

---

# Perfil de Mercado Barriles de Madera para vino en Italia

Julio 2012

---

[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Italia

**pro|CHILE**

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	4
<b>1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:</b> .....	4
<b>2. Descripción del Producto:</b> .....	4
<b>3. Código Sistema Armonizado Local:</b> .....	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> .....	4
<b>1. Arancel General:</b> .....	4
<b>2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):</b> .....	4
<b>3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:</b> .....	4
<b>4. Otros Impuestos:</b> .....	4
<b>5. Barreras Para – Arancelarias</b> .....	4
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	5
<b>1. Regulaciones de importación y normas de ingreso</b> .....	5
<b>2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:</b> .....	6
<b>3. Ejemplos de etiquetado de productos</b> .....	6
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	7
<b>1. Estadísticas 2011</b> .....	7
<b>2. Estadísticas 2010</b> .....	7
<b>3. Estadísticas 2009</b> .....	7
<i>V. Características de Presentación del Producto</i> .....	9
<b>1. Potencial del producto</b> .....	9
<b>1.1. Formas de consumo del producto</b> .....	10
<b>1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto</b> .....	10
<b>1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).</b> .....	11

<b>1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.....</b>	<b>11</b>
<b>1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto .....</b>	<b>11</b>
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>12</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista .....</i>	<i>13</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia .....</i>	<i>13</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>14</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones .....</i>	<i>15</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>15</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto .....</i>	<i>16</i>
<i>XIII. Anexos.....</i>	<i>17</i>
<b>1. Ejemplo de la declaración de conformidad .....</b>	<b>18</b>
<b>2. Lista de las aduanas italianas habilitadas para el ingreso de estos productos .....</b>	<b>19</b>

## PRODUCTO:

### 1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

4416001000: Barriles, cubas, tinas y tinajas, de madera

### 2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Barriles de madera necesarios para la fermentación del vino. Este producto responde a diferentes denominaciones: barril, tonel, barrica, cuba o bota; se trata de contenedores de diferentes dimensiones que pueden ir de medio litro hasta 300 hectólitros dependiendo del uso. Generalmente, las barricas para el vino son elaboradas con madera de roble proveniente de los bosques de Francia o Estados Unidos que son las más valoradas.

### 3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

4416000000: Barriles, cubas, tinas y demás manufacturas de tonelería y sus partes, de madera, incluidas las duelas.

## SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

### 1. ARANCEL GENERAL:

0%

### 2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (\*):

A partir de 01/02/2003, este producto es beneficiado con un arancel del 0%.

### 3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

No hay

### 4. OTROS IMPUESTOS:

IVA del 21%.

### 5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

No se han detectado barreras para-arancelarias.



## REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

### 1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

Al momento de la exportación la mercancía se debe acompañar de un certificado de origen emitido por las autoridades del país exportador, en Chile la Unidad Central de Certificación de Origen<sup>1</sup> (UCCO) tiene la misión de comprobar y certificar las reglas de origen del acuerdo con la Unión Europea. También es requerido un certificado fitosanitario emitido en conformidad con la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (IPPC – International Plant Protection Convention), Chile es uno de los países de América Latina que adhirió a la Convención, por lo cual el certificado se solicita al contacto oficial de IPPC en Chile<sup>2</sup>, que es el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) dependiente del Ministerio de Agricultura.

Este producto pertenece a la categoría de bienes regulados por el decreto legislativo italiano 214/05 y sucesivas modificaciones, que aplica la directiva comunitaria 202/89/CE y sucesivas modificaciones, concerniente a la introducción de productos vegetales, por el cual a partir de la llegada del producto a la aduana, la mercancía es sujeta a controles fitosanitarios de parte del servicio regional competente, solo después de haber conseguido el “nulla osta sanitario” se autoriza la entrada de la mercancía al territorio italiano.

Los controles efectuados en la aduana comprenden: control de documentos, control de identidad y control fitosanitario.

