



**VADEMECUM
PER L'ETICHETTATURA
DEI PRODOTTI ORTOFRUTTICOLI**



PRESENTAZIONE

I consumatori e i commercianti sono convinti che instaurare un buon rapporto di reciproca fiducia sia indispensabile per superare le incomprensioni.

Operatori e consumatori sanno che molto spesso si mettono in atto dinamiche di confronto dialettico sia sulla rilevazione dei prezzi che sulla confrontabilità della qualità dei prodotti.

Per tentare di superare le tensioni in materia di prezzi e di prodotti confrontabili abbiamo deciso, FEDERCONSUMATORI e FIESA, di collaborare a questo vademecum con l'intenzione di fornire uno strumento d'informazione utile all'operatore commerciale nelle sue funzioni di vendita e al consumatore nel disbrigo delle quotidiane pratiche d'acquisto.

Le associazioni promotrici di questo volumetto sono convinte che fornire indicazioni sull'origine del prodotti, sulla zona di produzione e sul paese di provenienza, sul nome della varietà, sulle caratteristiche commerciali, categoria e calibro, sulla stessa identificazione dell'imballatore, contribuisca a fornire elementi certi di confrontabilità delle qualità e dei prezzi ed eviti confusioni tra prodotti nei consumatori.

Si ritiene che il consumatore con una chiara etichetta possa più facilmente comporre il proprio paniere ortofrutticolo e allo stesso tempo operare con cognizione di causa scelte d'acquisto responsabili e mirate alla qualità desiderata.

Nel vademecum è stato inserito anche un calendario sulla stagionalità dei prodotti ortofrutticoli, in quanto le nostre associazioni sono convinte che un utilizzo della spesa cosciente e consapevole, operata in riferimento ai periodi di stagionalità, possa favorire un contenimento dei pezzi, in quanto si concentrerebbero gli acquisti su prodotti di stagione maggiormente disponibili, la cui offerta sarebbe in grado di soddisfare la domanda.

Le etichette dei prodotti esposte al pubblico hanno dunque una grande funzione di orientamento al consumo, di trasparenza nei rapporti con i consumatori, di conformità agli obblighi di legge.

E' dunque nello spirito di favorire lo sviluppo delle relazioni di fiducia tra operatori e consumatori, di innescare cicli virtuosi di fidelizzazione che Federconsumatori da una parte e FiesConfesercenti dall'altra hanno realizzato questo agevole strumento di consultazione.

La veste grafica, l'impaginazione, il testo e il corredo si prestano ad una facile lettura per l'operatore e il consumatore, tuttavia, nulla è stato sacrificato alla serietà e al rigore di applicazione delle norme.

Riteniamo, infatti, che l'informazione sia un fondamento essenziale per una moderna politica di tutela del consumatore e di crescita commerciale per gli operatori commerciali.

Certamente quello del confronto sereno, della collaborazione fattiva è il terreno sul quale possono ritrovarsi operatori economici e consumatori.

Garantire la qualità, la genuinità, l'igienicità dei prodotti è un dovere specifico degli imprenditori della distribuzione ma anche, e forse di più, un interesse; di questo siamo convinti così come siamo convinti che ciò rappresenti un diritto per i cittadini consumatori.

Il Direttore Nazionale Fiesca
Gaetano Pergamo

Il Presidente Federconsumatori
Rosario Trefiletti

ETICHETTATURA E TRACCIABILITA': QUESTIONE EUROPEA

La sicurezza alimentare e la comunicazione ad essa relativa è certamente una delle questioni principali della nostra epoca.

Oggi il consumatore è in grado di verificare- attraverso indicatori e schede – una serie infinita di prodotti tecnologici; i prodotti alimentari, invece, per la complessità dei passaggi industriali impiegati non sempre si prestano ad una lettura agevole dell'etichetta.

In un quadro attraversato da molti motivi di preoccupazione, segnato da ricorrenti crisi, anche il consumatore più avveduto si trova smarrito e l'etichettatura corretta assume un ruolo fondamentale di orientamento al consumo.

Questo dato tende al peggioramento per gli alimenti freschi e per i prodotti ortofrutticoli.

Per la tutela della salute è indispensabile che i prodotti ortofrutticoli siano sicuri, che abbiano un responsabile individuabile in ogni fase della filiera, che non presentino contaminazioni di origine biologica o chimica. Ecco perché va assumendo sempre maggiore importanza il requisito della "sicurezza alimentare" raggiunto sia attraverso il controllo e l'autocontrollo che l'etichettatura e la tracciabilità.

