'estero lamenta che spesso deve accorgersi che in quel locale d'italiano c'è davvero poco.

# La raccolta di firme per riportare in etichetta l'origine delle materie prime: le posizioni in campo, il dibattito suscitato

Nel marzo 2003 l'organizzazione dei coltivatori lancia una campagna per una proposta di legge popolare con l'obiettivo di rendere obbligatoria l'indicazione, nelle etichette o nelle confezioni, dell'origine dei singoli ingredienti dei prodotti alimentari. Per quanto riguarda i prodotti non trasformati si dovrebbe indicare "il Paese di origine e eventualmente la zona di produzione", mentre per i prodotti trasformati diventerebbe obbligatorio indicare "la zona di coltivazione o di allevamento della materia prima agricola utilizzata nella preparazione e nella produzione".

L'iniziativa, secondo la Coldiretti, risponde ad una domanda di trasparenza da parte dei consumatori ma la nuova normativa servirebbe anche a valorizzare maggiormente le caratteristiche di qualità e salubrità delle materie prime di origine italiana. Nel motivare la proposta, il Presidente della Coldiretti, Paolo Bedoni, sostiene infatti che il consumatore deve poter disporre di tutte le informazioni per scegliere il prodotto da acquistare. Un pacco di pasta su quattro – spiega – contiene anche grano duro estero, ma ciò non appare in etichetta e il 20% del concentrato di pomodoro utilizzato per produrre salse poi vendute come italiane proviene dalla Cina. E ancora: 180 milioni di litri di olio d'oliva vengono importati ogni anno per essere miscelati con quello italiano.

Con questa proposta di legge – viene aggiunto – si vuol fare in modo che "sull'etichetta venga valorizzato il prodotto italiano e che l'impresa agricola possa mettere in luce il valore aggiunto della sua produzione e del suo territorio".

## FEDERALIMENTARE BOCCIA L'INIZIATIVA

Immediata e secca la risposta della Federalimentare, che boccia senza riserve l'iniziativa. Dice il Presidente Luigi Rossi di Montelera: "Trasformare la proposta di etichettatura obbligatoria sull'origine delle materie prime utilizzate nei prodotti alimentari in una questione di sicurezza alimentare significa esser poco trasparenti e poco responsabili nei confronti dei consumatori". La sicurezza è garantita – sempre secondo Federalimentare – dall'autocontrollo, dai controlli pubblici e dalla tracciabilità che l'industria applica già da un trentina d'anni e che sarà comunque obbligatoria per tutti a partire da gennaio 2005.

Inoltre bisogna considerare che l'Italia non è autosufficiente per diverse materie prime. "Nel caso della pasta ad esempio – fa notare Rossi di Montelera – il 20-30% del grano duro proviene dall'estero, ma ciò che conta è la ricetta e la tecnologia utilizzata che nessuno è riuscito a replicare con gli stessi risultati raggiunti in Italia". Insomma, «il concetto stesso di "made in Italy" nasce dalla capacità di miscelare sapientemente materie prime, nazionali ed estere, lavorandole secondo ricette e tecnologie inimitabili e garantendole con l'affidabilità del produttore che con la sua marca certifica la qualità del prodotto al di là di ogni origine della materia prima. Sapere che il grano duro arriva un anno dall'Australia e un altro anno magari dal Nord America, cosa aggiunge alle conoscenze del consumatore?».

La Federazione degli industriali ribadisce che l'indicazione dell'origine deve restare volontaria e ricorda la normativa europea che tutela i prodotti DOP, IGP, STG. La proposta della Coldiretti, inoltre, farebbe lievitare i costi e trasformerebbe le etichette in veri puzzle, da aggiornare continuamente: basti pensare che alcuni prodotti sono composti da una pluralità di ingredienti (anche 20-25 in una singola referenza).

Ne nasce così una polemica che viene ripresa ampiamente dai media (che si schierano per lo più dalla parte dell'associazione dei coltivatori) mentre la Coldiretti, la cui proposta trova il consenso di alcune organizzazioni di consumatori e ambientalisti, lavora sul territorio per raccogliere adesioni: vengono preparati 10 mila tavoli e l'11 maggio, in occasione della Festa della mamma, viene lanciato il "Firma day", con iniziative in diverse città italiane.

Da questo momento è un susseguirsi di eventi locali – tuttora in corso – che rilanciano e ripropongono la battaglia della Coldiretti per la raccolta delle firme necessarie a portare la proposta di legge in Parlamento.

## PROVE DI DIALOGO, ANCHE SE LE POSIZIONI RESTANO DISTANTI

All'iniziale contrapposizione frontale delle posizioni fra l'organizzazione dei coltivatori e quella degli industriali subentra poi una fase di migliore predisposizione al dialogo. Prima dell'estate il Presidente della Coldiretti Paolo Bedoni ammette pubblicamente che nelle argomentazioni della Federalimentare "c'è una buona base di verità" e auspica una crescita comune della filiera agroalimentare. Rossi di Montelera accoglie con soddisfazione e apprezzamento l'apertura della Coldiretti, dichiarando: "l'industria alimentare auspica che questa disponibilità porti in tempi brevi a chiarire al consumatore che la sicurezza alimentare non è garantita dalle etichette d'origine ma dagli autocontrolli delle imprese e dalle stringenti normative sulla produzione e sulla vigilanza e che l'eccellenza del 'made in Italy' alimentare deriva in realtà dalla cultura e tradizione, dalla ricetta, dalla scelta sapiente delle materie prime, dalla tecnologia di trasformazione, dalla capacità dei nostri imprenditori e talvolta, dal legame con il territorio, definito e regolato da apposite norme e disciplinari", come avviene per i prodotti DOP.

All'assemblea della Coldiretti di fine luglio 2003 Paolo Bedoni, pur definendo "preconcetta" la posizione di Federalimentare dice di ritenere possibile "la definizione di una piattaforma comune con la Grande Distribuzione, con la stessa Federalimentare e comunque con ampi settori dell'industria che fanno largo uso nella loro comunicazione di mercato del marchio Made in Italy. Da essa – afferma – può uscire valorizzata l'origine italiana dei prodotti senza penalizzare quei settori dell'industria della trasformazione che hanno pieno diritto a valorizzare le loro tradizioni imprenditoriali e il loro know how tipicamente italiani anche se fanno ricorso, in parte più o meno rilevante, a materie prime estere".

A metà agosto 2003 la proposta di legge popolare – secondo quanto reso noto dalla Coldiretti – era stata sottoscritta da "quasi un milione di cittadini, assieme a personalità del mondo scientifico, enogastronomico, sportivo, giornalistico e sindacale, Presidenti provinciali e regionali, Assessori e Consiglieri comunali, provinciali e regionali, Parlamentari bipartisan e componenti dell'Esecutivo".

## MA A FINE ANNO LE CONTRAPPOSIZIONI SI RIDUCONO ULTERIORMENTE

A fine 2003, nel corso dell'Assemblea della Coldiretti, il Presidente Paolo Bedoni smussa ulteriormente i toni della polemica. Ridisegnando i confini del "patto di filiera" – che lega mondo agricolo, industria, distribuzione e consumatori – traccia una articolazione "realistica" in 3 tappe per la sua realizzazione: partendo subito "nelle filiere in cui il prodotto agricolo italiano connota significativamente l'intera filiera e quindi il Made in Italy è un pacchetto già pronto da spendere sul mercato internazionale", ragionando invece con strategie di "medio periodo" nelle filiere nelle quali l'integrazione non è sufficiente oggi ma la qualità e quantità del prodotto agricolo sono tali da renderla possibile in pochi anni" e accettando invece "strategie di lungo periodo" nelle filiere nelle quali l'industria fa largo uso di prodotti importati perché il prodotto italiano è insufficiente o nella qualità o nella quantità o in tutte e due".

