

ALIMENTA

RIVISTA DI DIRITTO E SCIENZE DELL'AGRICOLTURA
ALIMENTAZIONE E AMBIENTE

N. 1/2022

INDICE

Editoriale di <i>Vito Rubino, Fausto Capelli e Paolo Borghi</i>	3
--	---

PARTE I

SAGGI E APPROFONDIMENTI

Diritto

Semaforo rosso per le informazioni nutrizionali alternative in etichetta di <i>Daniele Bianchi</i>	9
---	---

L'opposizione a sanzioni amministrative in materia di DOP e IGP: la controversa questione del giudice competente di <i>Stefano Senatore</i>	37
---	----

Economia

I raccolti perduti degli etruschi. Stato dell'arte e prospettive dei prodotti agroalimentari tradizionali di <i>Marco Ginanneschi</i>	55
--	----

PARTE II

NOTE E COMMENTI

“Racconto di due galli”: il cuore del marchio e la tutela estesa dei marchi notori quale strumento di lotta al parassitismo commerciale di <i>Daniele Fabris</i>	107
---	-----

L'AGCM non può contestare e sanzionare come pratica commerciale scorretta la vendita di un olio di cui contesta la denominazione «olio extra-vergine di oliva» se l'autorità di controllo non ha rispettato le procedure di campionamento e di analisi applicabili in materia e se sono state osservate dall'operatore responsabile le norme sull'autocontrollo (HACCP) di <i>Massimiliano Valcada</i>	149
---	-----

PARTE III

DOCUMENTAZIONE

Osservatorio di giurisprudenza alimentare 1/22 a cura di <i>Rossana Pennazio, Giorgio Remotti, Giovanni Stangoni</i>	169
Nota del Ministero della Salute “ <i>tempi per la presentazione della richiesta di controversia</i> ”	197
Nota del Ministero della Salute “ <i>presenza di salmonelle diverse da S. Enteritidis e S. Typhimurium in carni di pollame, preparazioni di carni di pollame e carni macinate di pollame</i> ”	199
Nota del Ministero dello Sviluppo Economico “ <i>Misure temporanee eccezionali - etichettatura prodotti contenenti olio vegetali in sostituzione dell'olio di semi di girasole</i> ”	203
Nota del Ministero della Salute “ <i>Comunicazione correlata alla circolare del Ministero dello sviluppo economico registro uff. 0066415 dell'11 marzo us relativa a: Misure temporanee eccezionali - etichettatura prodotti contenenti oli vegetali in sostituzione dell'olio di semi di girasole</i> ”	207
Libri	209
Notizie sugli autori	211

EDITORIALE

AMBIENTE E ANIMALI IN COSTITUZIONE: IL RICHIAMO OLTRE LA RETORICA DELL'ECOLOGISMO

Con toni trionfalistici (propri di questa fase di crepuscolo delle idee) i *mass media* italiani pochi giorni fa hanno annunciato l'ingresso formale della tutela dell'ambiente e degli animali in Costituzione.

Nulla di sorprendente, in realtà, per chi segua la giurisprudenza costituzionale da un po', anche se gli effetti di una norma messa nero su bianco finiscono per essere sempre in qualche misura maggiori rispetto alla percezione della "Costituzione vivente" o alle indicazioni della giurisprudenza di ogni ordine e grado.

La decisione del Parlamento è – e sarà negli anni a venire – innanzitutto una sfida.

Ci riferiamo, in primo luogo, al contributo che questo significativo riconoscimento darà in termini di "interpretazione conforme" nelle mille vicende giudiziarie che hanno questi temi al centro o come sfondo; all'opera di bilanciamento che occorrerà fare fra le libertà economiche (che, al netto della retorica "green", sono ancora quelle che ci danno da mangiare) e il rispetto della casa comune: la terra e le sue forme di vita; i delicati problemi relativi alla "certezza del diritto", che questa formale apertura alle istanze animaliste/ambientaliste inevitabilmente accentuerà; alla questione della sostenibilità sociale di questo entusiasmo verde, tenuto conto del prezzo che costerà (come la crisi energetica che stiamo attraversando già oggi dimostra).

Insomma, il nostro auspicio è che questo passaggio non si trasformi nell'ennesima rivolta contro l'impresa, ma possa, semmai, contribuire ad accompagnare con saggezza il cambio di paradigma produttivo che ci aspetta evitando che la tutela dell'ambiente auspicata finisca per realizzarsi "a spese degli altri", soprattutto a spese delle fasce sociali più deboli.

In sintesi, si vorrebbe chiedere che vengano perseguiti e realizzati gli obiettivi riportati nella prima parte dell'art. 3 par. 3 del Trattato sull'Unione Europea secondo cui l'Unione «*si adopera per lo sviluppo sostenibile dell'Europa, basato su una crescita economica equilibrata e sulla stabilità dei prezzi, su un'economia sociale di mercato fortemente competitiva, che mira alla piena occupazione e al progresso sociale, e su un elevato livello di tutela e di miglioramento della qualità dell'ambiente. Essa promuove il progresso scientifico e tecnologico.*».

Considerata la complessità delle sfide che ci attendono vorremmo coinvolgere anche i lettori della nostra Rivista per farvi fronte, inaugurando una **nuova rubrica dedicata alle lettere dei lettori**.

Ci piacerebbe, pertanto, ricevere le vostre opinioni su fatti e temi di interesse per la nostra realtà scientifica e professionale per dare vita a un dibattito aperto e multidirezionale.

Potete inviare le vostre lettere via mail all'indirizzo di posta elettronica cedisa@uniupo.it.

Vito Rubino, Fausto Capelli, Paolo Borghi

P.S.: al momento in cui questo editoriale è stato chiuso la guerra in Ucraina non era ancora scoppiata, sebbene le tensioni fossero già giunte ad un livello tale da lasciarla presagire. Nel frattempo siamo stati tutti travolti dalle spaventose immagini di morte, distruzione e terrore che quotidianamente i *mass media* ci stanno fornendo.

Esprimiamo tutta la nostra solidarietà al Popolo Ucraino che è aggredito in totale spregio delle più basilari regole del diritto internazionale e patisce sofferenze inaudite per una controversia che poteva e doveva essere risolta pacificamente.

