



GUIDE D'ACCÈS AU MARCHÉ ITALIEN

POUR LE PRODUIT
TOMATE SECHÉE EN VRAC



2020

Ce document a été préparé par le bureau ADMEDERA CONSULTING EXPORT dans le cadre du « Projet d'Accès aux Marchés pour les Produits Agroalimentaires et du Terroir – phase 2 (PAMPAT 2) », mis en oeuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI), sur un financement du Secrétariat d'Etat à l'Economie de la Confédération Suisse (SECO).

L'analyse repose sur la collecte et l'interprétation des informations marchés et des données statistiques disponibles au moment où cette étude a été réalisée (2020).

Ce document a été établi sans avoir été revu par les services d'édition de l'ONU. Les appellations employées dans le présent document et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part du Secrétariat de l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI) aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones ou de leurs autorités, à la délimitation de leurs frontières, à leur système économique ou à leur degré de développement. Les désignations telles que « développé », « industrialisé » et « en développement » sont utilisées à des fins statistiques et n'expriment pas nécessairement un jugement sur le stade de développement atteint par un pays ou une région donnée dans le cadre du processus. La mention de noms de sociétés ou de marques commerciales ne constitue pas un aval de l'ONUDI. Les opinions, chiffres et estimations y figurant relèvent de la responsabilité des auteurs et ne doivent donc pas être considérés comme reflétant les opinions de l'ONUDI ou comme ayant été approuvés par elle.



SOMMAIRE

1. CONTEXTE DU GUIDE	6
2. DONNÉES GÉOGRAPHIQUES, DÉMOGRAPHIQUES ET SOCIALES	7
3. DONNÉES ÉCONOMIQUES	8
3.1 PRINCIPAUX INDICATEURS ÉCONOMIQUES	8
3.2 LES CHIFFRES DU COMMERCE INTERNATIONAL.....	8
3.2.1 IMPORTATION ET FOURNISSEURS	8
3.2.2 EXPORTATION ET CLIENTS	9
3.3 NOTATIONS DU PAYS (COFACE)	10
4. APERÇU SUR LE MARCHÉ DE L'AGROALIMENTAIRE EN ITALIE	11
4.1 CIRCUITS DE DISTRIBUTION	11
4.2 IMPORTANCE DES PRODUITS BIOLOGIQUES	13
4.3 TENDANCE DU COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR ITALIEN ...	14
4.4 POTENTIEL DU MARCHÉ DE LA TOMATE SÉCHÉE TUNISIENNE EN ITALIE	15
5. NORMES D'ÉTIQUETAGE ET D'EMBALLAGE	16
5.1 ÉTIQUETAGE DES DENRÉES ALIMENTAIRES	16
5.1.1 LANGUE	16
5.1.2 MENTIONS OBLIGATOIRES	16
5.1.3 EXIGENCES POUR LE MARQUAGE POUR LES TOMATES SÉCHÉES .	19
5.1.4 ALIMENTS IRRADIÉS	19
5.1.5 PRODUITS BIOLOGIQUES	19
5.1.6 PRODUITS DIÉTÉTIQUES	20





5.2 EXIGENCES D'EMBALLAGE DE L'UNION EUROPÉENNE	20
5.2.1 EXIGENCES RELATIVES AUX EMBALLAGES ET AUX DÉCHETS D'EMBALLAGES	21
5.2.2 EXIGENCES RELATIVES AUX EMBALLAGES EN BOIS	21
5.2.3 EXIGENCES RELATIVES POUR LES MATÉRIAUX ET OBJETS DESTINÉS À ENTRER EN CONTACT AVEC LES DENRÉES ALIMENTAIRES	21
5.2.4 EMBALLAGE EN PAPIER ET EN CARTON	22
5.2.5 EMBALLAGE EN PLASTIQUE	22
5.3 EXIGENCES SPÉCIFIQUES POUR LES TOMATES SÉCHÉES	23
5.4 EXEMPLES DE PRODUITS COMMERCIALISÉS EN ITALIE	23
6. CONTACTS UTILES	24
7. SOURCES	24





LISTE DES TABLEAUX

<i>Tableau 1</i> Données géographiques, démographiques et sociales en Italie	7
<i>Tableau 2</i> Principaux indicateurs économiques	8
<i>Tableau 3</i> Principaux produits importés en Italie en valeur	8
<i>Tableau 4</i> Principaux fournisseurs des produits importés	9
<i>Tableau 5</i> Valeurs importées par année (2015 - 2019)	9
<i>Tableau 6</i> Principaux produits exportés en valeur	9
<i>Tableau 7</i> Principaux clients des produits exportés	10
<i>Tableau 8</i> Valeurs exportées par année (2015 - 2019)	10
<i>Tableau 9</i> Les allégations nutritionnelles autorisées	18





1. CONTEXTE DU GUIDE

Ce rapport fait partie intégrante d'une série de documents préparés dans le cadre du projet PAMPAT 2 pour identifier les marchés cibles les plus attractifs à l'export pour la Tunisie pour les produits issus de trois filières agroindustrielles grenade, tomates séchées et dérivés de dattes. L'analyse s'est focalisée spécifiquement sur des produits tunisiens sélectionnés, qui ont un fort potentiel d'exportation.

La liste des produits et les marchés cibles identifiés sont listés à continuation

- > Grenade fraîche (Russie, Royaume Uni, Pays Bas) ;
- > Jus de grenade (Allemagne, Pays Bas, France et Royaume Uni) ;
- > Sirop de grenade (Royaume Uni, Allemagne, France) ;
- > Tomates séchées en vrac et en poudre (Allemagne, Italie, Etats-Unis) ;
- > Tomates séchées à l'huile d'olive (Royaume Uni, France, Allemagne) ;
- > Pâte de dattes (France, Allemagne, Etats-Unis) ;
- > Poudre de dattes (France, Etats-Unis, Allemagne) ;
- > Sirop de dattes (Canada, Emirats Arabes Unis, Qatar).

Les documents suivants ont été publiés dans le cadre du projet PAMPAT 2 :

- > Identification des marchés cibles pour la filière de la grenade tunisienne ;
- > Identification des marchés cibles pour la filière de la tomate séchée tunisienne ;
- > Identification des marchés cibles pour la filière des dérivés de la datte tunisienne ;
- > Guide d'accès au marché allemand pour les produits des filières tomate séchée, grenade, dérivés de datte ;
- > Guide d'accès au marché français pour les produits des filières tomate séchée, grenade, dérivés de datte ;
- > Guide d'accès au marché italien pour le produit tomate séchée en vrac ;
- > Guide d'accès au marché néerlandais pour les produits de la filière grenade ;
- > Guide d'accès au marché britannique pour les produits des filières grenade et tomate séchée conditionnée ;
- > Guide d'accès au marché émirati pour le produit sirop de dattes ;
- > Guide d'accès au marché qatari pour le produit sirop de dattes ;
- > Guide d'accès au marché américain pour les produits des filières dérivés de datte et tomate séchée en vrac ;
- > Guide d'accès au marché russe pour le produit grenade fraîche.



