

Olio Made in Italy

Tra i prodotti cardine della dieta mediterranea, l'olio di oliva merita una menzione speciale per la sua duplice funzione: da un lato, è il perfetto condimento per i piatti tipici e gli alimenti più disparati; dall'altro lato, non vanno dimenticati(1) gli effetti benefici sulla salute, come la capacità di ridurre i rischi cardiovascolari (abbattendo i livelli di colesterolo LDL nel sangue) o l'azione preventiva su alcune tipologie di tumori.

Non bisogna quindi stupirsi se l'Italia ha fondato parte della sua fama internazionale proprio sulla produzione olearia. D'altra parte, la filiera produttiva nel 2011(2) contava su di una struttura di 775.783 aziende agricole che si estendevano per una superficie complessiva di 1,16 milioni di ettari, affiancate da 4.830 frantoi attivi e 220 imprese industriali, generando una produzione pari a 483mila tonnellate con un fatturato di 3,3 miliardi di euro (che rappresentava il 2,6% del fatturato industriale agroalimentare totale).

Al di là della quantificazione attraverso semplici cifre, numerosi sono i punti di forza riconosciuti alla filiera olearia italiana. Supponendo di poter dividere quest'ultima in tre principali fasi (agricola, di prima trasformazione e di seconda trasformazione), è possibile riscontrare le seguenti caratteristiche positive: innanzitutto grazie alla favorevole conformazione sia climatica che pedologica comune a tutta l'area mediterranea, l'Italia può aggiungere una elevata differenziazione delle varietà di olive che, attraverso processi di olivicoltura altamente professionalizzati e un notevole livello di *know how*, rendono la fase agricola olearia italiana la migliore per qualità del prodotto; per quanto riguarda l'industria della prima trasformazione, il punto di forza è generalmente rappresentato dalla vicinanza dei frantoi per la molitura alle aree di raccolta, condizione che concorre a creare un forte tessuto locale non solo produttivo ma anche ambientale e culturale; infine, il passaggio legato alla trasformazione secondaria, cioè quello del confezionamento finale, trova forza nell'ampiezza dell'offerta e, fattore da sempre trainante, nella elevata propensione all'esportazione, con una piena identificazione con il *Made in Italy*.

La filiera è d'altra parte caratterizzata da una elevata frammentazione del tessuto produttivo (nel 2007 il 61,2% delle aziende olearie aveva una superficie fondiaria media inferiore all'ettaro). Per quanto riguarda la trasformazione industriale primaria, oltre all'atomismo di impresa tipicamente italiano, è inevitabile constatare il ritardo accumulato in termini di modernizzazione delle tecniche di molitura (sebbene si sia verificata negli ultimi anni un'importante accelerazione in questo senso); per la trasformazione secondaria, i problemi sorgono in relazione alla scarsa integrazione verticale rispetto alle altre fasi ma, soprattutto, dalla purtroppo notevole dipendenza dalle importazioni, alimentata recentemente dalla sempre più frequente presenza di capitali stranieri all'interno dei marchi storici italiani.

Proprio addentrandosi nei meandri della bilancia commerciale italiana si scopre come, contrariamente all'immagine dell'Italia come esportatrice nel mondo della cultura mediterranea, il saldo del settore oleario sia in realtà negativo, almeno per quanto riguarda i volumi in quantità: infatti, sebbene calcolando le esportazioni nette in valore si ottenga per il 2012 un saldo positivo di 114,2 milioni di euro (+295,5% rispetto all'anno precedente, spiegato da una contemporanea crescita del valore delle esportazioni e diminuzione di quello delle importazioni), dal punto di vista delle quantità tale saldo diventa negativo e pari a -183mila tonnellate nel 2012 (comunque in ripresa rispetto al biennio 2010-2011 in cui il saldo negativo era ben oltre le 200mila tonnellate). Guardando al dettaglio delle importazioni per l'anno 2012, la quantità maggiore di olio di oliva importato risulta essere quello spagnolo con 392mila tonnellate (pari al 65,5% del totale, in calo di quasi cinque punti percentuali rispetto all'anno precedente), seguito dall'olio greco con circa 117mila tonnellate (pari al 19,5% del totale, in crescita di 1,1 punti percentuali sul 2011) e da quello tunisino con 76mila tonnellate (pari al 12,7% del totale, con un aumento di 5,7 punti percentuali sul 2011). Il caso dell'olio proveniente dalla

