

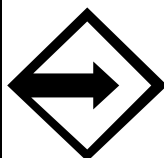


LA GAZZETTA DELL'AGRO ALIMENTARE E DEI MERCATI

Foglio della convenzione per la difesa
delle piccole aziende grossiste

NOTIZIARIO ASCOM

Unione Commercio Turismo Servizi e Professioni della Provincia di Milano



Notiziario

*per gli operatori all'ingrosso del
settore agro-alimentare e dei
mercati pubblici*

*redatto a cura del Comitato Provinciale del Commercio
Alimentare all'Ingrosso e con l'Estero dell'Unione C.T.S.
Corso Venezia 49 – 20121 Milano
Tel. 027750288.215 – fax. 027750253
e-mail: varie.guercilena@unione.milano.it
polo.ingrosso@unione.milano.it*

**LA GAZZETTA
DELL'AGRO ALIMENTARE
E DEI MERCATI**

Presidente: Simonpaolo Buongiardino
Direttore: Enzo Guercilena





SOMMARIO

INNOVAZIONE

Milano sede della agenzia nazionale per l'innovazione. Avrà sede nel palazzo dell'innovazione della CCIAA di Milano un investimento di 400 milioni.

TRASPORTI AMBIENTE E INFRASTRUTTURE

- Fra le vie navigabili d'Europa ci sono anche i Navigli
- Riconosciuta dalla Commissione Europea la piena compatibilità ambientale dell'aeroporto Malpensa

LEGGI E DECRETI

Sicurezza alimentare: rintracciabilità disciplina sanzionatoria

MERCATI

- Stazionari in Europa nel 2005 i consumi di prodotti alimentari
- Ombre e luci sull'agricoltura italiana

CONSUMI

- Italiani grandi bevitori di acqua minerale
- Cambiano i consumi degli italiani

PARLIAMO TANTO DI BIO

- La Commissione Europea rinuncia a elaborare una normativa sulla coesistenza tra colture G.M. e agricoltura biologica
- Il paradosso italiano: siamo i primi produttori in Europa di biologico
- Più frutta, verdura e legumi. Meglio se biologici, i rimedi per vivere meglio

EVENTI

E' tornata Verona Eurocarne

ALLA RICERCA DEL GUSTO: SCOPRI UNA SERA A CENA AL RESTAURANT & OIL BAR FRANTOI CELLETTI & CULTIVAR L'OLIO EXTRA VERGINE ITALIANO MONOCULTIVAR

INTERVISTA AL DR. GINO CELLETTI

Chiuso in redazione il : 07/06/2006

Innovazione

MILANO SEDE DELLA AGENZIA NAZIONALE PER L'INNOVAZIONE.

AVRÀ SEDE NEL PALAZZO DELL'INNOVAZIONE DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI MILANO IN VIA SODERINI UN INVESTIMENTO DI 400 MILIONI.

All'incontro "Innovare Milano", tenutosi a Palazzo Turati il 23 maggio scorso per presentare in anteprima la decisione del Consiglio dei Ministri, con decreto 12.05.2006, di costituire l'Agenzia per la diffusione delle tecnologie per l'innovazione e di fissarne la sede in Milano, presso la Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura, Carlo Sangalli, presidente della CdC e dell'Unione Commercio, ha definito l'evento *"un successo importante per Milano, per la sua capacità di attrarre tecnologia e di fare sistema"*.

Anche il presidente della Regione Lombardia, Roberto Formigoni, ha espresso grande soddisfazione, ricordando l'impegno personale e di tutte le istituzioni lombarde per ottenere questo lusinghiero riconoscimento *"importante per la Lombardia, ma anche per l'Italia, per sostenere la sfida della competitività"*.

"Non sarà" – ha assicurato Formigoni – *"un ente-carrozzone, ma una agenzia dinamica, efficiente ma leggera, in grado di:*

- 1. individuare le eccellenze;*
- 2. mettere a disposizione delle imprese l'innovazione tecnologica;*
- 3. aiutare chi produce eccellenza a trovare aiuti adeguati."*

Il presidente Formigoni ha concluso il suo intervento con la richiesta al nuovo Governo di mettere l'Agenzia in grado di agire efficacemente per conseguire risultati di rilievo, proponendo peraltro, come ulteriore ambizioso obiettivo, la sede di Milano anche per l'Agenzia per l'Innovazione Europea.

Bruno Ermolli, presidente dell'agenzia speciale della CdC "Promos" per l'internazionalizzazione, ha sottolineato, nel suo intervento, che l'Agenzia per l'Innovazione consentirà anche alle piccole imprese di essere tempestivamente informate su tutte le novità del mondo e che sarà, l'Agenzia, un centro propulsivo per tutto il sistema Italia, non un rigido totem.

"Solo il 10% delle PMI si innovano da sole" – ha ricordato Ermolli – *"mentre un altro 30% di esse vorrebbero innovarsi, ma non sanno come. Ma c'è anche un 60% che l'innovazione rifiuta. Occorre, quindi, una grande attività di sensibilizzazione da parte dell'Agenzia dell'Innovazione, un grande lavoro da fare"*.

L'assessore della Provincia di Milano, Gasparini, che ha portato il saluto del presidente Penati insieme alla "gioia" per il riconoscimento dei meriti delle istituzioni lombarde in materia di aiuti alle PMI, ha auspicato che ci si possa mettere tutti intorno a un tavolo, nella sede del Palazzo dell'Innovazione di via Soderini, per mettere d'accordo attori pubblici e privati. L'assessore Gasparini ha anche raccomandato di cercare di andar d'accordo col nuovo Governo, per poter contare su aiuti indispensabili alla crescita del sistema.

Di innovazione e competitività hanno parlato anche gli altri relatori dell'incontro milanese: Giampio Bracchi, presidente della Fondazione Politecnico, Francesco Micheli, presidente di Genextra, e l'assessore del Comune di Milano Martella.

Bracchi ha rilevato che mancava una agenzia ufficiale per stimolare il compito dei diversi sistemi. *“E' giusto che stia a Milano, dove ci sono le competenze. La ricerca non serve alle imprese. Serve l'innovazione organizzativa del mercato, l'innovazione regia di sistema per dar corpo alle iniziative imprenditoriali.”*

Micheli, a sua volta, ha sollecitato adesso a *“muoversi in fretta per capire cosa, concretamente, bisogna fare. Occorrono finanziamenti dal sistema bancario.”*

Auspiciando caffè, bar, ristoranti e negozi sempre aperti, perché: *“ è innovazione anche questa”*.

LA NUOVA SEDE MILANESE DELL' AGENZIA NAZIONALE DELL'INNOVAZIONE

L'Agenzia Nazionale per l'Innovazione sarà dunque presso la Camera di Commercio di Milano, nel Palazzo dell'Innovazione in via Soderini.

La nuova struttura dell'Agenzia e del Palazzo dell'Innovazione, per cui sono stati già stanziati 400 milioni di euro, potrà contare su 300 specialisti per accrescere la competitività delle imprese, diffondere l'utilizzo di nuove tecnologie, favorire l'integrazione fra il sistema della ricerca e quello produttivo.

Il Palazzo di via Soderini, grazie anche ad un sistema di alleanze italiane e straniere, ospiterà, oltre all'Agenzia Nazionale dell'Innovazione, centri di ricerca europei, studi brevettali, società specializzate in trasferimento tecnologico, società di *venture capital*, insieme a uffici della Camera di Commercio per l'innovazione. Con comitati di indirizzo e di eccellenza a cui partecipano i principali rappresentanti dell'impresa e della ricerca italiana e internazionale.

TERRENO FERTILE, IN LOMBARDIA, PER LE IMPRESE INNOVATIVE

Secondo i dati che emergono da una elaborazione della Camera di Commercio di Milano su dati Eurostat relativi a 171 regioni europee, la Lombardia, con quasi 25.000 imprese, è al primo posto tra le regioni europee per numero di imprese attive nel settore della ricerca e dello sviluppo e nell'informatica, precedendo l'Ile de France e Londra.

“ Se consideriamo anche gli altri 4 indicatori di innovatività” – ha detto il presidente Sangalli commentando i risultati del rapporto “Regions: Statistical yearbook 2005”- *“la Lombardia si piazza al 14° posto tra le regioni europee, prima tra quelle dell'Europa mediterranea. Tra i 4 motori d'Europa, la Lombardia è preceduta dai distretti del Baden-Wurttemberg, ma supera sia Rhone-Alpes che la Catalogna, al 53° posto”*.

