

COMMISSIONE DELLE COMUNITA EUROPEE

COM(93) 34 def.

Bruxelles, 5 febbraio 1993

RELAZIONE DELLA COMMISSIONE AL CONSIGLIO

RELAZIONE SULL'EVOLUZIONE DEL MERCATO DEI PRODOTTI LATTIERO CASEARI E DEI PRODOTTI CONCORRENTI

Quarta relazione della Commissione al Consiglio
conformemente all'articolo 4 paragrafo 3
del regolamento (CEE) n. 1898/87

- 2 -

██████████
██████████

RELAZIONE SULL'EVOLUZIONE DEL MERCATO DEI PRODOTTI LATTIERO-CASEARI
E DEI PRODOTTI CONCORRENTI

INDICE

1. Introduzione
2. Il mercato dei prodotti lattiero-caseari
3. Il mercato dei prodotti concorrenti
 - a) Prodotti concorrenti del burro
 - 1) margarine e prodotti simili
 - 2) grassi lattieri a basso tenore di sostanza grassa
 - 3) prodotti a base di grassi composti
 - b) Prodotti concorrenti del formaggio
 - c) Altri prodotti concorrenti
4. Conclusioni

ALLEGATI:

- Allegato I : Consumi comunicati dagli Stati membri
- Allegato II : Consumi pro capite di prodotti lattiero-caseari
- Allegato III : Prodotti concorrenti a base di grassi gialli
- Allegato IV : Proposta di definizione dei grassi gialli

EVOLUZIONE DEL MERCATO DEI PRODOTTI LATTIERO-CASEARI
E DEI PRODOTTI CONCORRENTI

1. INTRODUZIONE

La quarta relazione, presentata dalla Commissione al Consiglio, sull'evoluzione del mercato dei prodotti lattiero-caseari e dei prodotti concorrenti, si basa sui dati trasmessi da gran parte degli Stati membri conformemente all'articolo 4, paragrafo 3 del regolamento (CEE) n. 1898/87.

Tuttavia, dato che non tutte le relazioni sono pervenute alla Commissione entro la data stabilita, la presente relazione viene trasmessa al Consiglio dopo il termine fissato dal regolamento (CEE) n. 1898/87.

La prima parte della relazione è dedicata all'analisi del mercato dei prodotti lattiero-caseari, la seconda ai prodotti concorrenti.

2. IL MERCATO DEI PRODOTTI LATTIERO-CASEARI

Data l'ampia gamma e la diversità dei prodotti lattiero-caseari è opportuno, ai fini dell'informazione, esaminare separatamente il mercato di ciascun prodotto.

a) Latte e prodotti freschi

Il mercato dei vari tipi di latte alimentare si è stabilizzato ovvero ha segnato un leggero calo in tutti gli Stati membri, ad eccezione della Germania, in cui è ancora in espansione.

Tuttavia, si conferma la crescente tendenza dei consumatori a preferire al latte intero il latte parzialmente scremato. In Belgio, ad esempio, le vendite di latte intero sono passate negli ultimi dieci anni dal 75% al 48% della quota di mercato. Analogamente, nel Regno Unito, dove si consuma circa un terzo di tutto il latte alimentare comunitario, i consumi di latte intero sono passati dal 92% al 69% del 1990, con un conseguente aumento della domanda di latte parzialmente scremato. In Danimarca, nei Paesi Bassi e in Francia più della metà dei consumi sono attualmente costituiti da latte parzialmente scremato e meno di un terzo da latte intero.

Non ha invece registrato un rapido aumento la domanda di latte alimentare scremato. Complessivamente, soltanto il 5% dei consumi di latte alimentare è costituito da latte scremato e anche nei paesi in cui la domanda è forte (Belgio, Danimarca, Spagna) la quota supera appena il 10%.

L'attuale preferenza del consumatore per il latte parzialmente scremato può essere motivata dall'attenzione alla salute e forse, in misura molto minore, al prezzo; ai consumatori più attenti alla salute viene ora offerto latte integrato con vitamine. Tuttavia, il relativo insuccesso del latte scremato sarebbe imputabile alla mancanza di gusto e di consistenza rispetto al latte intero.