De acuerdo al Reglamento (CE) N. 882/2004, sobre los controles oficiales de la introducción de alimentos de origen no animal y otros materiales a contacto con los alimentos provenientes de países terceros, los documentos para presentar a la oficina sanitaria (USMAF – Ufficio di Sanità Marittima, Aerea e di Frontiera), que serán complementados con los certificados de origen y fitosanitario, son los siguientes:

- Documentos de transporte
- Factura
- Declaración de conformidad según el Reglamento (CE) N.1935/2004 que regula los materiales destinados a entrar en contacto con productos alimenticios, emitido por el fabricante

Observaciones:

- Antes de exportar es necesario verificar cuales son las aduanas italianas habilitadas para la introducción de esta categoría de productos. El listado de éstas se encuentra en el documento adjunto VIII del decreto legislativo italiano 214/05 (Anexo N. 3)

<sup>1</sup> <http://www.ucco.cl/index.php>

<sup>2</sup> [http://www.ippc.int/index.php?id=npochl&no\\_cache=1&L=1](http://www.ippc.int/index.php?id=npochl&no_cache=1&L=1)

- También es importante constatar que los importadores estén inscritos en el registro oficial de productores (RUP – Registro Ufficiale dei Produttori) en las oficinas del servicio fitosanitario regional competente

**2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:**

El servicio fitosanitario central se encuentra en el Ministerio de políticas agrícolas y forestales, y representa la única autoridad de coordinación y de contacto para los productos pertenecientes a esta categoría.

Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali  
 Direzione generale della vigilanza per la qualità e la tutela del consumatore. VICO I – Vigilanza  
 Director: Francesco Maria Chella  
 Dirección: Via Quintino Sella, 42 – 00187 Roma  
 Teléfono: 0646656523 - Fax: 0646656551  
 E-mail: vico1@pec.politicheagricole.gov.it / vico1@mpaaf.gov.it  
 Sitio web: <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/427>

**3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS**

Los barriles de madera no presentan ninguna etiqueta, cada productor se limita a imprimir su propia marca.



Es posible personalizar los barriles (a pedido), como por ejemplo, incluyendo el nombre de la empresa a la que va dirigida, el producto que contendrá el barril o realizando grabados artesanales.



# IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

## 1. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg.)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Francia	1.958.267	24.793.919	84,01%
Austria	153.304	1.350.629	4,58%
Hungría	108.980	969.855	3,29%
<b>Chile</b>	<b>62.257</b>	<b>566.696</b>	<b>1,92%</b>
España	46.403	365.083	1,24%
Subtotal	2.329.211	2.8046.182	95,04%
Total	2.534.569	29.513.056	100%

Fuente: Istat

## 2. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg.)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Francia	1.652.912	21.328.053	81,36%
Hungría	137.776	1.279.283	4,88%
Austria	150.550	1.106.708	4,22%
<b>Chile</b>	<b>62.125</b>	<b>791.308</b>	<b>3,02%</b>
Estados Unidos	138.015	625.831	2,39%
Subtotal	2.141.378	2.513.183	95,87%
Total	2.387.006	26.215.318	100%

Fuente: Istat

## 3. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (Kg.)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Francia	1.346.118	16.122.618	76,30%
Hungría	155.213	1.313.516	6,22%
Austria	127.715	934.391	4,42%
Ucrania	85.404	523.849	2,48%
<b>Chile</b>	<b>63.823</b>	<b>511.100</b>	<b>2,42%</b>
Subtotal	1.778.273	19.405.474	91,84%
Total	2.039.137	21.131.752	100%

Fuente: Istat

Es importante notar que los datos proporcionados en esta sección se refieren a todos los productos de esta categoría (barriles, cubas, tinas y demás manufacturas de tonelería y sus partes, incluidas las duelas), por lo tanto se trata de información indicativa que solo permite tener una visión amplia del sector.

Francia es el principal exportador de estos productos. Durante los últimos tres años ha aumentado su cuota de mercado llegando su participación al 84% en 2011. Chile se encuentra siempre entre los 5 mayores exportadores; de hecho en los últimos dos años ha mantenido su cuarta posición con una cuota cercana al 2%.

**Total importado de todos los países del mundo hacia Italia**





Del gráfico anterior se puede observar que en la última década, las exportaciones de Chile han seguido una tendencia similar al del total de las importaciones de Italia, se pueden apreciar los picos principales de disminución en el 2005, 2006 y 2009 y los puntos de nuevo arranque en el 2008 y 2010.