Per quanto riguarda le singole classifiche, la Lombardia rimane nelle zone alte per l'occupazione: al 21° posto nel rapporto fra occupati nel manifatturiero avanzato e totale occupati (11,05 %) e al 23° posto per rapporto tra occupati nei servizi ad alto contenuto di conoscenza e nel manifatturiero tecnologico e totale occupati (14,48 %).

“Sull'innovazione il nostro territorio” – ha concluso Carlo Sangalli- *“ vanta posizioni importanti: dal numero di imprese che pensano e fanno pensare, all'occupazione nei settori ad alta tecnologia e conoscenza, la Lombardia fa bene in Europa. arrivando, in alcuni casi, ad eccellere. Siamo primi in Italia e nell'Europa meridionale e reggiamo il confronto con la Germania, la Svezia, la Gran Bretagna. Ma sedersi sugli allori non è saggio in una realtà in cui tutti corrono. Ecco il senso dell'iniziativa della Camera di Commercio, ora premiata con il riconoscimento nazionale: creare il Palazzo dell'Innovazione, un “laboratorio per fare sistema”, per far lavorare insieme istituzioni pubbliche e realtà private a servizio delle imprese.*

Un simbolo di modernità con un ruolo di propulsore della diffusione della cultura della innovazione verso le imprese.”

In un mondo sempre più interconnesso e quindi più concorrenziale, l'unico vero segreto consiste nell'investire nell'innovazione.

Con il progetto del Palazzo dell'Innovazione, la Camera di Commercio di Milano vuole rilanciare la competitività delle imprese lombarde, investendo nella nuove tecnologie e favorendo la nascita delle idee innovative.

FUNZIONI E STRUTTURE DELL'AGENZIA NAZIONALE DELL'INNOVAZIONE.

L'“Agenzia per la diffusione delle tecnologie per l'innovazione” intende promuovere l'integrazione fra il sistema della ricerca e il sistema produttivo, attraverso l'individuazione, la valorizzazione e la diffusione di nuove conoscenze, tecnologie, brevetti e applicazioni industriali prodotti su scala nazionale e internazionale.

L'Agenzia stipulerà contratti e convenzioni con soggetti pubblici e privati che ne condividono le finalità.

L'Agenzia è soggetta alla vigilanza della Presidenza del Consiglio dei ministri che, con propri decreti, sentiti il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della ricerca, il Ministero dell'Economia e Finanze, il Ministero delle Attività Produttive e il Ministero per l'Innovazione e le Tecnologie, definirà criteri e modalità per lo svolgimento delle attività istituzionali.

INIZIATIVE A FAVORE DELL'INNOVAZIONE.

Le Camere di Commercio lombarde hanno siglato con la Regione Lombardia un accordo pluriennale per la competitività (2006/2008), per sostenere le PMI in attività di innovazione, con un investimento pari a 210 milioni di euro.

La Camera di Commercio di Milano, inoltre, ha pubblicato bandi di concerto con altri enti locali per un ulteriore investimento di circa 8 milioni di euro nel 2005.

Altre iniziative di supporto: Bioiniziativa, Forum Net Economy, Innovation Relay Centre.

Sergio Lolli

(Per ulteriori informazioni sull'Agenzia e sul Palazzo dell'Innovazione e sui risultati dell'indagine sui distretti operativi regionali d'Europa, consultare il sito della CdC di Milano: www.mi.camcom.it)

FRA “LE VIE NAVIGABILI D’EUROPA” CI SONO ANCHE I NAVIGLI OBIETTIVO LOMBARDIA: RECUPERARE E SVILUPPARE LE VIE NAVIGABILI

Al convegno “ Vie Navigabili d’Europa”, organizzato nell’ambito del “progetto Waterways”, di cui l’Italia è partner insieme a Regno Unito, Belgio, Francia, Germania, Ungheria, Olanda, Spagna, Svezia e Norvegia, l’assessore regionale alle Opere Pubbliche, Gianpietro Borghini, ha lanciato la proposta di *“recuperare e sviluppare le vie navigabili con il loro patrimonio storico e culturale, mappando e classificando quelle europee con un linguaggio comune, per promuovere l’uso multifunzionale delle vie d’acqua coniugando funzioni turistiche, agricole, culturali, ambientali ed economiche”*.

L’obiettivo della Regione Lombardia è quello di promuovere il “sistema Navigli”, dopo averlo recuperato e riconsegnato, con il suo antico splendore, non solo ai lombardi, ma anche a tutti quei visitatori che sempre più spesso scelgono le sponde dei Navigli in cerca di qualche momento di tranquillità, isolati dal traffico caotico milanese.

“Una città seria” – ha detto Borghini- *“ ha l’obbligo di recuperare questo patrimonio e di riconsegnarlo più bello di prima, perché una promozione che non si accompagna anche ad un miglioramento del prodotto, è priva di significato”*.

(Da “Lombardia Notizie 7” n. 14/06)

RICONOSCIUTA DALLA COMMISSIONE EUROPEA LA PIENA COMPATIBILITA’ AMBIENTALE DELL’ AEROPORTO MALPENSA

La Commissione Europea ha riconosciuto la piena compatibilità ambientale delle azioni della Regione Lombardia per l’aeroporto di Malpensa e ha quindi disposto l’archiviazione della procedura di infrazione, che era stata avviata nel 2001 e formalizzata nel 2003, e che si riferiva particolarmente al completamento dell’aerostazione e alla costruzione del III satellite (il “promontorio” di accesso per i passeggeri dall’aerostazione agli aerei).

Si conclude così positivamente un lungo periodo di incertezza in ordine sia all’efficacia degli investimenti già attivati, sia alla concreta possibilità di conseguire adeguati livelli di qualità dei servizi. Il presidente Roberto Formigoni ha così commentato la decisione: *“ la UE ha riconosciuto la totale congruità delle azioni intraprese dalla Regione Lombardia e dagli altri soggetti coinvolti con la compatibilità ambientale della Malpensa. Ciò consente di spazzare via ogni equivoco nel dibattito sul ruolo delle infrastrutture e di procedere nell’opera di valorizzazione e di sviluppo del territorio”*.

Anche l’assessore regionale al Territorio e all’Urbanistica, Davide Boni, ha espresso soddisfazione, rilevando che *“la Regione Lombardia ha sempre agito nel pieno rispetto delle leggi e dei regolamenti in materia ambientale. Ogni scelta che in futuro riguarderà Malpensa sarà, come sempre, condivisa con gli enti locali e il Parco del Ticino.”*

Nell'ambito del "Piano territoriale d'area Malpensa", dal 1999 al 2005, la Regione Lombardia ha erogato oltre 3.000.000 di euro per attività di monitoraggio ambientale, convenzioni con il Parco del Ticino, progetti di valorizzazione territoriale-paesaggistica e di riqualificazione urbana. Sono stati inoltre stanziati 720.000 euro per il 2006 e 500.000 per il 2007.

A partire dal 199°, la SEA ha investito oltre 6.000.000 di euro in studi e azioni di mitigazione ambientale, convenzioni, Piano del Verde, interventi di riqualificazione paesistica, attività di monitoraggio ambientale, depurazione e smaltimento delle acque.

(Lombardia News 7 n.14/06)



LEGGI E DECRETI

Sicurezza alimentare: rintracciabilità; disciplina sanzionatoria.

E' stato pubblicato nella GURI n. 118 del 23 maggio il Decreto legislativo 5 aprile 2006 n. 190 recante "Disciplina sanzionatoria per le violazioni del regolamento (CE) n. 178/2002 che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare, istituisce l'Autorita' europea per la sicurezza alimentare e fissa procedure nel settore della sicurezza alimentare."

Preliminarmente si ricorda che il nuovo Decreto é stato emanato ai sensi dell'articolo 3 della Legge comunitaria 2005 (Legge 18 aprile 2005, n. 62) che, come noto, consente al Governo di adottare decreti legislativi allo scopo d'inserire le necessarie disposizioni sanzionatorie nei regolamenti comunitari vigenti alla data di entrata in vigore della stessa Legge comunitaria.

