

Indagine Coldiretti, muffe in 4 bottiglie di olio straniero su 10 vendute nei supermercati

In quattro bottiglie su dieci di olio vergine ed extravergine vendute al supermercato sono presenti muffe. A denunciarlo sono Coldiretti, Symbola e Unaprol, che hanno presentato a Roma la prima indagine sulla qualità degli oli di oliva in vendita in Italia in occasione del [lancio del progetto "GeniusOlei"](#).

Dall'analisi organolettica sui campioni acquistati nei supermercati ed esaminati da parte del panel costituito dall'Agenzia delle dogane, è emerso anche che il 16 per cento delle bottiglie contiene olio derivante da olive alterate e l'8 per cento addirittura rancido.

Più della metà delle bottiglie di olio esaminate dovrebbe dunque essere declassato e non potrebbe quindi essere venduto come extravergine. Dall'analisi sono stati esclusi quelli a denominazione di origine (Dop) e quelli ottenuti al 100 per 100 da olive italiane, ma sono compresi gli oli di grande diffusione.

Le dimensioni del fenomeno scoperto da Coldiretti, Symbola e Unaprol richiedono un immediato intervento delle autorità predisposte ai controlli soprattutto in vista del Natale, durante il quale l'extravergine è un dono particolarmente apprezzato. Una situazione che Coldiretti, Symbola e Unaprol intendono contrastare con il progetto GeniusOlei, che ha l'obiettivo di promuovere nel mercato una profonda conoscenza dell'olio e delle sue caratteristiche qualificanti, insieme ad un'azione di promozione delle eccellenze del settore.

Va peraltro segnalato che secondo una indagine della Coldiretti in quattro bottiglie di olio extravergine su cinque in vendita in Italia, che contengono miscele di diversa origine, è praticamente illeggibile la provenienza delle olive impiegate, nonostante sia obbligatorio indicarla per legge in etichetta dal primo luglio 2009, in base al Regolamento comunitario n.182 del 6 marzo 2009.

Sulle bottiglie di extravergine ottenute da olive straniere in vendita nei supermercati è quasi impossibile, nella stragrande maggioranza dei casi, leggere le scritte "miscele di oli di oliva comunitari", "miscele di oli di oliva non comunitari" o "miscele di oli di oliva comunitari e non comunitari" obbligatorie per legge nelle etichette dell'olio di oliva. La scritta è riportata in caratteri molto piccoli, posti dietro la bottiglia e, in molti casi, in una posizione sull'etichetta che la rende difficilmente visibile. Inoltre spesso bottiglie con extravergine ottenuto da olive straniere sono vendute con marchi italiani e riportano con grande evidenza immagini, frasi o nomi che richiamano all'italianità fortemente ingannevoli.

I consumatori dovrebbero fare la spesa con la lente di ingrandimento per poter scegliere consapevolmente. Di fronte ad una situazione che è causa di danni per i consumatori e per i produttori italiani Coldiretti, Symbola e Unaprol chiedono al neoministro delle Politiche Agricole

delle diciture, firmato quasi quattro mesi fa e non ancora pubblicato.

Per non cadere nella trappola del mercato il consiglio di Coldiretti, Symbola e Unaprol è quello di guardare con diffidenza ai prezzi eccessivamente bassi che non coprono neanche il costo delle olive, come dimostrano i numerosi e preoccupanti casi di sequestri di olio deodorato a basso prezzo effettuati dalle autorità di controllo. Considerando che una confezione da un litro di un buon olio extra vergine di oliva, prodotto al 100% con olive italiane, non potrebbe costare, mediamente al consumo, sullo scaffale di un supermercato, meno di 6 euro.

Si parte dagli attuali 3,53 euro il chilo per un buon olio extra vergine già lavorato e disponibile per la vendita in un frantoio in Puglia anche se in Calabria si sale a 3,64 euro al chilo, in Sicilia 4,67 euro al chilo e al centro nord 5,80 euro al chilo. Al prezzo di base, vanno aggiunti i costi di confezionamento per bottiglia, etichetta ed etichettatura, tappo, imballaggio, trasporto, quantificabili in 0,74 euro. Seguono, poi, altre 0,76 euro per i costi di commercializzazione. Sono quelli che comprendono le spese di marketing: annunci, messaggi pubblicitari, grafica e di distribuzione alla rete vendite.