Nell'auspicio che il conflitto possa cessare rapidamente, lasciando spazio alle ragioni del negoziato e della diplomazia, cer-

cheremo, nei limiti delle nostre competenze e possibilità, di sviluppare approfondimenti sull'impatto che quanto sta accadendo potrà avere nel settore agroalimentare.

PARTE I
SAGGI E APPROFONDIMENTI

SEMAFORO ROSSO PER LE INFORMAZIONI NUTRIZIONALI ALTERNATIVE IN ETICHETTA

Sommario: 1. *Venditori di sensazioni.* – 2. *L'etichettatura nutrizionale.* – 3. *Il modello britannico.* – 4. *Il modello francese.* – 5. *Il modello cileno.* – 6. *Il modello italiano.* – 7. *Un modello per il consumatore "ignorante".* – 8. *L'alimentazione nella strategia "Dal produttore al consumatore" e nella futura PAC.* – 9. *Conclusioni.*

1. Venditori di sensazioni.

L'informazione costituisce uno degli elementi fondamentali della tutela dei consumatori sancito dal diritto dell'Unione europea¹.

È impensabile immaginare che i consumatori del mercato unico siano sottoposti a norme diverse al di là delle frontiere nazionali, né tanto meno che la protezione della salute sia influenzata da barriere amministrative o politiche.

Oggi un consumatore, a prescindere dalla sua nazionalità e dal paese di residenza, ha gli stessi diritti in tutta l'Unione: lo stesso diritto ad avere prodotti sicuri e conformi a norme comuni, ad avere le stesse informazioni sui prodotti per operare una scelta consapevole al momento di acquistare e utilizzare gli alimenti, nel rispetto di norme sanitarie, economiche, ambientali, sociali ed etiche comuni². Ha altresì diritto ad essere tutelato in caso sorgano problemi a seguito dell'acquisto o del consumo di tali prodotti, e ciò in qualsiasi paese dell'Unione.

La presunta superiorità di prodotti nazionali e le proposte di

¹ Cfr. articolo 12 TFUE, articolo 169 TFUE e articolo 38 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea.

² Per una trattazione divulgativa completa e recente, mi permetto fare rinvio a D. BIANCHI, *In Etichetta, Come riconoscere falsi prodotti naturali e autentici prodotti chimici!*, Bologna, Minerva, 2019, p. 144.

chiusura delle frontiere ai prodotti importati sono forme di diniego di sessant'anni di costruzione europea. Un mercato comune è fondato su regole comuni. Tra queste quelle sull'informazione dei consumatori.

Il regolamento (UE) n. 1169/2011³ del Parlamento europeo e del Consiglio relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori (detto anche “regolamento FIC”) dà un quadro completo della disciplina attuale in materia di protezione del consumatore. Si tratta (con il regolamento (CE) n. 178/2002 che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare) di uno dei fondamenti del diritto alimentare europeo⁴.

L'etichetta, utilizzata dall'industria come un puro strumento di *marketing*⁵, è la carta d'identità del prodotto e, in quanto tale, deve contenere informazioni veritiere e verificabili⁶; soprattutto, se comporta immagini, queste devono corrispondere alla realtà del prodotto⁷, come la Corte di giustizia ricorda regolarmente a venditori non di alimenti ma di sensazioni o emozioni.

La Corte di giustizia si è trovata di fronte al caso di una tisana in cui i lamponi e la vaniglia, in evidenza nella denominazione e nella immagine sulla confezione, sparivano nella lista degli ingredienti⁸. La Corte aveva già posto dei limiti alla tutela delle aspettative dei consumatori, costruendo la nozione di “consumatore medio, normalmente informato e ragionevolmente attento ed avveduto”⁹. Con tale approccio la Corte sembrava tuttavia sovrastimare la

³ Regolamento (UE) n. 1169/2011 relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, (GU L 304 del 22.11.2011, p.18) (Regolamento FIC).

⁴ Vedasi D. BIANCHI, *Politique agricole commune, régime juridique des produits agroalimentaires*, *Juriclasseur*, fasc. 1326, agosto 2017 e la dottrina ivi citata.

⁵ D. DONGO, *L'etichetta*, in www.ilfattoalimentare.it.

⁶ Articolo 7 del Regolamento FIC.

⁷ Vedasi A. DI LAURO, *Comunicazione pubblicitaria e informazione nel settore agro-alimentare*, Milano, Giuffrè, 2005.

⁸ Causa C-195/14, *Teekanne*. In dottrina vedasi L. G. VAQUE, La sentenza “Teekanne” de 4 de junio de 2015 in *Rivista di Diritto alimentare*, Anno IX, numero 2, Aprile-Giugno 2015, p. 43.

⁹ Si ricordano, tra le altre, le sentenze 2 febbraio 1994, causa C-315/92, *Clinique*,

soglia di avvedutezza e di attenzione di un consumatore che spesso non ha né il tempo né il riflesso di leggere l'etichetta, soprattutto quando altri elementi di marketing vengono distogliere quel poco di attenzione che potrebbe ancora portare al prodotto.

Nella sentenza *Darbo*¹⁰, in particolare, la Corte aveva ritenuto non ingannevole per il consumatore l'utilizzo dell'indicazione "naturalmente pura" su una marmellata tedesca contenente residui di pesticidi e di cadmio, e un gelificante indicato nella lista degli ingredienti. La Corte ha ritenuto sufficiente che la presenza della pectina fosse autorizzata dalle direttive comunitarie sulla composizione delle confetture e la presenza di residui, nei limiti tollerati, fosse l'inevitabile conseguenza dell'inquinamento ambientale¹¹.

La Corte, nella sentenza *Teekanne*, si schiera ancor più compiutamente dal lato dei consumatori fornendo uno scudo contro gli abusi sempre più dilaganti nel mondo del *marketing* "selvaggio": «l'etichettatura, la pubblicità e la presentazione degli alimenti, compresi la loro forma, il loro aspetto o confezionamento, i materiali di confezionamento usati, il modo in cui gli alimenti sono disposti, il contesto in cui sono esposti e le informazioni rese disponibili su di essi attraverso qualsiasi mezzo, non devono trarre in inganno i consumatori. (...) Pertanto, nella situazione in cui l'etichettatura di un prodotto alimentare e le relative modalità di realizzazione, considerate nel loro insieme, suggeriscono che tale prodotto contiene un ingrediente che in realtà è assente, la suddetta etichettatura è tale da indurre in errore l'acquirente sulle caratteristiche del prodotto in questione».

in Racc., 1994, I-317; 18 maggio 1993, *Yves Rocher*, in Racc.1993, p. 2361; 6 luglio 1995, C-470/93, *Mars*, in Racc. 1995, p. 1923.