Dalla produzione agricola alla commercializzazione finale, ciascuna operazione lascia un segno sulla sicurezza, perciò molti sono i rischi e le occasioni di modificare i parametri che la determinano: ecco perché è nell'interesse del dettagliante, e del grossista, operare per una corretta etichettatura: perché ognuno si assuma le proprie responsabilità.

Il disporre di prodotti che comunicano tramite l'etichetta "qualità" e "sicurezza" è un'esigenza sempre più avvertita e oggi anche una norma di legge inderogabile.

In materia di sicurezza alimentare l'informazione chiara, semplice e leggibile è importante per il 90% della popolazione italiana, secondo una indagine del Cirm.

E secondo un'altra indagine, questa volta dell'ISMEA, il dettagliante rimane per la maggioranza degli italiani l'unico in grado di garantire fiducia al consumatore.

Il tema dunque delle garanzie igienico-sanitarie e dell'etichettatura sono stati argomenti di grande attenzione per i soci Assofrutterie di Fiesca Confesercenti.

Ad esso abbiamo dedicato iniziative, convegni, seminari e materiali informativi vari.

L'etichettatura si pone come nuova frontiera della sicurezza alimentare, come comunicazione della serietà di passaggi e può ricoprire una funzione di marketing per la valorizzazione dell'offerta di vicinato.

Ma cos'è l'etichettatura?

L'etichettatura è la politica di sicurezza alimentare cui si giunge attraverso la corretta trascrizione delle informazioni, nella consapevolezza che la garanzia della qualità, della sicurezza e della conformità dei prodotti alle norme di legge, costituisce oggi per la produzione e la commercializzazione di prodotti ortofrutticoli, un'esigenza primaria nonché una caratterizzazione dell'immagine commerciale che si offre sul mercato oltre a rappresentare un elemento indispensabile per la tracciabilità del prodotto, in grado di risalire ai vari livelli del ciclo produzione-distribuzione.

In tale ottica, è possibile prevedere una tendenza del mercato a favorire quella “fetta” della commercializzazione in grado di garantire al consumatore il rispetto delle norme dell'etichettatura perché queste operano per la trasparenza del mercato.

Del resto la qualità certificata e comunicata, la tracciabilità e la rintracciabilità stanno assumendo sempre più, nella odierna economia, un ruolo di importanza notevole per le imprese: la globalizzazione dei mercati rende la qualità e la sicurezza elementi strategico non solo per il buon andamento delle aziende, ma più in generale per la crescita delle economie nazionali.

Nel contempo i consumatori sono sempre più consapevoli ed attenti a tutto ciò che riguarda la “sicurezza” e la “qualità”, come dimostra la sempre maggiore diffusione di organizzazioni per la tutela del consumatore e che fanno del controllo dei prodotti uno dei capisaldi della loro attività.

La Fiesca e Assofruttorie promuovono la corretta applicazione delle norme sull'etichettatura per identificare in tutta la filiera, dai campi fino al consumatore finale, i prodotti ortofrutticoli ottenuti nel rispetto delle norme di produzione e per offrire al mercato frutta e verdura etichettata e tracciabile.

Fiesca e Assofruttorie fanno della “rintracciabilità” la chiave di volta fondamentale di tutto il sistema qualità, garantendo così quegli elevati parametri qualitativi fissati dai nuovi gusti dei consumatori e invitano gli associati a garantire ai consumatori un sempre maggior livello di informazione.

GIAN PAOLO ANGELOTTI
PRESIDENTE FIESA

“LA PROFESSIONALITA’ DEGLI OPERATORI DI FILIERA VERSO UN MERCATO CUSTOMER DRIVING”

L’evoluzione del mercato, la crescita di consapevolezza di consumatori, l’ampliamento dell’offerta rendono lo scenario dei consumi ortofrutticoli molto difficili.

Da una parte c’è un’offerta sempre più vasta, nuovi prodotti e innovazioni di prodotti che le nuove tecnologie alimentari e la globalizzazione dei mercati rendono di facile disponibilità e convenienza.

Dall’altra ci sono le nuove tendenze consumistiche, le culture alternative, le scelte dietetiche e salutistiche che inevitabilmente portano a nuovi consumi. E dall’altra ancora stanno cambiando velocemente gli stili di vita, la composizione dei pasti e si stanno spostando i consumi con un veloce decremento di consumi alimentari domestici a tutto favore di quelli extradomestici. C’è infine un ruolo crescente della GDO che sottrae continuamente quote di mercato.