Per tali motivi si prevede che nel prossimo futuro si confermerà in tutta la Comunità la tendenza a sostituire, in una situazione di mercato del latte alimentare complessivamente stabile, al latte intero il latte parzialmente scremato (ma non quello scremato).

Contrariamente a quanto avviene per il latte, il mercato dei prodotti lattiero-caseari freschi (panna, yogurt, formaggio fresco, ecc.) è in espansione, benché la tendenza favorisca i prodotti leggeri o a basso tenore di grassi. Si prevede un boom di questo settore a valore aggiunto.

b) Burro

Nel 1991 i consumi comunitari di burro si sono stabilizzati, dopo essere diminuiti del 12% nei quattro anni precedenti. Tuttavia, si prevede un nuovo calo dell'1% circa all'anno, almeno nel prossimo biennio.

Il consumo pro capite di burro si è attestato sui 7 kg circa nell'insieme della Comunità, con variazioni notevoli da paese a paese: si passa infatti dagli oltre 8 kg della Francia a meno di 4 kg nel Regno Unito e nei Paesi Bassi. L'Irlanda, tradizionalmente uno dei più forti consumatori di burro, registra attualmente una media pro capite di circa 6 kg soltanto, pur avendo introdotto un vasto programma finanziato dallo Stato a favore del consumo di burro.

La crescente presenza sul mercato di vari tipi di burro spalmabile e di burro "sano" (a basso tenore di colesterolo) sembra indicare che l'industria lattiero-casearia si è finalmente accorta delle nuove preferenze del consumatore. Rimane da vedere se tali prodotti verranno lanciati sul mercato globale del burro, frenando magari il calo a lungo termine dei consumi, oppure se rimarranno, come è attualmente il caso, prodotti a prezzo elevato, destinati a un mercato più esclusivo.

c) Formaggio

Fra il 1984 e il 1991 i consumi comunitari di formaggi sono aumentati complessivamente del 25%. Nel 1991 il consumo è aumentato del 2,9% e per i prossimi anni si prevede una crescita di circa l'1% annuo.

La Francia, con 20,8 kg a testa, rimane il maggiore consumatore di formaggi; anche Germania, Grecia e Italia registrano consumi elevati, superiori ai 16 kg pro capite.

In Irlanda, invece, i consumi medi pro capite sono stati nel 1990 di 5,7 kg - quasi un quarto di quelli francesi -, mentre la media britannica è stata di poco superiore : 8,1 kg.

3. IL MERCATO DEI PRODOTTI CONCORRENTI

I concorrenti del latte e dei prodotti lattiero-caseari sul mercato comunitario continuano ad aumentare rapidamente. Nella maggior parte degli Stati membri il maggiore aumento si verifica nel settore dei grassi gialli, in particolare dopo l'abolizione delle disposizioni nazionali che vietavano la vendita di composti di burro e oli vegetali.

Tuttavia, nei paesi con mercati delle materie grasse più avanzati (Regno Unito, Irlanda) aumenta l'importanza dei prodotti concorrenti in altri comparti, in particolare i formaggi e la crema.

In generale, è ancora difficile ottenere statistiche sulla produzione e sui consumi dei prodotti concorrenti: i dati forniti dagli Stati membri si basano spesso su stime, e dal raffronto delle statistiche dei vari paesi emergono quindi indicazioni poco attendibili.

a) PRODOTTI CONCORRENTI DEL BURRO

Fanno parte di questo gruppo:

1. Margarine e prodotti simili. Da quando è stata inventata, oltre un secolo fa, la margarina (prodotto che contiene almeno l'80% di grassi vegetali) è stata il principale prodotto concorrente del burro. Negli ultimi anni sono apparse sul mercato molte margarine morbide, composte di grassi polinsaturi, e, più recentemente, prodotti simili alla margarina a basso tenore di grassi vegetali, di solito commercializzati come prodotti "leggeri".
2. Grassi lattieri a basso tenore di sostanza grassa. Denominati generalmente "burro leggero" o "burro a basso tenore di sostanza grassa", tali prodotti contengono esclusivamente grasso butirrico, ma con una percentuale di acqua notevolmente superiore a quella del burro.
3. Prodotti a base di grassi composti. Questi prodotti, che contengono sia grassi lattieri sia altri grassi, hanno registrato negli ultimi anni il massimo incremento delle vendite.