Tunisia merita un discorso a parte: infatti, con le sopraccitate 76mila tonnellate, monopolizza le importazioni dai paesi extracomunitari, coprendo il 96% di esse e facendo registrare un notevole aumento (quasi undici punti percentuali) rispetto al 2011. Nel complesso, l'Italia è paradossalmente il primo importatore mondiale di olio di oliva, detenendo una quota pari al 35% (2011) e superando paesi come Stati Uniti, Germania e Regno Unito; al contrario, riguardo alle esportazioni, la quota italiana è pari nel 2011 al 22%, ampiamente al di sotto del livello della Spagna che si attesta su una quota di circa il 50%.

Analizzare i flussi commerciali di olio in entrata non è solamente un esercizio teorico, ma serve per inquadrare un problema ormai notorio tra i commentatori nazionali e internazionali, seppur spesso ignorato dal grande pubblico dei consumatori: in pratica, questi ultimi sono vittime di vere e proprie truffe alimentari dal momento in cui, dietro al paravento di marchi sedicenti italiani ed etichette fuorvianti, vengono commercializzati oli di oliva di bassissima qualità, spesso ottenuti attraverso la raffinazione degli oli importati. Il procedimento adottato per la contraffazione, in sintesi, è il seguente: vengono importati oli grezzi provenienti da Spagna, Grecia e Tunisia sfruttando il loro basso costo di produzione (derivante sia da metodi di coltivazione iper-intensivi che dalla scarsa remunerazione del lavoro); in secondo luogo, dal momento che tali oli risultano essere di infima qualità, vengono miscelati con basse quantità di oli realmente italiani e successivamente “deodorati” (cioè trattati attraverso lavaggi chimici, non ammessi per legge per l'olio extravergine) in modo da migliorarne le caratteristiche organolettiche, correggendone quindi i difetti. L'obiettivo del processo di deodorazione è quello di eliminare il forte odore, il gusto acre e l'eccessiva acidità derivanti da una cattiva conservazione delle olive raccolte(3), che vengono lasciate per lungo tempo sotto al sole in cumuli oppure stipate nei cassoni degli autocarri favorendo la formazione(4) di alcol metilici ed etilici degli acidi grassi attraverso un processo di fermentazione; infine, questi oli “taroccati” vengono imbottigliati e la bottiglia viene sommersa da riferimenti all'italianità del prodotto, in modo da rendere graficamente meno evidente (al fine quindi di confondere il potenziale acquirente) l'etichetta sulla quale deve essere obbligatoriamente riportata la dicitura di “miscela” per gli oli così ottenuti.

È chiaro che il processo appena descritto ha ricadute economiche ben precise, che spiazzano i produttori di vero olio *Made in Italy* costringendoli ad una guerra di prezzi al ribasso che non si può coniugare con una qualità elevata: infatti, a fronte di un prezzo medio superiore(5) ai 6 euro al litro per un buon olio extravergine di oliva che si possa classificare come italiano, il prezzo di un olio “deodorato” si può attestare su pochi euro al litro (Torriani, 2011).