2. DONNÉES GÉOGRAPHIQUES, DÉMOGRAPHIQUES ET SOCIALES

Tableau 1 Données géographiques, démographiques et sociales en Italie

Critères	Données
Superficie	301.340 km ²
Capital	Rome
Principales villes et nombre d'habitants	Rome (4,257 millions), Milan (3,140 millions) , Naples (2,187 millions) , Turin (1,792 millions) , Bergame (892 000), Palerme (851 000) (estimation 2020)
Population	62, 402,659 (estimation juillet 2020)
Croissance démographique	0,11 % (estimation 2020)
Pourcentage de la population urbaine	71% du total de la population
Espérance de vie	Selon les estimations de 2020 : Espérance de vie à la naissance : 82,5 années. Hommes : 79, 8années Femmes : 85,3 années
PIB/ habitant	34 321 USD
Indice de développement humain	0,883
Religion	Chrétiens 83,3% (majoritairement catholiques romains) musulmans 3,7%,
Langues officielles et langues utilisées	Italien (officiel), allemand (certaines parties de la région du Trentin-Haut-Adige sont essentiellement germanophones), français (petite minorité francophone dans la région du Val d'Aoste), slovène (minorité slovène dans la région de Trieste-Gorizia).

Source : cia.gov



3. DONNÉES ÉCONOMIQUES

3.1 Principaux indicateurs économiques

Tableau 2 Principaux indicateurs économiques

Données	Valeur
Taux d'inflation	1% (estimation 2020)
Croissance PIB	0.5% (estimation 2020)
Taux de chômage	8,9% (2017)

Source : Coface/diplomatie.gouv.fr/cia.gov

> Répartition sectorielle de l'économie

Part des principaux secteurs d'activités dans le PIB (en 2017) :

- > Agriculture: 2,1%
- > Industrie: 23,9%
- > Service: 73,9%

3.2 Les chiffres du commerce international

3.2.1 Importation et fournisseurs

Tableau 3 Principaux produits importés en Italie en valeur

Code	Description	Importation en valeur
27	Combustibles minéraux, huiles minérales et produits de leur distillation ; matières bitumineuses ; cires minérales	\$ 274, 296, 216,062
87	Véhicules ; autres que le matériel roulant des chemins de fer ou des tramways, ainsi que leurs parties et accessoires	\$ 228, 040, 263,968
84	Réacteurs nucléaires, chaudières, machines et appareils mécaniques et leurs parties	\$ 220, 252, 520,162
85	Machines et appareils électriques et leurs parties ; appareils d'enregistrement et de reproduction du son ; appareils d'enregistrement et de reproduction des images et du son en télévision, ainsi que leurs parties et accessoires.	\$ 172, 055, 704,602
30	Produits pharmaceutiques	\$ 119, 511, 323,207
	Autres produits	\$ 1, 234, 174, 457,760

Source : comtrade



> Principaux fournisseurs des produits importés

Tableau 4 Principaux fournisseurs des produits importés

Partenaires	Valeur importée
Allemagne	\$ 365, 414, 870,928
France	\$ 195, 865, 824,776
Chine	\$ 165, 689, 174,877
Pays Bas	\$ 123, 400, 374,526
Espagne	\$ 115, 245, 869,064
Autres partenaires	\$ 1, 282, 714, 371,590

Source : comtrade

Tableau 5 Valeurs importées par année (2015 - 2019)

Année	Valeur importée
2019	\$ 473, 562, 249,715
2018	\$ 503, 581, 133,885
2017	\$ 453, 583, 034,460
2016	\$ 406, 670, 669,867
2015	\$ 410, 933, 397,835

Source : comtrade

3.2.2 Exportation et clients

Tableau 6 Principaux produits exportés en valeur

Code	Description	Exportations en valeur
84	Réacteurs nucléaires, chaudières, machines et appareils mécaniques et leurs parties	\$ 492, 526, 843,616
87	Véhicules ; autres que le matériel roulant des chemins de fer ou des tramways, ainsi que leurs parties et accessoires	\$ 208, 082, 244,994
85	Machines et appareils électriques et leurs parties ; appareils d'enregistrement et de reproduction du son ; appareils d'enregistrement et de reproduction des images et du son en télévision, ainsi que leurs parties et accessoires	\$ 151, 287, 304,035
30	Produits pharmaceutiques	\$ 127, 910, 391,205
39	Plastiques et ses articles	\$ 102, 662, 875,405
	Autres produits	\$ 1, 426, 207, 488,516

Source : comtrade



Tableau 7 Principaux clients des produits exportés

Partenaires	Valeur exportée
Allemagne	\$ 311, 712, 562,732
France	\$ 261, 609, 438,675
USA	\$ 227, 548, 080,118
Royaume Uni	\$ 131, 796, 628,723
Espagne	\$ 126, 976, 224,750
Autres partenaires	\$ 1, 449, 034, 212,773

Source : comtrade

Tableau 8 Valeurs exportées par année (2015 - 2019)

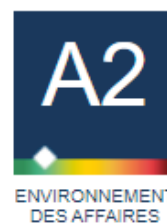
Année	Valeur exportée
2019	\$ 532, 683, 664,808
2018	\$ 549, 906, 995,683
2017	\$ 507, 430, 236,336
2016	\$ 461, 667, 625,429
2015	\$ 456, 988, 625,514

Source : comtrade

3.3 Notations du pays (COFACE)



Evaluation des risques pays



Environnement des affaires

Explication de la notation :

> A4 - Evaluation des risques pays

Les perspectives économiques et financières présentent des incertitudes. Le contexte politique peut connaître des fortes tensions. L'environnement des affaires peut présenter d'importantes lacunes. La probabilité moyenne de défaut des entreprises se situe à un niveau assez élevé.

> B - Environnement des affaires

Les bilans des entreprises, quand ils sont disponibles, sont fiables. Le recouvrement des créances fonctionne convenablement. Les institutions sont globalement performantes. Le marché domestique est largement accessible. L'environnement des affaires est relativement stable mais perfectible.



4. APERÇU SUR LE MARCHÉ DE L'AGROALIMENTAIRE EN ITALIE

Le secteur de l'agroalimentaire est très diversifié en Italie. Avec un chiffre d'affaires de 132 Md € en 2016, il occupe la 3ème place dans l'UE, derrière l'Allemagne et la France. Ce secteur représente 2,1% du PIB et a connu une augmentation de 3% en 2019 par rapport à 2018. Le secteur de l'agroalimentaire est considéré comme étant le 2ème secteur économique en Italie, après l'industrie mécanique. La production comme la distribution sont très atomisées, avec des spécificités régionales. De ce fait, il est difficile de trouver un distributeur unique pour toute l'Italie et il est préférable de développer un réseau de distributeurs avec une approche régionale.

Le secteur agricole italien a un poids important dans les échanges commerciaux de l'UE, les exportations de fruits et légumes étant les plus importantes. En effet, avec une valeur de ventes à l'exportation de 41 milliards d'euros à la fin de 2017, l'Italie a atteint un record historique et détient une part de 8% des exportations alimentaires de l'UE (près de 525 milliards d'euros). Au cours des cinq dernières années, les exportations italiennes dans ce secteur ont augmenté de 23 %, soit plus que celles de l'UE (+16 %). Le rôle prépondérant du "Made in Italy" en Europe ressort clairement de l'analyse des cinq premiers produits pour lesquels l'Italie est leader. L'Italie joue également un rôle de premier plan dans le domaine des produits alimentaires transformés. Elle est, en effet le premier exportateur de pâtes et de tomates conditionnées, avec une part d'environ 65 % de la valeur totale des exportations de l'UE.

L'Italie est non seulement un grand exportateur de fruits et légumes mais aussi un importateur net de ces produits. En effet, ce pays importe la plupart des matières premières et des ingrédients, car la force économique de l'Italie réside dans la transformation et la fabrication de biens, principalement dans les petites et moyennes entreprises familiales. Ces importations proviennent de 140 pays. Les fruits et légumes transformés et conservés sont à l'origine de 84 pays. Il est à noter qu'un quart des importations (25,4%) provenaient de pays tiers. Les produits végétaux importés, en provenance de pays tiers, doivent répondre aux exigences de santé et d'hygiène établies par les dispositions en vigueur sur les substances alimentaires sur le territoire national et de l'UE.