In quello stesso contesto Bedoni conferma che riguardo alla campagna per l'indicazione obbligatoria nell'etichetta dell'origine dei prodotti alimentari è stato raggiunto l'obiettivo prefissato di 1 milione di firme. Il disegno di legge inizierà presto, dunque, il suo iter parlamentare, anche se già molti risultati – ha ammesso il Presidente della Coldiretti sempre nel corso dell'Assemblea annuale dell'associazione – sono stati acquisiti: l'etichettatura della carne bovina, quella per la frutta e verdura, l'indicazione degli allevamenti di provenienza nel latte fresco e la rintracciabilità delle uova, con la "carta d'identità" riportata sul guscio.

## DUE RICERCHE DAI RISULTATI DECISAMENTE CONTRASTANTI

A sostegno della validità della propria iniziativa, la Coldiretti porta in maniera ricorrente un'indagine del "Barometro dei consumatori" svolta da Eurisko per Indicod (una Associazione che raggruppa 27.000 imprese industriali e della distribuzione), in base alla quale il 78% dei consumatori sente il bisogno di disporre di una maggiore informazione sull'origine degli alimenti che acquista. Si tratta dell'esigenza più rilevante citata dal campione di consumatori intervistato, superiore a quella relativa all'informazione sui criteri di controllo, sulle procedure di emergenza, sulla lavorazione e trasformazione, sul confezionamento e sui valori nutrizionali. Una domanda di trasparenza che si scontra però con il fatto che solo nel 17% dei casi i consumatori hanno dichiarato di essere nelle condizioni di conoscere, attraverso l'etichetta, la provenienza delle materie prime contenute nei prodotti acquistati. Dall'indagine è emerso ancora che il 95% degli intervistati ha dichiarato di avere fiducia nei prodotti di provenienza nazionale e solo il 23% ha dimostrato analogo apprezzamento per quelli di provenienza estera.

I risultati di questa indagine contrastano però con quelli di una rilevazione condotta dalla Doxa per conto di Federalimentare, secondo cui il 68% dei consumatori ritiene che l'indicazione nell'etichetta dell'origine delle materie prime impiegate non costituisca una garanzia di sicurezza e qualità dei prodotti. In particolare, il 41% degli intervistati si dichiara contrario alla proposta perché "sapere che un ingrediente arriva da una località piuttosto che da un'altra non garantisce sul fatto che quell'ingrediente sia sicuro". E un altro 27% del campione si dichiara contrario per-

ché “in ogni caso, garante della qualità e sicurezza del prodotto rimane l’azienda produttrice e l’affidabilità del suo marchio”. Il restante 32% è invece favorevole alla proposta perché gli “basta sapere che un ingrediente è italiano” per sentirsi sicuro e garantito” (v. Assemblea Federalimentare 26 giugno 2003).

### LA POSIZIONE DI MARZANO E ALEMANNI

Su fronte governativo, il ministro delle Attività Produttive, Antonio Marzano, si è detto contrario all’inserimento in una legge italiana dell’obbligo di indicare l’origine dei prodotti e delle materie prime. La disciplina dell’etichettatura infatti – ha fatto notare il Ministro – è di competenza comunitaria ormai da oltre un ventennio e gli Stati membri sono invitati a collaborare per evitare di produrre normative che possono compromettere i principi della libera circolazione delle merci.

A sua volta, il ministro per le Politiche Agricole, Giovanni Alemanno, ha ricordato che il Governo ha ricevuto dal Parlamento ampi poteri di delega in materia di tracciabilità ed etichettatura dei prodotti alimentari ed è intenzionato a “intervenire per adottare, con riferimento a ogni filiera agroalimentare e secondo le diverse caratteristiche di tali filiere, delle normative di tracciabilità ed etichettatura tali da fornire garanzie rispetto al rischio che produzioni agricole estere siano in qualche modo spacciate per produzioni tipiche italiane”. La dichiarazione è stata fatta in risposta a un’interrogazione parlamentare di AN che sollecitava il varo di una normativa “che preveda l’obbligatorietà dell’indicazione in etichetta dell’origine della materia prima agricola utilizzata nei prodotti trasformati, in maniera tale da fornire ai consumatori una corretta e esaustiva informazione circa l’origine del prodotto che attualmente viene immesso sul mercato mescolato al prodotto nazionale con notevole pregiudizio per gli imprenditori agricoli italiani”.

### LA POSIZIONE DELLE ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI

Le Associazioni dei Consumatori hanno assunto una posizione articolata sulla proposta Coldiretti. L’Associazione Consumatori Utenti, Federconsumatori e l’Unione Nazionale Consumatori hanno aderito alla campagna lanciata dall’Organizzazione agricola precisando tuttavia che la loro adesione non implica necessariamente la condivisione dell’analisi e delle proposte avanzate dalla stessa Coldiretti, ma vuole piuttosto ribadire la necessità di una sempre maggior trasparenza delle informazioni fornite ai consumatori, riconoscendo che su questo fronte l’industria alimentare negli ultimi anni ha compiuto molti passi in avanti.

L’Associazione “Altroconsumo” invece non ha dato la propria adesione, osservando che su questi temi si corre il rischio di cadere in “facili demagogie”.

L’Associazione afferma, in particolare, di ritenere “sacrosanto” il principio di migliorare la trasparenza e la completezza delle etichette, ma fa notare che non è certo sufficiente dichiarare l’origine di un prodotto alimentare per certificarne automaticamente qualità e sicurezza.

È davvero utile e importante ai fini della sicurezza alimentare – secondo Altroconsumo – istituire un sistema di tracciabilità che permetta di individuare tutti coloro che intervengono nella filiera. Queste informazioni non possono però stare tutte in etichetta, ma devono poter essere facilmente rintracciabili dalle autorità competenti in caso di controlli. Sarebbe inoltre “un fallimento” – prosegue l’Associazione – se l’obbligatorietà delle informazioni di origine “finisse per essere utilizzata come specchio per le allodole per proteggere ciecamente il made in Italy”.

In conclusione la via da seguire – secondo Altroconsumo – è quella della tracciabilità a fianco della quale è possibile ipotizzare un’etichettatura di origine obbligatoria che inizialmente interessi pochi prodotti alimentari “mono-ingrediente” (carne, uova, ecc.) e successivamente possa essere estesa, quando è il caso, anche a produzioni più complesse.

Anche l’Associazione Consumatori Utenti insiste sulla necessità di avviare un efficiente sistema di tracciabilità che consentirebbe nel prossimo futuro di evitare emergenze come quella esplosa con la “mucca pazza”. Quanto all’indicazione dell’origine dei prodotti e delle materie prime in essi contenute, l’Associazione ritiene che non si debbano avanzare “richieste estreme e massimalistiche”, ma sia opportuno avviare un processo graduale, da introdurre innanzitutto nelle filiere “corte”. La Federeconsumatori, a sua volta, concorda sull’importanza della tracciabilità, che deve garantire la sicurezza alimentare, mentre la qualità attiene alle libere scelte commerciali. Per quanto riguarda la questione dell’origine, Federconsumatori auspica che si superino le contrapposizioni nette e si avvii un confronto per individuare “una soluzione equilibrata per ciascun settore”.

L’Unione Nazionale Consumatori, infine, riconoscendo che l’introduzione dell’obbligo dell’indicazione delle materie prime farebbe nascere una serie di complessi problemi, propone di limitare l’obbligo in un primo momento ai prodotti di un solo ingrediente e a quelli costituiti per almeno il 60% da un ingrediente preponderante, il solo a dover essere indicato. Dovrebbero inoltre essere esclusi dall’obbligo i prodotti alimentari (come caffè, cacao e altri) la cui materia prima è chiaramente di origine estera.