L'allerta riguardo le possibili frodi nel processo di produzione degli oli è aumentata nel momento in cui, dalla seconda metà degli anni Duemila, il colosso alimentare spagnolo Deoleo S.A.(6) ha portato a termine un processo di progressiva acquisizione dei principali marchi italiani del settore oleario: infatti, nel 2005 viene acquisita la Minerva Oli S.p.A. (detentrica del marchio Olio Sasso); nel 2006 è la volta di Friol e Carapelli; nel 2008, vengono assorbiti Maya, San Giorgio, Olio Dante (poi rivenduto nel 2009 alla società italiana Mataluni S.p.A.) e Bertolli; infine, a completamento di tale processo, Carapelli, Minerva Oli e Bertolli sono state fatte confluire in un'unica società, la Carapelli Firenze S.p.A. Come è facilmente comprensibile, la preoccupazione risiede nel fatto che tali acquisizioni, più che a rilanciare i marchi, punti nei fatti a “svuotarli” utilizzandoli come veicoli per commercializzare gli oli di bassa qualità: in questo modo, sfruttando quindi la fama dei marchi italiani nel mondo, sarebbe possibile trovare uno sbocco commerciale anche agli oli spagnoli, tunisini, greci che altrimenti avrebbero scarso (se non addirittura nullo) appeal. I primi segnali di allarme, in tal senso, datano addirittura prima dell'avvento degli spagnoli, in quanto già nel 2004 i marchi italiani furono al centro di uno scandalo riguardante la qualità dell'olio commercializzato: all'epoca, la rivista tedesca *Merum*(7), con il supporto della rete televisiva ZDF, di Der Stern e di Slow Food Magazine Deutschland, fece analizzare un campione di oli extravergini di oliva presenti nei supermercati tedeschi da parte della Camera di Commercio di Firenze (e con la validazione dell'Agenzia Regionale per la Protezione Ambientale della Toscana, Arpat), arrivando a stabilire come 30 oli testati su 31 non fossero in realtà di qualità

extravergine come invece riportato sulle loro etichette; tra gli oli “falsificati” erano presenti anche Carapelli, Bertolli e Minerva(8). Una ulteriore conferma circa l’abitudine alla falsificazione delle etichette venne nel 2010, quando la University of California (Davis), attraverso una indagine sugli oli venduti negli Stati Uniti, provò che gli oli Carapelli e Bertolli, nonostante riportassero la dicitura “extravergine”, fossero semplicemente di tipo vergine. Infine, proprio nell’aprile 2013, l’Agenzia delle Dogane ha comunicato(9) come i flussi maggiori (intorno al 70% del totale) degli oli extracomunitari importati finiscano verso le aziende del Centro Italia, ovvero esattamente dove si concentrano le sedi dei marchi italiani di proprietà spagnola; di conseguenza, il laboratorio di Roma è quello dove viene registrato il più elevato numero di irregolarità (in termini di non conformità degli oli extravergini di oliva), con una media intorno al 37% dei campioni analizzati.

Oltre alla ormai conclamata inclinazione alla truffa verso i consumatori (esemplificata dalle strategie di prezzo, fissato ben al di sotto della soglia dei 6 euro al litro precedentemente citato), di recente si sono aggiunte preoccupazioni circa la più ampia strategia del colosso spagnolo Deoleo: infatti, anche in seguito a turbolente vicende societarie esemplificate dalla necessità di rimettere in sesto la disastrosa situazione finanziaria del Gruppo, nel 2011 è stato chiuso lo stabilimento di Voghera (Pv) spostando le relative linee produttive a Inveruno (Mi) e mettendo in mobilità i lavoratori in esubero; in seguito, nel novembre 2012, Deoleo ha comunicato una ulteriore riduzione di personale per la Carapelli Firenze S.p.A., pari a 28 addetti complessivi (suddivisi in 16 nello stabilimento di Inveruno e 12 in quello di Tavarnelle Val di Pesa, in provincia di Firenze). A questo punto, sembra prendere sempre più corpo l’ipotesi che il semplice “taroccamento” degli oli *Made in Italy* non sia più sufficiente, ma si punti allo spostamento della produzione direttamente in Spagna.

Stante la situazione appena descritta, da più parti si richiedeva un segnale preciso per fermare il declino dell’olio *Made in Italy* e l’intervento della “legge Mongiello” (n.9 del 14 gennaio 2013, pubblicata nella GU n.26 del 31 gennaio 2013) dovrebbe rappresentare il punto fermo da cui ripartire per proteggere i prodotti oleari realmente italiani. Tale legge è composta da quindici articoli, divisi in cinque capi che in sintesi riportano quanto segue.

