

Nasce la guida alla lettura delle etichette di olio e vino

by Giuseppe
Morello

Dopo il boom di contatti ottenuto sul sito con “Le etichette alimentari”, guida on line per il consumatore, il **Consiglio per la Ricerca e la Sperimentazione in Agricoltura (CRA)** replica con “**Guida alla Lettura delle Etichette di Olio e Vino**”. E’ un approfondimento tematico, scaricabile sempre gratuitamente da www.entecra.it, relativo a due prodotti cardine della tavola e della tradizione alimentare italiana: olio e vino. Come per la guida precedente, il lavoro è stato svolto da un gruppo di ricercatori del CRA, coordinati da **Gabriella Lo Feudo**, anche lei ricercatore CRA.

L’obiettivo, anche stavolta, è stato quello di rendere il consumatore consapevole di cosa deve cercare nel prodotto che acquista e dove sono riportate in etichetta tutte le informazioni necessarie: dall’origine del prodotto alle caratteristiche nutrizionali, dalla sua denominazione all’importanza dei pesi dichiarati, dall’elenco e dalla tipologia degli ingredienti alla simbologia apposta.

Inoltre, nella etichetta di olio e vino giocano altri fattori oltre alle regole generali comunitarie, già ampiamente illustrate nella guida generale alle etichette (tuttora on line su www.entecra.it). Non solo sono prodotti di largo consumo, ma vere e proprie bandiere del made in Italy nel mondo, che però, appunto per questo, sono spesso contraffatte. Per rendere più facilmente riconoscibile la qualità e l’autenticità di questi alimenti-simbolo, la Guida alla Lettura delle Etichette di Olio e Vino contiene anche il Decalogo del consumatore, autorevole contributo del Comando Carabinieri-Nucleo Antifrode del Ministero delle Politiche Agricole.

Infine, conclude il **presidente CRA Giuseppe Alonzo**, commentando l’iniziativa “la guida intende essere anche uno strumento utile alle imprese, sia sotto il profilo del supporto pratico sia per la trasferibilità delle conoscenze. Infatti, una etichetta appropriata, efficace e leggibile comporta un impegno non indifferente, soprattutto per le piccole aziende, che devono destreggiarsi tra le innumerevoli regole da armonizzare, i continui progressi della tecnologia e le esigenze di un mercato di consumatori che cambia rapidamente gusti e interessi”.

Giuseppe Morello

Related Posts

None