Si ricorda inoltre che il Regolamento CE n. 178/2002, entrato in vigore il 1° gennaio 2005, rappresenta il primo atto normativo che l'Unione europea ha emanato dopo gli impegni assunti nel Libro bianco del 2001 in materia di sicurezza alimentare. Gli obiettivi che l'Unione si è prefissata hanno comportato una completa revisione della legislazione comunitaria sugli alimenti, finalizzata al raggiungimento di un più elevato grado di sicurezza nonché all'identificazione ed alla definizione delle responsabilità dei soggetti coinvolti in tutte le fasi della produzione, della trasformazione e della distribuzione degli alimenti e dei mangimi destinati alla produzione alimentare. Uno degli strumenti più efficaci per meglio tutelare la salute dei cittadini è stato individuato nell'obbligo di tracciare gli alimenti ed i mangimi allo scopo di poterli, in ogni occasione, rintracciare.

Per rintracciabilità si intende quindi la possibilità di ricostruire, da valle a monte, il percorso di un alimento, di un mangime, di un animale destinato alla produzione alimentare o di una sostanza destinata od atta ad entrare a far parte di un alimento o di un mangime. Naturalmente per rintracciare un alimento da valle a monte è necessario prima tracciarlo da monte a valle.

Con l'articolo 1, il nuovo provvedimento definisce il campo di applicazione che riguarda gli articoli 18, 19 e 20 del regolamento n. 178/2002; questi ultimi trattano, appunto, la materia della rintracciabilità, la cui eventuale inosservanza ha reso ora necessaria l'emanazione di una disciplina sanzionatoria da parte delle Autorità di controllo.

L'articolo 2 stabilisce le sanzioni a carico sia degli operatori del settore alimentare che non hanno attivato un sistema od una procedura in grado di permettere agli Organi di vigilanza di individuare chi ha fornito loro un alimento, un mangime, un animale od una sostanza che entra a far parte di un alimento, sia a carico degli operatori che non hanno attivato un sistema per individuare le imprese alle quali loro stessi hanno fornito un alimento, un mangime, un animale od una sostanza.

Si tratta, sostanzialmente, delle violazioni all'articolo 18 del regolamento n. 178.

Il mancato adempimento degli obblighi citati nell'articolo comporta, salvo che il fatto costituisca reato, il pagamento di una sanzione amministrativa pecuniaria da 750 a 4.500 euro.

In merito ai sistemi ed alle procedure di rintracciabilità si stima opportuno ripetere che le modalità con le quali gli operatori possono adempiere a tale nuovo obbligo sono autonomamente scelte ed applicate dagli stessi operatori in relazione alla dimensione, alla tipologia ed alla specificità dell'attività svolta.

Quindi l'attivazione del sistema di individuazione della provenienza degli alimenti è stata rimessa

alla discrezionalità del singolo operatore che può liberamente precisare le modalità operative che ritiene più idonee allo scopo di rintracciare gli alimenti prodotti o commercializzati, modalità che possono consistere anche nella mera annotazione manuale in un registro, così come nell'utilizzo di strumenti e programmi informatici.

Il comma 1 dell'articolo 3 stabilisce le sanzioni per la mancata osservanza delle prescrizioni di cui agli articoli 19 e 20, comma 1, del Regolamento 178; ossia quando gli operatori non attivano le procedure per il ritiro dal mercato di un prodotto ogni volta che hanno avuto motivo di ritenere che quel prodotto non sia conforme ai requisiti di sicurezza.

Il comma 2, sempre dell'articolo 3, sanziona la mancata informazione all'Autorità competente dell'attivazione delle procedure di ritiro dal mercato.

Il comma 3, infine, sanziona la mancata collaborazione degli operatori con le autorità competenti riguardo ai provvedimenti volti ad evitare o ridurre i rischi provocati dal prodotto alimentare e si riferisce alle fattispecie di cui al comma 4 degli artt. 19 e 20 del regolamento comunitario.

Sempre salvo che il fatto costituisca reato:

la violazione del comma 1 dell'articolo 3 (mancata attivazione delle procedure di ritiro) comporta il pagamento di una sanzione amministrativa pecuniaria da 3.000 a 18.000 euro;

la violazione del comma 2 (mancata informazione all'autorità competente) il pagamento di una sanzione da 500 a 3.000 euro;

la violazione del comma 3 (mancata collaborazione con le autorità) il pagamento di una sanzione da 2.000 a 12.000 euro.

L'articolo 4 stabilisce le sanzioni da applicare nel caso di violazione degli articoli 19 e 20 del regolamento, sia nel caso in cui gli operatori non hanno attivato un sistema di informazione efficace ed accurato sui motivi del ritiro quando il prodotto è arrivato al consumatore od all'utilizzatore finale, sia nel caso in cui non abbiano provveduto a richiamare l'alimento quando altre misure non sono sufficienti a garantire un elevato livello di tutela della salute pubblica. I trasgressori sono soggetti al pagamento di una sanzione amministrativa pecuniaria da 2.000 a 12.000 euro.

Per chiarezza espositiva, si ripete che le operazioni di ritiro dal mercato di un prodotto anche potenzialmente pericoloso per la salute pubblica possono svolgersi sia quando il prodotto non è stato ancora immesso al consumo (ipotesi meno problematica perché il prodotto è ancora nella disponibilità del circuito distributivo) sia quando il prodotto è stato messo in vendita e, quindi, materialmente distribuito ai consumatori (ipotesi più problematica). L'azione di richiamo viene invece svolta dal distributore per informare i consumatori nei casi limite, della necessità di riconsegnare il prodotto oggetto del richiamo. In tale evenienza, è opportuno confrontarsi immediatamente con la locale A.S.L. per decidere se sia opportuno o meno svolgere un'azione di richiamo e quali mezzi informativi utilizzare per avvisare i consumatori.

L'articolo 5 prevede che, in caso di violazione degli articoli 19 e 20, comma 2, del Regolamento, gli operatori che svolgono attività di vendita al dettaglio che non incidono in alcun modo sulla loro sicurezza ed integrità sono sanzionati con il pagamento di una sanzione amministrativa pecuniaria da 500 a 3.000 euro quando non avviano le procedure per il ritiro dal mercato di prodotti non conformi ai requisiti di sicurezza alimentare; alla stessa sanzione sono soggetti nel caso che non attuino gli opportuni interventi predisposti dal responsabile della produzione, trasformazione e lavorazione e dalle autorità competenti per il ritiro o richiamo degli alimenti.

L'articolo 6 sanziona (da 500 a 3.000 euro) il comportamento dell'operatore del settore dei mangimi nel caso in cui, fatte salve particolari disposizioni dell'Autorità competente, non abbia provveduto alla distruzione della partita, del lotto o consegna un mangime non conforme ai requisiti di

sicurezza alimentare.

L'articolo 7 (Disposizioni finali) prevede in caso di reiterazione delle violazioni, oltre l'applicazione della sanzione pecuniaria, anche la sospensione del provvedimento di autorizzazione per lo svolgimento dell'attività, da dieci giorni fino ad un massimo di venti giorni lavorativi.

Infine le disposizioni e le sanzioni precedentemente descritte all'articolo 2 si applicano anche al settore vitivinicolo ed a quello relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine dei prodotti agricoli ed alimentari.

In conclusione, il Governo ha emanato una disciplina sanzionatoria che può essere definita moderata nei confronti di eventuali infrazioni di natura burocratica (mancata attivazione di sistemi e procedure per la rintracciabilità) mentre è stato particolarmente severo nel caso in cui l'operatore non attivi con immediatezza le procedure di ritiro di un prodotto, pur essendo a conoscenza che l'alimento da lui importato, prodotto, trasformato, lavorato o distribuito, non risulta conforme ai requisiti di sicurezza.