¹⁰ Sentenza 4 aprile 2000, causa C-465/98, *Darbo*, in Racc. 2000, I, p. 2297. v. L. GRADONI, Una marmellata contaminata dichiarata "naturalmente pura" non trae in inganno il consumatore, in *Rivista Diritto Agrario*, 2001, II, p. 40 e ss.

¹¹ Punto 27 della sentenza. In dottrina vedasi altresì A. DI LAURO, Identificazione ed etichettatura dei prodotti alimentari tra gli obiettivi della politica agricola comune, la tutela della salute e la protezione del consumatore, in *Diritto pubblico comparato ed europeo*, n. 3, 2000, 1268-1273.

Tutto ciò che appare in etichetta deve essere veritiero e verificabile e non creare confusione nel consumatore. Il presente articolo intende dimostrare che, alla luce di tale principio, i vari sistemi nutrizionali attualmente utilizzati in diversi stati europei non solo non permettono di realizzare gli obiettivi apparentemente perseguiti (alimenti sani ed equilibrati) ma creano confusione in un consumatore che è lungi dall'essere avveduto come la giurisprudenza assume. Obiettivi più semplici e oggettivi (come quello di distinguere alimenti "tradizionali" da quelli "industriali" permetterebbe di fornire al consumatore delle indicazioni più chiare per orientare i consumi verso alimenti con meno grassi saturi, zuccheri, sale e prodotti chimici vari sugli effetti sulla salute non sussistono dubbi.

2. L'etichettatura nutrizionale.

La legislazione europea impone ai produttori di informare i consumatori circa i dettagli nutrizionali di ciascun prodotto tramite una tabella che figura sul retro del pacchetto: energia, acidi grassi saturi, proteine, carboidrati, lipidi, zuccheri e sale. Tuttavia il sistema è lungi dall'essere perfetto. Le informazioni nutrizionali in etichetta sono spesso fonte di confusione e sicuramente complesse e non di semplice lettura. Il legislatore europeo lascia inoltre spazio al legislatore nazionale non solo nel controllare ma anche nel completare le informazioni che possono apparire in etichetta. Tutto ciò permette il giuoco del *marketing* industriale.

A tale titolo, il legislatore dell'Unione ha concesso gli Stati membri la facoltà di prevedere informazioni complementari che possano apparire nella parte anteriore del pacchetto. Si tratta delle forme di espressione e presentazione supplementari di cui all'articolo 35 del regolamento n. 1169/2011¹².

¹² E. TREUIL, Au-delà de l'étiquetage nutritionnel obligatoire : les systèmes complémentaires prévus par l'article 35 du règlement INCO, Option qualité, n°358 et 359, *Revue Lamy Droit Alimentaire*, aprile 2016 ; S. LANNI, Front-of-package

Tale articolo prevede che, oltre alle forme di espressione previste dal regolamento, il valore energetico e le quantità di sostanze nutritive possono essere indicati mediante altre forme di espressione e/o presentati usando forme o simboli grafici oltre a parole o numeri, purché siano rispettati alcuni requisiti.

Tuttavia tali informazioni sono soggette a un doppio vincolo che ne limita la portata e l'impiego.

In primo luogo, le forme di espressione supplementare devono basarsi su ricerche accurate e scientificamente fondate condotte presso i consumatori e previa consultazione di un'ampia gamma di gruppi di soggetti interessati. Tali forme non devono indurre in errore visto che devono facilitare la comprensione, da parte del consumatore, del contributo o dell'importanza dell'alimento ai fini dell'apporto energetico e nutritivo di una dieta e perciò devono fondarsi su elementi scientifici che dimostrano che il consumatore medio comprende tali forme di espressione o presentazione.

In secondo luogo, sono facoltative, dato che gli Stati membri possono raccomandare agli operatori del settore alimentare l'uso di una o più forme di espressione o presentazione supplementari della dichiarazione nutrizionale che ritengono soddisfare meglio tali requisiti. Sulla base delle informazioni dettagliate fornite dagli Stati membri su tali forme supplementari, la Commissione valuta se tali sistemi siano obiettivi e non discriminatori e la loro applicazione non crei ostacoli alla libera circolazione delle merci.

Si tratta di criteri che devono essere soddisfatti *ex ante* e che si applicano a forme alternative di espressione delle stesse informazioni presenti nella dichiarazione nutrizionale.

Diverso è il caso di schemi basati sia sull'articolo 36 dello stesso regolamento (informazioni volontarie) sia sul regolamento (CE) n. 1924/2006¹³ relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute for-

food labels and consumer's autonomous decision-making, in *Rivista di Diritto Alimentare*, 2020, fasc. 1, pp. 57-64.

¹³ Regolamento (CE) n. 1924/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 dicembre 2006, relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui

nite sui prodotti che possono portare su indicazioni diverse da quelle della dichiarazione nutrizionale ad esempio dando dettagli sulla “qualità”¹⁴ nutrizionale complessiva dell’alimento (ad es. con un simbolo o una lettera)¹⁵. Tuttavia anche per questi schemi i criteri sono simili¹⁶ o ancor più stringenti¹⁷.

In diversi paesi, europei¹⁸ e non¹⁹, sono in corso degli esperi-

prodotti alimentari (GU L 404 del 30.12.2006, pag. 9). v. G. STRAMBI, La disciplina europea sulle indicazioni nutrizionali e sulla salute: dieci anni di applicazione controversa, *Agricoltura, Istituzioni, Mercati*, 2016, pp. 28-52.

¹⁴ Troviamo erroneo e fuorviante l’uso del termine «qualità» in tale contesto, laddove si dovrebbe più correttamente parlare di “quantità nutrizionali”, visto che i parametri indicati sono meramente quantitativi.

¹⁵ Ad esempio il Nutriscore (vedi *infra*).

¹⁶ L’articolo 36 del regolamento FIC considera tali sistemi “informazioni volontarie” che non devono indurre in errore il consumatore, né essere ambigue o confuse per il consumatore e, se del caso, devono essere basate su dati scientifici pertinenti.