Innanzitutto, il capo I stabilisce le modalità per l’indicazione dell’origine contenute nelle etichette (art.1): tale indicazione deve essere posizionata in modo chiaro e leggibile nel campo visivo anteriore del recipiente, attraverso determinati requisiti di grandezza dei caratteri di scrittura e, cosa importante, in contrasto con il colore di sfondo dell’etichetta; in più, nel caso in cui l’olio sia miscelato a partire da oli estratti in un altro paese dell’Unione europea o in un paese ad essa terzo, la dicitura di “miscela” deve precedere l’indicazione dell’origine in modo chiaro e facilmente identificabile. L’art.2 introduce il valore probatorio del cosiddetto “panel test”: al fine di confermare l’appartenenza di un olio vergine alla categoria indicata nell’etichetta, la verifica delle caratteristiche organolettiche è demandata a un comitato di assaggiatori (il panel per l’appunto) riconosciuti dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali e iscritti ad uno specifico albo; inoltre, tale accertamento è «obbligatoriamente disposto e valutato a fini probatori nei procedimenti giurisdizionali» in cui si stia verificando la «corrispondenza delle caratteristiche del prodotto alla categoria di oli di oliva dichiarati» (art.2, comma 2). Infine, l’art.3 stabilisce i criteri per le caratteristiche chimico-fisiche dell’olio affinché quest’ultimo venga effettivamente riconosciuto come “italiano” ed etichettato come tale: nello specifico, l’origine italiana è riconosciuta quando la concentrazione di metil esteri degli acidi grassi (Meag) ed etil esteri degli acidi grassi (Eeag) risulta inferiore a 30 mg/kg; qualora il limite non dovesse essere rispettato e superato, oltre all’applicazione delle disposizioni di legge in materia di violazione delle norme per la falsa etichettatura(10), verrebbe avviato un piano di sorveglianza speciale dell’azienda, compresi tutti i suoi macchinari, impianti, attrezzature e campionamenti di materie prime utilizzate.

Il piano di sorveglianza attivato a livello nazionale sulle aziende produttrici attraverso un campionamento di olio su tutto il territorio italiano (102 campioni rappresentativi sono stati scelti e inviati ai laboratori chimici per analizzare i parametri) ha prodotto i seguenti risultati:

1. Rispetto alla non conformità secondo il limite di 30 mg/kg:

- 50 campioni, pari al 49% del totale esaminati, sono risultati non conformi in quanto al di sopra della soglia di 30mg/kg per i valori di Alchil esteri. Di questi campioni non conformi, 27 provengono dal Sud (54%), 12 dal Nord (24%) e 11 dal Centro (22%). 3 dei campioni non conformi sono denominazioni di origine protetta (DOP). Per 2 campioni, il Panel test ha operato un declassamento a "olio vergine" pari al 2%.
 - I campioni conformi, perché al di sotto della soglia di 30mg/kg per i valori di Alchil esteri, sono 52, pari al 51% dei campioni esaminati. Di questi campioni conformi, 14 provengono dal Sud (27%), 17 dal Nord (33%) e 21 dal Centro (40%).
2. Rispetto alla valutazione della conformità secondo i laboratori di analisi dell'Agenzia delle Dogane, tenendo conto dell'incertezza del metodo di analisi, i campioni sono risultati:
 1. Conformi (in quanto inferiori alla soglia di 30 mg/kg di Alchil esteri, stabilito dalla legge italiana): 52 campioni, pari al 51% del totale; di questi, 17 provengono dal Nord (33%), 21 dal Centro (40%) e 14 dal Sud (27%).
 2. Non conformi (in quanto superiori al valore di Alchil Esteri di 40,7 mg/kg, limite stabilito dai laboratori delle Dogane come regola di decisione di rifiuto del campione oltre ogni ragionevole dubbio, sulla base di una stima della propria incertezza di misura): 21 campioni (pari al 21% del totale); di questi 15 provengono dal Sud (71%), 4 dal Nord (19%) e 2 dal Centro (10%).
 3. Dubbi (conformi per tolleranza del metodo: campioni nei quali è stato riscontrato un valore di Alchil esteri superiore a 30 mg/kg ma inferiore a 40,7 mg/kg, ossia per i quali, pur superando il limite della legge italiana di 30 mg/kg, per motivi probabilistici sussistono comunque ragionevoli dubbi): 29 campioni, pari al 28% del totale, di cui 12 provenienti dal Sud (41%), 9 dal Centro (31%) e 8 dal Nord (28%).