Di seguito, una tabella riassuntiva delle sanzioni in esame:

Decreto Lgs. 05/04/2006 n. 190	
Obblighi degli operatori:	Sanzione amministrativa pecuniaria (salvo che il fatto costituisca reato)
Art. 2 Mancata attivazione di sistemi e procedure per la rintracciabilità	Da 750 a 4500 euro
Art. 3/1 Mancata attivazione procedura ritiro in caso di non conformità del prodotto	Da 3000 a 18.000 euro
Art. 3/2 Mancata informazione all'Autorità competente	Da 50 a 3.000 euro
Art. 3/3 Mancata collaborazione con l'Autorità competente	Da 2000 a 12.000 euro
Art. 4 Mancata informazione ai consumatori od all'utilizzatore finale sul motivo del ritiro di un prodotto	Da 2000 a 12.000 euro
Art. 4 Mancato richiamo di un alimento	Da 2000 a 12.000 euro
Art. 5/1 Dettaglianti prodotti confezionati: - mancata attivazione procedura ritiro in caso di non conformità del prodotto	Da 500 a 3.000 euro
Art. 5/2 Dettaglianti prodotti confezionati: - mancata attivazione interventi disposti dal responsabile della produzione o dall'autorità competente	Da 500 a 3.000 euro
Art. 6 Mangimi: mancata distruzione del lotto	Da 500 a 3.000 euro
Art. 7 In caso di reiterazione:	Sospensione da 10 a 20 giorni del provvedimento di autorizzazione

MERCATI

STAZIONARI IN EUROPA NEL 2005 I CONSUMI DEI PRODOTTI ALIMENTARI LE MULTINAZIONALI PUNTANO SUL REGIONALE E SUL GLOBALE

IN Europa, nel 2005, i consumi di prodotti alimentari sono rimasti stazionari e le principali imprese europee hanno registrato tassi di sviluppo inferiori a quelli asiatici e americani.

Tutte le aziende multinazionali stanno, di conseguenza, riorganizzando le attività, alla ricerca di nuovi livelli di efficienza.

Unilever, Danone, Cadburj, Schweppes stanno perseguendo, secondo "Mercato Italia" una strategia di focalizzazione in termini di prodotto e di aree geografiche, "concentrando risorse in quelli a maggiore potenziale di sviluppo" e puntando su alcune attività globali e regionali.

Il settore delle bevande alcoliche, secondo "il rapporto sullo stato delle imprese", pubblicato su mercato italia n. 4/2006, "ha ulteriormente accelerato il processo di concentrazione".

Ma anche le aziende USA stanno soffrendo il rallentamento dei consumi e operando tagli significativi alle loro attività.

Con qualche eccezione: HEINZ la acquisito altri prodotti, compresi quelli ceduti da Danone, e il fenomeno Starbucks continua a sviluppare le vendite del 20% all'anno, grazie all'aumento dei punti vendita ma anche dei prodotti finiti venduti nei supermercati.

OMBRE E LUCI SULL'AGRICOLTURA ITALIANA MA IL MADE IN ITALY GODE DI BUONA SALUTE E MIGLIORA LA BILANCIA COMMERCIALE

"il 2005" - scrive Mercato Italia/Agroalimentare 2006 – "è chiuso lasciandosi alle spalle un'annata agraria con luci e ombre".

Ombre, in particolare, sulla produzione di frumento duro e mais e anche nel settore avicolo, per colpa dell'aviaria.

Le luci provengono dai consumi interni ed esteri, decisamente in crescita, così da far ritenere il made in Italy in ottima salute.

I prezzi all'origine nel 2005 sono complessivamente diminuiti di oltre il 4% rispetto all'anno precedente.

Per quanto riguarda il commercio con l'estero, il 2005 si è dimostrato un anno positivo per il sistema agroalimentare italiano, secondo le rilevazioni Istat riferite al periodo gennaio/ottobre 2005, con un calo delle importazioni del 5% e un aumento delle esportazioni del 13%.

L'aumento del costo dei prodotti importati (+ 6% in media) ha causato però un maggior esborso valutario, malgrado la flessione dei volumi.

Ma anche le esportazioni hanno visto il loro valore calare del 7,7%.

Così il saldo monetario, pure negativo, è migliorato del 6% rispetto al 2004.

La buona annata dell'agroalimentare italiano sui mercati esteri è confermato, secondo "Mercato Italia", che si basa su dati Ismea, "dalle ottime performance di pasta, vino, olio, ortofrutta, formaggi e salumi made in Italy.

Gli acquisti domestici dell'agroalimentare sono aumentati di circa l'1% sul 2004 mentre la spesa delle famiglie in valore è rimasta sostanzialmente immutata.

Per quanto concerne le bevande alcoliche, c'è stata nel 2005 una flessione nel 2004 di circa il 2%, dovuta al calo dei consumi di spumante (-1%), di birra (-6%) e degli altri alcolici (-12%)

Consumi

ITALIANI, GRANDI BEVITORI DI ACQUA MINERALE

Una ricerca condotta dall'Earth Policy Institute ente americano che si occupa di sviluppo economico in un'ottica ecologica, rivela che è proprio nei Paesi industrializzati, dove l'acqua degli acquedotti è più sicura e controllata, che si consuma più acqua minerale.

Gli italiani, in particolare, sono al vertice mondiale del consumo di acque minerali, bevendo 194 litri all'anno pro-capite.

Il giro d'affari annuo dell'acqua minerale in Italia, un mercato in cui sono presenti quasi 300 marchi, è di circa 3 miliardi di euro all'anno.

I consumatori italiani optano al 60% per l'acqua minerale naturale, al 18% per l'effervescente naturale, al 12% per l'acqua leggermente frizzante e al 10% per la frizzante.

Da: Nuova Distribuzione aprile 2006

CAMBIANO I CONSUMI DEGLI ITALIANI PER RISPARMIARE E PER CAUTELE SULLA SICUREZZA ALIMENTARE

Secondo i dati di uno studio della CIA (Confederazione Italiana Agricoltori) negli ultimi due anni sono cambiati radicalmente gli orientamenti degli italiani in fatto di consumi alimentari.

Oltre l'80% ha modificato i propri acquisti per risparmiare ma anche per timori su una scarsa sicurezza dei prodotti.

Questo cambiamento ha interessato soprattutto le persone con redditi inferiori ai 2000 euro al mese, vale a dire il 6-7% della popolazione.

Sono soprattutto gli over 55 ad aver ridotto la spesa alimentare, con picchi elevati degli over 70.

Tra i fattori che più hanno condizionato la spesa alimentare, secondo la CIA, oltre ai problemi economici e ai rincari, è la sfiducia nella mancanza di genuinità e di sicurezza dei prodotti agro-alimentari.

L'Italia, secondo l'indagine, resta il paese dove sugli acquisti pesa maggiormente l'attenzione alla sicurezza con l'89,9%, a fronte dell'86,3% dei francesi, del 72,4 degli spagnoli, del 68,8% degli inglesi e del 40,6% dei tedeschi.



Parliamo tanto di BIO

LA COMMISSIONE EUROPEA RINUNCIA, PER IL MOMENTO, A ELABORARE UNA NORMATIVA SULLA COESISTENZA TRA COLTURE G.M. E AGRICOLTURA CONVENZIONALE E BIOLOGICA, “PER LA SCARSA ESPERIENZA MATURATA”

La conferenza tenutasi a Vienna il 5 e 6 aprile 2006 ha consentito alla Commissione Europea di chiarire i motivi della rinuncia alla elaborazione di una normativa europea sulla coesistenza tra le colture geneticamente modificate (GM) e l'agricoltura convenzionale e biologica: “l'esperienza nella coltivazione di piante transgeniche è ancora molto limitata nell'UE. La coltivazione commerciale si è finora limitata a due tipi di mais geneticamente modificato. In Spagna il mais transgenico è stato coltivato nel 2004 su 58.000 ettari, pari al 12% circa della superficie spagnola coltivata a granoturco. In altri Stati membri, la coltura è rimasta circoscritta a poche centinaia di ettari”. La Commissione si è comunque impegnata a condurre un'ampia e approfondita consultazione dei soggetti interessati, “ per garantire ai produttori e ai consumatori la concreta possibilità di scegliere tra prodotti GM e non GM, adottando strategie efficaci ed economicamente convenienti per assicurare la coesistenza.”

“Qui non si tratta” –ha detto il Commissario per l'agricoltura Mariann Fischer Boel- “di salute o di tutela dell'ambiente, dal momento che gli OGM sono autorizzati sul mercato dell'Unione Europea solo se ne è stata comprovata l'assoluta innocuità. “

L'UE ha messo a punto, infatti, un sistema avanzato di etichettatura e di tracciabilità per gli OGM, grazie al quale il consumatore sa esattamente cosa compra.

Le misure di separazione sono necessarie, secondo la Fischer Boel, *“per garantire che i residui accidentali di OGM nei prodotti dell'agricoltura tradizionale o biologica si mantengano entro i limiti ferrei stabiliti dalla normativa UE.”*

D'altra parte, le condizioni di coltivazione variano notevolmente da un Paese all'altro e l'esperienza nella produzione di colture GM è ancora limitata in Europa.