Concorre, infine, a determinare il prezzo finale della singola confezione il ricarico del punto vendita, quantificato, quest'ultimo, in 0,62 euro a bottiglia. Si raggiunge, così, considerando come punto di partenza la cifra di 5,62 euro quale costo unitario di un chilo di olio extra vergine di oliva - cui va aggiunta l'Iva del quattro per cento. Si ottiene, quindi, un prezzo finale che arriva a sfiorare i 6,00 euro. Questi rappresentano solo i costi fissi, senza margini di profitto o di extra profitto, che un'azienda deve sostenere per presentare sul mercato il proprio prodotto.

In Italia si producono in media 500mila tonnellate di olio di oliva che per il 60 per cento è venduto come extravergine, per un totale di circa 300mila tonnellate. Di queste quasi un terzo, per un totale di 100mila tonnellate, è destinato all'autoconsumo e alle vendite dirette che hanno avuto un nuovo impulso grazie al progetto della Coldiretti per una filiera agricola italiana che ha portato alla nascita di punti vendita, botteghe e mercati degli agricoltori di campagna amica, che con la certificazione da enti terzi garantiscono la qualità e l'origine nazionale degli oli in vendita.

L'Italia è il principale importatore mondiale di olio di oliva per un totale di 470 mila tonnellate all'anno che vengono spesso miscelate alla produzione nazionale e alimentano i consumi nazionali di 700mila tonnellate e le esportazioni di circa 250mila tonnellate all'anno. La produzione nazionale si concentra in Puglia (35 per cento), Calabria (33 per cento), Sicilia (8 per cento), Campania (6 per cento), Abruzzo (4 per cento), Lazio (4 per cento), Toscana (3 per cento) e Umbria (2 per cento). Sono 40 gli oli italiani a denominazione di origine riconosciuti dall'Unione Europea.

“E' scandaloso che in un Paese come l'Italia che ha conquistato primati mondiali nella qualità dell'extravergine i cittadini siamo costretti a consumare con l'inganno prodotti scadenti che potrebbero anche mettere a rischio la salute”, ha affermato il presidente della Coldiretti Sergio Marini nel sottolineare che “vale la pena di impegnarsi nell'intensificazione dei controlli anche sulle grandi marche nell'interesse dei consumatori e di quello dei tanti olivicoltori colpiti duramente dalla contraffazione, ma anche perché si tratta di un settore strategico per l'economia, il Made in Italy, il turismo e l'ambiente, a protezione del rischio di dissesto idrogeologico.

“L'alta qualità dell'olio extra vergine di oliva italiano è ferma ai box. Una sorta di Formula 1 al contrario dove sullo scaffale competono oli chimicamente perfetti; che però al profilo sensoriale risultano difettati, in alcuni casi ex vergini spacciati per extra vergini per lo più taroccati dal punto di vista dell'origine del prodotto”, denuncia Massimo Gargano presidente di Unaprol – Consorzio

fondazione Symbola e Unaprol, finalizzato a stimolare la domanda di qualità dell'olio extra vergine italiano e il consumo consapevole tra vecchi e nuovi consumatori. "GeniusOlei rappresenta un nuovo inizio – ha poi aggiunto Gargano - per sconfiggere l'imbrolio che è presente sullo scaffale italiano e che oggi senza una adeguata campagna di informazione dei consumatori rischia di far prevalere i più furbi prestigiatori e non i migliori oli I.O.O.% di alta qualità italiana".

"Per l'olio - sottolinea Ermete Realacci, Presidente di Symbola – è importante seguire la stessa strada che da anni è stata intrapresa con successo nel settore vinicolo. Puntare sulla qualità più che sulla quantità, sul legame con i territori e sulle eccellenze che questi custodiscono. E' questa la via per essere più forti in Italia e nel mondo e per combattere anche la concorrenza sleale e le sofisticazioni che insidiano l'olio italiano. Il progetto che oggi vogliamo lanciare è quello di una campagna di promozione, conoscenza e tutela della qualità nella filiera produttiva dell'olio. Una strategia fondamentale, soprattutto nella crisi che stiamo attraversando, per difendere e far crescere uno dei prodotti più famosi del Made in Italy".