¹⁷ Secondo tale regolamento le indicazioni devono basarsi su prove scientifiche, non devono essere fuorvianti e il relativo impiego è consentito solo se ci si può aspettare che il consumatore medio comprenda gli effetti benefici secondo la formulazione dell’indicazione.

¹⁸ Ci sono attualmente sei modelli sul mercato dell’Unione europea: il *Keyhole logo* (Svezia, Danimarca e Lituania), il *Nutri-Score* (Francia, Belgio, e in corso di adozione in Germania, Spagna, Paesi Bassi e Lussemburgo), un modello in Finlandia e uno in Croazia e il “*Traffic Light scheme*” britannico usato in Irlanda cui si aggiunge il recente modello italiano (Batteria *NutrInform*). Accanto a questi schemi pubblici, esistono degli schemi privati come il “*Reference Intakes Label*” e “*Healthy Choice logo*”. Vedasi Relazione della Commissione al Parlamento europeo e al Consiglio sull’uso di forme di espressione e presentazione supplementari della dichiarazione nutrizionale, Bruxelles, 20 maggio 2020, COM (2020) 207 final; S. STORCKSDIECK GENANNT BONSMANN, G. MARANDOLA, E. CIRIOLO, R. VAN BAVEL, J. WOLLGAST, *Front-of-pack nutrition labelling schemes: a comprehensive review*, EUR 29811 EN, Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2020.

¹⁹ Attualmente in tutto il mondo sono più di 40 i paesi che hanno una qualche forma di etichettatura nutrizionale, tra questi Canada, Cile, Israele, Messico, Uruguay, Argentina, Sri Lanka, Ecuador, Iran, Corea del Sud, Malesia, Australia, Brunei, Thailandia. Per una descrizione tecnica delle principali esperienze vedasi ANVISA, *Relatório Preliminar de Análise de Impacto Regulatório sobre Rotulagem Nutricional*, Brasília, maggio 2018, disponibile sul sito <http://portal.anvisa.gov.br>

menti per aiutare il consumatore nel difficile compito di mangiare sano. Ne citeremo alcuni: il precursore, il favorito, il più recente e, fuori Europa, il più coraggioso.

3. Il modello britannico.

Nel 2013 il Regno Unito si è dotato di un modello alternativo di informazione²⁰. Il sistema di etichettatura conosciuto come “*traffic light system*” (“semaforo tricolore”) indica le quantità di calorie e di quattro nutrienti (materie grasse, acidi grassi saturi, zuccheri e sale).

L’Agenzia per le norme alimentari britannica (*Food Standards Agency, FSA*) ha elaborato delle soglie per ciascuno dei quattro nutrienti onde classificarli in tre colori a seconda del loro contenuto: rosso (alta), arancione (media) e verde (bassa).

Il criterio di base è dato dalle soglie previste per le indicazioni nutrizionali sui prodotti alimentari che definiscono le menzioni “a basso contenuto di grassi” e “a ridotto contenuto di zucchero”. Nel modello iniziale, la FSA si era basata sulle raccomandazioni dell’Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) e del *British Committee on Medical Aspects of Food and Nutrition Policy* che avevano previsto una soglia massima di assunzione giornaliera di zucchero di 50 grammi. L’entrata in vigore del regolamento FIC ha cambiato la soglia (passata a 90 grammi²¹) e quindi i criteri per l’attribuzione del colore arancione o rosso. Questo ha permesso ad alcune grandi multinazionali di mutare di parere sul sistema inglese e di adottarlo in seguito.

Ma ben altri sono i profili critici di tale sistema²².

²⁰ Vedasi *Technical Guidance On Nutritional Labeling e Front of Pack Nutritional Labeling Guidance*, disponibili su www.nutritionalinformationervices.co.uk

²¹ Vedasi allegato XIII, parte B del regolamento FIC.

²² L. CUOCOLO, *The questionable Eligibility of Traffic Light Labelling*, *European Food and Feed Law Review*, 2014, pp. 382-390.

Se lo scopo, secondo il regolamento FIC, deve essere quello di facilitare la comprensione per il consumatore del contributo dell'alimento per l'assunzione di energia e sostanze nutritive di una dieta o l'importanza del cibo considerato, il risultato è parziale se non fuorviante. I codici di colore non tengono conto dell'insieme dei nutrienti, vitamine e minerali il cui consumo deve essere incoraggiato²³. L'apporto nutrizionale globale dell'alimento è ignoto e si suggerisce al consumatore che solo sulla base del contenuto di quattro sostanze nutrienti un alimento è buono (verde), cattivo (rosso) o non fa troppo male per la sua salute (arancione).

I codici colore sono definiti per 100 g o 100 ml di cibo e non per una confezione (ad eccezione di porzione superiore a 100 g o ml 150), il che, da un punto di vista nutrizionale, è discutibile²⁴.

Infine, l'associazione di tre colori simultanei è ambigua dato che il consumatore potrà facilmente trovarsi di fronte a prodotti simili ma con colori alterni a seconda del contenuto dei quattro nutrienti rendendo vana tutta comparazione.

Le proteste di diversi Stati membri, che ritengono lese le loro produzioni da tale sistema, hanno portato la Commissione ad aprire nel 2014 una procedura di infrazione²⁵ per ora ancora alle fasi preliminari e tutt'ora pendente²⁶.

4. Il modello francese.

La Francia ha introdotto un modello alternativo di informazio-

²³ Vedasi allegato XIII, parte A del regolamento FIC.

²⁴ Nessun consumatore consuma 100 g di burro in una volta sola per esempio, o mangia la metà o un terzo della barretta di pseudo-cioccolato e la ripone nel frigo per l'indomani.

²⁵ B. SALAS, B. SIMOES, Food: The European Commission Initiates Infringement Proceedings against the UK over its 'Traffic Light' Nutrition Labelling Scheme, *European Journal of Risk Regulation*, 2014, Issue 4, pp.531-534.

²⁶ Vedasi risposta della Commissione ad una interrogazione scritta del Parlamento europeo, del 17 luglio 2017, n° E-003663/2017.

ne nutrizionale, dopo una breve sperimentazione di quattro modelli, fine 2017²⁷. Tra i quattro modelli soggetti a sperimentazione in diverse regioni francesi e in numerosi supermercati, vi era pure quello britannico. Il test sarà servito a provare che, almeno per i francesi, il “*traffic light*” britannico non è concludente.