# Le ragioni dell'industria alimentare per dire no a una proposta che mette a rischio la competitività del made in Italy alimentare

Con quasi 7.000 imprese, 270.000 dipendenti e un fatturato che supera i 100 miliardi di euro (di cui 15 miliardi derivanti dall'export) l'industria alimentare italiana occupa il secondo posto tra le industrie del comparto manifatturiero. Federalimentare, che rappresenta il settore attraverso le sue 18 associazioni di categoria, prende una posizione netta rispetto alla proposta di Coldiretti, rifiutandola.

Introdurre l'obbligo di indicare nelle etichette l'origine dei prodotti e dei relativi ingredienti – secondo la Federazione aderente a Confindustria – non aggiungerebbe nulla in fatto di sicurezza degli alimenti, snaturebbe il concetto stesso di "made in Italy" alimentare, che si basa non tanto sull'origine delle materie prime impiegate, quanto sulla "ricetta", sulla capacità di lavorazione, sulla cultura della produzione di qualità e farebbe lievitare i costi di produzione, per la continua modifica delle etichette, con inevitabili riflessi negativi sui consumatori.

Le argomentazioni dell'industria alimentare, più nello specifico, si possono articolare in dieci punti.

## 1. LA SICUREZZA ALIMENTARE È UN OBBLIGO

La sicurezza alimentare è un prerequisito naturale e obbligatorio per qualsiasi alimento, senza deroghe o eccezioni. La tracciabilità, insieme al sistema di autocontrollo delle imprese e alla normativa sulla produzione, è lo strumento atto a garantire la sicurezza alimentare.

Il principio della rintracciabilità è stato introdotto dal Regolamento CE 178/2002 e diventerà obbligatorio per tutta la filiera a partire dal 1° gennaio 2005. Questo sistema viene però già utilizzato da circa trent'anni dalla industria alimentare di seconda trasformazione.

In base al Regolamento, tutti gli operatori europei del settore alimentare e dei mangimi dovranno disporre di sistemi e procedure che permettano di individuare sia la fonte di approvvigionamento delle materie prime, sia le imprese alle quali hanno fornito i propri prodotti. Tutte le informazioni dovranno essere messe a disposizione delle autorità competenti che le richiedano.

La rintracciabilità è quindi uno "strumento neutro" che non vale a connotare i prodotti di una particolare "qualità" ma serve invece, agli operatori e alle autorità di controllo, per gestire eventuali problemi di sicurezza alimentare. Qualora, infatti, venga riscontrata in un qualsiasi punto della filiera una non conformità dell'alimento o del mangime, la tracciabilità deve consentire: a valle, di richiamare il prodotto già uscito dalla disponibilità dell'operatore; a monte, di compiere il percorso a ritroso della catena di produzione verso l'origine, per individuare le cause della non conformità e per adottare le opportune misure correttive.

A livello europeo, le Istituzioni della Comunità stanno provvedendo ad attuare i principi sulla tracciabilità previsti dal Regolamento CE 178/2002 in modo da realizzare un sistema di regole uniformi, atto a garantire l'efficacia della stessa tracciabilità rispetto all'obbligo di garanzia di un elevato livello di sicurezza alimentare dell'intero territorio del Mercato Unico.

A livello mondiale, sia in ambito di Codex Alimentarius sia di ISO (International Standard Organization) sono in via di elaborazione standard internazionali volti a uniformare i sistemi di rintracciabilità nelle filiere agroalimentari.

L'industria alimentare italiana, che ha già attivamente partecipato al processo di elaborazione dello Standard UNI10939 concernente i "Sistemi di rintracciabilità nelle filiere agroalimentari-Principi generali per la progettazione e l'attuazione" segue con attenzione e contribuisce allo sviluppo di un sistema armonizzato di regole di rintracciabilità obbligatoria.

L'Italia deve partecipare ai lavori in corso a livello europeo e internazionale affinché regole uniformi per la tracciabilità obbligatoria vengano definite e attuate al più presto a garanzia della sicurezza di tutti i prodotti – italiani, europei e di Paesi terzi – che vengano immessi nel Mercato Unico. L'industria italiana è invece contraria alla produzione di norme nazionali isolate dal contesto europeo di riferimento che potrebbero avere effetti sfavorevoli: innanzitutto non sarebbero applicabili ai prodotti legalmente immessi sul nostro mercato da (o attraverso) altri paesi della Comunità in virtù del principio della libera circolazione delle merci. Inoltre, gli operatori italiani correrebbero il rischio di dover istituire costose procedure che potrebbero poi risultare non conformi con gli standard in via di definizione a livello europeo e internazionale e che dovrebbero quindi essere riaggornate dopo breve tempo.

## **2. LA QUALITÀ È, INVECE, UNA LIBERA SCELTA IMPRENDITORIALE**

La qualità è una scelta imprenditoriale, volontaria, una strategia commerciale volta a valorizzare gusti, tendenze e sensibilità dei consumatori.

C'è da tener presente che l'indicazione in etichetta del luogo di origine dei prodotti alimentari (e non delle materie prime utilizzate) è obbligatoria attualmente nella sola ipotesi in cui "l'omissione possa indurre l'acquirente in errore circa l'origine e la provenienza del prodotto alimentare" (Direttiva CE 2000/13). Al di là di questi casi particolari in cui si possa creare confusione nell'acquirente, l'indicazione d'origine è lasciata alla libera scelta degli operatori che possono decidere di valorizzare in etichetta la provenienza delle materie prime. Attribuendo così un plus commerciale a determinati prodotti. Gli operatori che lo desiderano possono poi chiedere la registrazione DOP, IGP, STG, strumenti esclusivi di tutela legale, a livello europeo, di alimenti legati a particolari tradizioni produttive.

Una normativa nazionale difforme dalle regole comunitarie, oltre a non rispondere ad alcuna effettiva esigenza di sicurezza, esporrebbe l'Italia al rischio di venire coinvolta in una procedura comunitaria di infrazione delle regole. La Corte di Giustizia della Comunità Europea ha infatti più volte statuito l'illegittimità di normative nazionali e regionali che istituiscano ulteriori denominazioni di origine rispetto al regime comunitario esclusivo di tutela (DOP, IGP, STG).

## **3. L'INFORMAZIONE AL CONSUMATORE È UN IMPEGNO PER LE IMPRESE**

Garantire al consumatore informazioni chiare, comprensibili e veritiere, coerenti con le normative vigenti, è un impegno prioritario dell'industria alimentare.

Testimonia questo impegno, tra l'altro, l'accordo stipulato nel novembre 2002 da Federalimentare con quattro organizzazioni di consumatori (Associazione Consumatori Utenti, Federconsumatori, Unione Nazionale Consumatori, Altroconsumo) per svolgere assieme una serie di azioni volte a garantire la sicurezza dei prodotti e a fornire una informazione corretta, utile e trasparente.

## **4. IL SUCCESSO DEL MADE IN ITALY È FATTO DI RICETTE, TECNOLOGIA E MATERIE PRIME DI QUALITÀ**

L'istituzione dell'obbligo di indicare in etichetta l'origine degli ingredienti utilizzati per la preparazione dei prodotti alimentari si ripercuoterebbe come un "boomerang" sul concetto stesso di Made in Italy alimentare. Molti prodotti italiani affermati sui mercati esteri vengono prodotti in Italia utilizzando anche materie prime estere e sarebbero incredibilmente destinati a perdere la loro italianità. Basta pensare alla pasta, che viene prodotta, da sempre, impiegando un 20-30% di grano duro proveniente dall'estero, data anche l'insufficiente produzione nazionale. Ma non è riferendosi all'origine del grano duro che si valorizza il prodotto nazionale, quanto piuttosto promovendo la ricetta italiana della pasta che è costituita da un insieme di fattori, tra cui la sapiente miscela dei grani duri di qualità utilizzati e la tecnologia produttiva adottata.