A partir del 2009, Italia ha intensificado las importaciones, los principales beneficiarios han sido Francia y Austria, sin embargo Chile ha logrado subir un puesto en la clasificación y mantenerse como el cuarto mayor exportador durante los últimos dos años.

En el 2011 Chile ha perdido más del 30% de su cuota del año anterior, al igual que Hungría; sin embargo, a pesar de esta disminución se ha mantenido en la cuarta posición; en cambio Hungría perdió el segundo lugar conservado durante el 2009 y el 2010, quedando en la tercera posición. Al contrario, Austria en el último año ha logrado mejorar su posición conquistando el segundo puesto.

A partir del quinto lugar en la clasificación las dinámicas del mercado son menos estables. Como hemos visto, Chile en 2009 ocupó el quinto lugar, después Estados Unidos en el 2010 y España en el 2011. Los puestos que vienen a continuación son aún menos estables, ya que compiten con cuotas entre el 0,1% y 1% de participación. Al contrario los cuatro primeros lugares son los más constantes, Francia es un gran exportador, consolidado en el mercado; cuenta con ventajas de capacidad productiva, visibilidad y cercanía, también Austria limita con Italia y Hungría se encuentra en las proximidades por lo que se facilita el transporte de los productos. No obstante estas características comunes, ahora encontramos también que Chile no es favorecido con ninguna de esas ventajas y aún así se ha destacado entre ellos.

\*Para la transformación de Euros a Dólares EE.UU han sido usadas las siguientes tasas de cambio:

Año	Tasa de cambio
2009	1€ = 1,39478 USD
2010	1€ = 1,32572 USD
2011	1€ = 1,39196 USD

Fuente: Banca de Italia

## V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

### 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Antes de comenzar con el análisis del mercado queremos precisar que no existen datos oficiales sobre este sector, la información que contiene este documento ha sido obtenida a través de entrevistas directas y recopilación de datos disponibles en los sitios web de los productores italianos.

En Italia, el mercado de los barriles de madera se caracteriza por la presencia de pocos grandes productores y muchos pequeños; se trata de un sector que sigue principalmente una tradición familiar considerada un arte en el modo de elaboración dado el papel importante del barril en la producción de vino de calidad.

Si bien no existen datos oficiales de consumo, según datos estimados por esta oficina, anualmente en Italia se consumen 32000 hl. de productos entre barricas, barriles, tinas y toneles. Según la información obtenida se puede estimar, de manera aproximada, que el principal productor italiano concentra el 85% del mercado, la cuota restante es disputada por medianos y pequeños productores italianos y tonelerías extranjeras.

En este sector se pueden encontrar empresas con más de 200 años de experiencia, sin embargo existen también empresas jóvenes con menos de 10 años en el mercado, lo que sugiere que se trata de un sector atractivo.

En el caso del vino no existe ningún producto alternativo que sustituya el barril de madera para la fase de envejecimiento, se aprecia la producción italiana y francesa pero las empresas productoras de vino no excluyen los productos de otros países; de hecho para muchas de ellas, el país de proveniencia no es muy importante. Las grandes marcas de vino italiano suelen usar barriles de diferentes proveniencias para obtener sabores originales y característicos, por lo que están dispuestos a probar nuevos barriles para verificar la calidad y los resultados que se pueden obtener. Sin embargo, para los productores de mediana dimensión resulta indispensable superar la barrera de la distancia, la mayor parte de los productores de vino que prefieren abastecerse de productos extranjeros eligen Francia, no solo por la calidad y la experiencia, sino también por la facilidad con la que se puede obtener el producto.

### **1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.**

La finalidad principal de este producto es la conservación, fermentación y envejecimiento de vino; pero también se utiliza en el sector del vinagre y algunos destilados. Si bien no existen normas establecidas, los barriles tienen una vida útil de aproximadamente dos o tres años por respeto de las reglas de una buena y normal producción del vino.

Los productores de barriles son muy flexibles y ofrecen servicios personalizados a pedido del cliente, como por ejemplo tostar la tapa del fondo del barril, elaborar el barril con duelas de diferentes tipos de madera, incluir el logo de la empresa o diferentes accesorios.