Il sistema è facoltativo in conformità alla regolamentazione europea. Si basa su “informazioni volontarie” e al contempo, quando attribuisce un messaggio complessivo positivo (il colore verde), ricade nella definizione giuridica di “indicazione nutrizionale” ai sensi del regolamento (CE) n. 1924/2006.

Il decreto, in un suo allegato, prevede un vero e proprio disciplinare tecnico, nel quale si stabiliscono le regole di calcolo tramite un algoritmo per determinare un punteggio dell’alimento e la sua classificazione. Il punteggio calcolato permette di classificare l’alimento in una scala di 5 colori che vanno dal verde al rosso passando per il giallo, arancione e viola, accoppiati a delle lettere (A/B/C/D/E) per assicurare, così dice, una maggiore visibilità. Per ogni prodotto, il punteggio globale tiene conto di una componente detta “negativa” e una detta “positiva”. La prima include il quantitativo di apporto energetico, di acidi grassi saturi, di zuccheri semplici e di sale. La seconda è invece calcolata in relazione al conte-

²⁷ Cfr. *l’Arrêté du 31 octobre 2017 fixant la forme de présentation complémentaire à la déclaration nutritionnelle recommandée par l’Etat en application des articles L. 3232-8 et R. 3232-7 du code de la santé publique* (Decreto che stabilisce la forma di presentazione complementare alla dichiarazione nutrizionale raccomandata dallo Stato in applicazione degli articoli L. 3232-8 e R. 3232-7 del codice della salute pubblica) in *JORF* n° 257 del 3 novembre 2017. In dottrina vedasi V. PULLINI, L’etichettatura nutrizionale front-pack: la «nutrinform battery» italiana e la «nutri-score» francese, in questa *Rivista*, n. 1/21, pp. 35 ss.; P. BORGHI, Rosso, giallo o verde? L’ennesima etichetta alimentare a semaforo, *Rivista di diritto alimentare*, Anno XI, numero 2, Aprile-Giugno 2017, p. 79; M. FRIANT-PERROT – A. GARDE – A. CHANSAY, *Regulating Food Marketing: France as a Disappointing Example*, *European Journal of Risk Regulation*, 8(2), 2017, p.311-326; L. GONZALES VAQUÉ, Quando la legislazione può essere un ostacolo alla libera circolazione di prodotti alimentari: il caso del “Semaforo nutrizionale”, in questa *Rivista*, 2016, p. 100.

nuto di “frutta, verdura e frutta a guscio”, di fibre e di proteine nell’alimento.

Un regime speciale si applica a latte, formaggi, materie grasse vegetali o animali e alle bevande per tener conto delle “specificità” francesi. In particolare l’algoritmo è stato modificato per permettere all’olio d’oliva (alimento chiave della dieta mediterranea) di ottenere un colore meno “sfavorevole”²⁸.

Conosciuto col nome di “*Nutri-score*”, il sistema assomiglia al modello britannico per l’uso di colori anche se presenta un livello di complessità superiore. Complessità non significa peraltro né completezza né correttezza di informazione, come vedremo.

Infatti anche quel minimo aspetto positivo sottolineato in dottrina²⁹, di «evitare iniziative “fantasiose” di soggetti mediatici, gruppi di interesse o, peggio, organizzazioni imprenditoriali nazionali, obbligati oggi a seguire regole codificate nella classificazione degli alimenti in “buoni” e “cattivi”», è stata vanificata dall’iniziativa presa da alcuni grandi gruppi dell’alimentare di adottare un proprio sistema³⁰ a livello europeo chiamato, supponiamo ironicamente, “*evolved nutrition label*”. In seguito la sua elaborazione è stata sospesa e si sono, curiosamente, in parte, ripiegati sul *Nutriscore*.

Per il resto, il sistema si presta alle stesse riserve del modello britannico. Oltre a basarsi su alcuni nutrimenti e non sull’insieme, non fornisce informazioni per garantire una dieta equilibrata nel suo complesso. Inoltre il sistema di punti positivi invece che migliorare il sistema lo altera perché l’aggiunta di qualche verdura (spesso liofilizzata o disidratata) nella formulazione di un piatto preparato non apporta nessun valore aggiunto alla qualità dell’alimento. Le deroghe per il latte i formaggi o gli oli vegetali

²⁸ S. LANNI, *Healthy Eating Apps*. La salubrità degli alimenti in mano agli algoritmi, *Osservatorio del diritto civile e commerciale*, gennaio 2020, pp. 51-78, DOI: 10.4478/98132.

²⁹ Vedasi P. BORGHI, *ibidem*, *supra*.

³⁰ Pepsi, Coca-Cola, Mars, Mondelez International, Unilever e Nestlé.

permettono solo di attribuire loro lo stesso bollino di prodotti industriali fortemente trasformati.

Si tratta di un sistema semplificato che, come gli studi hanno dimostrato³¹, potrà avere un impatto per categorie di anziani, persone a basso reddito, con poca educazione, con livello di conoscenza in nutrizione scarso. Tutt'altra categoria è quella del “consumatore medio” della giurisprudenza della Corte di giustizia richiamata *supra*.

Anche il Belgio ha optato per *Nutri-Score* (marzo 2019) assieme a Spagna (novembre 2018), Paesi Bassi (novembre 2019) e Lussemburgo (febbraio 2020).

Nel marzo 2020 la Germania ha notificato alla Commissione un progetto di regolamento nazionale sull'uso di *Nutri-Score*, d'applicazione a partire da novembre 2020 dopo che alcuni tribunali tedeschi ne avevano bloccato l'uso per alcuni prodotti a causa di presunte violazioni delle regole della concorrenza³².

5. Il modello cileno.

Per una volta l'Europa non è sola a voler esplorare delle soluzioni utili per il consumatore, a testimonianza del fatto, come già è il caso dell'ambiente, che anche la salute pubblica e il suo corollario – l'informazione del consumatore – sono problemi mondiali.

L'esperienza sudamericana mostra come delle soluzioni innovative e in un certo senso più coraggiose possono venire da oltreoceano e non dal suo emisfero settentrionale.