4.1 Circuits de distribution

Commerce de détail :

Le marché du commerce de détail en Italie est très diversifié. En effet, les ventes au détail de produits alimentaires ont atteint 153,3 milliards d'euros en 2018, avec une augmentation de 2% par rapport 2017. Les hypermarchés/supermarchés, les magasins de proximité, les grands magasins à prix réduits et les magasins spécialisés coexistent avec les épicerie de quartier traditionnelles et les marchés de plein air. Le système italien de distribution alimentaire au détail présente des différences notables en termes de croissance du secteur entre le nord et le sud.

D'une manière générale, la tendance la plus importante est enregistrée dans les discounters (+15,4%) et les supermarchés (+15,4%), suivis des services gratuits (+10,1%). Mais la véritable évolution a été enregistrée par le commerce électronique de produits alimentaires. Selon une étude menée par Nielsen, les ventes en ligne de produits de consommation ont augmenté de 82,3%.



Parts de marché du commerce en détail

Le marché de la distribution alimentaire en Italie est très concurrentiel. Selon l'US Foreign Office, les acteurs majeurs de ce marché sont Coop Italia, Conad, Gruppo Auchan, Carrefour, Eurospin, Despar, Sigma et Gruppo Pam. Malgré la forte présence des magasins dits « traditionnels », les groupes de la grande distribution occupent aujourd'hui une position de plus en plus importante sur le marché. Quatre des principaux acteurs (Coop Italia, Interdis, SPAR et Conad) existent en tant que consortiums de petits opérateurs et doivent une partie de leur succès à leur connaissance détaillée des exigences locales et des préférences des acheteurs.

La part de marché de chaque enseigne de vente au détail est présentée dans le graphique ci-dessous :

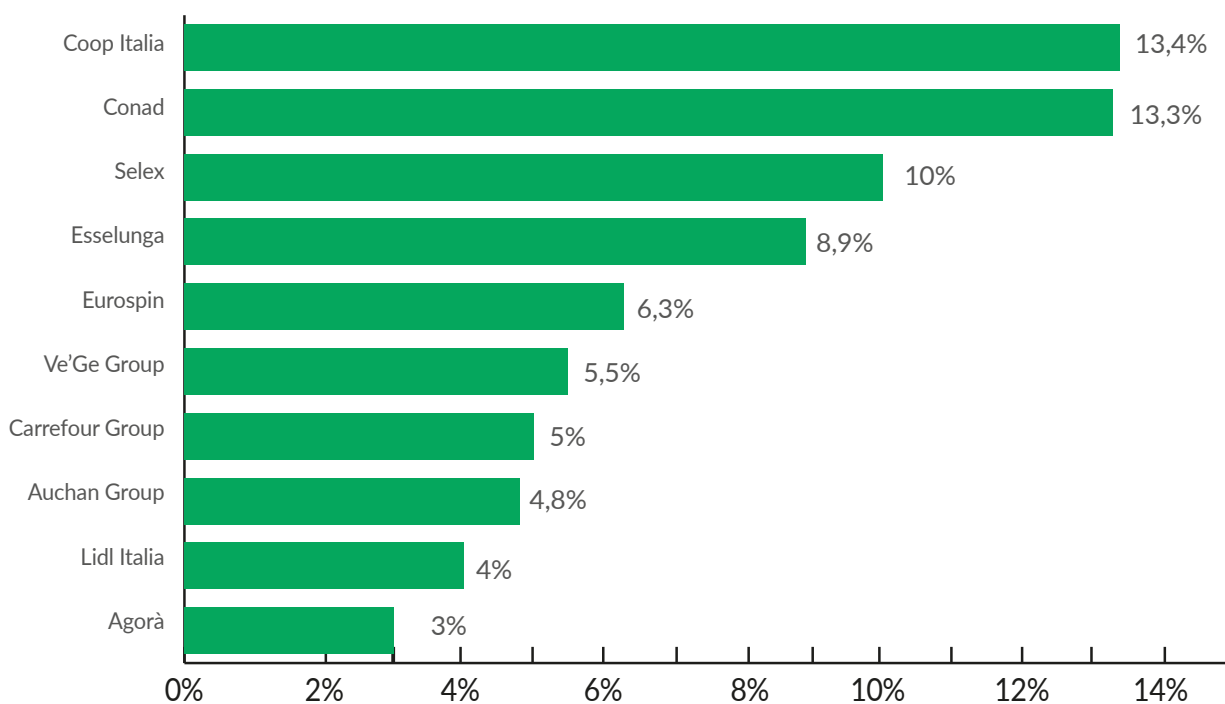


Figure 1 Parts de marché des principales enseignes de vente au détail

Source : Statista-2018

Les grands opérateurs qui sont historiquement actifs dans les hypermarchés et les supermarchés, ont poursuivi agressivement l'expansion de leurs magasins par le biais de leurs bannières plus petites situées généralement dans les principaux centres villes. En Italie, les épicerie traditionnelles continuent à représenter la plus grande part des points de vente. Alors que les épicerie modernes comptaient environ 30 000 magasins en 2016, il y avait plus de 224 000 points de vente d'épicerie traditionnelle.

Vente en ligne :

Les consommateurs italiens semblent moins attirés par les achats d'épicerie en ligne que les consommateurs d'autres pays de l'UE. En 2019, moins de 10% des consommateurs ont acheté des produits alimentaires en ligne, contre 25% en Allemagne et 36% aux Pays-Bas. Toutefois, ce créneau se développe progressivement. En effet, la valeur du marché du commerce électronique de produits alimentaires et d'épicerie B2C a atteint 2,5 milliards d'euros en 2020. Les meilleures promotions et les prix plus bas semblent encourager les consommateurs italiens à remplir leurs paniers en ligne.



En outre, près d'un acheteur sur cinq déclare être motivé par la plus large gamme de produits alimentaires disponibles en ligne. De plus, l'explosion des ventes de tablettes et de téléphones intelligents contribue de plus en plus à l'augmentation de ce canal de distribution. En réalité, les consommateurs italiens recherchent des informations en ligne en termes de prix et de détails sur les aliments qu'ils consomment, leurs provenances et leurs caractéristiques sanitaires. De ce fait, ils ont de plus en plus de visibilité sur un plus grand nombre de produits et de prix par le biais des canaux en ligne leur permettant d'effectuer leurs décisions d'achat.

Par contre, la plupart des grands distributeurs de produits alimentaires et des marques de produits alimentaires emballés ne mettent pas ces informations à disposition sur les sites web de leurs entreprises. C'est pour cette raison, les consommateurs optent vers le bouche à oreille afin d'obtenir toutes les informations nécessaires sur le produit à consommer.

4.2 Importance des produits biologiques

La demande des aliments spéciaux, tels que les produits biologiques, de haute qualité et d'origine certifiée, est en plein essor en Italie. En réalité, ces dernières années ont vu un changement considérable dans les habitudes d'achat des familles italiennes.

Le pays a enregistré un taux de croissance dans la consommation des produits biologiques de 17,7 % contre 12,2 % pour l'UE entre 2016 et 2018. Le succès du secteur agroalimentaire est dû principalement au besoin des produits plus durables, de qualité et traçables. D'ailleurs l'Italie est le pays de l'Europe avec plus de spécialités certifiées; 297 produits italiens sont reconnus comme AOP-IGP (Appellation d'Origine Protégée - Indication Géographique Protégée) au niveau européen. De plus, il existe au moins 5155 produits régionaux traditionnels qui ont été recensés sur toute la longueur et la largeur de la péninsule italienne avec plus de 60 000 exploitations agricoles biologiques. La plupart de ces entreprises produisent des légumes et des produits horticoles (30,3 % de la production totale), suivis par le lait (11%), le vin (9,5 %) et les céréales (8,4 %). Il est à noter que les taux de croissance de la consommation des produits biologiques sont particulièrement forts dans le nord et le centre du pays.