Lo stesso discorso vale per altri prodotti alimentari, come i formaggi (realizzati anche con latte importato) o i salumi, per la cui produzione viene impiegata anche carne proveniente dall'estero.

Non è detto, insomma, che l'italianità della materia prima costituisca sempre e in ogni caso una garanzia di qualità. Per realizzare alcuni prodotti, infatti, si ricorre a materie prime provenienti dall'estero o perché la produzione nazionale è insufficiente, o anche perché il prodotto richiede scelte qualitative molto precise: è il caso, ad esempio, della Bresaola della Valtellina, un prodotto IGP, ma realizzato con carne brasiliana, particolarmente adatta allo scopo per la sua qualità e scarsità di grassi.

Insomma, se i prodotti italiani che utilizzano materie prime di importazione perdessero la loro italianità, gli effetti economici sarebbero pesanti: verrebbero vanificati gli sforzi commerciali delle imprese che hanno investito per diversificare le proprie linee di prodotti; verrebbe danneggiata l'immagine di molti prodotti già affermati e consolidati sui mercati mondiali; nel medio periodo, si assisterebbe a una delocalizzazione delle industrie che lavorano (anche in parte) materie prime

importate, verso Paesi in cui le condizioni di esercizio sono più vantaggiose, soprattutto verso i Paesi candidati all'ingresso nella UE.

## **5. L'ITALIA NON È AUTOSUFFICIENTE PER LE MATERIE PRIME ALIMENTARI**

L'Italia è un grande Paese trasformatore, ricco di imprenditorialità, inventiva, tecnologie di avanguardia, ma non autosufficiente.

L'industria alimentare trasforma il 70% della produzione agricola italiana, ma ricorre all'importazione per diversi motivi. Innanzitutto alcune varietà non esistono in Italia, come ad esempio, caffè e cacao (eppure il caffè italiano è ben conosciuto e apprezzato nel mondo). Ci sono poi le materie prime che l'agricoltura italiana non offre in quantità ed in qualità adeguate a coprire il fabbisogno produttivo: è il caso dei cereali per uso alimentazione (per il grano tenero e per il grano duro si importano rispettivamente il 60% ed il 30% del fabbisogno annuo), del latte (1,5 milioni di tonnellate arrivano dall'estero), della carne (il 35% del fabbisogno viene importato), dell'olio d'oliva (dipendiamo per il 50% dalle importazioni) dei semi oleosi e così via. Ma si importa anche per ricercare la più alta qualità, a prescindere da ragioni di convenienza dei costi, che possono anche essere più elevati (per acquisto e trasporto).

Generalizzazioni quali "materia prima italiana uguale qualità" devono insomma essere rapportate alla realtà: la qualità delle nostre materie prime, di cui siamo tutti orgogliosi, deve essere anche un fattore concreto, oggettivamente dimostrabile.

## **6. NON È L'ORIGINE CHE GARANTISCE LA SICUREZZA**

L'indicazione dell'origine geografica della materia prima costituisce dunque una strategia commerciale, oggetto di libera scelta. Non ha nulla a vedere con la sicurezza alimentare. Un prodotto è sicuro non in quanto le materie prime provengono da una o da un'altra località, tanto meno in quanto ciò sia indicato in etichetta. Il prodotto può venir meglio garantito sul piano della sicurezza quando gli operatori che hanno partecipato alla sua realizzazione siano in grado di fornire con prontezza alle Autorità di controllo i documenti che ne attestino provenienza e destinazione.

## **7. SÌ ALL'INDICAZIONE D'ORIGINE PER I PRODOTTI CHE VALORIZZANO LA LORO SPECIFICITÀ TERRITORIALE (DOP, IGP ...)**

L'industria alimentare promuove l'indicazione in etichetta dell'origine geografica delle materie prime, quando essa ha un significato in termini di legame con un territorio definito e circoscritto, di caratterizzazione del prodotto, con norme specifiche di produzione e adeguati controlli. È un sistema tutelato, valorizzato e regolamentato da norme europee (DOP, IGP).

Dal gennaio 2004 l'Italia, con 133 specialità alimentari garantite dal marchio europeo, ha conquistato il primo posto nella UE superando la Francia. Tra i prodotti a denominazione protetta ci sono 31 formaggi, 30 oli d'oliva e 26 salumi.

## **8. NO AD UN OBBLIGO GENERICO CHE DANNEGGIA IL SISTEMA PAESE**

L'industria alimentare non condivide invece la proposta di rendere obbligatoria l'indicazione di origine delle materie prime perché ciò provocherebbe un danno per l'intero sistema-Paese. Verrebbero resi vani gli sforzi di tanti produttori DOP e IGP che hanno puntato proprio sulla specificità territoriale per affermare i propri prodotti. Verrebbe inoltre incrinata l'immagine di tanta produzione italiana che ha contribuito al successo del Made in Italy e che da sempre usa miscele di materie prime provenienti anche dall'estero, e che per questo motivo perderebbe la qualifica di italianità.

## **9. E CHE NON OFFRE AL CONSUMATORE BENEFICI REALI, ANZI LO SVIA**

Lo stesso consumatore non avrebbe vantaggi e si troverebbe spesso di fronte a etichette-mosaico di difficile comprensione. Le sue capacità di scelta sarebbero ostacolate dall'indicazione di una territorialità magari generica e priva di significato.

Se si pensa che alcuni prodotti alimentari sono realizzati anche con 20-25 ingredienti, si può avere un'idea dell'etichetta-puzzle che nascerebbe con l'introduzione dell'obbligo di indicare l'origine di tutte le materie prime utilizzate. Ne nascerebbero problemi di gestione per gli operatori a fronte dell'inesistenza di una reale utilità per i consumatori. Le etichette dovrebbero essere aggiornate di continuo, alcune linee di lavorazione dovrebbero essere frequentemente interrotte per modificare le etichette in relazione all'impiego di materie prime di diversa origine. Tutto ciò comporterebbe inevitabilmente un aumento dei costi che finirebbe per riversarsi sui consumatori.

## 10. SÌ ALLA DIFESA DEL MADE IN ITALY CONTRO LA CONTRAFFAZIONE SUI MERCATI ESTERI

La vera difesa del made in Italy consiste nel promuoverne i valori, concentrando gli sforzi per combattere la contraffazione sui mercati esteri. È infatti sempre più diffuso il fenomeno dell'utilizzo fuorviante di nomi e immagini legati all'Italia per prodotti che non hanno nulla a che vedere con le imprese italiane e i loro marchi.