La “*Guia Alimentar para a População Brasileira*”³³ è un docu-

³¹ Il *Haut Conseil de la Santé Publique* (HCSP) aveva già dato un parere favorevole il 24 agosto 2015 per il modello a cinque colori. Vedasi lo studio dei ricercatori dell'*Institut National de la Santé Et de la Recherche Médicale* (INSERM) apparso nella rivista *Nutrients*, agosto 2015, e nell'*American Journal of Preventive Medicine* (AJPM), dicembre 2015.

³² Vedi *infra*.

³³ *Guida alimentare per la popolazione brasiliana*, disponibile in www.pabo.org

mento di avanguardia in tema di protezione della salute del consumatore tramite l'alimentazione.

Questo documento, pubblicato nel 2014 dal ministero della salute del Brasile, presenta una serie di informazioni e consigli sul cibo che mirano a promuovere la salute degli individui, famiglie e comunità e della società brasiliana in generale attraverso un consumo alimentare socialmente ed ecologicamente sostenibile.

La regola d'oro, che figura in testa alle raccomandazioni della Guida, di «preferire sempre alimenti freschi o minimamente trasformati alle preparazioni alimentari ultra-trasformate» costituisce il cardine originale della politica alimentare proposta³⁴.

La legge cilena sui componenti nutrizionali degli alimenti e la loro pubblicità³⁵ fa un passo ulteriore rispetto a delle semplici raccomandazioni. Il difficile iter legislativo e i quattro anni necessari per adottare le disposizioni attuative testimoniano delle difficoltà (e pressioni) che il legislatore cileno ha dovuto affrontare³⁶.

La legge che non riguarda solo i profili nutrizionali, può considerarsi all'avanguardia sotto diversi aspetti.

Infatti prevede divieti specifici per la vendita e pubblicità di alimenti ad alto contenuto calorico o di certi nutrienti (grassi saturi, sale e zucchero) nelle scuole di grado inferiore. Il divieto si estende anche alla distribuzione gratuita o alla pubblicità (anche

³⁴ C. A. MONTEIRO, LEVY, R. B. (eds.). *Velhos e novos males da saúde no Brasil: de Geisel a Dilma*, 1. ed. São Paulo, Hucitec/NUPENS-USP, 2015. v. 1, p. 377; A. MONTEIRO et al, Dietary guidelines to nourish humanity and the planet in the twenty-first century. A blueprint from Brazil, *Public Health Nutr*, 2015, 18, pp. 2311-2322.

³⁵ Conosciuta come "ley de etiquetado de alimentos" del 6 giugno 2012, e in vigore dal 27 giugno 2016: *Ley No. 20.606 Sobre Composición Nutricional de los Alimentos y su Publicidad*, Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, Legislación Chilena, disponibile in www.leychile.cl

³⁶ Vedasi decreto N° 13, del Ministerio de Salud, del 16 aprile 2015, «que modifica Decreto Supremo N° 977, de 1996, Reglamento Sanitario de los Alimentos para adecuarlo a las disposiciones contenidas en la ley 20.606»; Congreso Nacional de Chile (6 de junio de 2012). «Historia de la Ley N° 20.606». In dottrina, P. RODRIGUEZ, *La guerra entre Salud y el área económica del gabinete por el etiquetado de los alimentos*, 20 November 2014, disponibile in www.ciperchile.cl

allusiva, con giochi, gadget o adesivi o personaggi di cartoni animati³⁷) di tali alimenti ai minori di anni quattordici. A tale divieto si accompagna l'obbligo per le scuole di organizzare dei corsi di educazione alimentare e di educazione fisica destinati a sensibilizzare i giovani ad abitudini alimentari più sane³⁸.

In materia di indicazioni in etichetta, la legge impone l'obbligo di indicare con un ottagono, su fondo nero e caratteri bianchi, nella parte anteriore del pacchetto l'alto contenuto in calorie, grassi saturi, zuccheri e sale. Simile al segnale "stop" nel codice stradale cileno, l'uso di tale forma e del colore è di certo stigmatizzante per il prodotto. Questa legislazione si pone piuttosto a cavallo tra le misure di informazione alternativa e le misure sul cd. "junk food"³⁹. Infatti l'identificazione permette al consumatore di individuare subito il prodotto la cui presenza di grassi, zuccheri o sale è molto alta al contrario dei due modelli europei.

Il contesto legislativo e socio-economico cileno spiegano l'adozione di tali misure che non hanno il difetto di essere volontarie o complicate. La legge fu preceduta da un ampio dibattito a seguito di dati sull'obesità dei giovani e in generale della popolazione cilena molto allarmanti⁴⁰.

³⁷ I. CARREÑO, T. DOLLE, The Relationship between Public Health and IP Rights: Chile Prosecutes Kellogg's, Nestlé and Masterfoods for Using Cartoons Aimed at Attracting Children, *European Journal of Risk Regulation*, 2017, 8(1), pp. 170-177; M. FRIANT-PERROT, A. GARDE, *L'impact du marketing sur les préférences alimentaires des enfants*, (INPES) 2015; M. FRIANT-PERROT, A. GARDE, La publicité alimentaire et la lutte contre l'obésité infantile en droit français et en droit anglais, *Actualités de droit économique: aspects de droit de la concurrence et de la consommation et de droit de l'agroalimentaire*, *Petites Affiches*, Numéro spécial – Actes de colloque, 6 octobre 2011, 199, pp. 27-39.

³⁸ L'attenzione del legislatore dovrebbe portarsi anche sugli eventi sportivi, vedasi A. GARDE, N. RIGBY, Going for Gold – Should Responsible Governments Raise the Bar on Sponsorship of the Olympic Games and Other Sporting Events by Food and Beverage Companies?, in *Communications Law*, 2012, p. 42.

³⁹ A. ALEMANNI, *Health warnings on junk food*, 25 March 2013, disponibile in www.albertoalemanni.eu

⁴⁰ C. CORVALAN, Structural responses to the obesity and non-communicable diseases epidemic: the Chilean Law of Food Labeling and Advertising, *Obesity Review*, 2013, pp. 79-87.

Nessuna bevanda gasata (tranne le zero o light) e nessun cereale per la colazione (tranne i non trasformati) in commercio al momento dell'adozione della legge sfuggiva ai criteri per alberare il cartellino nero⁴¹.

Altri paesi sudamericani stanno elaborando modelli simili. In Brasile, ha adottato nell'ottobre 2020 un modello, sulla falsariga di quello cileno, per indicare la presenza elevata di sale, zuccheri e grassi⁴². Il Canada e Israele, hanno messo a punto o stanno sviluppando sistemi con etichette di avvertenza simili.