1. Margarine e prodotti simili

I consumi di margarina e di prodotti assimilabili si mantengono stabili in tutta la Comunità. Un'eventuale diminuzione riflette soltanto la contrazione generale del mercato dei grassi gialli, non una riduzione specifica dei consumi di margarina.

Si rafforza la tendenza a favore di "margarine leggere" (margarina) e di prodotti da spalmare a basso tenore di grassi non lattieri. In Germania il consumo di tali prodotti è salito da 23.000 t a 44.000 t in due anni, mentre in Francia il consumo di margarine a basso tenore di sostanza grassa è quasi quadruplicato in due anni, balzando da meno di 9.000 t ad oltre 30.000 t; nello stesso periodo, il consumo di margarina "tradizionale" è diminuito di 20.000 t.

La Danimarca registra il più elevato consumo pro capite di margarina della Comunità - circa 15 kg - ma si verifica ora la tendenza inversa, in quanto la margarina sta perdendo quote di mercato a vantaggio di grassi composti da spalmare ad elevato tenore di grasso lattiero.

Nel Regno Unito, invece, sono sempre più numerosi sul mercato nuovi prodotti a base di grassi gialli. Tra le novità della categoria di prodotti simili alla margarina sono ora disponibili una "margarina 60%", il cui ingrediente principale non è l'olio di semi o di girasole, bensì l'olio d'oliva, e una specialità da spalmare che contiene complessivamente soltanto il 5% di grassi vegetali.

2. Grassi lattieri a basso tenore di sostanza grassa

Comunemente noti come "burro leggero", tali prodotti (compresi il "burro 40%" e "il burro 60%") hanno tra i consumatori indici di gradimento diversi.

Nel Regno Unito e in Irlanda, dove hanno dovuto competere per diversi anni con prodotti alternativi a basso tenore di grassi, detengono sull'intero mercato una quota di appena il 2% circa.

La situazione è affatto diversa in Francia e in Germania, paesi in cui fino a poco tempo fa la legislazione nazionale proibiva la fabbricazione di prodotti leggeri a base di grassi non lattieri. Di conseguenza, il burro leggero, avendo pochi concorrenti, ha potuto conquistare quote di mercato detenute dai grassi gialli "tradizionali". Nel 1990, ad esempio, sono state consumate in Germania 18 000 t di burro leggero.

Resta da vedere se i prodotti leggeri a base di grassi lattieri sapranno mantenere la loro quota di mercato di fronte alla concorrenza delle margarine e delle miscele leggere. E' interessante notare che il burro leggero è l'unico prodotto lattiero-caseario "leggero" che non ha avuto un forte impatto sul mercato (a differenza dello yogurt leggero, dei formaggi a basso tenore di grassi, del formaggio fresco leggero, del latte alimentare scremato, ecc.).

3. Prodotti a base di grassi composti

I consumi di prodotti a base di grassi composti continuano ad aumentare rapidamente, grazie al loro gusto cremoso, alla malleabilità e all'economicità che li rendono competitivi rispetto al burro. Come si rileva dall'allegato III, è significativo che tali prodotti siano stati elaborati non da produttori di margarine, bensì da industrie del settore lattiero-caseario, molte delle quali hanno prontamente fatto ricorso per la pubblicità e la confezione ad immagini che richiamano la latteria.

Il primo (in ordine di tempo) nonché il maggiore (in volume) mercato comunitario di prodotti a base di grassi composti è il Regno Unito. Nel 1990 i consumi domestici di grassi composti ammontavano a 128.000 t - appena 3.000 t in meno dei consumi di burro - e avranno ora superato il burro.

In Irlanda, dove sono presenti sul mercato dei grassi gialli dal 1984, i grassi composti detengono il 40% del mercato (quasi 20.000 t l'anno), e sono quindi più diffusi della margarina e del burro.