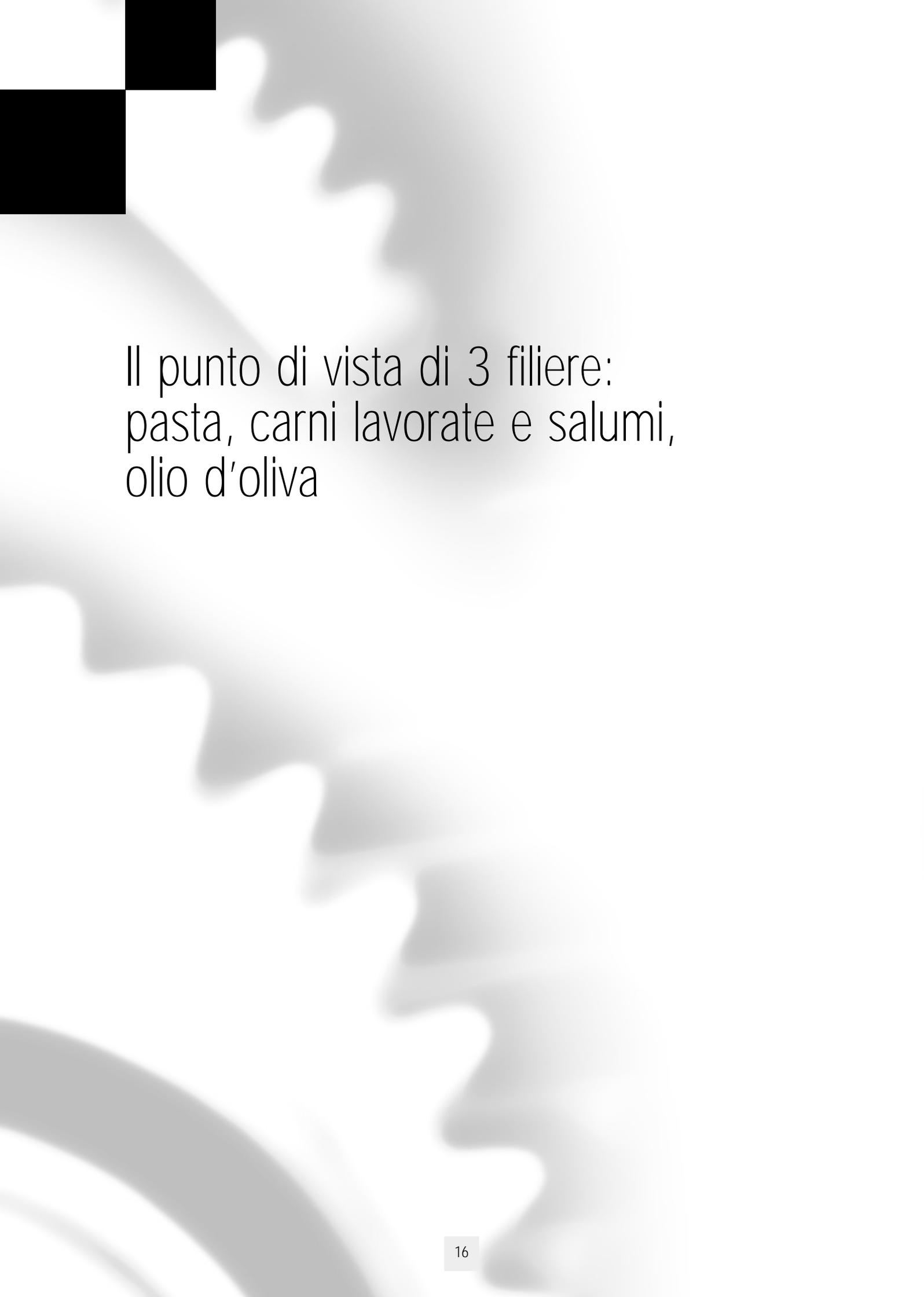
Un Dossier realizzato dal centro studi di Federalimentare lancia un segnale di allarme: nel 2006 il fatturato dell'Italian Sounding (110 miliardi di euro) raggiungerà quello relativo all'intero comparto industriale del nostro paese che, da 103 di oggi, toccherà i 110/115 miliardi di euro. Mentre il business della contraffazione illegale delle denominazioni tutelate, oggi pari a 2,6 miliardi di euro, lieviterà a 5,4 miliardi di euro. E a soffrirne è la nostra capacità di export, ferma a 3 punti percentuali (15%) in meno rispetto alla media europea, che è del 18%.

Per combattere il fenomeno delle imitazioni e delle contraffazioni si ritiene opportuno dar vita ad una serie di iniziative. È necessario istituire un Osservatorio permanente centrale che, insediato presso il Ministero delle Attività produttive e collegato con l'Istituto del Commercio Estero (ICE), segua l'evoluzione del fenomeno e predisponga gli interventi correttivi. Fondamentale è quindi la creazione di un Fondo governativo gestito dalle Associazioni Industriali di Categoria, per fornire le risorse necessarie ai produttori che vogliono difendere le proprie produzioni di qualità nei Paesi in cui è presente il fenomeno delle falsificazioni dei marchi e delle denominazioni.

Ed è proprio all'estero che le iniziative a difesa dei nostri prodotti devono essere rafforzate, continuando a svolgere attività di promozione e adottando azioni di tutela legale. È quindi opportuno varare campagne per difendere e valorizzare l'Italian life style nel mondo e specialmente nei paesi dove è più forte la penetrazione e la diffusione dei prodotti del food italiano. Presso le sedi dell'ICE, dei consolati, degli sportelli camerati e delle Ambasciate in tutti i paesi colpiti dal fenomeno delle contraffazioni sarebbe opportuno dar vita a strutture che non solo forniscano indicazioni e una prima assistenza legale alle aziende danneggiate ma notifichino correttamente alle autorità competenti del luogo atti di diffida e richieste di inibizione della circolazione di falsi prodotti italiani.

In tal senso si dovrebbero stipulare, attraverso l'organismo nazionale, delle convenzioni con gli studi legali che operano in questi Stati. Senza dimenticare che la difesa di prodotti specifici, dei marchi e delle denominazioni, deve avvenire anche mediante accordi bilaterali tra il governo italiano e i governi dei Paesi stranieri.

Le risorse destinate dal Governo alla tutela del Made in Italy potrebbero pertanto consentire di combattere il fenomeno delle imitazioni e delle contraffazioni, dando vita ad alcune di queste iniziative, inizialmente con l'istituzione di un Osservatorio permanente centrale e di un Fondo governativo gestito dalle Associazioni Industriali di Categoria..



Il punto di vista di 3 filiere:  
pasta, carni lavorate e salumi,  
olio d'oliva

# Pasta

L'Italia è riconosciuta in tutto il mondo come la "patria" della pasta: l'industria italiana del settore (costituita da 150 pastifici con oltre 8.300 addetti) occupa infatti il primo posto per produzione, potenzialità produttiva installata, consumo nazionale e pro-capite, esportazioni.

Nel 2002 la produzione italiana di paste alimentari è stata di circa 3.100.000 tonnellate, per un valore di circa 3.350 milioni di euro. Gli Stati Uniti, che occupano il secondo posto, ne producono 1.164.000 tonnellate.

La capacità produttiva installata, dopo la realizzazione nel 2002 di nuove linee produttive, ha raggiunto 4.500.000 tonnellate.

Il consumo interno è attestato al livello di 1.581.000 tonnellate mentre quasi metà della produzione nazionale (1.519.000 tonnellate, per un valore di 1.179 milioni di euro) è stata destinata all'esportazione con una crescita, in valore, del 3,4% rispetto al 2001.

Il successo della pasta italiana all'estero ha conosciuto un vero "boom" negli ultimi dieci anni: dal 1992 al 2002 infatti la crescita dell'export è stata di oltre il 60%. Tra i maggiori acquirenti figura al primo posto la Germania, che assorbe il 21% dell'export, seguita da Francia (13,5%), Regno Unito (11,9%), Stati Uniti (10,6%), Giappone (5,1%). Questi 5 Paesi coprono il 61% delle esportazioni italiane di pasta.

L'Italia è in vetta alla classifica anche in fatto di consumi: ogni anno in media si consumano 28 chilogrammi di pasta pro-capite. Nel mondo, seguono a grande distanza i venezuelani con 12,7 kg pro-capite e la Tunisia con 11,7 kg.

## UNA POLITICA DELLA QUALITÀ SEMPRE DIFESA CON FERMEZZA

La pasta prodotta in Italia ha ricevuto, nel corso del tempo, l'apprezzamento sempre crescente del mercato nazionale e dei mercati esteri grazie alla rigorosa "politica di qualità" portata avanti dagli industriali pastai italiani e dalla loro Associazione nazionale di categoria (UN.I.P.I.). Una politica che è stata sempre perseguita con fermezza e difesa in svariate occasioni, anche in sede di Corte di Giustizia delle Comunità Europee.

