

## Bertolli ceduto agli spagnoli, Coldiretti chiede il rispetto dell'etichettatura d'origine

Con questa operazione diventa ancora piu' stringente intensificare i controlli sul rispetto dell'obbligo di indicare in etichetta la provenienza delle olive utilizzate per l'extravergine per evitare che venga spacciato come Made in Italy quello straniero, magari sotto la copertura di un prestigioso marchio italiano.

E' quanto afferma la Coldiretti nel commentare la cessione da parte di Unilever del marchio Bertolli al gruppo spagnolo Sos che già detiene i marchi Carapelli e Sasso.

Si tratta di una esigenza che ha fatto breccia anche nell' Unione Europea dove è in fase avanzata la discussione dell'estensione dell'obbligo, già previsto in Italia, di indicare in etichetta l'origine delle olive impiegate nell'extravergine in tutti i paesi europei, per dare una risposta coerente alla necessità di garantire la trasparenza alle scelte di acquisto dei consumatori comunitari e di combattere le truffe. Una idea italiana, finalmente accolta anche in Europa, fortemente sostenuta dalla Coldiretti che ha raccolto un milione di firme e che già in vigore in Italia dal 17 gennaio scorso per effetto del Decreto pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale del 18 ottobre 2007.

Se, a livello comunitario, occorre ora sostenere lo sforzo del Commissario all'agricoltura per raggiungere presto l'obiettivo, a livello nazionale è necessario intensificare i controlli. A distanza di alcuni mesi dall'entrata in vigore della norma nei supermercati sono ancora troppo poche le bottiglie di extravergine correttamente etichettate in un paese dove l' importazione dall'estero per 5,5 milioni di tonnellate ha superato la produzione nazionale di circa 5 milioni di tonnellate nel 2007.

L'Italia, con 5 milioni di tonnellate, ha prodotto circa un quarto del totale comunitari (23 per cento) con una flessione del 15 per cento mentre i consumi mondiali sono risultati in crescita e hanno sfiorato i 3 milioni di tonnellate.