Nel Regno Unito e in Irlanda, i grassi composti hanno sostituito il burro; in Danimarca, invece, i consumi di grassi lattieri sono aumentati da quando è stato lanciato un prodotto costituito per il 60% di grasso butirrico e per il 20% di grassi vegetali. Ciò dimostra che in talune condizioni anche la margarina, oltre al burro, può subire la concorrenza di grassi composti. Sarà quindi interessante seguire l'evoluzione del mercato danese.

In Francia i consumi di grassi composti sono passati da meno di 15.000 t nel 1988 a quasi 25.000 t nel 1990. E' inevitabile un ulteriore aumento, tra l'altro perché, come hanno riferito le autorità francesi, nello stesso periodo le spese per la promozione di tali prodotti sono passate da 11,2 Mio di FF a 30 Mio di FF.

La situazione tedesca è meno chiara, in quanto si dispone di scarsi dati statistici sui grassi composti. Sembra tuttavia che tali prodotti abbiano avuto sul mercato tedesco un impatto iniziale inferiore alle aspettative a seguito della preferenza del consumatore per prodotti naturali e tradizionali.

I grassi composti sono attualmente presenti sul mercato di gran parte, se non di tutti gli altri Stati membri, ma non sono disponibili dati relativi alle vendite.

b) PRODOTTI CONCORRENTI DEL FORMAGGIO

I prodotti concorrenti del formaggio, per la cui fabbricazione viene utilizzata la caseina, hanno fatto la loro prima comparsa nel settore degli ingredienti per l'industria alimentare, in particolare per la preparazione della pizza. Negli ultimi due anni, tuttavia, è aumentato notevolmente il numero di imitazioni del formaggio presenti nei supermercati.

A differenza dei prodotti destinati all'industria alimentare, i metodi di produzione e di maturazione delle imitazioni del formaggio destinate alla vendita al dettaglio sono uguali a quelli del formaggio vero; il grasso butirrico è tuttavia parzialmente sostituito da olio di girasole o di semi. I dati statistici relativi al consumo di imitazioni del formaggio sono scarsi: soltanto la Francia fornisce informazioni precise. Secondo tali dati nel 1990 i consumi di imitazioni del formaggio sono ammontati a 3.000 t, con un aumento del 200% rispetto all'anno precedente.

E' noto tuttavia che questi prodotti sono ora disponibili in diversi altri Stati membri: Paesi Bassi, Belgio, Germania e Regno Unito. Con una produzione complessiva di 3.000 t nel 1990, destinata in gran parte all'esportazione, i Paesi Bassi si collocano al primo posto tra i produttori di imitazioni del formaggio. Una delle due marche principali contiene l'80% di olio di girasole e il 20% di grasso butirrico, l'altra il 54% di grassi vegetali e non contiene grassi lattieri.

Esistono inoltre prodotti a base di soia assimilabili al formaggio, che tuttavia riscuotono scarso successo e raramente si configurano come imitazioni del formaggio.

c) ALTRI PRODOTTI CONCORRENTI

Nel settore del latte alimentare i prodotti concorrenti sono rappresentati dal succo di soia e dal latte ricostituito.

Il succo di soia (tonyu) viene ottenuto esclusivamente dalle fave di soia e ha un mercato limitatissimo nella maggior parte degli Stati membri, ad eccezione della Francia, dove nel 1990 sono state consumate quasi 10.000 t di bevande a base di soia; in Germania invece le vendite hanno raggiunto le 3.500 t. Nel Regno Unito e in Irlanda il succo di soia viene venduto come "latte di soia", in violazione del regolamento (CEE) n. 1898/87.*

Il latte ricostituito, in cui cioè il grasso lattiero è sostituito da grassi vegetali, ma rimangono invariati proteine e glucidi, è diffuso nell'Europa meridionale. In Spagna se ne consumano annualmente 30.000 t, gran parte delle quali è destinata alle isole Canarie.

-
- * a) una procedura è stata introdotta contro il Regno Unito per la violazione dell'Articolo 3 paragrafo 1 (in data 8.10.92)
- b) si è chiesto alle autorità irlandesi di chiarire la loro posizione per quanto riguarda la vendita in Irlanda di latte di soia (lettera del 6.10.92).