Alla Commissione Europea non sembra quindi opportuno, a questo stadio, proporre norme unificate a livello UE, perché “occorre maturare ulteriore esperienza prima di potersi discostare dall'attuale approccio improntato alla sussidiarietà, suggerito dalla raccomandazione del 23 luglio 2003 agli Stati membri di elaborare strategie nazionali sulla coesistenza fra colture GM e non GM”.

La Commissione intende comunque fare tesoro delle opinioni espresse nel corso della Conferenza di Vienna dell'aprile scorso, analizzando le più recenti informazioni scientifiche ed economiche disponibili sulle misure di separazione.

Nel 2008 la Commissione presenterà una relazione sui progressi compiuti e un resoconto aggiornato delle misure nazionali di coesistenza che saranno state elaborate e applicate.

Per saperne di più, è possibile consultare il sito:

http://europa.eu.int/comm/agriculture/coexistence/index_en.htm

IL PARADOSSO ITALIANO: SIAMO I PRIMI PRODUTTORI IN EUROPA DI BIOLOGICO, TERZI NEL MONDO, MA COME CONSUMATORI CONTIAMO POCO

Scrive Antonio Cianciullo su "Natura e Salute" di Repubblica, a proposito di biologico, che *"il cibo biologico, quello prodotto azzerando l'uso dei pesticidi e moltiplicando gli effetti benefici degli alimenti, è un po' il manifesto delle contraddizioni del nostro Paese"*.

"Da una parte rappresenta un fattore di successo dell'export e un ritorno alla tradizione della cucina mediterranea. Dall'altra, è un prodotto che non sfonda sul mercato interno a causa della difficoltà di trasformare un modello culturale apprezzato in tutto il mondo in un ciclo produttivo vincente."

Nel biologico, infatti, occupiamo il primo posto in Europa e il terzo nel mondo come produttori. Ma siamo, dice Cianciullo, **"consumatori modesti e svogliati"**.

"Sforniamo zucchine d'eccellenza, mele doc, melanzane fantastiche, ma le riserviamo soprattutto al mercato del Centro Europa, lasciando che in Italia prevalga la diffidenza."

Questa contraddizione, secondo Cianciullo, è legata alla nascita della seconda stagione del biologico, cioè il biologico non più come evoluzione scontata di millenni di agricoltura, ma **come ritorno alla tradizione dopo l'ubriacatura da eccesso di chimica degli ultimi decenni**.

Il mercato italiano, privo di un coordinamento efficace in materia di marketing e di prezzi, con una scarsa capacità di distribuzione, non è stato in grado di allinearsi all'offerta che veniva da Germania e Gran Bretagna.

Ma è arrivato il momento di superare la fase dell'adolescenza, ricorda Valentino Mercati, il fondatore di ABOCA, un'azienda biologica specializzata nel campo delle erbe, perché *"vivere in una nicchia può essere utile nella fase di partenza, poi diventa asfittico. Oggi il biologico ha la possibilità di farsi sistema, di acquisire una visibilità ampia. E' una occasione da non perdere"*.

LA DISTRIBUZIONE DEL BIOLOGICO: GDO O CATENA CORTA?

Andrea Ferrante, presidente di AIAB, l'associazione italiana per l'agricoltura biologica, interpellato da Antonio Cianciullo sul tipo di distribuzione più adatto ai prodotti biologici, è del parere che *"il pressing della grande distribuzione ha, da una parte, effettivamente creato una nuova quota di mercato, ma dall'altra **ha spersonalizzato il biologico**"*.

Per rilanciare davvero il settore, secondo Ferrante, e per fronteggiare la spinta di una forte concorrenza che viene da Egitto, Marocco e Spagna, occorre **tornare al territorio**, *"sostenendo i marchi delle migliori aziende produttrici più che quelli della distribuzione. Le due strade più promettenti sono la catena corta, cioè l'organizzazione degli acquisti diretti in azienda, e il rilancio delle **mense scolastiche**, che sono arrivate a vendere un milione di pasti al giorno"*.

A proposito di mense scolastiche, ecco l'autorevole parere di Alfonso Pecoraro Scanio, presidente dei Verdi: *"il successo del biologico nelle mense scolastiche rappresenta un elemento di grande speranza, è il successo di una battaglia su cui abbiamo concentrato le nostre forze, pur tenendo conto di certe discontinuità, perché a Roma è la regola e a Milano l'eccezione"*.

Il parere di Pecoraro Scanio è che *"gli alimenti che concentrano la forza della natura ed evitano le insidie della chimica costituiscono ormai una quota crescente e significativa del mercato agricolo italiano e vanno rilanciati come garanzia di qualità della tavola e di protezione dei consumatori"*.

I NUMERI DEL BIOLOGICO IN ITALIA...

- Un milione centosessantotto ettari di superficie agricola coltivata
- 80 euro la spesa alimentare in prodotti biologici per famiglia ogni anno
- 20 euro la spesa media pro-capite per prodotti biologici ogni anno in Italia
- 30% la percentuale di produzione biologica italiana sul totale della produzione europea

... E NEL MONDO

- 26,5 milioni di ettari di superficie agricola coltivata con metodi biologici
- 560.000 aziende che utilizzano metodi biologici
- 105 euro la spesa media pro-capite per prodotti biologici ogni anno in Svizzera
- 19,5 miliardi di euro il mercato mondiale di vendite al dettaglio di prodotti biologici.

PIU' FRUTTA, PIU' VERDURA, PIU' LEGUMI. MEGLIO SE BIOLOGICI I RIMEDI DELLA NATURA PER VIVERE MEGLIO A LUNGO

Al convegno del 26 maggio de "Il Sapore del Sapere", tenutosi a Palazzo Turati, sede della Camera di Commercio di Milano, si è parlato dei prodotti della terra come difensori della salute umana.

La lunghezza, ma soprattutto la qualità della vita, perché ben pochi si augurano di vivere a lungo pieni di acciacchi, si conquistano in buona parte con lo stile di vita e con le scelte alimentari.

E chi sceglie frutta, verdura, legumi e cereali, meglio se biologicamente garantiti, è sicuramente sulla strada giusta.

Lo confermano sempre più spesso ricercatori, medici, chimici, associazioni private e istituzionali di tutto il mondo.

NANOTECNOLOGIE E QUALITA' DEL CIBO.

E lo hanno confermato, fra gli altri, intervenendo al convegno di "Il Sapore del Sapere" dedicato a "i prodotti della terra a salvaguardia della nostra salute: cereali, verdura, legumi", esperti di chimica organica come Fabrizio Tonna, che ha analizzato, nel suo intervento, gli aspetti tecnologici e di impatto sociale legati al miglioramento delle colture attraverso strategie di totale rispetto del valore naturale del prodotto che arriva sulle nostre tavole. Secondi Tonna, le "Nanoscienze" e la loro applicazione tecnologica rappresentano il cardine futuro dei sistemi di monitoraggio della filiera agroalimentare. *"La nuova frontiera dei Nano-biosensori, una nuova classe di "sorveglianti" della qualità nella filiera agroalimentare, apre prospettive future affascinanti e di sicuro impatto economico-sociale".*

Nanotecnologie e OGM, ha spiegato Tonna, sono realtà completamente differenti, agendo le prime sul piano assolutamente naturale e i secondi su fattori di manipolazione della natura genetica del prodotto. Le Nanotecnologie si configurano, quindi, come interventi a bassissimo impatto ambientale e ad altissimo valore ecologico.

I LEGUMI, LA CARNE DEI POVERI.

Luciano Pecchiai, primario patologo all'Ospedale Vittore Buzzi di Milano, ben noto ai frequentatori abituali dei convegni de "Il Sapore del Sapere", ha svolto una simpatica e dotta lezione su cereali e legumi, una sinergia fondamentale per l'equilibrio e la salute dell'uomo.

“L’istinto dei contadini del passato” – ha ricordato Pecchiai- “ aveva permesso loro di capire che non si poteva vivere bene mangiando solo pane, e che era necessario anche il companatico. E il companatico dei poveri non era rappresentato dalla carne, ma dai legumi, che erano appunto chiamati “la carne dei poveri”. Ecco quindi i piatti tipici della tradizione: pasta e fagioli, riso e lenticchie ecc.”

PIU’ FRUTTA E VERDURA: IL PROGETTO-PILOTA DI “ ORTOCIRCUITO”.

Più frutta e verdura è la parola d’ordine, condivisa da esperti e ricercatori di tutti i paesi industrializzati, per promuovere una adeguata educazione alimentare, spesso trascurata proprio dai giovanissimi.