Ainsi, les consommateurs italiens se tournent de plus en plus vers les produits biologiques et naturels. Les raisons pour lesquelles ils tendent à acheter ces produits varient d'un consommateur à un autre. En 2018, 51% des consommateurs choisissent le bio "parce que c'est sain ou c'est bon ; 47% parce qu'il offre de meilleures garanties en termes de sécurité et de qualité et 26% préfèrent les produits bio pour des raisons environnementales. Il est à noter que 9,4 millions de familles qui achètent les produits BIO sont fidèles à la grande distribution et 44% d'entre elles consomment du bio au moins une fois par semaine. 4,1 millions de ménages sont, au contraire, liés à une distribution spécifique et plus de 60% d'entre eux apportent des aliments biologiques à table une ou plusieurs fois par semaine.

Les produits disponibles dans les grandes surfaces ont tendance à avoir des marges plus élevées que les produits traditionnels, c'est pourquoi tous les grands distributeurs, tels que Coop à Conad et Selex, ont commencé à développer leurs propres lignes de produits de santé et de bien-être sous la forme de marque de distributeur.



Il est à noter que, prochainement, les spécialistes des aliments BIO continueront à faire face à une forte concurrence de la part des grands distributeurs traditionnels due à l'expansion des magasins et de l'augmentation du volume des ventes des produits biologiques.

Les marques qui vendent les produits BIO ainsi que le nombre de produits vendus en 2017 figurent dans le graphique suivant :

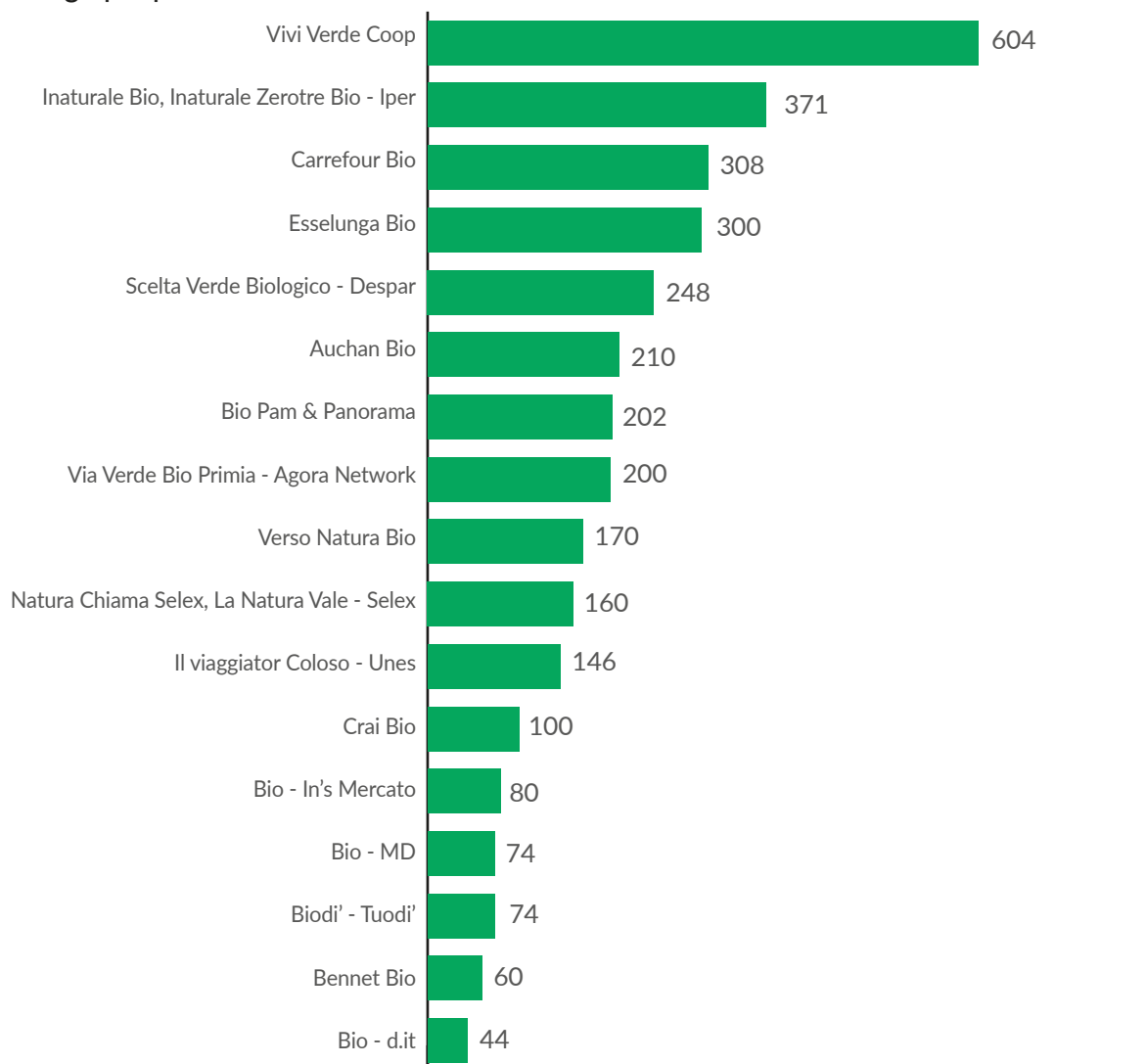


Figure 2 Les enseignes commercialisant les produits biologiques.

Source : Statista-2018

Selon les données, le supermarché offrant le plus grand nombre d'aliments biologiques était Coop, avec 604 articles de la marque Vivi Verde. Ce chiffre est environ le double de celui de la gamme de produits biologiques d'Esselunga (300 références). Les autres chaînes de supermarchés offrant un assortiment important d'aliments biologiques étaient Iper (371 articles) et Carrefour (308 articles).

4.3 Tendances du comportement du consommateur italien

Le comportement d'achat des consommateurs italiens dépend de plusieurs facteurs. La qualité joue, sans aucun doute, un rôle central dans la vie quotidienne des italiens. Ce critère est mis en valeur par les publicités dans les télévisions qui offrent aux familles de nombreuses informations sur les caractéristiques sensorielles, la typicité et la tradition du patrimoine gastronomique et italien.



Malgré ce flux massif d'informations, l'évaluation de la qualité du consommateur d'un produit agroalimentaire n'est pas une tâche facile. La difficulté provient du concept multidimensionnel de qualité, dérivant de la multitude de caractéristiques et d'attributs qu'un bien possède. En effet, la perception de la qualité diffère d'une personne à une autre. Autrement dit, différents groupes de consommateurs, dans des situations de consommation différentes, peuvent avoir des opinions contradictoires sur la qualité d'un même produit.

Outre que la qualité du produit, le choix d'achat dépend aussi d'autres facteurs. Les consommateurs sont de plus en plus attentifs à la santé et à la recherche du bien-être et font des choix plus équilibrés, durables et partageables. Une nouvelle tendance est émergée en Italie qui s'appelle les nutraceutique, c'est à dire, l'alimentation devient un outil préventif et une partie intégrante du mode de vie. Cet aliment doit être sain, économiquement et écologiquement durable.