Per una maggiore protezione delle scelte di consumo e per dare ai consumatori la possibilità di orientarsi su oli realmente italiani, per tre anni dall'entrata in vigore della legge in un'apposita sezione del portale del Ministero per le Politiche Agricole Alimentari e Forestali verranno pubblicati e aggiornati i risultati delle analisi sulle concentrazioni di Meag ed Eeag degli oli in commercio.

Il capo II ricorda il divieto delle pratiche commerciali ingannevoli, perpetrate sia attraverso diciture, simboli grafici ed immagini che richiamino una zona geografica di origine non corrispondente a quella effettiva delle olive sia quando addirittura tale richiamo risulti completamente assente (art.4): per questo motivo, sono considerati illeciti e non possono costituire oggetto di registrazione come marchio di impresa tutti i segni che possono ingannare il pubblico dei consumatori circa la provenienza delle olive e degli oli di oliva vergini (art.5); qualora un marchio dovesse risultare ingannevole, decadrebbe e il suo titolare dovrebbe dare notizia(11) della decadenza e dei suoi motivi, avviando immediatamente il ritiro dai mercati dei prodotti contrassegnati dal marchio decaduto. Infatti, la fallace indicazione nell'uso del marchio nell'ambito oleario è punita(12) con la reclusione fino a due anni e una multa di 20mila euro (art.6). Infine, vengono disciplinati (art.7) il termine minimo di conservazione e le modalità di presentazione degli oli di oliva nei pubblici esercizi: per quanto riguarda la conservazione, gli oli vergini possono essere conservati(13) fino a 18 mesi dalla data di estrazione e tale termine va indicato con la dicitura «da consumarsi preferibilmente entro» seguita dalla data; in merito alla vendita, le confezioni devono essere dotate di un dispositivo di chiusura che impedisca che il contenuto di esse possa essere modificato senza che sia alterata la confezione stessa.

Il capo III ricorda(14) come spetti all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (sulla base delle informazioni fornite dall'Agenzia delle Dogane) il compito di vigilare affinché non vengano messe in pratica strategie che per oggetto o per effetto sono volte alla restrizione, all'ostacolo o al falsare della concorrenza nel mercato nazionale degli oli di oliva, soprattutto attraverso la fissazione dei prezzi di acquisto e vendita. Inoltre, al fine di prevenire possibili frodi alimentari, l'ammissione al regime di perfezionamento degli oli, quando è riferita agli oli vergini di oliva, deve essere autorizzata dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari Forestali, anche nel caso nelle ipotesi di lavorazioni per conto di committenti stabiliti in paesi extracomunitari (art.9). Viene disposto (art.10) che le autorità preposte al controllo dei flussi commerciali in entrata rendano pubblicamente accessibili (fatte salve le ipotesi di segreto istruttorio) le informazioni riguardo l'origine degli oli vergini di oliva e delle olive