Una característica importante son los certificados que acompañan el producto, la mayor parte de los productores adjuntan un certificado de calidad, en el caso de productores importantes, la marca es considerada de por sí una garantía. Existen otros tipos de certificados como el que garantiza un tiempo mínimo de duración del proceso de envejecimiento o maduración de la madera, otros certifican el respeto de normas ambientales y de gestión responsable de los bosques de las cuales se obtuvo la madera.

Para los consumidores de este producto los servicios accesorios (consultoría, post-venta, etc.) son considerados un requisito mínimo, ya que todos los productores de barriles los ofrecen, en cambio puede resultar poco importante la oferta de otros productos complementarios (soportes, accesorios, etc.).

### **1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO**

Con el desarrollo de la tecnología de la comunicación las empresas de este sector han decidido usar internet como un medio para dar a conocer sus productos, pero son muy pocos los productores que administran las ventas directamente desde la red.

**1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).**

Los productores de vino en Italia usan principalmente barriles provenientes de Francia, Austria, Italia y de los países de Europa del este. La mayor parte del producto es importado de Francia ya que se trata de un sector tradicional con cientos de años de experiencia, de hecho es la competencia principal del producto italiano.

Algunos agentes de comercio indicaron que últimamente en el mercado se encuentra mayor cantidad de productos provenientes de Europa del este y dieron a entender que en muchos casos se trata de un producto de menor calidad.

De acuerdo a la información obtenida a través de entrevistas telefónicas, de 14 productores de barriles que respondieron a la encuesta, de un total de 20 contactados, solo 2 estaban informados de la presencia del producto chileno en Italia. De 20 productores de vino contactados, ninguno de los 8 que respondieron a la encuesta, conoce el producto chileno y su desconocimiento no permite que se tome en consideración como una nueva posibilidad de abastacimiento.

**1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.**

La temporada de mayor consumo del producto es el periodo de vendimia, los productores de vino empiezan a comprar barricas desde junio hasta diciembre, sin embargo se registran ventas durante todo el año.

**1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO**

Podemos usar como indicador las zonas en las que mayormente se produce vino. En Italia, las empresas vinícolas se concentran en el norte y sur del país, mientras en el centro se produce una cantidad bastante discreta.

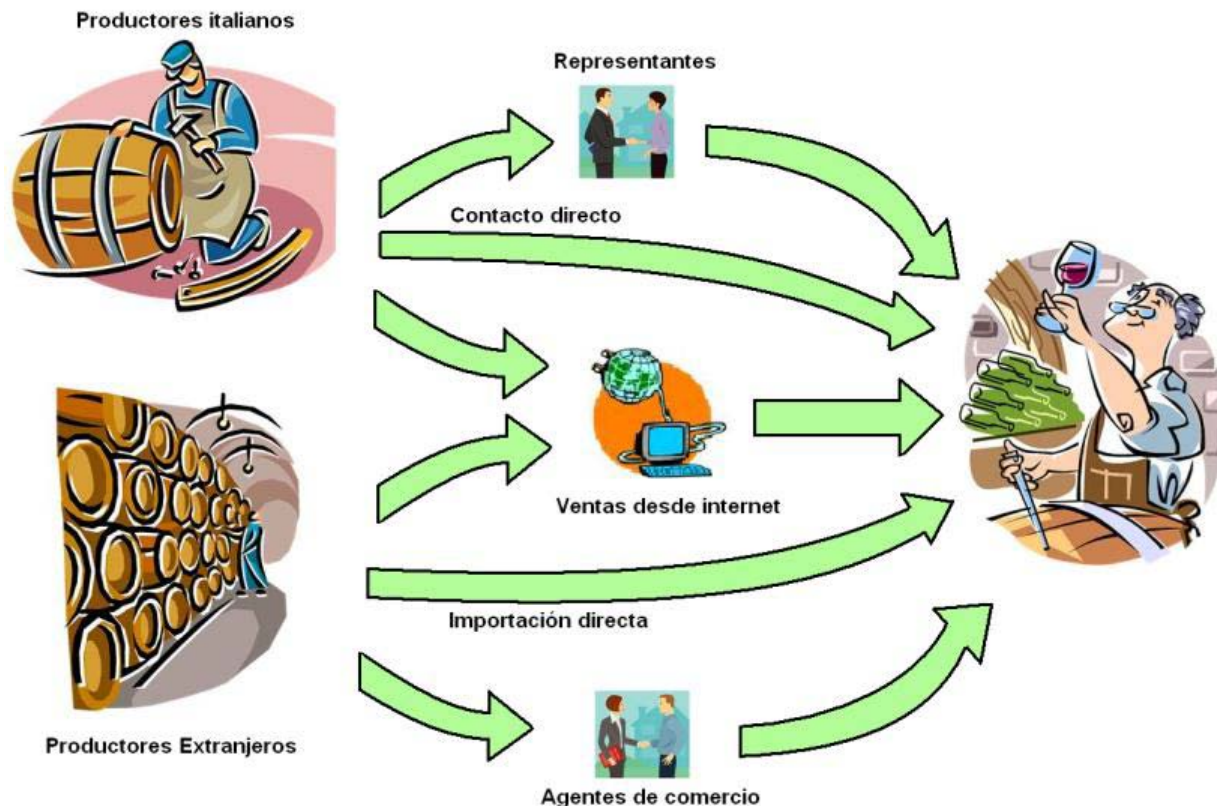
**Producción de vino en Italia (millones de hectolitros)**