Le label joue un rôle fondamental dans le choix du produit à acheter. En effet, 72% des consommateurs déclarent en effet vouloir tout savoir sur tout ce qui est contenu dans les produits alimentaires achetés et 71% déclarent apprécier les entreprises transparentes sur les origines et les méthodes de production, d'élevage et de culture des produits.

L'identité territoriale influence grandement les choix d'achat des italiens. Dans le cas des fruits et légumes par exemple, cinq Italiens sur dix (54%) préfèrent acheter des produits proches de leur lieu d'origine (Km 0).

Le dernier critère du choix de la consommation est le mode de fabrication du produit. Il est à noter à ce propos que 74% des clients dépensent plus pour un produit qui est certainement artisanal, 72% s'il était fabriqué avec des ingrédients d'origine italienne sûre. Les produits alimentaires qui rappellent l'italianité progressent de 2,3% et représentent 22,2% des ventes alimentaires, ceux adaptés à un mode de vie vegan et / ou végétarien ont progressé de 10,2% en 2019 par rapport à 2018.

4.4 Potentiel du marché de la tomate séchée tunisienne en Italie

La production de tomates séchées est une activité très répandue dans le centre et le centre-sud de l'Italie. Cette activité est grandement favorisée par la situation climatique du territoire.

De nombreuses exploitations se sont tournées vers la production de tomates séchées et certaines d'entre elles ont créé une véritable vente en ligne de ces produits. D'autres, en revanche, par le biais de stands, de foires ou de points de vente, ont créé la vente de tomates séchées en vrac, tant en bocaux qu'au poids. D'autres producteurs, se sont installés comme grossistes, mais ceux-ci s'adressent davantage aux grands détaillants ou distributeurs.

De nombreuses régions du sud de l'Italie sont concernées, mais la production de tomates séchées des Pouilles est probablement la plus importante. Cela est certainement dû à la grande culture de la tomate dans la région et à la chaleur du soleil. Les tomates séchées siciliennes sont également très appréciées pour leur saveur intense et leur pulpe riche.

Il est à noter, enfin, que certaines fermes italiennes dédiées à la production de tomates séchées ont converti leurs terres et se sont consacrées à l'agriculture biologique. Ils sont ainsi en mesure de proposer au marché des tomates séchées biologiques.



5. NORMES D'ÉTIQUETAGE ET D'EMBALLAGE

Dans cette partie nous allons étudier les spécifications légales auxquelles les produits doivent se conformer. Il s'agit d'étudier les exigences en matière d'étiquetage et d'emballage.

5.1 Étiquetage des denrées alimentaires

Les produits alimentaires mis sur le marché italien doivent respecter, d'une manière générale, [le code de la consommation](#) et d'une manière précise le règlement [\(UE\) N°1169/2011](#) qui concerne l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires dit INCO.

Les informations obligatoires doivent être :

- > Inscrites à un endroit apparent.
- > Facilement visibles.
- > Clairement lisibles.
- > Indélébiles.

Les informations obligatoires ne doivent être, en aucune façon dissimulées, voilées, tronquées ou séparées par d'autres indications ou images ou tout autre élément interférant. Elles sont imprimées d'une façon lisible avec un corps de caractère dont la hauteur de x doit être égale ou supérieure à 1,2 mm. Se référer à annexe IV du règlement pour plus de détails.

Ci- dessous les mentions obligatoires qui doivent figurer sur l'étiquette du produit :

5.1.1 Langue

Les étiquettes des aliments commercialisés en Italie doivent être rédigées au moins en italien.

5.1.2 Mentions obligatoires

5.1.2.1 Nom du produit

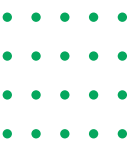
Il s'agit de sa dénomination légale du produit. En l'absence d'une telle dénomination, la dénomination de la denrée est son nom usuel.

Selon [le règlement INCO](#) :

- > « *Dénomination légale* » : la dénomination d'une denrée alimentaire prescrite par les dispositions de l'Union qui lui sont applicables ou, en l'absence de telles dispositions, la dénomination prévue par les dispositions législatives, réglementaires ou administratives applicables dans l'État membre dans lequel la denrée alimentaire est vendue au consommateur final ou aux collectivités ;
- > « *Nom usuel* » « le nom reconnu comme étant la dénomination de la denrée alimentaire par les consommateurs de l'État membre dans lequel celle-ci est vendue, sans que de plus amples explications soient nécessaires ; »

5.1.2.2 Liste des ingrédients

Précédée de la mention appropriée « ingrédients », la liste des ingrédients doit figurer sur l'étiquette. Elle comprend tous les ingrédients y compris les additifs, les enzymes et les arômes.



Présentation des ingrédients :

- Tous les ingrédients doivent être désignés par leur nom spécifique et énumérés par ordre décroissant de poids.
- Les ingrédients présents sous forme de nanomatériaux manufacturés doivent être indiqués dans la liste des ingrédients, suivis du mot "nano" entre parenthèses.
- La déclaration de la quantité nette d'un ingrédient ou d'une catégorie d'ingrédient est exigée lorsque cet ingrédient ou cette catégorie d'ingrédients :
 - > Figure dans la dénomination du produit ou est généralement associé à cette dénomination par les consommateurs ;
 - > Est mis en évidence dans l'étiquetage par des mots, des images ou une représentation graphique ;
 - > Est essentiel pour caractériser une denrée alimentaire et la distinguer des produits avec lesquels elle pourrait être confondue en raison de sa dénomination ou de son aspect.

La liste des ingrédients n'est pas requise pour les denrées alimentaires suivantes :

- > Les fruits et les légumes frais.
- > Les produits ne comportant qu'un seul ingrédient à condition que la dénomination de la denrée alimentaire : soit identique au nom de l'ingrédient ; ou permette de déterminer la nature de l'ingrédient sans risque de confusion.

Allergènes :

Le [règlement INCO](#) prévoit que les allergènes doivent figurer dans la liste des ingrédients. De ce fait, les ingrédients, les auxiliaires technologiques, les dérivés, les substances et les produits mentionnés dans [l'annexe II](#) du règlement provoquant des allergies ou intolérances doivent être déclarés. Ils sont mis en évidence par une impression qui les distingue clairement du reste de la liste des ingrédients (style du caractère/couleur du fond).

En ce qui concerne les produits dispensés de liste des allergènes, l'étiquette doit porter la mention «Contient » suivi du nom de l'allergène.

5.1.2.3 Quantité nette

Elle est exprimée :

- En unité de volume pour les produits liquides (litre, centilitre, millilitre).
- En unité de masse pour les autres produits (kilogramme, gramme).

5.1.2.4 Date de durabilité minimale (DDM) ou date limite de consommation (DLC)

La date limite de consommation est utilisée pour les produits alimentaires qui sont très périssables du point de vue microbiologique. Pour les autres produits alimentaires, la date de durabilité minimale est exprimée conformément aux exigences de [l'annexe X du règlement INCO](#).

La date de durabilité minimale est précédée des termes :

- «À consommer de préférence avant le ...» lorsque la date comporte l'indication du jour;
- «À consommer de préférence avant fin ...» dans les autres cas.



Précédée de la mention appropriée « ingrédients », la liste des ingrédients doit figurer sur l'étiquette. Elle comprend tous les ingrédients y compris les additifs, les enzymes et les arômes.

Termes en français

Termes en italien

«À consommer de préférence avant le ...»

“Da consumarsi preferibilmente entro”

À consommer de préférence avant fin ...»

“Da consumare preferibilmente entro fine”

En cas de besoin, ces mentions sont complétées par l'indication des conditions de conservation dont le respect permet d'assurer la durabilité indiquée ;

- Est inférieure à trois mois, l'indication du jour et du mois est suffisante.
- Est supérieure à trois mois, mais n'excède pas dix-huit mois, l'indication du mois et de l'année est suffisante.
- Est supérieure à dix-huit mois, l'indication de l'année est suffisante.