stesse. Infine, l'art. 11 disciplina la vendita sottocosto per gli oli di oliva, che può essere effettuata solamente una volta all'anno e previa comunicazione anticipata al comune di appartenenza del negozio. Il capo IV stabilisce la responsabilità in merito ai reati contestati in capo agli stessi enti operanti lungo la filiera olearia per tutti gli atti fraudolenti commessi da coloro che hanno funzioni di rappresentanza, di amministrazione o di direzione dell'ente stesso, anche qualora l'autore del reato non sia stato identificato; una volta stabilita la condanna, essa deve essere pubblicata (a spese del condannato) su almeno due quotidiani a tiratura nazionale e comporta inoltre il divieto (per cinque anni) di «porre in essere qualsiasi condotta, comunicazione commerciale e attività pubblicitaria, anche per interposta persona, finalizzata alla promozione di oli di oliva vergini» (art.13 comma 2). L'art.14 dispone il rafforzamento(15) degli istituti processuali ed investigativi per il contrasto delle frodi, sottolineando come sia possibile procedere alla confisca dei beni, del denaro o di altre utilità di cui il condannato non riesca a giustificare la provenienza o “per sproporzione” rispetto al reddito dichiarato e all'attività economica. L'art.15 introduce sanzioni accessorie in caso di condanna per adulterazione o contraffazione degli oli vergini di oliva, identificate nel divieto di ottenere autorizzazioni, concessioni o abilitazioni per lo svolgimento di una attività imprenditoriale e, al contempo, nell'impossibilità di accedere a contributi, finanziamenti o mutui agevolati finalizzati all'attività imprenditoriale e concessi o erogati dallo Stato italiano, da altri enti pubblici o dall'Unione europea. Infine, l'art.16 stabilisce, per tutti i produttori di oli vergini, extravergini e lampanti, l'obbligo di costituire (e aggiornare) un fascicolo aziendale per garantire la rintracciabilità delle produzioni destinate al commercio, pena la loro mancata commercializzazione e sanzioni pecuniarie. Il capo V, infine, stabilisce che l'applicazione di tale legge deve avvenire a invarianza di spesa, cioè senza maggiori o nuovi oneri a carico della finanza pubblica.

La legge “salva *Made in Italy*” si pone, dunque, l'obiettivo di contrastare il fenomeno del falso olio extravergine italiano, cercando di annullare l'impatto altamente negativo che esso ha in termini di sicurezza alimentare, di diritti dei consumatori e, non ultimo, di ricadute economiche più ampie anche della semplice filiera olearia. Nonostante ciò, la legge sta avendo un iter travagliato e infatti, nonostante sia stata già pubblicata in Gazzetta Ufficiale (il 31 gennaio 2013), la sua applicazione effettiva è stata bloccata per un anno dalla Commissione Europea (decisione n. 2012/650/1); i rilievi portati contro la legge italiana sono principalmente due: da un lato, il rischio dell'insorgenza di situazioni di conflitto di interesse qualora siano nominati dei rappresentanti di settore nei comitati e nelle giurie (panel) preposti al controllo qualitativo degli oli; dall'altro lato, la normativa comunitaria (attraverso il Regolamento CE 61/2011) impone limiti meno restrittivi(16) per le concentrazioni di Meag ed Eeag presenti negli oli affinché questi siano riconosciuti come extravergini di oliva.

Al di là dei rilievi mossi dalla Commissione Europea, ciò che più colpisce è la mancata compattezza delle reazioni dei portatori di interesse italiani: infatti, mentre per la Coldiretti la legge Mongiello riveste una straordinaria importanza per la tutela del *Made in Italy*, le associazioni dei produttori hanno sottolineato, al contrario, come sarebbe stato meglio che il Legislatore italiano avesse atteso le riflessioni della Commissione Europea prima di approvare la legge, in modo da non scavalcare o addirittura andare in contrasto con la normativa europea. A questo punto, oltre al danno derivante dal “taroccamento”, per il *Made in Italy* si aggiunge anche la beffa di non essere difeso da coloro che dovrebbero trarne beneficio.

Andrea Di Biasi

(1) Numerosi sono ormai gli studi scientifici a sostegno di questa tesi: per esempio, il sito della Società Italiana di Cardiologia riporta uno studio sulla relazione tra dieta mediterranea e cura del diabete mellito in cui viene affermato come l'olio di oliva possa essere considerato «un presidio non farmacologico valido ed efficace».

(2) Dati Ismea.

(3) La procedura della raccolta delle olive prevederebbe che queste vengano raccolte direttamente dall'albero e non una volta cadute in terra: la ragione di ciò è molto semplice da immaginare e fa riferimento al fatto che le olive dovrebbero arrivare al frantoio più integre possibile, in modo da non vederne alterate le qualità organolettiche.