6. Il modello italiano.

A seguito dell'opposizione continua sia al modello britannico sia a quello francese, considerati penalizzanti per i prodotti mediterranei, nel gennaio del 2020 l'Italia ha notificato alla Commissione un progetto di decreto (poi adottato nel novembre dello stesso anno⁴³) che raccomanda l'utilizzo del sistema volontario di etichettatura FOP "NutrInform Battery".

Il sistema si basa sull'etichettatura con assunzioni di riferimento e un simbolo ("una batteria") che indica l'apporto energetico e nutrizionale dell'alimento per singola porzione in percentuale dell'assunzione giornaliera⁴⁴.

In linea con l'articolo 35 del regolamento FIC e a differenza del Nutriscore, il modello si limita quindi ad informare sui quantitativi assunti e da assumere di alcuni nutrienti.

⁴¹ F. VEGA, *Coca Cola cambió 59 fórmulas por nueva ley de etiquetado*, 4 September 2016, disponibile in www.latercera.com

⁴² Decreto n° 10.411/2020.

⁴³ Decreto 19 novembre 2020, GU n. 304 del 7 dicembre 2020. In dottrina V. PULLINI, L'etichettatura nutrizionale Front-Pack: la "NutrInform Battery" italiana e il "Nutriscore" francese, in questa *Rivista*, 2021, p. 33.

⁴⁴ Sulla sua giustificazione scientifica, vedasi *Position paper sul sistema di etichettatura nutrizionale volontaria NutrInform Battery*, disponibile su www.salute.gov.it.

Già a prima vista non si capisce il valore aggiunto rispetto alla tabella nutrizionale, dove le barre sono state sostituite da pile azzurre (senza scala cromatica).

Si tratta di un modello che indica singolarmente la quantità di calorie, grassi, grassi saturi, zuccheri e sale per una porzione di alimento, e la percentuale di ciascuna voce rispetto alle assunzioni di riferimento giornaliere, attraverso la rappresentazione grafica di cinque batterie che si riempiono, rispetto alle quantità giornaliere di assunzione raccomandata per una dieta da 2 mila kcal. Se non altro ha il vantaggio di provare che la tabella nutrizionale non è un indicatore di “qualità nutrizionale” ma di quantità nutrizionali.

Tuttavia, come i modelli cui si oppone, non esistendo uno standard europeo per la porzione degli alimenti, ciascun produttore potrà autonomamente definire la propria, rischiando di compromettere il confronto tra prodotti diversi, ma soprattutto permettendo al produttore di presentare le informazioni più favorevoli al consumo.

Inoltre, un altro punto critico, comune a tutti i sistemi, compreso la tabella nutrizionale, riguarda le assunzioni di riferimento di sale e zucchero, che non sono in linea con quanto raccomandato dall'Organizzazione mondiale della Sanità.

La semplicità del sistema (riprodurre i dati della tabella nutrizionale in altro modo) rispetto al *Nutriscore* può spiegare, come affermano studi recenti⁴⁵, una migliore leggibilità per il consumatore anche se tali affermazioni dovrebbero essere suffragate da campioni più rappresentativi. Altri studi infatti concludono sulla relativa complessità del sistema in ragione dei troppi numeri presenti⁴⁶.

⁴⁵ M. F. MAZZÙ, S. ROMANI, A. GAMBICORTI, Effects on consumers' subjective understanding of a new front-of-pack nutritional label: a study on Italian consumers, *International Journal of Food Sciences and Nutrition*, 2020; M. F. MAZZÙ, S. ROMANI, A. BACCELLONI, A. GAMBICORTI, A cross-country experimental study on consumers' subjective understanding and liking on front of-pack nutrition labels, *International Journal of Food Sciences and Nutrition*, 2021.

⁴⁶ M. O. CARRUBA, Front-of-pack (FOP) labelling systems to improve the quality of nutrition information to prevent obesity: NutrInform Battery vs Nutri-Score,

La portata educativa verso consumi più salutarì resta a livello di “nudge” quasi subliminale.

Infine, come da sempre⁴⁷, ogni sistema italiano esclude dal suo campo di applicazione le DOP, IGP e STG, in quanto (secondo il governo italiano) l'apposizione di un logo di natura nutrizionale a fianco dei marchi DOP, IGP e STG farebbe perdere agli stessi la loro distintività agli occhi del consumatore avveduto⁴⁸.

7. Un modello per il consumatore “ignorante”.

Questi modelli hanno un punto in comune: la teoria del *Nudge*⁴⁹.

Teorizzata da ricercatori americani, si basa sul presupposto che una “spinta gentile” (“*nudge*” in inglese) permetta all'individuo di fare la “buon scelta” senza costrizione né sanzioni in caso di cattiva scelta.

È vero infatti che modelli proibizionisti e sanzionatori spesso incitano a comportamenti contrari al fine ricercato, ma è altrettanto vero che si tratta di modelli di paternalismo liberale che trovano i loro limiti nella complessità del problema che cercano di ridurre ai suoi minimi termini.

Un regime alimentare equilibrato e sano non consta della sola scelta di alimenti identificati rispetto a tre o quattro componenti nutrizionali, sebbene tra i più importanti⁵⁰.

Eat Weight Disord., 2021 Oct 19, doi: 10.1007/s40519-021-01316-z.

⁴⁷ Cf. i decreti ministeriali sull'origine di pasta, latte, riso etc.

⁴⁸ D. BIANCHI, *La politica europea di qualità dei prodotti agroalimentari o della sofisticazione regolamentare. Riflessioni sull'origine dei prodotti e sulla semplificazione dei regimi di qualità*, in *La tutela dell'origine dei prodotti alimentari in Italia, nell'Unione europea e nel commercio internazionale*, atti del Convegno, Alessandria, 21-22 maggio 2015, a cura di A. GERMANÒ e V. RUBINO, Milano, Giuffrè, 2016, p. 53-74.

⁴⁹ R. THALER, C. SUNSTEIN, *Nudge: La spinta gentile*, Milano, Feltrinelli, 2009; P. G. HANSEN, *The Definition of Nudge and Libertarian Paternalism: Does the Hand Fit the Glove?*, *European Journal of Risk Regulation*, Volume 7, Issue 1, March 2016, pp. 155-174.