La date limite de consommation doit être indiquée conformément aux exigences de [l'annexe X du règlement INCO](#).

La date limite de consommation est précédée des termes «à consommer jusqu'au ...» et accompagnée soit de la date elle-même, soit d'une référence à l'endroit où la date est indiquée sur l'étiquetage.

Ces mentions sont suivies d'une description des conditions de conservation à respecter ;

La date limite de consommation est composée d'une manière claire et dans l'ordre du jour, du mois et éventuellement, de l'année.

5.1.2.5 Condition de conservation ou condition d'utilisation

Quand le produit nécessite des conditions spécifiques de conservation et/ou d'utilisation, elles doivent être mentionnées.

5.1.2.6 Pays d'origine

Selon [le règlement INCO](#) : « L'indication du pays d'origine ou du lieu de provenance est obligatoire: Dans les cas où son omission serait susceptible d'induire en erreur les consommateurs sur le pays d'origine ou le lieu de provenance réel de la denrée alimentaire, en particulier si les informations jointes à la denrée ou l'étiquette dans son ensemble peuvent laisser penser que la denrée a un pays d'origine ou un lieu de provenance différent».

Il est à noter que le gouvernement italien a introduit des réglementations COOL pour divers produits agroalimentaires y compris les tomates et les produits à base de tomate afin d'éviter les lacunes réglementaires et toute confusion qui en découlerait en attendant la mise en oeuvre du règlement [2018/775](#) adopté par la Commission et est entré en vigueur le 1^{er} avril 2020.

Ce règlement introduit l'étiquetage obligatoire de la double origine lorsqu'un pays d'origine est indiqué ou sous-entendu visuellement sur l'étiquette d'un produit alimentaire, mais que l'origine n'est pas la même que celle de son ingrédient primaire.

Plus d'informations sont disponibles dans le rapport GAIN "[Commission Briefing on New Origin Labeling Rules](#)" ou sur [ce lien](#).



5.1.2.7 Nom ou raison sociale et l'adresse du fabricant et de l'importateur

Il s'agit de mentionner le nom (ou la raison sociale) ainsi que l'adresse du producteur et de l'importateur.

5.1.2.8 Mode d'emploi

Il s'agit d'identifier le lot auquel appartient la denrée alimentaire.

5.1.2.9 Déclarations nutritionnelles

Selon le règlement INCO, une déclaration nutritionnelle est obligatoire à partir du 13 décembre 2016.

Les mentions obligatoires sont :

- > La valeur énergétique.
- > La quantité de matière grasses, d'acides gras saturés, de glucides, de sucres, de protéines et de sel.

S'il y a lieu, une déclaration indiquant que la teneur en sel est exclusivement due à la présence de sodium présent naturellement peut figurer à proximité immédiate de la déclaration nutritionnelle.

Les mentions facultatives sont :

- > Acides gras mono-insaturés ;
- > Acides gras polyinsaturés ;
- > Polyols ;
- > Amidon ;
- > Fibres alimentaires.
- > Les vitamines ou sels minéraux sont énumérés à [l'annexe XIII](#) du règlement INCO, partie A, point 1, et doivent être présents en quantité significative conformément à la partie A, point 2, de ladite annexe.

Calcul et méthode d'expression de la déclaration nutritionnelle :

- > La valeur énergétique et les quantités de nutriments visées sont exprimées pour 100 g ou 100 ml.
- > Outre que la forme citée ci-dessous, les vitamines et les sels minéraux sont exprimés, pour 100g ou 100 ml, en pourcentage des apports de référence fixés à [l'annexe XIII, partie A, point 1](#) du règlement INCO.

Pour plus de détails sur le calcul des valeurs ainsi que les unités de mesures, il faut se référer aux articles 31, 32 et 33 du [règlement INCO](#).

Mode de présentation :

Les mentions ci-dessus sont présentées :

- > Conjointement et dans le même champ visuelle.
- > Sous une forme claire.
- > Dans l'ordre de présentation mentionnée dans la figure ci-dessous.
- > Sous forme de tableau si la place le permet, avec alignement des chiffres. Si l'espace n'est pas suffisant, les mentions peuvent être présentées sous forme linéaire.



Ordre de présentation de la déclaration nutritionnelle

D'autres formes de présentation peuvent être utilisées (graphique, ou symboles en complément des mots ou chiffres) à condition qu'elles remplissent les exigences mentionnées dans l'article 35 du [règlement INCO](#).

Les allégations nutritionnelles et de santé :

Elles sont régies par le règlement [\(CE\) n°1924/2006](#) modifié par [le règlement \(UE\) n° 1047/2012](#). Toute allégation doit respecter les exigences et les conditions d'utilisation mentionnées dans les règlements. Les allégations nutritionnelles autorisées sont citées dans le tableau ci-dessous :

Tableau 9 Les allégations nutritionnelles autorisées

Allégations nutritionnelles	Allégations nutritionnelles
Faible valeur énergétique	source de protéines
Valeur énergétique réduite	riche en protéines
Sans apport énergétique	source de [nom des vitamines] et/ou [nom des minéraux]
Faible teneur en matières grasses	riche en [nom des vitamines] et/ou [nom des minéraux]
Sans matières grasses	contient [nom du nutriment ou d'une autre substance]
Faible teneur en graisses saturées	enrichi en [nom du nutriment]
Sans graisses saturées	réduit en [nom du nutriment](modifié dans le règlement n°1047/2012)
Faible teneur en sucres	réduit en graisses saturées (modifié dans le règlement n°1047/2012)
Sans sucres	réduit en sucre (modifié dans le règlement n°1047/2012)
Sans sucres ajoutés	allégé/light
Pauvre en sodium ou en sel	naturellement/naturel
Très pauvre en sodium ou en sel	source d'acide gras oméga-3
Sans sodium ou sans sel	riche en acide gras oméga-3
Sans sodium ou sel ajouté (modifié dans le règlement n°1047/2012)	riche en graisses monoinsaturées
Source de fibres	riche en graisses polyinsaturées
Riche en fibres	riche en graisses insaturées

Les conditions d'utilisation de chaque allégation nutritionnelle sont énoncées dans [l'annexe 1 du règlement \(CE\) n°1924/2006](#). Attention, certaines allégations ont été modifiées par [le règlement \(UE\) n° 1047/2012](#).

En ce qui concerne les allégations de santé autorisées, elles sont consultables dans [le registre des allégations nutritionnelles et de santé de l'Union européenne](#).



5.1.2.10 Autres mentions obligatoires

Certaines denrées alimentaires nécessitent des mentions obligatoires complémentaires dans l'étiquette. Elles sont énoncées dans [l'annexe III](#) du règlement INCO.

5.1.3 Exigences pour le marquage pour les tomates séchées

La norme [CEE-ONU DDP-19](#) concernant la commercialisation et le contrôle de la qualité commerciale des tomates séchées mentionnent les dispositions concernant le marquage. En effet, chaque colis doit porter, en caractères groupés sur un même côté, lisibles, indélébiles et visibles de l'extérieur, les indications ci-après :

a) identification

Emballleur et/ou Expéditeur : Nom et adresse (par exemple, rue/ville/région/code postal, et pays s'il est différent du pays d'origine) ou identification symbolique reconnue officiellement par l'autorité nationale.

b) Nature du produit

> «Tomates séchées» ;

> Nom de la variété et/ou du type commercial/de la forme de présentation: «Tomates séchées», «Tomates séchées au soleil», «Tomates séchées en tunnel» ou autre désignation équivalente accompagnant la mention «entière», «moitié», «julienne», «quartier», «cube», «petit cube», «grain» ou autres découpes.

c) Origine du produit

Pays d'origine et, facultativement, zone de production ou appellation nationale, régionale ou locale.

d) Caractéristiques commerciales

> Catégorie

> Calibre (en cas de calibrage) ;

> Année de récolte (facultative) ;

> Teneur en eau/désignation (facultative/obligatoire pour les produits à teneur en eau élevée);

> Date d'utilisation optimale, suivie de la date (facultative).