Fuente: Istat

# VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Los fabricantes de este sector utilizan principalmente los siguientes canales de comercialización:



El canal principal de comercialización es el contacto directo, la mayor parte de los productores de vino reciben visitas de agentes enviados por las empresas que producen barriles, generalmente se pone a la prueba el producto pidiendo una muestra para apreciar los resultados que se podrían obtener. Algunos productores prefieren operar a través de intermediarios o revendedores locales.

Actualmente se puede encontrar en internet las páginas oficiales de las tonelerías, en donde se presentan al mercado y describen la propia oferta; sin embargo son poquísimas las empresas que administran las ventas directamente desde internet.

En el caso de productores extranjeros el canal principal son los agentes de comercio o representantes locales que conocen el mercado italiano y pueden resultar un importante punto de referencia.

## VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

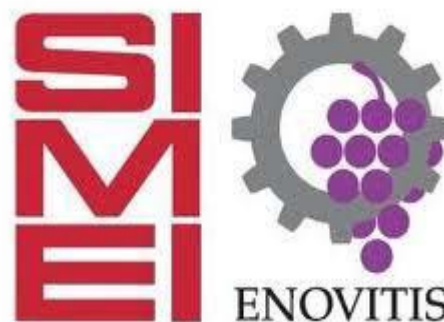
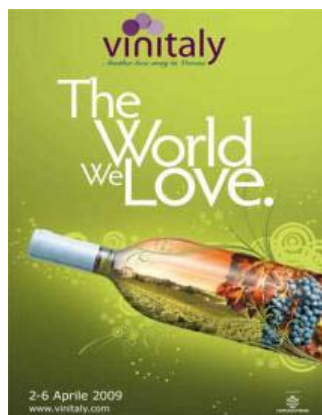
A continuación se incluyen algunos precios de referencia obtenidos de empresas que manejan ventas a través de internet.

CAPACIDAD DEL BARRIL (lt.)	PRECIO (€ con IVA del 21%)
1 - 10	28 - 60
10 - 50	55 - 130
50 - 100	75 - 135
100 - 300	110 - 420

## VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

En este sector la estrategia más incisiva es el contacto directo, o se da a conocer el producto a empresas de consultoría enológica, intermediarios o revendedores locales; también reviste importancia:

- participación en ferias y eventos dedicados al vino:



- publicación de anuncios en revistas especializadas del sector vinícola



## IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Un barril es un contenedor hecho en madera elaborado con duelas curvas que forman una estructura casi cilíndrica, sujetas por zunchos de metal y con tapas planas.

Una vez que la madera ha sido seleccionada se corta en listones y se inicia el proceso de envejecimiento o maduración, que consiste en dejar la madera en un espacio abierto expuesto al sol y a la lluvia por un periodo que va de dos a cuatro años; terminada esta etapa se procede a cortar las duelas y formar el barril. Una de las fases más importantes es el tostado de la parte interna del barril del cual depende la calidad y el sabor que la madera aportará al vino en el proceso de envejecimiento. Para el transporte y entrega, los barriles son forrados externamente con una película de plástico.