La principale caratteristica della pasta italiana è quella di venir prodotta esclusivamente con l'impiego di grano duro, come è stato prescritto dalla legge 4 luglio 1967 n.580 (detta anche "Legge di purezza") e dalle successive modifiche, come il Decreto del Presidente della Repubblica del 9 febbraio 2001 n.187.

Ma l'Italia non produce grano duro in quantità sufficiente a coprire il fabbisogno dell'industria pastaia e quindi oltre il 30% del grano duro macinato nel nostro Paese è di provenienza estera. È importante precisare – fa notare l'ITALMOPA, che rappresenta il settore della macinazione – che le importazioni dall'estero non rispondono soltanto a una esigenza di carattere quantitativo, qual è l'insufficienza della produzione nazionale, ma sono necessarie anche per gestire la variabilità qualitativa della produzione interna, al fine di assicurare la costanza delle caratteristiche qualitative delle semole e quindi del prodotto finito.

Da tempo immemorabile, infatti, la buona pasta si fa miscelando anche grani duri esteri. Uno dei migliori era il Taganrog (dal nome del porto del Mar d'Azof in cui veniva imbarcato) che alcuni pastai cominciarono a importare dalla Russia già a metà dell'800.

Le caratteristiche del grano dipendono ovviamente dalla qualità dei raccolti, altalenanti più in conseguenza delle condizioni meteorologiche che per l'area di produzione. Di volta in volta, dunque, è necessario scegliere il grano di migliore qualità per l'industria della pasta seguendo precisi criteri che tengono conto del contenuto in proteine, della qualità del glutine, del colore e della salubrità.

Il segreto del successo della pasta italiana, insomma, parte innanzitutto dalla sapiente scelta delle materie prime da utilizzare nel processo produttivo. Tutto ciò garantisce di mantenere costanti gli alti livelli qualitativi della pasta italiana che continua così ad essere fortemente competitiva anche sui mercati esteri, come dimostra il buon andamento delle esportazioni.

#### **INDICAZIONE OBBLIGATORIA DELL'ORIGINE, INUTILE E DANNOSA**

Da questo quadro emerge chiaramente l'inutilità della proposta della Coldiretti di rendere obbligatoria l'indicazione dell'origine delle materie prime sulle confezioni dei prodotti alimentari. Si tratta di una proposta che, se attuata, rischierebbe di privare del carattere di italianità un prodotto, la pasta appunto, che è ormai diventato uno dei simboli del "made in Italy" nel mondo.

Non è infatti riferendosi all'origine del grano duro – affermano l'UN.I.P.I. e l'ITALMOPA – che si valorizza il prodotto nazionale. È importante invece promuovere la "ricetta" della pasta che è costituita da un insieme di fattori e di scelte: prima fra tutte quella di non adeguarsi alla variabilità di una sola origine di materia prima, ma di ricercare invece i migliori risultati tecnologici mediante opportune miscele di grani duri pregiati.

## Carni lavorate e salumi

Duemila aziende produttrici con 32.500 dipendenti e un fatturato pari, nel 2002, a oltre 7,5 miliardi di euro; una produzione di 1,4 milioni di tonnellate e un saldo attivo dell'interscambio commerciale con l'estero di 534 milioni di euro.

È questa la consistenza dell'industria della lavorazione delle carni in Italia, rappresentata a livello confindustriale dall'ASS.I.CA. (Associazione Industriali delle Carni) cui fanno capo non solo grandi aziende (le prime dieci di maggiori dimensioni coprono il 25% del mercato) ma anche numerosissime imprese di piccole e piccolissime dimensioni.

Si tratta di imprese di macellazione delle carni suine e di trasformazione delle carni in genere, con un peso preponderante del comparto della carne suina e dei salumi, il cui fatturato ha raggiunto 7,1 miliardi di euro.

#### **CONSUMI RECORD PER I SALUMI**

I salumi, in particolare, sono stati protagonisti nel 2002 per quanto riguarda la domanda interna, cresciuta dello 0,8% sull'anno precedente: la produzione nazionale è salita a 1,14 milioni di tonnellate (più 0,7%) e i consumi pro-capite hanno così raggiunto il quantitativo record di 18,8 chilogrammi.

Tra i vari prodotti si è distinto, sempre sul mercato interno, il prosciutto crudo, con un incremento dei consumi del 4,7% cui si è contrapposto un calo produttivo del prosciutto cotto (-1%). Molto positivo l'andamento dei wurstel e della bresaola, che hanno fatto segnare i maggiori incrementi dei consumi, seguiti da speck, salame e mortadella.

Sul fronte estero (l'Italia è il primo esportatore mondiale di salumi) la domanda è stata sostanzialmente stabile, c'è stata insomma una battuta d'arresto rispetto all'andamento espansivo che ha caratterizzato le vendite all'estero di questi prodotti negli ultimi anni.

La difficile situazione politico-economica internazionale non ha certamente favorito le esportazioni, tuttavia l'industria italiana dei salumi è riuscita a confermare sostanzialmente i buoni risultati raggiunti nel 2001 con spedizioni (comprendendo anche la bresaola) pari a oltre 578 milioni di euro.

Contrariamente a quanto avvenuto negli anni precedenti, a sostenere l'export non sono state le vendite di prosciutto crudo (condizionate dall'agguerrita concorrenza spagnola e francese sui mercati europei, nonché dalle difficoltà incontrate in alcuni importanti mercati extracomunitari) ma di mortadella, salame e prosciutto cotto. Tra i paesi di destinazione, Francia e Germania hanno assorbito una quota superiore al 45% dei quantitativi esportati, distanziando Austria (le cui importazioni hanno accusato un calo dopo anni di costante e forte crescita), Spagna e Gran Bretagna.

### **BUONE PROSPETTIVE PER L'EXPORT E UN IMPORT IN CRESCITA**

Ma per l'export di salumi le prospettive appaiono molto promettenti. Già per il 2003 l'ASS.I.CA. stima una crescita del 7% e poi c'è da considerare che si stanno aprendo ai prodotti italiani nuovi mercati di grande interesse, come la Cina, l'Australia, la Corea del Sud e il Messico, finora bloccati per motivi di carattere sanitario. Con la Cina, in particolare, in occasione di una missione governativa italiana a Pechino è stato sottoscritto nel luglio 2003 un Memorandum che definisce il percorso operativo da seguire per consentire l'export nel grande paese asiatico dei prodotti della salumeria made in Italy.

Quanto all'import, nel 2002 si è assistito per la prima volta a una crescita degli acquisti dall'estero di salumi che hanno superato le 26 mila tonnellate (+11,5%) per un valore di 102 milioni di euro e il saldo commerciale, sempre ampiamente positivo, è tornato al di sotto della soglia dei 500 milioni di euro fatti segnare nel 2001. Questo andamento delle importazioni viene collegato all'attività di grandi canali della distribuzione, presenti in Italia, che hanno intensificato l'introduzione nei nostri mercati di alcune tipologie di salumi esteri, offerti a prezzi ridotti.

### **L'INDICAZIONE OBBLIGATORIA DELL'ORIGINE? DEVASTANTE PER IL SETTORE**

Ma quali ricadute potrebbe avere sul settore dell'industria delle carni l'eventuale obbligo, proposto dalla Coldiretti, di indicare l'origine nelle etichette?

Va ricordato che tale obbligo è già in vigore per la carne bovina fresca (dal primo gennaio 2002) e lo sarà anche per la carne suina, sempre fresca, a partire dal 2005.

Ma estendere l'obbligatorietà dell'indicazione dell'origine ai prodotti trasformati sarebbe, secondo l'ASS.I.CA. "devastante" per il settore, oltre che inutile per i consumatori. L'Italia importa infatti circa il 35% del proprio fabbisogno di carne e la presenza di materia prima proveniente dall'estero è quindi da sempre consistente nei prodotti italiani.