5.1.4 Produits irradiés

Les aliments traités par rayonnement ionisant doivent porter l'une des mentions suivantes «irradié» «traité par rayonnements ionisants».

5.1.5 Produits biologiques

L'Italie applique le règlement [\(CE\) n° 834/2007](#) qui régit la production, la transformation, la distribution, l'importation et l'étiquetage des produits alimentaires et agricoles biologiques. Ce règlement est complété par des règles supplémentaires, en particulier le [règlement \(CE\) 889/2008](#). [Un nouveau règlement](#) est actuellement en préparation et entrera en application en janvier 2021. Le [règlement \(CE\) 1235/2008](#) établit les règles de mise en oeuvre du règlement (CE) 834/2007 concernant le régime des importations des produits biologiques en provenance de pays tiers. Afin d'exporter des produits biologiques vers l'UE, les pays tiers doivent prouver que leurs normes de production sont équivalentes aux normes de l'UE.



Il est à noter que la Tunisie a signé un accord d'équivalent biologique avec la Commission européenne (arrangement administratif). Ainsi, l'UE considère la Tunisie comme pays équivalent appliquant des règles de production biologique et des systèmes de contrôle en la matière équivalents à ceux dont elle dispose.

Le logo biologique de l'UE :

Le logo Biologique de l'UE appelé aussi Eurofeuille peut être utilisé, pour les produits importés conformes aux règles de l'UE.

Ci-dessous le logo :



Attention le logo ne peut être apposé sur l'étiquette que si :

- > Le produit est certifié par une agence ou un organisme de contrôle agréé.
- > Contient au moins 95% d'ingrédients biologiques, et uniquement si les 5% restants respectent des conditions strictes.

Présentation du logo :

Le numéro de code de l'organisme de contrôle, ainsi que le lieu de production des matières premières agricoles composant le produit, doivent être affichés à côté du logo biologique de l'UE. Pour plus d'informations sur les exigences de l'affichage du logo, veuillez consulter le manuel d'utilisation disponible [ici](#).

Pour plus d'informations sur les organismes chargés des certifications Bio en Italie, veuillez cliquer [ici](#).

5.1.6 Produits diététiques

Le [règlement \(UE\) n°609/2013](#) du Parlement européen est le texte adopté actuellement. Ce règlement concerne les denrées alimentaires destinées aux nourrissons et aux enfants en bas âge, les denrées alimentaires destinées à des fins médicales spéciales et les substituts de la ration journalière totale pour contrôle du poids.

Les produits énoncés dans le règlement 609/2013 doivent faire l'objet d'une notification aux autorités compétentes du pays et ce pour la mise sur le marché. Les aliments qui n'entrent pas dans le champ d'application du règlement 609/2013 sont considérés soit comme des aliments ordinaires régis par le [règlement INCO](#) soit comme des aliments régis par le [règlement \(CE\) n° 1925/2006](#) concernant l'adjonction de vitamines, de minéraux et de certaines autres substances aux denrées alimentaires.

5.2 Exigences d'emballage de l'Union européenne

Les emballages commercialisés au sein de l'UE doivent être conformes aux exigences générales, qui visent à protéger l'environnement, ainsi qu'aux dispositions spécifiques conçues pour éviter tout risque pour la santé des consommateurs.



La [directive 94/62/CE](#) du parlement européen et du conseil relative aux emballages et aux déchets d'emballages définit l'emballage comme étant « *tout produit constitué de matériaux de toute nature, destiné à contenir et à protéger des marchandises données, allant des matières premières aux produits finis, à permettre leur manutention et leur acheminement du producteur au consommateur ou à l'utilisateur, et à assurer leur présentation. Tous les articles «à jeter» utilisés aux mêmes fins doivent être considérés comme des emballages* ». La définition de la notion d'«emballage» doit reposer, en outre, sur les critères exposés dans [l'article 3 de la directive](#). Les articles énumérés à [l'annexe I](#) sont des exemples illustrant l'application de ces critères.

5.2.1 Exigences relatives aux emballages et aux déchets d'emballages

Tous les emballages mis sur le marché européen doivent respecter les conditions de la composition et des limites de métaux lourds énoncés dans la [directive 94/62 / CE](#), visant à minimiser l'impact des déchets d'emballages sur l'environnement.

Les principales exigences portant sur la composition et le caractère réutilisable et valorisable (notamment recyclable) des emballages sont énoncées dans [l'annexe II du règlement](#). Le niveau de concentration de métaux lourds présents dans les emballages (la somme des niveaux de concentration en plomb, cadmium, mercure et chrome hexavalent) ne doit pas dépasser 100 ppm en poids.

Attention : A partir du 21 juillet 2021 et conformément à la directive (UE) 2019/904, relative à la réduction de l'incidence de certains produits en plastique sur l'environnement, la liste des produits cités dans [la partie B](#) ainsi que les produits fabriqués à base de plastique oxodégradable seront interdits.

En Italie, le Consortium national des emballages - CONAI (Consorzio Nazionale Imballaggi) gère le recyclage et la valorisation des emballages, en poursuivant les objectifs fixés par la législation européenne. Pour plus d'informations, veuillez consulter le [rapport de durabilité 2019 du CONAI](#). (Disponible uniquement en italien).

5.2.2 Exigences relatives aux emballages en bois

Les importations d'emballages en bois et autres produits végétaux peuvent être soumises à des mesures phytosanitaires établies par la [directive 2000/29 / CE](#). L'obligation de répondre aux exigences de la norme NIMP n° 15 est imposée pour les emballages en bois.

Le marquage approprié est apposé soit sur l'emballage lui-même, soit sur l'étiquette y compris les matériaux d'emballage utilisés. La décision 97/129/ CE établit un système d'identification des matériaux d'emballage pour faciliter l'identification et la classification de ces matériaux.

5.2.3 Exigences relatives pour les matériaux et objets destinés à entrer en contact avec les denrées alimentaires

Tous les matériaux et les objets destinés à entrer en contact, directement ou indirectement, avec des denrées alimentaires, doivent être fabriqués de manière à assurer un niveau élevé de protection de la santé humaine et des intérêts des consommateurs. Le [règlement \(CE\) n°1935/2004](#) fixe les exigences générales s'appliquant aux matériaux et aux objets destinés à entrer en contact directement ou indirectement avec les denrées. [L'annexe I](#) du règlement (CE) n°1935/2004 mentionne la liste de groupes de matériaux et objets destinés à entrer en contact avec des denrées alimentaires susceptibles



d'être soumis à des mesures spécifiques qui concernent les conditions particulières d'emploi, les critères de pureté...etc. Le [règlement \(CE\) n° 2023/2006](#) établit les bonnes pratiques de fabrication pour les groupes de matériaux et objets énoncés dans l'annexe I du [règlement \(CE\) n°1935/2004](#).

Matériaux et objets actifs/ matériaux et objets intelligents :

Selon le [règlement \(CE\) n°1935/2004](#), on entend par :

«Matériaux et objets actifs : les matériaux et objets destinés à prolonger la durée de conservation ou à maintenir ou améliorer l'état de denrées alimentaires emballées. Ils sont conçus de façon à incorporer délibérément des constituants qui libèrent ou absorbent des substances dans les denrées alimentaires emballées ou dans l'environnement des denrées alimentaires».