In questo contesto il ruolo del consumatore, la sua ricerca di soddisfazione, la sua domanda articolata in funzione delle esigenze di cui è di volta in volta portatore, non può rimanere marginale rispetto alle logiche imprenditoriali.

Il declinare dei consumi percentuali pro capite, gli attacchi di immagine, i problemi della distribuzione tradizionale ci dicono che il posizionamento della nostra impresa fatica a sintonizzarsi con l’evoluzione dei consumi.

Ecco perché allora occorre una politica consumer driving capace cioè di farsi guidare dal consumatore.

Ma questo è uno sforzo che è possibile solo se tutta la filiera è capace di implementare gli input che arrivano dal consumo.

Innanzitutto sicurezza, informazione, conoscenza del prodotto, certezza e trasparenza. Questi elementi sono necessari per il consumo moderno e consapevole. Ma sono perseguibili solo se tutti i soggetti della filiera concorrono a rendere trasparenti i processi produttivi, di confezionamento e di distribuzione.

Il distributore è l’operatore finale che vende il prodotto ortofrutticolo: è lui il garante di questo processo di garanzie e di informazioni. E’ lui che deve operare perché il consumatore finale abbia le informazioni utili alla sua tranquillità.

L’etichettatura di prodotti è, dunque, una norma che riguarda tutta la filiera, ma è il dettagliante che deve garantirla al consumatore.

Rivolgo perciò un invito alla categoria perché su questo aspetto ci sia la massima attenzione.

Questo vademecum, semplice, di facile lettura, dopo i seminari, i convegni, le note circolari è un ulteriore contributo dalla nostra federazione a tutta la categoria perché possa fornire agevolmente quei dati informativi che la legge impone e che i consumatori richiedono.

DANIELE MARIANI
PRESIDENTE ASSOFRUTTERIE FIESA

Qualità dei prodotti ortofrutticoli

Il concetto di qualità merceologica è stato standardizzato a livello europeo attraverso l'adozione di regolamenti comunitari (c.d. Norme di qualità), che definiscono i parametri merceologici minimi da rispettare per singolo prodotto, affinché questo possa essere commercializzato all'interno della UE, in tutti gli Stati membri e possa essere esportato verso i Paesi terzi garantendo gli standard di qualità previsti dalla normativa Comunitaria.

Per ciascun prodotto le norme di qualità valutano alcuni parametri esteriori, come ad esempio la forma, il colore, il calibro ed individuano le modalità di presentazione.

In base alle valutazioni dei vari parametri sono definite le diverse categorie di prodotto (extra, prima e seconda) e le relative tolleranze.

Le norme di qualità hanno il merito di aver standardizzato ed uniformato la qualità dei prodotti ortofrutticoli offerti. Ogni prodotto, quindi, può essere classificato a seconda delle sue specifiche caratteristiche attraverso un unico sistema, a prescindere dal metodo di produzione utilizzato (agricoltura biologica, lotta integrata, etc.) e dall'eventuale denominazione di origine.

Questo sistema di classificazione è utilizzato a tutti i livelli della filiera, fino al punto di vendita, dove il consumatore ritrova sull'etichetta o su appositi cartelli le indicazioni rese obbligatorie dalle norme di qualità.



Obbligo di conformità

I prodotti ortofrutticoli, per i quali sono adottate delle norme di qualità, possono essere esposti per la vendita, messi in vendita, venduti, consegnati o altrimenti commercializzati, nonché ammessi all'importazione o all'esportazione, solo se conformi a dette norme.



Indicazioni obbligatorie nella fase di commercio al dettaglio

Per etichettatura si intende l'insieme delle menzioni, delle indicazioni, dei marchi di fabbrica o di commercio, delle immagini o dei simboli che si riferiscono al prodotto alimentare e che figurano direttamente sull'imballaggio o su un'etichetta appostavi o sul dispositivo di chiusura o su cartelli, anelli o fascette legati al prodotto medesimo. La legislazione in materia di etichettatura prevede che ci siano informazioni da riportare obbligatoriamente sull'imballaggio ed altre facoltative. Per i prodotti ortofrutticoli, le disposizioni specifiche relative alle indicazioni esterne sono riportate nei singoli regolamenti riguardanti le norme di qualità. In base a tali norme, ogni imballaggio deve recare, in caratteri raggruppati su uno stesso lato, leggibili, indelebili e visibili all'esterno, le seguenti indicazioni :