Ed è sulla base di questa consolidata certezza, che Annamaria Magro, vice-direttore di Agriteam, l’azienda speciale della Camera di Commercio di Milano per Agricoltura, Territorio e Ambiente, ha illustrato al convegno “Ortocircuito”, il progetto-pilota condiviso da Regione Lombardia, Agriteam, Milano Ristorazione e Comune di Milano, in collaborazione con una nutrita schiera di enti, associazioni, realtà profit e no-profit, che è stato proposto in via sperimentale per l’anno scolastico 2005/2006, con l’obiettivo di incrementare il consumo di frutta e verdura nell’età scolare.

Il progetto “Ortocircuito”, dedicato a studenti e studentesse di ogni età, alle loro famiglie e ai loro insegnanti, è una sfida a due livelli. Il primo livello, quello di far lavorare insieme tutti gli interlocutori pubblici e privati che hanno un ruolo nel mercato alimentare: dai produttori ai gestori dei mercati ortofrutticoli, dalla ristorazione scolastica agli operatori dei distributori automatici, fino alle Fattorie didattiche, con il loro importante compito di divulgazione.

L’altro livello è quello di ottenere una **effettiva trasformazione dei consumi attraverso una vivace campagna di formazione, comunicazione e attività didattica**, capace di mettere in atto professionalità varie, dal cuciniamo alla multimedialità, dai produttori del comparto ai distributori, per promuovere la consapevolezza sensoriale della bontà della frutta e della verdura fra bambini e ragazzi di tutte le età, affinché il loro consumo diventi sempre più un piacere usuale e condiviso.

TRASPARENZA E RINTRACCIABILITA’ DEL PRODOTTO BIOLOGICO.

Stefano Frisoli, giovane ma già esperto di controllo qualità e di HACCP, lavora dal 1997 in aziende agricole di Caritas Ticino e ha iniziato nel 2001, con Marco di Feo, una nuova iniziativa imprenditoriale: l’Azienda Agricola Biologica San Damiano, situata a Cantù, è specializzata nella produzione di frutti di bosco, ortaggi, miele, confetture e succhi. Tutte le produzioni dell’Azienda San Damiano, che è anche Fattoria didattica accreditata dalla Regione Lombardia, sono da agricoltura biologica.

Frisoli, che dal 2005 è membro del consiglio direttivo di A.I.A.B. (associazione italiana agricoltura biologica), ha centrato la sua relazione sulla trasparenza e sulla rintracciabilità dei prodotti agro-industriali, come unico mezzo efficace per recuperare la fiducia dei consumatori, frastornati dagli scandali che hanno caratterizzato, negli ultimi anni, il settore agro-alimentare. Trasparenza e rintracciabilità nei loro variegati aspetti (certificazione, prezzo vendita/prezzo produttore, etichettatura, identificazione della filiera produttiva, localizzazione delle materie prime utilizzate ecc.), diventano, secondo Frisoli, elementi di qualità e di caratterizzazione del prodotto e del marchio. Un approccio ancor più significativo per il prodotto biologico, che per sua natura nasce e si muove all’interno di disciplinari e regolamenti.

Le aziende che hanno sposato come filosofia l’accessibilità e la fruibilità delle informazioni su propri processi produttivi, vengono, ha concluso Stefano Frisoli, progressivamente premiate dal mercato.

BIOLOGICO E SICUREZZA ALIMENTARE

Nuove fasce di consumatori si rivolgono oggi al biologico che, pur segnando un po' il passo a livello di crescita di mercato, mantiene sempre alta la propria immagine e la proprietà di attrazione per le sue caratteristiche di alimento sano e sicuro.

Questi consumatori sono potenzialmente orientati al prodotto biologico per una crescente attenzione alla qualità dei prodotti agro-alimentari dovuta a maggiore informazione e conoscenza.

Fabio Brescacin, presidente di Ecor, una società p.a. di Conegliano Veneto che si occupa da vent'anni, con successo, di distribuire ogni genere di prodotti alimentari, purchè rigorosamente biologici, ha relazionato al convegno sull'esperienza maturata nell'acquistare banane nel Sud America, frutta secca in Turchia, pere in Argentina ecc., rivendendole in Italia insieme alla garanzia della loro qualità biologica, grazie a un sistema di certificazioni autorizzate dai Ministeri nazionali dei paesi d'origine.

“Siamo partiti con un piccolo negozio di Conegliano Veneto” – ci ha detto in una breve intervista Fabio Brescacin- “e, dopo aver constatato che esisteva l'esigenza di un sistema organizzato di distribuzione ai punti vendita di prodotti biologici, ci siamo specializzati in questo tipo di distribuzione. In vent'anni siamo cresciuti sino a fatturare 70 milioni di euro e il mercato continua a crescere, c'è richiesta e il sistema dimostra di funzionare sempre meglio”.

Brescacin ha illustrato, nella relazione svolta al convegno, l'evoluzione dei consumi di biologico, in Italia e negli altri paesi, fornendo valide indicazioni, basate sull'esperienza diretta maturata nel settore dalla società ECOR, sulle prospettive per il futuro.

Un futuro che, secondo Brescacin, non potrà che essere positivo, purchè il mercato si orienti sempre di più verso la trasparenza e la chiarezza di linguaggio nei confronti dei consumatori.

(Sergio Lolli)



Mercati

E' TORNATA VERONA EUROCARNE ASSEMBLEA DI FEDERCARNI GIORGIO GUAZZALOCA PER ACCLAMAZIONE CONFERMATO PRESIDENTE

Si è tenuto a Verona, dall'11 al 14 maggio 2006, il 23° Salone Internazionale delle tecnologie per la lavorazione la conservazione e la distribuzione delle carni.

In occasione di Eurocarne, che ha cadenza triennale, Federcarni, la federazione nazionale macellai che adisce a Confcommercio e che conta 25.000 soci, ha organizzato a Verona l'Assemblea elettiva, che ha visto la conferma per acclamazione di Giorgio Guazzaloca, e una serie di dimostrazioni per valorizzare il consumo e la preparazione dei prodotti carnei.

Nel giorno inaugurale, l'11 maggio, il Sole 24 Ore ha organizzato un grande convegno su "Il pacchetto Igiene e le nuove norme comunitarie: obblighi e adempimenti per le imprese agricole e l'industria alimentare il sistema dei controlli".

Fra gli interventi di maggiore interesse, quelli di Mario Astuti (regione Lombardia) su "la nuova disciplina comunitaria e la sua applicazione a livello nazionale", di Silvio Borrello, direttore Sicurezza Alimenti e Nutrizione del Ministero della Sanità, su "i controlli ufficiali negli alimenti alla luce dei nuovi regolamenti", di Lesley Koschel (Efsa) su "la valutazione del rischio alimentare e ruolo dell'Efsa"; di Giorgio Rimondi di Assica sui "nuovi scenari per l'industria delle carni"; di Ettore Soria (Assolatte) su "i nuovi criteri microbiologici per il settore lattiero caseario"; di Armando Romaniello (Certiquality) su "gli schemi volontari di certificazione e l'autocontrollo".

Per saperne di più: www.eurocarne.it www.formaizone.ilsole24ore.com



**ALLA RICERCA DEL GUSTO SCOPRI, UNA SERA, A CENA AL
“RESTAURANT & OIL BAR FRANTOI CELLETTI & CULTIVAR”
L’OLIO EXTRA VERGINE**

Intervista al Dr. Giorgio Celletti

Ci sono posti, a Milano, dove è così piacevole semplicemente “esserci”, che per ore non avvertite il bisogno di andare altrove, alla ricerca del gusto.

Ci sono posti, a Milano, dove il tempo dedicato a inseguire chimere diverse dalla voluttà di scivolare, col palato e la fantasia, nell’olio di oliva extra vergine, vi peserà meno, come in una stazione d’arrivo.

Ma dovete essere lì, nel tempio dorato dedicato al divino succo delle olive, nel “Restaurant & Oil Bar Frantoi Celletti & Cultivar”, all’angolo tra la via Gluck 56 e la via Zuccoli 6, dietro la Stazione Centrale. E avere al vostro tavolo, possibilmente, un anfitrione come il Dr. Gino Celletti, che vi spieghi il perché del piacere che proverete nel gustare, insieme, sapori e conoscenze di cibi e bevande, tutti rigorosamente vocati all’olio d’oliva.