(4) Proprio i livelli di concentrazione di etil esteri e metil esteri degli acidi grassi (denominati, rispettivamente, Eeag e Meag) negli oli è uno tra i punti di discordia tra la normativa comunitaria (Regolamento CE 61/2011) e quella italiana (legge n.9 del 14 gennaio 2013, pubblicata in GU n.26 del 31 gennaio 2013, anche detta "legge salva olio *Made in Italy*"), in quanto, come si vedrà in seguito, la seconda ha introdotto limiti più restrittivi per la composizione fisico-chimica degli oli.

(5) Il valore-soglia è stato calcolato a partire dai prezzi dell'olio lavorato nei frantoi e teoricamente già pronto per la vendita, aggiungendo i margini per il confezionamento, l'etichettatura, l'imballaggio, i costi per la commercializzazione, il ricarico operato dai punti vendita, l'imposizione dell'Iva e il margine netto del produttore.

(6) Nata nel 1990 come Grupo Industrial Arana per opera dei fratelli Salazar con l'intento di creare un gruppo industriale alimentare di livello internazionale, aumentò la sua dimensione attraverso l'acquisizione di diversi marchi sia in Spagna che nel resto del mondo. Nel 2011, in seguito a una ristrutturazione societaria, la denominazione venne modificata in Deoleo, dalla locuzione "*de oleo*" (vale a dire "di olio", per rimarcare il rinnovato interesse per il settore oleario).

(7) *Merum* è una rivista in lingua tedesca interamente dedicata al vino e all'olio *Made in Italy*.

(8) Nel 2006, al fine di difendere l'immagine del proprio marchio e la propria reputazione, Carapelli intentò una causa sia civile che penale nei confronti dell'estensore dell'articolo per *Merum*, Andreas März; nel 2009 il Tribunale di Pistoia assolse il giornalista per insussistenza del reato contestatogli, confermando quindi la veridicità delle affermazioni circa la falsificazione delle etichettature.

(9) Report presentato dall'Agenzia delle Dogane al 3° Congresso dell'Associazione Italiana dei Frantoiani Oleari, tenutosi il 26 aprile 2013 a Sorrento.

(10) L'art.3 comma 2 ricorda che la violazione delle norme per la falsa etichettatura di un prodotto costituisce una fattispecie di reato.

(11) La notizia della decadenza del marchio e dei relativi motivi dovrebbe essere pubblicata, a spese del titolare del marchio decaduto, su almeno due quotidiani a tiratura nazionale.

(12) Ai sensi dell'art. 517 del Codice penale.

(13) Il riferimento temporale (18 mesi) contenuto nella legge (art.7 comma 1) è legato al periodo di tempo in cui gli oli vergini di oliva conservano le loro proprietà organolettiche. La violazione di questo comma comporta per il titolare dell'esercizio l'applicazione di una sanzione amministrativa di importo variabile (da 1.000 a 8.000 euro) e la confisca del prodotto in questione.

(14) Tali poteri furono conferiti con la legge del 10 ottobre 1990, n. 287.

(15) Il Legislatore ha esteso l'ammissibilità di conversazioni o comunicazioni telefoniche nei procedimenti relativi ai reati di adulterazione o contraffazione di sostanze alimentari subordinatamente all'esistenza di gravi indizi di reato e dall'indispensabilità delle intercettazioni telefoniche ai fini della prosecuzione delle indagini.

(16) Ricordiamo come la normativa italiana, affinché un olio sia riconosciuto come realmente extravergine (e, quindi, etichettabile come "italiano"), disponga che la sommatoria degli alchil esteri (Meag ed Eeag) non possa superare il limite di 30 mg/kg; al contrario, il regolamento europeo prevede che la concentrazione degli alchil esteri non possa superare i

75 mg/kg o, in alternativa, possa avere un valore compreso tra 75 mg/kg e 150 mg/kg a patto che il rapporto Meag/Eeag sia uguale o inferiore a 1,5.