- **identificazione dell'imballatore e/o speditore;**
- **natura del prodotto** (nome del prodotto e tipo commerciale), se il contenuto non è visibile dall'esterno;
- **nome della varietà** (le norme di qualità/commercializzazione relative ad ogni prodotto stabiliscono come va indicata in relazione alla specie. Ad esempio, per gli agrumi, il Reg.1221/2008 prevede in allegato I la denominazione obbligatoria della varietà per le arance, le menzioni "Verdelli" e "Primofiore" per i limoni, la menzione "Clementine senza semi", "Clementine" (da 1 a 10 semi) o "Clementine con semi" (più di 10 semi) per le clementine);
- **origine del prodotto** (Paese d'origine ed eventualmente zona di produzione);
- **caratteristiche commerciali** (categoria e calibro);
- **marchio ufficiale di controllo** (facoltativo).



Prodotti sfusi

I prodotti possono non essere presentati nell'imballaggio, purché il rivenditore al minuto apponga sulla merce messa in vendita un cartello sul quale figurino in caratteri molto chiari e leggibili le indicazioni relative:

- alla varietà ;
- all'origine;
- alla categoria.

 
DENOMINAZIONE PRODOTTO / VARIETA' _____
ORIGINE (STATO DI PROVENIENZA) _____
CATEGORIA (I [^] , II [^] , extra) _____
PREZZO _____
 Confederazione Italiana Esercenti Attività Commerciali Turistiche dei Servizi

Oggetto dei controlli

I controlli di conformità vengono eseguiti sui prodotti ortofrutticoli, commercializzati e destinati al consumo, per i quali sono previste norme comuni di commercializzazione e presso gli operatori rientranti tra le categorie di cui all'allegato 1 al D.M. 25.6.2009, fermo restando che possono essere sottoposti a verifica anche le imprese non tenute all'iscrizione alla banca nazionale dati, le quali sono parimenti tenute all'osservanza delle norme di commercializzazione.



Sanzioni

Ai sensi dell'art.4 del D.Lgs. 1 febbraio 2000, n.57, chiunque violasse le norme comuni di qualità di cui all'articolo 2 del regolamento (CE) n. 2200/96 – poi confluito negli artt. 113 e 113 bis del reg (CE) 1234/07 era punito con la sanzione amministrativa pecuniaria da L. 1.000.000 a L. 30.000.000, a seconda della gravità dell'infrazione e del valore commerciale del prodotto.

Abrogato ora il D.Lgs. n.57, le cui norme sono sostituite a far data dal 15 febbraio 2003 da quelle del D.Lgs. n.306/02, **le sanzioni per la violazione delle stesse norme (art.4 del decreto) sono semplicemente convertite in euro (da 550 a 15.500).**

Si consideri, infine, che **chiunque violi le disposizioni in materia di controlli di cui all'art. 20, par.3, del Reg. CE 1580/2007 è soggetto alla sanzione da 5.000 a 50.000 euro.**

Detta norma stabilisce che, qualora da un controllo emerga che le merci sono conformi alle norme di commercializzazione, il competente Organismo di controllo può rilasciare certificato di conformità (di cui all'allegato I al Regolamento). In caso di non conformità, l'organismo di controllo rilascia un **attestato di non conformità** per l'operatore o il suo rappresentante. Le merci oggetto di un attestato di non conformità non possono essere spostate se non con l'autorizzazione dell'organismo di controllo che ha emesso tale attestato e subordinatamente al rispetto delle condizioni da esso eventualmente fissate.

L'interpretazione che le Autorità sembrano dare della disposizione è nel senso che, qualora a seguito di controllo venga rilasciato all'operatore un attestato di non conformità e tuttavia l'operatore continui a non rispettare le norme di qualità dei prodotti, in caso di ulteriore infrazione si applichi la sanzione fino a 50.000 euro.



Accertamento delle violazioni

L'Agecontrol S.p.A., le Regioni e le province autonome, nell'ambito delle proprie competenze, provvedono all'accertamento delle violazioni amministrative previste nel decreto sanzionatorio 306 del 2002 e all'applicazione delle relative sanzioni.

I funzionari dell'Agecontrol S.p.A. e quelli regionali deputati al controllo rivestono la qualifica di pubblico ufficiale (ai sensi dell'art.357 del codice penale).