Tra i prodotti concorrenti del latte condensato, i "macchianti" del caffè detengono una quota di mercato del 20% nei Paesi Bassi. I succedanei della crema da utilizzare nei dessert - generalmente prodotti a base di grassi composti - si stanno diffondendo sul mercato grazie alle connotazioni negative che ha ormai la panna dal punto di vista della salute.

4. CONCLUSIONI

La presente relazione non ha evidenziato tendenze del mercato dei prodotti lattiero-caseari e dei prodotti concorrenti molto diverse da quelle illustrate nelle precedenti relazioni presentate al Consiglio, ossia:

- stabilizzazione dei consumi di latte alimentare, pur con una tendenza costante a sostituire latte intero con latte a basso tenore di grassi;
- aumento del consumo di prodotti freschi, in particolare di quelli a basso tenore di grassi;
- aumento costante dei consumi di formaggio;
- contrazione graduale del mercato dei grassi gialli, con tenuta della margarina;
- conferma del calo dei consumi domestici di burro;
- aumento significativo dei consumi di prodotti a basso tenore di grassi o a base di grassi composti, spesso a basso tenore di grassi lattieri.

Si può osservare che attualmente i prodotti concorrenti del burro dominano il mercato dei grassi gialli.

Tuttavia, nonostante l'aumento dei prodotti concorrenti, gli Stati membri sembrano disporre di pochissimi dati - o addirittura di nessuna informazione - in materia, né per quanto riguarda la composizione dei prodotti, né i consumi. La mancanza di tali dati rende estremamente difficile gestire il mercato del grasso butirrico. E' pertanto necessario disporre al più presto di una base giuridica per le statistiche relative a tali prodotti.

Un regolamento del Consiglio che stabilisca le designazioni per i grassi gialli contribuirà a informare il consumatore sui prodotti lattiero-caseari genuini e dovrebbe, di conseguenza, portare alla conservazione di certi mercati o al recupero di mercati persi a causa di un'errata informazione.

Per la stessa ragione la crescita sul mercato di formaggi e di creme d'imitazione non caseari deve essere strettamente seguita.

Se dovesse apparire che i consumatori siano confusi dall'imballaggio e dalla pubblicità comparativa di questi prodotti, si potrebbe considerare di rinforzare il Regolamento del Consiglio (CEE) n° 1898/87 tramite l'aggiunta di definizioni giuridiche per i prodotti lattiero-caseari al fine di evitare l'abuso di immagine caratteristica del settore.

M

ALLEGATO I

CONSUMI COMUNICATI DAGLI STATI MEMBRI

CONSUMI DI BURRO

(1000 t)	MATERIA GRASSA > 80%			MATERIA GRASSA < 80%		
	1988	1989	1990	1988	1989	1990
BELGIO	84,8	78,5	76,9	-	-	51
DANIMARCA	55,8	51,9	49,0	4,1	17,8	18,4
GERMANIA	506,3	449,9	404,1	-	-	-
GRECIA	-	-	-	-	-	-
SPAGNA	21,8	19,0	-	-	-	-
FRANCIA	490,0	477,0	474,0	2,9	5,2	6,7
IRLANDA	16,3	13,2	12,2	2,7	1,9	1,6
ITALIA	-	-	-	-	-	-
LUSSEMBURGO	2,7	2,6	2,4	-	-	-
PAESI BASSI	56,0	51,0	52,0	0	0	0
PORTOGALLO	11,6	12,7	12,9	-	-	-
REGNO UNITO	275,0	215,0	220,0	-	-	-

FONTE: Risposte degli Stati membri alla Commissione, ai sensi del regolamento (CEE) n. 1898/87.