## X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda contactar agentes de comercio o representantes especializados ya que tienen un buen conocimiento del mercado lo que facilita el ingreso del producto
- ✓ En el caso que se decida contactar directamente a los productores de vino es importante disponer de personal que hable italiano, ya que el conocimiento de otros idiomas puede ser exiguo al contactar consumidores de pequeñas dimensiones
- ✓ Se sugiere participar en las ferias especializadas del sector vinícola para dar a conocer el producto
- ✓ Es importante contar con al menos certificados de calidad y de envejecimiento de la madera
- ✓ En lo posible, establecer un distribuidor propio en Italia o contactar distribuidores dispuestos a importar el producto, ya que la disponibilidad inmediata del producto podría ser un factor determinante.

## XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

### Simei:

Salón Internacional de máquinas para enología y embotellado

Se realizará del 12 al 16 de noviembre del 2013 en Milán – Italia

Organizador: Ente Mostre Enologiche (E.M.E.)

Dirección: Via San Vittore al Teatro 3, 20123 Milán

Teléfono: 0039 02 72222825 / 26 / 28

Fax: 0039 02 866575

Email: info@simei.it

Sitio web: [http://www.simei.it/homesimei\\_db.asp?idlingua=4](http://www.simei.it/homesimei_db.asp?idlingua=4)

Es la exposición especializada más grande al mundo, en donde se puede encontrar todo tipo de máquinas y utensillos para la enología. Se realiza cada dos años.

## Enolitech

Salón Internacional de las técnicas para la viticultura, la enología y de las tecnologías de las olivas y el aceite

Se realizará del 7 al 10 de abril del 2013 en Verona – Italia

Organizador: Ente Autónomo para las Exposiciones de Verona (Verona Fiere)

Dirección: V.le del Lavoro 8, 37135 Verona

Teléfono: 045 8298111

Fax: 045 8298288

Email: [info@veronafiere.it](mailto:info@veronafiere.it)

Sitio web: [http://www.enolitech.it/index\\_en.asp](http://www.enolitech.it/index_en.asp) - <http://www.veronafiere.it/index-en.php>

Es una exposición de tecnología innovativa aplicada al vino y al aceite, da la oportunidad a las empresas del sector de promover sus productos en el mercado, presentar y dar a conocer nuevas aplicaciones y tecnologías. Se desarrolla junto a Vinitaly (Salón Internacional del vino y de los destilados) <http://www.vinitaly.com/EN>

## XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

- Para las estadísticas:

<http://www.istat.it/it/>

<http://www.coeweb.istat.it/default2.htm>

- Información fiscal de la aduana:

[http://ec.europa.eu/taxation\\_customs/dds2/taric/measures.jsp?Lang=es&SimDate=20120725&Area=CL&Taric=44160000&LangDescr=es](http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/measures.jsp?Lang=es&SimDate=20120725&Area=CL&Taric=44160000&LangDescr=es)

- Información sobre las condiciones de exportación:

<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/MSServlet?action=output&prodLine=80&simDate=20120701&languageId=es&mode=specificRequirements&status=null&taricCode=44160000&partnerId=CL&reporterId=IT&nomenCmd=Ver>



# XIII. ANEXOS

Información detallada de la producción de vino por región en Italia de los últimos 3 años