Si realizza in questo contesto il motto il sapore del sapere.

Un piccolo gruppo di esperti del settore alimentare dell’Unione, questo duplice piacere lo ha avuto, la sera di lunedì 22 maggio, perché al nostro tavolo c’era, insieme al Dr. Gino Celletti, anche la moglie Maria. Ed è stata, per tutti noi, una esperienza emozionante, oltre che una cena eccellente.

Gino Celletti, infatti, due lauree, origini umbre, di questo tempio dell’olio da olive, fatto nascere quattro anni fa da una fabbrica dimessa di bulloni per tram, è il gran sacerdote, che celebra pranzi sontuosi, ma anche master conoscitivi e nozioni essenziali di sapere in materia alimentare.

Basta dare una occhiata al menu per capire la mission del dottor Celletti: quella di fare “Cultura & Marketing dell’Olio Monocultivar” e fornire preziose “gocce di sapere”.

“GOCCE DI CULTURA”

che sfatano, per prima cosa, luoghi comuni, utilizzati spesso per trarre in inganno i consumatori. “La prima spremitura non esiste, perchè non c’è la seconda, la terza ecc, e non esiste nemmeno la spremitura a freddo perchè se non si porta la pasta almeno a 24°C non esce una goccia d’olio e 24°C non sono il concetto che noi abbiamo del freddo”.

“Ci sono oli dolci e oli amari: l’amaro non è un difetto, ma un pregio naturale”.

Gocce di sapere che forniscono anche suggerimenti importanti. Del tipo: “se l’olio non pizzica, è stato rettificato”, oppure “l’olio difettato, per legge, non è extra vergine”. O ancora: “l’olio per l’uomo deve costare più dell’olio per auto”.

E che danno utili consigli sull’assaggio, per riconoscere al naso, sulla lingua e nel palato le caratteristiche dell’olio da olive verace.

Abbiamo seguito anche noi, diligentemente, le istruzioni del dottor Celletti, assaggiatore professionista nazionale Capo Panel del COI (Consiglio Oleicolo Internazionale) e delegato dell’O.E.A., Organizzazione Esperti Assaggiatori, massaggiando con il palmo della mano i bicchierini con i diversi tipi d’olio da olive per scaldarli ed esaltarne l’aroma, e aspirandoli quindi rumorosamente per vaporizzarli in bocca, oltre che nel naso.

Ottenendo risultati inaspettatamente elettrizzanti, come la capacità di cogliere il sentore di pomodori verdi nell'olio siciliano "Tonda Iblea" (medaglia d'oro nel 2004 a Los Angeles, speciale sui bolliti) o quello di carciofo del "Bosana Sardegna" (medaglia d'argento, ideale per il pesce alla griglia).

LA SCOPERTA DELL' EXTRA VERGINE ITALIANO MONOCULTIVAR

Ma ci sono molti altri profumi negli oli dei "Frantoi Celletti & Cultivar" che possono essere percepiti anche dai profani, una volta presa confidenza con il sistema d'assaggio consigliato: dal dolce mandorlato del "Taggiasca" ligure, adatto per il pesto, al dolce-lattuga del "Carolea Calabria", buono per le verdure bollite; dall'amaro-prato del "Coratina Puglia", giusto per le grigliate, all'amaro-salvia del "Moraiolo" dell'Umbria, eccellente per le bruschette; dal dolce-noce del "Canino" laziale, speciale per gli spaghetti aglio/olio/peperoncino, all'amaro-sedano dell'"Ortice" della Campania, per la pizza e il forno; dal dolce-rucola del "Biancolilla" della Sicilia orientale, adatto alle caponate, al dolce-mela del "Leccino" lombardo, speciale sulla bresaola valtellinese. E così via, per un totale di 18 cultivar.

Dopo le percezioni olfattive, agli aspiranti assaggiatori dilettanti viene chiesto di scoprire l'abbinamento agli oli di cibi e vini del menu. Un gioco divertente, un utile esercizio per evitare di essere presi in giro, come consumatori e gourmet, da chi inonda il mercato italiano con oli "rettificati, mischiati, colorati, senza nome, né padre, inodori, incolori e insapori", che arrivano da Grecia, Spagna, Turchia, Nord Africa, spesso mascherati sotto nomi altisonanti del made in Italy che ormai non sono nemmeno più nomi di proprietà italiana.

UN MERCATO GLOBALE MONOPOLIZZATO DALLA MEDIOCRITA'?

Una situazione molto grave, che molti hanno denunciato e denunciano, in tutte le sedi. Il mercato internazionale dell'olio è in mano agli spagnoli, che comprano i marchi italiani per coprire, con l'etichetta del made in Italy, una realtà poco dotata sin dall'inizio da Madre Natura, svilita poi dall'uomo con una sequela di oli mischiati, rettificati ma soprattutto a basso prezzo, inutili al gusto e spesso rischiosi per la salute.

"E pensare" – riflette amaramente Celletti- " che in Italia abbiamo ben il 40% delle cultivar del mondo: 715 su 1.800. Il guaio è che l'informazione sull'olio da olive è all'età della pietra perché molti la vogliono confinata lì. Il cliente non capisce e non conosce e così i disonesti possono continuare a fare i propri comodi".

Ma "Frantoi Celletti & Cultivar" ha detto basta e ha cominciato a offrire oli monocultivar 100% di una sola cultivar, raccolte a mano, frante in frantoi raffreddati in continuazione, Poi ha organizzato master per casalinghe e studenti e corsi per principianti, creando la "Scuola dell'Olio Monocultivar".

IN CINA, CON ONORE

Siamo venuti alla cena-lezione di Gino Celletti curiosi di conoscere i particolari dell'esperienza da lui maturata in Cina, da cui è tornato da pochi giorni.

Il viaggio in Cina, ci racconta Celletti, è un progetto nato lì, nel suo locale, dove ha voluto installare due gigantesche macine da frantoio, a simboleggiare il ponte ideale fra la produzione di oggi e quella di un tempo. "Perché ancora oggi, sia chiaro, le olive verdi vanno colte a mano sull'albero. Una operazione costosa, tuttavia: 200 euro al giorno per raccoglitore ci vogliono, in Liguria, e 150 euro in Umbria. Una operazione necessaria, per ottenere un prodotto di qualità superiore, ma che

inevitabilmente incide sul costo finale dell'olio.”

“Per questo molti preferiscono aspettare che le olive cadano al suolo per raccoglierle. Ma ne vien fuori un olio difettato, meno pregiato se non destinato addirittura alla rettifica. Si conta sulla incapacità della gente di capire le differenze”.

“Una sera, dunque, capita al “Frantoi Celletti” il console cinese, che assaggia i miei oli e si entusiasma. Si fa spiegare perché c'è tanta differenza fra questi oli e quegli altri, che pure sono venduti in bottiglie dalle etichette made in Italy”.

E Gino Celletti glielo spiega volentieri, il perché: quegli altri oli, oramai, di italiano hanno solo l'etichetta.

Del resto, lo sanno tutti, le marche famose italiane dell'alimentare sono ormai in mani straniere: dei francesi, quelle lattiero-casearie, degli spagnoli quelle degli oli.

Il console cinese ci pensa sopra, e realizza che effettivamente, sono soprattutto spagnoli gli imprenditori che organizzano fiere e convention in Cina, e invita Celletti a fare un salto a Pechino e Shanghai, per dire la sua sull'olio da olive. Perché la tradizione non è sempre cultura.

“Se vengo” – chiarisce Celletti - “è per parlare liberamente degli oli da olive italiani, mi dovete dare spazio e autorità, anche nei confronti degli assaggiatori ufficiali del C.O.I. Voglio assaggiare gli oli presentati e dire quali sono buoni e quali no”.

Ottiene tutto quello che chiede, Celletti, e anche una giuria “popolare” fatta di assaggiatori per niente competenti ma curiosi, attenti, vogliosi di apprendere. Così accetta l'invito e parte per Pechino. Una grande esperienza e molte soddisfazioni.