«Matériaux et objets intelligents: les matériaux et objets qui contrôlent l'état des denrées alimentaires emballées ou l'environnement des denrées alimentaires».

Les matériaux et objets actifs ainsi que les matériaux et objets intelligents doivent suivre les exigences du [règlement \(CE\) n°1935/2004](#) et du [règlement \(CE\) n° 450/2009](#). Selon les exigences générales, ils doivent être fabriqués selon les bonnes pratiques de fabrication pour qu'ils ne cèdent pas aux denrées alimentaires des constituants en une quantité susceptible de :

> Présenter un danger pour la santé humaine ;

Ou

> Entraîner une modification inacceptable de la composition des denrées ;

Ou

> Entraîner une altération des caractères organoleptiques de celles-ci.

5.2.4 Emballage en papier et en carton

L'emballage en papier et en carton doit respecter les exigences de l'article 3 du [règlement \(CE\) n°1935/2004](#).

5.2.5 Emballage en plastique

Les emballages en plastiques doivent respecter le [règlement \(UE\) n°10/2011](#) qui concerne les matériaux et objets en matière plastique destinés à entrer en contact avec des denrées alimentaires. Le règlement établit les listes des substances autorisées à être utilisées dans la fabrication des matières plastiques. Le règlement spécifie également les limites de migration spécifiques qui correspondent à la quantité maximale d'une substance autorisée dans les denrées alimentaires. Celles-ci sont établies par l'EFSA sur la base des données de toxicité de chaque substance spécifique. Pour garantir la qualité globale du plastique, la limite de migration globale est fixée à 10 mg/dm² de la surface destinée à entrer au contact des denrées alimentaires. En ce qui concerne les matériaux et objets destinés au contact des denrées pour nourrissons et les enfants de bas âge, la limite est de 60 mg/kg de simulant de denrée alimentaire.

Bisphénol A :

Un règlement européen publié en février 2018 au Journal officiel de l'UE, renforce les restrictions applicables au bisphénol A (BPA) dans les matériaux en contact avec les aliments. Il abaisse la limite de migration spécifique (LMS), qui est la quantité de matière plastique autorisée à migrer dans les aliments, de 0,6 à 0,05 milligrammes de BPA par kilogramme de denrées alimentaires (mg/kg).



Emballage en plastiques recyclés :

Le [règlement \(UE\) n°10/2011](#) définit la composition des matériaux et objets en matière plastique : une fois utilisés, ils peuvent être contaminés par d'autres substances. De ce fait, ils ne sont plus soumis au règlement (UE) n°10/2011 mais plutôt au [règlement \(CE\) n° 282/2008](#) relatif aux matériaux et aux objets en matière plastique recyclée destinés à entrer en contact avec des denrées alimentaires.

> Plus d'informations sur la législation européenne pour l'emballage alimentaire ainsi que ses dernières modifications sont disponibles sur [Food contact materials](#).

5.3 Exigences spécifiques pour les tomates séchées

Uniformité :

Le contenu de chaque colis doit être homogène et ne comporter que des tomates séchées de même origine, qualité et calibre (en cas de calibrage).

- Dans la catégorie "Extra", les tomates séchées doivent être de forme et d'aspect similaires, avec une couleur uniforme distincte.
- Dans la catégorie "I", les tomates séchées doivent être raisonnablement uniformes en ce qui concerne la couleur. La partie visible du contenu de l'emballage doit être représentative de l'ensemble du contenu.

Conditionnement et matériaux utilisés :

Les tomates séchées doivent être conditionnées de façon à assurer une protection convenable du produit. Les matériaux utilisés à l'intérieur du colis doivent être propres et d'une qualité telle qu'ils ne puissent causer aux produits aucune altération externe ou interne. L'emploi de matériaux, et notamment de papiers ou timbres comportant des indications commerciales, est autorisé, sous réserve que l'impression ou l'étiquetage soit réalisé à l'aide d'une encre ou d'une colle non toxiques. Enfin, les colis doivent être exempts de tout corps étranger, conformément au tableau des tolérances figurant à la section "IV. Dispositions concernant les tolérances" de la norme [CEE-ONU DDP-19](#).

Présentation : Les tomates séchées doivent être présentées dans des récipients solides ou souples. Tous les emballages de vente à l'intérieur de chaque paquet doivent avoir le même poids.

5.4 Exemples de produits commercialisés en Italie





6. CONTACTS UTILES

MINISTERO DELLA SALUTE (MINISTRY OF HEALTH) DIREZIONE GENERALE
PER L'IGIENE ALIMENTI E LA NUTRIZIONE



(Ministère de la Santé/Direction générale de l'hygiène alimentaire et de la nutrition)

Via Giorgio Ribotta 5, 00144 Roma

Tel: +39 06 5994 6616

Fax : +39 06 5994 3598

E-mail : segreteriaadgsan@sanita.it

Web: <http://www.salute.gov.it/portale/home.html>

7. SOURCES

https://www.unigrains.fr/wp-content/uploads/2018/03/agroalimentaire_italie.pdf

http://www.xinhuanet.com/english/2018-07/25/c_137345957.htm

<http://www.fao.org/3/y1669f/y1669f0b.htm>

<https://www.privacyshield.gov/article?id=Italy-Agricultural-Sector>

<https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/report/downloadreportbyfilename?filename=Retail%20Food%20Retailers%20in%20Italy%20-%202019.pdf>

<https://www.statista.com/topics/6497/online-grocery-market-in-italy/>

<https://www.statista.com/statistics/616772/top-10-food-retailers-in-italy/>

<https://www.s-ge.com/en/article/global-opportunities/20184-c6-italy-food-organic>

<https://www.italian-feelings.com/author/pvillata/>

<https://organic-market.info/news-in-brief-and-reports-article/italy-Organic-sector-shows-impressive-growth.html>

<https://blog.euromonitor.com/organic-food-italy/>

<https://www.statista.com/statistics/868512/organic-food-brands-in-italy/>

<https://www.italyeatfood.it/cat/produzione-pomodori-secchi/>

GUIDE D'ACCÈS AU MARCHÉ ITALIEN

Pour le produit **TOMATE SECHÉE
EN VRAC**



Ce document a été préparé dans le cadre du « Projet d'Accès aux Marchés pour les Produits Agroalimentaires et du Terroir – phase 2 (PAMPAT 2) », mis en oeuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI), avec un financement du Secrétariat d'Etat à l'Economie de la Confédération Suisse (SECO).

Le projet PAMPAT 2 sera mis en oeuvre entre 2020 et 2024 en étroite collaboration avec le Ministère de l'Économie, des Finances et de l'appui à l'Investissement, le Ministère de l'Industrie, de l'Énergie et des Mines, le Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche ainsi qu'avec l'APIA, le CEPEX, le GICA, le GIDATTES et le GIFRUITES.

Le projet PAMPAT 2 vise à valoriser et à faciliter l'accès aux marchés des produits de quatre filières : figue de barbarie/cactus, dérivés de dattes, tomates séchées, grenades. Une stratégie nationale de promotion des produits du terroir tunisiens sera développée et mise en oeuvre dans deux régions pilote. Le projet fournira également un appui pour l'organisation bisannuel du Concours Tunisien des Produits du Terroir.

Le projet PAMPAT 2 collabore avec le SIPPO (Swiss Import Promotion Programm) financé par SECO en ce qui concerne les activités de promotion de l'accès aux marchés.

Pour plus d'informations : www.pampat.tn

E-mail : pampattunis@unido.org