CONSUMI DI MARGARINA

(1000 t)	MATERIA GRASSA > 80%			MATERIA GRASSA < 80%		
	1988	1989	1990	1988	1989	1990
BELGIO	130,9	128,5	125,6	-	-	-
DANIMARCA	72,6	71,6	69,5	4,7	5,5	5,3
GERMANIA	441,2	444,1	477,7	23,9	30,0	44,6
GRECIA	-	-	-	-	-	-
SPAGNA	-	-	-	-	-	-
FRANCIA	121,81	111,5	97,2	9,0	16,9	30,9
IRLANDA	15,2	15,7	15,1	-	-	-
ITALIA	-	-	-	-	-	-
LUSSEMBURGO	3,1	3,1	3,0	-	-	-
PAESI BASSI	157,0	148,0	146,0	37	42	43
PORTOGALLO	59,4	60,0	62,6	-	-	-
REGNO UNITO	389,0	379,0	379,0	-	-	-

FONTE: Risposte degli Stati membri alla Commissione, ai sensi del regolamento (CEE) n. 1898/87.

(1000 t)	<u>CONSUMI DI GRASSI COMPOSTI</u>			<u>CONSUMI DI FORMAGGIO</u>		
	1988	1989	1990	1988	1989	1990
BELGIO	-	-	51	125,8	134,6	142,3
DANIMARCA	0	0	3,3	-	-	-
GERMANIA	-	-	-	984,8	1034,3	1074,9
GRECIA	-	-	-	-	-	-
SPAGNA	-	-	-	-	-	-
FRANCIA	14,7	20,7	24,9	-	-	-
IRLANDA	15,0	17,5	18,9	17,8	18,6	19,1
ITALIA	-	-	-	-	-	-
LUSSEMBURGO	0,4	0,4	0,4	6,1	6,0	6,6
PAESI BASSI	0	0	0	201,0	211,0	215,0
PORTOGALLO	-	-	-	40,5	44,7	44,2
REGNO UNITO	124,0	141,0	144,0	395,0	390,0	390,0

FONTE: Risposte degli Stati membri alla Commissione, ai sensi del regolamento (CEE) n. 1898/87.

ALLEGATO II

CONSUMI PREVISTI DEI PRODOTTI LATTIERO-CASEARI NEL 1990
(kg pro capite)

	<u>Burro</u>	<u>Margarina</u>	<u>Formaggio</u>	<u>Latte alimentare</u>	<u>Prodotti freschi</u>
BELGIO	7,6	12,5	14,3	69,5	17,0
DANIMARCA	6,0	15,0	14,6	122,6	21,6
GERMANIA	6,6	7,9	18,6	70,7	20,9
GRECIA	-	-	17,8	-	-
SPAGNA	0,5	-	5,3	102,6	12,5
FRANCIA	8,2	3,9	20,8	79,5	22,7
IRLANDA	6,1	4,6	5,7	184,6	3,4
ITALIA	2,4	1,6	16,9	78,1	3,8
LUSSEMBURGO	6,8	-	11,3	76,9	9,1
PAESI BASSI	3,3	9,8	15,0	93,0	42,0
PORTOGALLO	0,9	-	5,4	-	-
REGNO UNITO	3,8	6,6	8,1	122,5	5,1

FONTE: FAO, IDF.