Spesso i salumi sono composti da carne proveniente da diversi allevatori e Paesi e le diverse origini andrebbero tutte indicate nelle etichette. Si creerebbero così – fa notare l'ASS.I.CA. – grossi problemi tecnici: le linee produttive dovrebbero essere interrotte frequentemente, per consentire l'inserimento delle nuove etichette ogni qualvolta cambia l'origine della carne impiegata. Tutto ciò provocherebbe una serie di difficoltà logistico-organizzative con conseguenti nuovi costi che alla fine ricadrebbero, inevitabilmente, sul consumatore.

E questo con quali vantaggi? Nessuno – risponde l'Associazione – né in termini di sicurezza né in termini di qualità. Non ha alcun senso, infatti, collegare l'indicazione dell'origine alla sicurezza del prodotto. La sicurezza è garantita dall'autocontrollo che le aziende del settore attuano con il sistema HACCP fin dal 1994 e dalle verifiche che vengono svolte dai servizi veterinari, sia nei macelli, sia all'interno degli stabilimenti produttivi.

La sicurezza inoltre è garantita dalla tracciabilità del prodotto, una pratica che viene sempre più affinata dalle imprese e che consente di intervenire tempestivamente in caso di contaminazioni sanitarie, individuando il punto della catena in cui si è verificato il fenomeno negativo.

### **BRESAOLA DELLA VALTELLINA: PRODOTTO IGP, MA CON CARNE BRASILIANA**

L'indicazione dell'origine delle materie prime nelle etichette non servirebbe nemmeno a garantire la qualità

dei prodotti perché, in alcuni casi, e per determinati prodotti, bisogna proprio rifornirsi all'estero per disporre della materia prima di migliore qualità. Un esempio emblematico è quello della Bresaola della Valtellina: è un prodotto IGP (Identificazione Geografica Garantita) che viene realizzato esclusivamente con carne brasiliana. Per produrre questa specialità che sta sempre più incontrando il favore dei consumatori (i consumi sono aumentati dell'8%) serve la carne magra dei bovini sudamericani, incrociati con gli zebù, che crescono su ampi pascoli e sviluppano una muscolatura particolarmente adatta.

Un altro esempio è quello dello Speck dell'Alto Adige. Anche in questo caso si tratta di un prodotto IGP che viene realizzato impiegando anche suini esteri, "leggeri", più magri di quelli italiani, che sono invece particolarmente adatti a produrre i rinomati prosciutti crudi nazionali.

#### **IL SUCCESSO DEL MADE IN ITALY NON DIPENDE SOLO DALLA MATERIA PRIMA**

E non è nemmeno vero – osserva ancora l'ASS.I.CA – che l'italianità delle materie prime sia un requisito irrinunciabile per il Made in Italy. L'Italia infatti esporta con successo prodotti della salumeria, come mortadella, salami e prosciutto cotto, realizzati anche con carni provenienti dall'estero: ciò che conta è la "ricetta" – questa sì, tutta italiana – che viene seguita nella lavorazione, nella scelta degli aromi, nelle tecniche utilizzate, frutto di antiche tradizioni.

In conclusione, secondo l'Associazione degli industriali del settore, l'indicazione dell'origine delle materie prime nelle etichette deve restare facoltativa, deve esser insomma lasciata alla libera scelta del produttore che vuole caratterizzare di più il proprio prodotto indicando, ad esempio, l'allevamento da cui proviene la carne utilizzata. È poi sempre aperta, per chi lo desidera, la via dei prodotti DOP e IGP, regolati da normative comunitarie. Nel comparto della salumeria sono già 26 i prodotti italiani che si possono fregiare di questo riconoscimento (il 50% di tutti i prodotti DOP e IGP dell'Unione Europea) e per altri sono in corso le istruttorie.

# Olio d'oliva

Il fabbisogno di olio d'oliva (per i consumi interni e per le esportazioni) è di circa un milione di tonnellate e la produzione nazionale è 575.500 tonnellate: l'Italia dipende quindi per circa il 50% dalle importazioni, che sono ammontate nel 2002 a 554.000 tonnellate. Ma il nostro Paese è anche il maggior esportatore di olio d'oliva con vendite all'estero, nel 2002, pari a 322 mila tonnellate, in crescita del 7,2% rispetto all'anno precedente.

È su questa realtà che andrebbe a cadere l'obbligatorietà dell'indicazione dell'origine delle materie prime proposta dalla Coldiretti.

L'Associazione Italiana dell'Industria Olearia - Assitol (che raggruppa le aziende produttrici di olio d'oliva e di sansa di oliva, di semi oleosi e di margarine) respinge perciò nettamente la proposta e ricorda che la Commissione europea qualche anno fa avocò a sé la competenza in materia ed emanò un regolamento per disciplinare l'indicazione in etichetta dell'origine dell'olio, che resta comunque facoltativa.

## INDICAZIONE DELL'ORIGINE: I "PALETTI" DI BRUXELLES

L'intervento di Bruxelles fece seguito all'approvazione da parte del Parlamento italiano di una legge (non applicata perché varata in violazione alle norme comunitarie) riguardante, appunto, le indicazioni dell'origine.

Il Regolamento fissa alcuni "paletti": in primo luogo, l'origine può essere indicata solo se utile a informare sulle caratteristiche organolettiche del prodotto. Ha dunque un senso se si tratta di oli vergini o extravergini (derivati dalla semplice spremitura delle olive), ma non lo avrebbe nel caso degli oli raffinati poi miscelati con oli vergini.

In secondo luogo, l'indicazione dell'origine non deve fare riferimento a una Regione o un'area circoscritta del Paese, perché in questo caso ci si andrebbe a sovrapporre alla normativa DOP (Denominazione di Origine Protetta) e IGP (Indicazione Geografica Protetta).

## ETICHETTE DA MODIFICARE CONTINUAMENTE

In definitiva, chi vuole valorizzare l'origine può farlo sia offrendo al consumatore oli DOP o IGP, sia indicando l'origine nazionale secondo la normativa comunitaria accennata. L'introduzione dell'obbligatorietà graverebbe sulle imprese per gli oneri derivanti dalle frequenti modifiche delle etichette dei prodotti ed introdurrebbe elementi di confusione nel consumatore.

Spiega l'Associazione: nel 2002 sono state importate 554 mila tonnellate di olio di cui 385.000 tonnellate erano oli vergini commestibili, 101 mila tonnellate oli lampanti e 34 mila tonnellate oli di oliva raffinati.

Il principale Paese fornitore è stata la Spagna con 411 mila tonnellate, seguito dalla Grecia (105 mila tonnellate) e dalla Tunisia (20 mila tonnellate).

Ebbene, le aziende devono selezionare le materie prime da importare in relazione alla disponibilità di oli nazionali (limitata) e alle caratteristiche (che devono essere costanti) da assicurare a seconda dei gusti

dei diversi consumatori. Sarebbero, perciò, costretti a modificare frequentemente le etichette con aggravati significativi di costi.

### **OLI ECCELLENTI ANCHE DALL'ESTERO**

L'Associazione dei produttori di olio contesta poi il presupposto della proposta di legge Coldiretti, secondo cui l'origine nazionale si identificherebbe con la migliore qualità.

