

Olio, controlli e multe per garantire qualità

Dal 5 novembre si pagano sanzioni fino a 9.500 euro per mancata o errata indicazione sull'origine dell'olio di oliva in bottiglia. «Sono tutte misure che indicano il grado di esposizione al rischio di contraffazione o di frode dei nostri prodotti oleari, come dimostrano anche le recenti indagini avviate dall'Antitrust su marchi molto noti di olio venduto in Italia» commenta Luca Medini, direttore di Labcam srl-Laboratorio chimico merceologico della Camera di Commercio di Savona, ad Albenga, dove due sale sono attrezzate per l'analisi sensoriale dell'olio, complementare alle analisi chimiche, fisiche e microbiologiche per verificare le caratteristiche del prodotto. E il laboratorio di Albenga è ormai un punto di riferimento per tutta l'Italia.

Il consumatore deve sapere che ormai è obbligatorio indicare in etichetta (e nei documenti commerciali) degli «oli extra vergini di oliva» e degli «oli vergini» la designazione dell'origine. Se l'origine non c'è o non è quella vera, o magari compaiono figure e segni fuorvianti, per trarre in inganno l'acquirente, i trasgressori possono incorrere in una sanzione amministrativa pecuniaria da 1.600 appunto fino a 9.500 euro. Anche l'utilizzo di indicazioni facoltative come «prima spremitura a freddo»,

«estratto a freddo» e delle indicazioni facoltative relative alle caratteristiche organolettiche, all'acidità e alla campagna di raccolta sarà punito, se fasullo, con multe tra i 3.500 e i 18 mila euro, una sanzione che non risparmia neppure i soggetti della filiera diversi dai produttori di olio. «La tutela dalla qualità dei prodotti è strettamente legata alla trasparenza delle informazioni comunicate al consumatore in etichetta», aggiunge Medini.

Ma se è facile capire che cosa sia un'analisi chimica e microbiologica relativa a un olio, cos'è in dettaglio un'analisi sensoriale? «E' un complemento necessario, un metodo di misura oggettivo per la valutazione merceologica degli alimenti caratterizzati attraverso la vista, l'udito, il tatto, il gusto e l'olfatto - spiega Medini -. L'industria alimentare utilizza ormai l'analisi sensoriale sia come ve-



Le sanzioni fino a 9.500 euro

rifica del rispetto dei disciplinari imposti per legge ad esempio nell'attribuzione delle denominazioni di origine sia come vero e proprio strumento di marketing». Oltre ad avere caratteristiche qualitative conformi a criteri di qualità, infatti, l'olio, come più in generale gli alimenti, deve essere caratterizzato anche dal punto di vista organolettico, cioè avere il proprio sapore riconoscibile e diverso dagli altri. [A.P.I.E.]