Producción de Vino en Italia 2008 - 2011					
ZONA	REGION	2008	2009	2010	2011
NORTE	PIEMONTE	2.480	2.858	3.006	2.683
	VALLE D'AOSTA	17	22	22	20
	LOMBARDIA	1.250	1.277	1.349	1.313
	TRENTINO ALTO ADIGE	1.140	1.254	1.161	1.113
	VENETO	8.119	8.174	8.351	8.710
	FRIULI VENEZIA GIULIA	1.014	752	1.334	1.267
	LIGURIA	71	83	70	77
	EMILIA ROMAGNA	6.340	6.952	6.601	6.455
<b>SUBTOTAL NORTE</b>		<b>20.429</b>	<b>21.372</b>	<b>21.893</b>	<b>21.638</b>
CENTRO	TOSCANA	2.800	2.772	2.854	2.495
	UMBRIA	843	987	875	860
	MARCHE	871	782	927	741
	LAZIO	1.797	1.527	1.259	1.205
	ABRUZZO	3.054	2.652	3.028	2.283
<b>SUBTOTAL CENTRO</b>		<b>6.311</b>	<b>6.067</b>	<b>5.915</b>	<b>5.301</b>
SUR	MOLISE	319	319	271	255
	CAMPANIA	1.768	1.830	1.869	1.726
	PUGLIA	6.949	5.920	7.169	5.776
	BASILICATA	208	144	125	113
	CALABRIA	445	392	323	302
	SICILIA	6.180	6.175	5.676	4.823
	SARDEGNA	582	550	475	486
<b>SUBTOTAL SUR</b>		<b>19.505</b>	<b>17.982</b>	<b>18.936</b>	<b>15.764</b>
<b>TOTAL ITALIA</b>		<b>46.245</b>	<b>45.422</b>	<b>46.745</b>	<b>42.704</b>

Fuente: Istat

1. EJEMPLO DE LA DECLARACIÓN DE CONFORMIDAD

SPETT.LE  
DOGANA DI GENOVA

Il 26 Giugno 2012

**Oggetto:** fattura                      **fornitore:**

Con la presente per informare che gli articoli menzionati nella fattura in oggetto sono conformi al contatto alimenti:

THE ARTICLES AND THE MATERIAL USED FOR THE GOODS MENTIONED ON THIS INVOICE ARE MANUFACTURED IN CONFORMITY TO ITALIAN LAW DECREE DPR 777/82, REG 108/92 AND CEE REG.1935/2004

SI DICHIARA CHE LA MERCE RELATIVA A QUESTA FATTURA E' CONFORME ALLE NORME VIGENTI IN MATERIA DI OGGETTI DESTINATI AL CONTATTO CON GLI ALIMENTI IN BASE AL DECRETO 777 DEL 23/08/1982, DECRETO 108 DEL 25/01/1992, REG.1935/2004

**In fede**

Amministratore unico



**2. LISTA DE LAS ADUANAS ITALIANAS HABILITADAS PARA EL INGRESO DE ESTOS PRODUCTOS**

24-10-2005

Supplemento ordinario alla GAZZETTA UFFICIALE

Serie generale - n. 248

**ALLEGATO VIII****1. Punti di entrata per i vegetali, prodotti vegetali ed altre voci indicati nell'allegato V parte B e nell'allegato XXI:**

a) Dogane aeree: Ancona - Falconara, Bergamo – Orio al Serio, Bologna, Cagliari, Catania, Forlì, Genova, Lamezia Terme, Milano, Napoli, Palermo, Pisa, Roma, Torino, Ronchi dei Legionari, Verona, Venezia.

b) Dogane portuali: Ancona, Augusta, Bari, Brindisi, Cagliari, Castellammare di Stabia, Catania, Chioggia, Civitavecchia, Corigliano Calabro, Gaeta, Genova, Gioia Tauro, Imperia, La Spezia, Livorno, Marina di Carrara, Napoli, Olbia, Ortona, Palermo, Pescara, Pozzallo, Pozzuoli, Ravenna, Reggio Calabria, Salerno, Savona, Taranto, Torre Annunziata, Trapani, Trieste, Venezia.

c) Dogane ferroviarie: Chiasso, Domodossola.

d) Dogane stradali: Domodossola, Gran San Bernardo, Ponte Chiasso.

**2. Ulteriori punti di entrata per il legname:**

a) Dogane stradali: Tirano, Tubre, Villa di Chiavenna

b) Dogane ferroviarie: Tirano

c) Dogane portuali: Arbatax, Crotone, Molfetta, Monfalcone, Oristano, Porto Nogaro.

**3. Ulteriori punti di entrata per i vegetali, prodotti vegetali ed altre voci indicati nell'allegato XXI:**

Dogane portuali: Barletta, Crotone, Gela, Manfredonia, Messina, Milazzo, Molfetta, Monfalcone, Monopoli, Oristano, Siracusa.