“Al Forum, il primo relatore, uno spagnolo, non voleva che prendessi la parola. Ha esordito dicendo che l'Italia produce solo 200 mila tonnellate contro le reali 500 mila) e che la Spagna da olio a tutto il mondo, elencando purtroppo i marchi italiani che riempiono le loro bottiglie di olio spagnolo e non ha nemmeno risparmiato la Grecia di cui ha sollevato le giuste contestazioni dell'Ambasciatore che ha chiesto a me di fare “giustizia” con i miei dati precisi e non addomesticati. “Sono qui per dirvi la verità” ho detto ed ho mostrato 78 slides, per confutare le “invenzioni” dello spagnolo sia sui loro oli a basso contenuto fenolico, sia sulla Grecia, incolpata falsamente di essere la maggiore produttrice di oli rettificati, quando la maggiore raffineria è proprio Basa a Jean in Andalusia. Alla fine ho fatto assaggiare due miei oli, un siciliano e un sardo, che hanno vinto le medaglie d'oro e d'argento a Los Angeles, ai campionati del mondo del 2004. Ho chiesto cosa ne pensassero. “Piccante” mi hanno risposto. Ed hanno individuato anche i rispettivi profumi e sapori di pomodoro dolce e carciofo amaro.

Non mi sarei aspettato tanto. Ho spiegato che sono i polifenoli a dare il piccante e che più l'olio pizzica e più fa bene.

Così ci si “beccano” gli antiossidanti contro l'invecchiamento delle cellule.”

“Se lo gradite, ho detto, come regalo dell'Italia vi faccio un corso accelerato per assaggiatori e vi regalo i bicchierini blu da assaggiatori con tutto il coperchietto”.

E' scoppiato un grande applauso. Porte aperte all'olio italiano, foto, consensi, domande e richieste. “Non so cosa ne verrà fuori. So, però, che le Ambasciate di Spagna e Grecia sapevano tutto, ed erano li pronte ed agguerrite, mentre l'italiana non era potuta intervenire per incombenti impegni”. Ma con mia moglie e la mia interprete Judy Wen, ce la siamo cavata bene lo stesso e non saremo dimenticati presto.

DALLA CINA ALLA CALABRIA CON LA STESSA MISSION: CULTURA E MARKETING DELL'OLIO DI OLIVA MONOCULTIVAR

Sbarcato da pochi giorni dall'aereo proveniente da Pechino, Gino Celletti si imbarcherà prestissimo per Cosenza, ci informa, con destinazione Università di Rende, per un corso a futuri assaggiatori finanziato dalla Regione Calabria, diretto dal Prof. Enzo Perri.

E' un'occasione per celebrare gli oli calabresi, a torto giudicati troppo "forti" di sapore. A parte il fatto, precisa Celletti, che se l'olio non "pizzica" vuol dire che è stato rettificato, ci sono due oli calabresi, l'Ottobratica e il Carolea, delicati e dolcissimi, fatti apposta per i pesci bolliti e le insalate di mare. All'assaggio, il primo ha aroma di cardo, il secondo di lattuga. Entrambi deliziosi su un piatto tipico calabrese, la "struncatura con stoccafisso" o su una mousse di pecorino e stocco con confettura di fagioli piccanti o su una focaccia alle cipolle rosse e dolci di Tropea e perfettamente abbinabili al Cirò bianco Doc classico, delicato e profumato a base di uve Greco, come al Cirò rosso Doc classico, elegante e morbido a base di uve Gaglioppo.

Il discorso Calabria introduce quello della produzione e della commercializzazione degli oli da olive pregiati. Chiediamo a Celletti cosa ne pensa dell'idea di stabilire una canalizzazione privilegiata tra produttori e ristoratori, con accordi particolari per l'informazione e la formazione dei consumatori. Lui è dubbioso. "Un ristoratore non comprenderà mai ciò che i clienti non gli chiedono."

La strada giusta è quella dei corsi alle casalinghe e agli studenti, secondo Celletti, che ci rivela di averne proposti parecchi, gratuiti, ad amministrazioni e istituzioni di destra e di sinistra, ottenendo soprattutto gelidi silenzi come risposte.

Al ritmo della cena, prosegue e si sviluppa la piacevolissima lezione del dottor Gino Celletti, originale come le pietanze del menu, accavallando argomenti su argomenti, tanto da rendere ingrato il compito del cronista di ricordarseli tutti, soprattutto per averli assorbiti e gustati insieme a svariate qualità di vino.

Argomenti, per fortuna, sintetizzati nelle "gocce di sapere" stampate sul menu del ristorante "Frantoi Celletti & Cultivar".

Ne cito qualcuna:

- in Italia ci sono 715 cultivar, nel mondo 1800.
- Ogni regione ha le proprie cultivar. Quelle di una regione non si trovano nelle altre.
- Gli oliveti sono fatti di tante cultivar miste, che si impollinano fra di loro.
- L'ulivo ha i fiori il cui polline feconda solo la cultivar predestinata.
- Anche gli impollinatori danno olio: raccogliendo le olive insieme agli impollinatori, si fa l'olio misto.
- Olio Monocultivar significa olio di una sola varietà selezionata.
- Non esistono olive verdi e olive nere. Prima sono tutte verdi, poi virano al nero.

ESSENZIALI I MASTER MA ANCHE I CORSI PER CASALINGHE

L'informazione di base e un minimo di formazione sull'olio da olive sono necessari a tutti i consumatori e a tutte le casalinghe che non vogliono farsi gabbare da produttori e distributori poco scrupolosi, che spesso, come ci ha dimostrato Celletti nel corso della serata, giocano, sulle etichette, con le lacune delle leggi nazionali ed internazionali.

"La nuova classificazione degli oli di oliva prevista dal Reg. CE 1513/2001"- ci ha ricordato Celletti - "indica con chiarezza che solo gli oli ottenuti dal frutto dell'olivo mediante processi meccanici, in condizioni che non causino alterazione dell'olio e che non abbiano subito alcun trattamento diverso dal lavaggio, dalla decantazione, dalla centrifugazione e dalla filtrazione, sono "oli di oliva

vergini”.

Esclusi, quindi, gli oli ottenuti mediante semplice lavaggio o peggio da solventi o con coadiuvanti ad azione chimica o biochimica o comunque miscelati con altri oli.

L’olio extra vergine ha acidità massima (espressa in acido oleico libero) di 0,8 g per 100 g. L’olio di oliva vergine ha una acidità massima di 2 g per 100 g. L’olio di oliva vergine lampante ha una acidità superiore a 2 g per 100. L’olio di oliva è ottenuto dalla raffinazione dell’olio di oliva vergine o lampante con un tenore di acidità non superiore a 0,3 g per 100 g.

L’olio di sansa e di oliva è ottenuto dal taglio dell’olio estratto dalla sansa con solventi, deacidificato con soda e poi tagliato con una quantità imprecisata di olio vergine, diverso dall’olio lampante, che abbia un tenore di acidità libera non superiore a 1 g per 100 g.

MENU

Il menu scelto per la nostra delegazione, peraltro accessibile a ogni cliente del ristorante “Frantoi Celletti” ogni sera, è iniziato con due oli eccezionali, medaglie d’oro e d’argento ai Campionati del Mondo del 2004 a Los Angeles, la monocultivar “Tonda Iblea” di Sicilia e la “Bosana” di Sardegna su antipasti delicati come i bianchetti, le bruschettine miste siciliane e umbre, un primo tipico calabrese, la “struncatura con stoccafisso”, un calamaro alla griglia ripieno di mousse di melanzane, una tagliata con porcini e tutta una serie di dolci, tradizionali e creativi, come la meringata gelata al forno, la zuppa inglese all’uso umbro e il gelato olio e limone.

Perfetto l’abbinamento dei cibi ai vini, tutti all’altezza anche dei gourmet più esigenti, dal Passerina Controguerra Doc profumato di biancospino al Grillo trapanese, allo Zibibbo Passito di Pantelleria e all’Albana Docg Passito, il primo vino italiano a fregiarsi della Docg.

Ma vi assicuro che la conversazione, dotta eppure semplice e comprensibile, di Gino Celletti è il miglior condimento ad ogni pietanza, anche alla più raffinata. Una cena-lezione nel suo locale è una utilissima e piacevole esperienza, da ripetere almeno una volta al mese, per aggiornamento. Per essere informati su Master e corsi di formazione o semplicemente per saperne di più o prenotare una visita all’Oil Bar e una cena al ristorante, visitare il sito:

www.frantoicelletti.com o inviare una e-mail a: gino.celletti@frantoicelletti.com)

(NdR: gli spunti per questo articolo sono stati attinti direttamente e in parte attraverso la lettura del menu del Ristorante “Frantoi Celletti”, tutelato da marchio e copywriter registrati in tutto il mondo, per gentile concessione del dottor Gino Celletti).

Sergio Lolli