ALLEGATO III

PRODOTTI CONCORRENTI DEI GRASSI GIALLI - ALCUNI ESEMPI

<u>Denominazione commerciale</u>	<u>Grasso lattiero/ Tenore di grassi totale (in %)</u>	<u>Produttore</u>	<u>Categoria⁽¹⁾</u>
Candia	65/65	Sodiaal, F	Grasso lattiero da spalmare
Balade 60	60/60	ULN, F	Burro leggero
President Light	62/62	Besnier, F	Burro leggero
Natual	60/60	Entremont, F	Burro leggero
Balade	41/41	Corman, B	Burro a basso tenore di sostanza grassa
Buttercup	40/40	Mitchelstown, IRL	Burro a basso tenore di sostanza grassa
Butterfly	40/40	Meggie, D	Burro a basso tenore di sostanza grassa
Dawn Ligth	40/40	Kerry, IRL	Burro a basso tenore di sostanza grassa
Les Nouveaux Plaisirs	41/41	Elle & Vire, F	Burro a basso tenore di sostanza grassa
Du Darfst	40/40	Unilever, D	Burro a basso tenore di sostanza grassa
Bredel Beurre Allegé	41/41	Bridel, F	Burro a basso tenore di sostanza grassa
Silhouette 20%	20/20	Sodiaal, F	Grasso lattiero da spalmare a basso tenore di sostanza grassa
Kaergaarden	60/80	MD Foods, DK	Miscela
Butina	50/70	Uelzina, D	Grasso composto da spalmare
Clover	50/70	Dairy Crest, GB	Grasso composto da spalmare
Golden Crown	15/72	Kraft, UK	Grasso composto da spalmare
Dairygold	30/75	Mitchelstown, IRL	Grasso composto da spalmare
Florefin	50/62	Corman, B	Miscela leggera di grassi
Le Fleurier Allege	20/60	Vedial, F	Grasso composto leggero da spalmare
Lifestyle	40?/60	Avonmore, IRL	Grasso composto leggero da spalmare
Avonmore Light	15/40	Avonmore, IRL	Miscela a basso tenore di grassi
St Hubert 41	34/41	St Hubert, F	Miscela a basso tenore di grassi
Elmer Light	25/40	Elmer, NL	Miscela a basso tenore di grassi
Clover Extra Lite	25?/40	Dairy Crest, UK	Miscela a basso tenore di grassi
I Can't Believe It's			
Not Butter	0/70	VandenBergh, UK	Grasso da spalmare
Krona Spreadable	0/70	VandenBergh, UK	Grasso da spalmare
Olivio	0/60	VandenBergh, UK	Margarina leggera
Avonmore Xtra Light	0/40	Avonmore, IRL	Margarina a basso tenore di sostanza grassa
Effi	0/40	Astra Calve, F	Margarina a basso tenore di sostanza grassa
St Ivel Gold	0/40	Unigate, UK	Margarina a basso tenore di sostanza grassa
Lowlow	0/40	Kerry, IRL	Margarina a basso tenore di sostanza grassa
Anchor Low-Fat Spread	0/40	Anchor, UK	Margarina a basso tenore di sostanza grassa
Golden Olive	0/40	Golden vale, IRL	Margarina a basso tenore di sostanza grassa
St Ivel Gold Lowest	0/25	Unigate, UK	Grasso da spalmare a basso tenore di grasso
Delight Extra Low	0/20	VandenBergh, UK	Grasso da spalmare a basso tenore di grasso
Twenty Four	0/20	Brinkers, NL	Grasso da spalmare a basso tenore di grasso
Tesco Lowest Ever Spread	0/ 5	Kerry, IRL	-

(1) Secondo le definizioni proposte nel regolamento del Consiglio di cui all'allegato IV.

ALLEGATO IVSCHEMA PROPOSTO PER LA DEFINIZIONE DEI GRASSI GIALLI

Figurano appresso le denominazioni di cui alla proposta di regolamento del Consiglio relativo alle norme di commercializzazione dei prodotti a base di grassi gialli. La proposta non è ancora stata approvata.

SCHEMA DI DEFINIZIONE

I	95%	Burro	Miscela	Margarina
	80%			
II	62%	Grasso lattiero da spalmare	Grasso composto da spalmare	Grasso da spalmare
	60%	Burro leggero o "burro 60%"	Miscela leggera di grassi o "miscela 60%"	Margarina leggera o "margarina 60%"
III	41%	Grasso lattiero leggero da spalmare	Grasso composto leggero da spalmare	Grasso leggero da spalmare
	39%	Burro a basso tenore di materia grassa o "burro 40%"	Miscela a basso tenore di grassi o "miscela 40%"	Margarina a basso tenore di materia grassa o "margarina 40%"
	20%	Grasso lattiero da spalmare a basso tenore di sostanza grassa	Grasso composto da spalmare a basso tenore di sostanza grassa	Grasso da spalmare a basso tenore di grasso

FONTE: documento COM (91)462 def. del 22.01.1992.

COM(93) 34 def.

DOCUMENTI

IT

03

N. di catalogo : CB-CO-93-037-IT-C

ISBN 92-77-52484-7

Ufficio delle pubblicazioni ufficiali delle Comunità europee
L-2985 Lussemburgo