BANCA DATI

La Banca nazionale dei dati degli Operatori Ortofrutticoli, prevista dall'art. 9 del Regolamento (CE) n. 1580/2007, è il principale strumento idoneo ad identificare i soggetti che commercializzano i prodotti ortofrutticoli freschi destinati al consumo. La Banca dati contiene per ogni operatore il numero di registrazione, il nome, l'indirizzo, le informazioni necessarie ai fini della sua classificazione in una delle categorie (in particolare la posizione che occupa nella catena commerciale), un'indicazione dell'importanza dell'operatore stesso ed informazioni relative alle risultanze di precedenti controlli presso il medesimo eseguiti, nonché ogni altra informazione ritenuta necessaria ai fini delle verifiche (ad es. circa l'esistenza di un sistema di assicurazione della qualità o di autocontrollo concernente la conformità alle norme di commercializzazione). Chiunque detenga prodotti ortofrutticoli freschi per la commercializzazione, dovrà iscriversi alla Banca dati entro un mese dall'inizio dell'attività compilando ed inviando ad Agecontrol SpA, via Palestro n. 81 - 00168 Roma – il modulo di cui all'allegato G del Manuale delle procedure e dei controlli, mentre ogni successiva variazione dovrà essere comunicata all'Agenzia entro due mesi dall'evento tramite il modulo riportato in allegato C al predetto Manuale (www.agecontrol.it e mail bancadati.ortofrutta@agecontrol.it). L'inosservanza degli obblighi di iscrizione e successivo aggiornamento della Banca dati è sanzionata a norma del D.Lgs n. 306/2002 con pena pecuniaria da € 260 a € 1.550, salvo restando che le strutture di vendita e i dettaglianti con volume annuo commercializzato inferiore ad € 60.000 sono esenti dall'onere di registrazione.

INDICE
di stagionalità dei prodotti

ORTAGGI	Periodo di Stagione	
	dal	al
Agli	Agosto	Gennaio
Asparagi	Aprile	Giugno
Carciofi	Ottobre	Marzo
Carote	Sempre	
Cavolfiori	Settembre	Aprile
Cavoli Bruxelles	Settembre	Aprile
Cavoli cappuccini e verzotti	Settembre	Aprile
Cetrioli	Aprile	Agosto
Cicoria Witloof	Settembre	Aprile
Cipolle	Autunno	Gennaio
Fagiolini	Maggio	Autunno
Finocchi	Settembre	Marzo
Lattughe, indivie ricce e scarole	Lattughe sempre	Scarole-indivia Ottobre-Aprile
Melanzane	Periodo estivo	Aprile – Autunno
Patate	Maggio-Giugno	Fino a Gennaio
Pimenti o peperoni dolci	Maggio	Settembre
Piselli da sgranare	Aprile	Giugno
Pomodori	Maggio	Settembre
Porri	Settembre	Gennaio-Marzo
Radicchi	Radicchi Rossi Autunno	Gennaio - Marzo
Sedano da coste	Autunno	Gennaio - Marzo
Spinaci	Ottobre	Gennaio – Marzo
Zucchine – la famosa Zucchina Fiorentina	Aprile	Fine Settembre

INDICE di stagionalità dei prodotti

FRUTTA	Periodo di Stagione	
	al	al
Arance	Ottobre-Febbraio	Marzo
Albicocche	Maggio	Agosto
Castagne	Metà Ottobre	Novembre
Ciliegie	Giugno	Luglio
Cocomeri	Giugno	Agosto
Fragole	Aprile	Giugno
Limoni	Novembre	Marzo
Loti	Ottobre	Novembre
Mandarini Clementini	Ottobre	Gennaio
Mandaranci	Ottobre	Gennaio
Mandorle sgusciate	Sempre	Sempre
Mele e pere da tavola	Settembre	Maggio – Giugno
Pesche	Giugno	Settembre
Pompelmi	Novembre	Marzo
Susine	Giugno	Settembre
Uva da tavola	Agosto	Dicembre
Kiwi	Novembre	Aprile
Banane	Sempre	Sempre



Segreteria Nazionale
ASSOFRUTTERIE FIESA
Via Nazionale, 60
00184 Roma
Tel. 06/47251 Fax 06/4746556

Siti internet utili

www.confesercenti.it
www.assofrutterie.it
www.fiesa.it
www.buoniditalia.com