L'Italia produce 5,7 milioni di quintali di olio d'oliva, di cui il 30-40%, a seconda dell'andamento della campagna, non idoneo per il consumo diretto e deve essere quindi, raffinato. Il restante 50% è rappresentato da oli direttamente commestibili, alcuni di qualità eccellente (25 oli DOP che rappresentano, peraltro, il 5% dell'intera produzione) e da altri oli di qualità che si sono imposti sul mercato anche se non possono fregiarsi della denominazione di origine protetta e che sono, comunque, utilizzati insieme ad altri di altra origine (oli extra vergini eccellenti sono prodotti da Grecia e Spagna) per formare quelle selezioni che rispondono al gusto dei diversi consumatori e che sono alla base del successo dell'olio esportato dalle marche nazionali. Molte di queste marche sono sul mercato da decenni e dispongono di quella competenza che viene conosciuta come "arte olearia".

### **NON È L'INDICAZIONE DI ORIGINE A GARANTIRE LA SICUREZZA**

Viene infine contestato il collegamento fatto dalla Coldiretti, tra indicazione dell'origine delle materie prime e sicurezza. Assitol ricorda che la tracciabilità che diventerà obbligatoria nel 2005, in base al Regolamento CE n.178/2002, è quella per la sicurezza alimentare. I sistemi adottati dalle aziende, infatti, devono essere tali da rendere possibile, nel caso in cui si verificano problemi che possono mettere a rischio la salute pubblica, di identificare gli acquirenti dei prodotti a rischio per consentirne il ritiro e, contemporaneamente, di risalire al fornitore della materia prima o degli ingredienti che possono essere all'origine dell'inconveniente constatato. I diversi settori rappresentati dall'Associazione stanno mettendo a punto schemi di sistemi di tracciabilità che tengano conto della realtà dei diversi settori. Inoltre, le maggiori aziende hanno già realizzato "sistemi efficaci che appare opportuno armonizzare in modo da essere in grado di offrire una valida collaborazione con il Ministero che ha in programma di ordinare la materia".

Ora – rileva ancora l'Associazione – si tende a estendere il campo di applicazione della tracciabilità a fini diversi da quello della sicurezza (e in particolare di trasporto) alla identificazione dell'origine delle materie prime. Ma si tratta di due sistemi differenti, il primo obbligatorio il secondo facoltativo, che non devono e non possono essere confusi.

# In conclusione, Federalimentare dice no alla proposta di legge sostenuta dalla Coldiretti perché:

## **LA SICUREZZA – PRIMA PREOCCUPAZIONE DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE – NON VIENE GARANTITA DAL SEMPLICE RIPORTARE L'ORIGINE DELLA MATERIA PRIMA IN ETICHETTA**

Le vere garanzie del consumatore sono le leggi esistenti a livello nazionale e comunitario e i controlli pubblici, ma anche da parte delle stesse aziende, effettuati ogni anno. Leggi e controlli identici sia per le materie prime nazionali che per quelle di provenienza estera.

Nel 2002 l'1,9% dell'intero fatturato del comparto alimentare è stato destinato a investimenti in sicurezza e qualità, analisi di autocontrollo (oltre 1 miliardo) e costi sostenuti per i 720 mila controlli pubblici effettuati dai vari enti preposti. Questa – offerta dalla marca – è una garanzia che nessuna origine del prodotto potrà mai dare.

## **DA SEMPRE I MIGLIORI PRODOTTI ALIMENTARI SIMBOLO DELL'ITALIA – DALLA PASTA, ALL'OLIO, AI SALUMI - SONO NATI E SI SONO AFFERMATI NEL MONDO UTILIZZANDO ANCHE PREGIATE MATERIE PRIME ESTERE**

Rimettere in discussione l'italianità di alcuni prodotti come la pasta, i salumi e l'olio d'oliva solo perché, da sempre, utilizzano anche la migliore materia prima selezionata proveniente dall'estero – visto che il nostro sistema agricolo nazionale arriva a coprire solo il 70% del fabbisogno interno – è semplicemente assurdo.

Il concetto stesso di Made in Italy si è costruito nei decenni sulla base di una pasta di eccellenza che acquisiva dall'estero un 20-30% di grano duro di eccellenza o di salumi e insaccati realizzati grazie a antiche ricette e miscele, utilizzando una sapiente combinazione di moderne tecnologie, per le quali siamo all'avanguardia, e tradizione artigiana. Allora, perché nessuno mette in discussione il sistema delle IGP che prevede la possibilità di utilizzare materia prima proveniente dall'estero proprio per produzioni di garanzia territoriale come quelle offerte dal sistema europeo?

La Bresaola della Valtellina viene prodotta utilizzando una eccellente materia prima proveniente dal Brasile ma è IGP perché si rifà a una ricetta e a una miscela tipiche di quella zona geografica: eppure nessuno mette in discussione l'italianità di questo prodotto. O, peggio ancora, ne mette in dubbio la salubrità.

La logica che vorrebbe impedire alla pasta di fregiarsi del marchio di italianità per l'utilizzo di grano duro proveniente dall'estero, se applicata alle IGP produrrebbe, dunque, lo svuotamento di questo sistema, ritenuto da sempre, invece, tra le massime garanzie per il consumatore.

## **È ANACRONISTICO PROPORRE UNA LEGGE NAZIONALE SU UNA MATERIA CHE È ORMAI DA TEMPO NORMATA A LIVELLO EUROPEO**

La disciplina dell'etichettatura è di competenza comunitaria da oltre un ventennio proprio perché gli stati membri non devono promuovere leggi che possono compromettere i principi della libera circolazione delle merci. Sarebbe infatti controproducente porre dei paletti – dall'Italia e verso i prodotti italiani – quando quegli stessi paletti non dovrebbero essere rispettati, creando problemi di competitività sul mercato, dai Paesi esteri. In più si andrebbe certamente incontro a una procedura d'infrazione, come è già accaduto quando l'Italia tentò di legiferare a livello nazionale in materia di etichetta d'origine dell'olio di oliva.

## **QUESTA PROPOSTA DI LEGGE INDEBOLISCE IL SISTEMA AGROINDUSTRIALE ITALIANO NELLA SUA CAPACITÀ DI CONFRONTARSI CON I MERCATI ESTERI E FAVORISCE LA DELOCALIZZAZIONE**

In Italia, infatti, esisterebbe un vincolo al concetto stesso di Made in Italy – l'origine italiana di tutti gli ingredienti – che finirebbe per favorire proprio il mercato, fiorente, della contraffazione che non rispetta, per definizione, alcuna regola. Il rischio della delocalizzazione (perché produrre in Italia se il prodotto che usa anche ingredienti stranieri non può essere definito italiano?) di alcune produzioni strategiche del comparto agroalimentare diventerebbe concreto e potrebbe mettere in crisi il primato stesso del cibo italiano nel mondo.

## **QUESTA GENERICA PATENTE D'ORIGINE GEOGRAFICA RISCHIA DI VANIFICARE GLI SFORZI DI QUANTI HANNO INVESTITO PER OTTENERE I RICONOSCIMENTI (DOP, IGP...) EUROPEI**

L'industria alimentare è favorevole al sistema delle Doc e Igp, perché in questo caso l'indicazione dell'origine geografica in etichetta è validata da un ente autorevole e prevede una complessa procedura che garantisce il risultato finale. Se oggi l'Italia esprime il maggior numero di specialità alimentari garantite dal marchio europeo, ben 133, ciò avviene anche perché questo risulta essere un plus faticosamente conquistato, su base volontaria, da chi vuole trasformarlo, legittimamente, in un efficace strumento di marketing del prodotto stesso. Legare l'origine delle materie prime a una territorialità tutta da dimostrare, finirebbe invece per sfavorire proprio quanti, seriamente, hanno investito sul concetto di provenienza geografica del prodotto.



**FEDERALIMENTARE**

Servizi s.r.l.

Viale Luigi Pasteur, 10 - 00144 Roma - tel. +39 06 5903534 - fax +39 06 5903342 - [segreteria@federalimentare.it](mailto:segreteria@federalimentare.it) - [www.federalimentare.it](http://www.federalimentare.it)