⁵⁰ Organizzazione Mondiale della Salute (OMS), *www.who.int*.

Questi modelli hanno infatti un altro punto in comune. Si riferiscono tutti ad una nozione di consumatore “ignorante”⁵¹, lungi dalla nozione di “consumatore medio, normalmente informato e ragionevolmente attento ed avveduto” della giurisprudenza della Corte di giustizia.

Partono, infatti, tutti dal presupposto che il consumatore sia incapace di leggere il contenuto calorico, proteico, la presenza di grassi saturi e zuccheri aggiunti pertanto indicati nella lista degli ingredienti, in ordine decrescente e spesso con quantitativi o percentuali.

Si basano ugualmente sul fatto che il consumatore creda ciecamente ai messaggi, subliminali e non, che il produttore mette in etichetta: “prodotto artigianale”, “secondo la ricetta della nonna”, “fatto in casa”, “arricchito in”, “aggiunto”⁵².

Il legislatore gli fornisce allora uno strumento, un colore verde o nero, una batteria che si riempie, per persuaderlo, come il cane pavloviano, a fare la buona scelta.

I sistemi alternativi sfortunatamente non rispondono al bisogno di informazione semplice e diretta di qualsiasi consumatore⁵³. Tutt'al più si tratta di operazioni di marketing, e non di informazione, a cui un legislatore in contropiede⁵⁴ cerca di porre freni e limiti.

⁵¹ A. DI LAURO, Nuove regole per le informazioni sui prodotti alimentari e nuovi analfabetismi. La costruzione di una “responsabilità del consumatore”, *Rivista di Diritto Agrario*, n°2 giugno 2012, p. 321.

⁵² Vedasi il rapporto dell'organizzazione europea dei consumatori (BEUC), *Food labels can fool you: BEUC publishes EU snapshot*, giugno 2018, disponibile su www.beuc.eu

⁵³ R. MCGILL, Are interventions to promote healthy eating equally effective for all? Systematic review of socioeconomic inequalities in impact, *BMC Public Health*, 2015, vol. 15, p. 457; G. SPOTO, Tutela del consumatore, etichette a semaforo, e informazioni “negative”, in *Rivista di Diritto Alimentare*, 2018, fasc. 2, p. 14.

⁵⁴ M. FRIANT-PERROT, A. GARDE, A. CHANSAY, Regulating Food Marketing: France as a Disappointing Example, *European Journal of Risk Regulation*, 8(2), 2017, p. 326.

La facoltatività dei modelli vanifica l'intento di fornire un sistema di comparazione con migliaia di prodotti che non recheranno l'indicazione. Inoltre, se, come sembra, i fabbricanti potranno applicare i sistemi in funzione delle porzioni, sembra chiaro che raccomanderanno la porzione che fornisca loro il risultato meglio spendibile poco importa quella contenuta realmente nella confezione che il consumatore avveduto si guarderà certamente dal consumare integralmente.

Un altro aspetto negativo è dato dal fatto che il colore o il livello non è un indicatore né della qualità di un prodotto (che naturalmente non dipende dalla presenza di sale, zuccheri o grassi) né della sua natura «industriale» o «artigianale» (che dipende dalla presenza o meno di OGM, additivi, aromi o procedimenti industriali).

In realtà si tratta di un modo più consono per promuovere i prodotti industriali, nei quali, a differenza dei prodotti mono ingrediente, si possono dosare i numerosi componenti della formulazione o sostituirli con ingredienti chimici.

Un sistema efficace, trasparente ed educativo dovrebbe invece puntare al riconoscimento dei prodotti privi di ingredienti non naturali (additivi e aromi artificiali⁵⁵ in primo luogo) e che non sono stati sottoposti a processi altamente industriali.

Le etichette a semaforo rischiano di trasformarsi in un *boomerang* per i consumatori fornendo informazioni parziali e potenzialmente ingannevoli. Tali sistemi non consentono l'identificazione di "buoni" o "cattivi" alimenti⁵⁶.

⁵⁵ I. TRAPÈ, P. LATTANZI, *Food Additives and Contaminants*, in L. COSTATO, F. ALBISINNI (eds.), *European and Global Food law*, Padova, CEDAM 2018, p. 634.

⁵⁶ L'esempio più eloquente è quello del latte che non sarà contrassegnato dal bollino verde a causa della presenza di grassi animali mentre molte bevande con dolcificante ricevono il bollino verde perché hanno un contenuto calorico limitato. La stessa cosa accade per un prosciutto o un insaccato (arancione/rosso) e un cibo precotto: quest'ultimo potrà essere verde perché l'industriale sarà in misura di manipolare la formulazione sottraendo grassi, calorie e zuccheri ma aggiungendo aromi, conservanti e facendo subire al prodotto trattamenti per imitare il

Il risultato è che agli occhi del consumatore, taluni alimenti appariranno migliore di altri sulla base di criteri che solo sfiorano i problemi nutrizionali e di salute usando il colore come spauracchio visto che il rosso viene percepito dal consumatore come negativo per la salute in senso assoluto⁵⁷.

Inoltre tali sistemi non tengono conto delle quantità e della frequenza giornaliera (o se lo fanno, lo fanno in rispetto a porzioni non standardizzate).

Di conseguenza c'è il rischio che alimenti con scarsa quantità di grassi vengano interpretati come salutari nonostante siano privi di vitamine o di altri composti necessari ad un'alimentazione equilibrata. Il modello a batteria non risolve il problema, anzi, confonderebbe ancor più il consumatore perché gli trasmette il messaggio, contro-intuitivo, che è meglio una pila “scarica” di una “piena”.

Come sottolineato in dottrina, si prestano pure a critiche dal punto di vista della conformità col diritto dell'Unione⁵⁸.

Vi è il rischio che siano considerati come misure protezionistiche con effetti distorsivi a livello intra-unione e con rischio di doglianze in sede di OMC per quanto riguarda gli scambi internazionali. Un primo caso di incompatibilità è stato sancito da un tribunale tedesco⁵⁹ che ha rilevato criticità sia nei confronti della legisla-

cibo illustrato in confezione. Un altro esempio: l'olio extravergine di oliva, caposaldo, per i suoi benefici, della dieta mediterranea, non avrà il colore verde dei prodotti “light” dell'industria alimentare. D. BIANCHI, *In etichetta...*, op. cit, p. 16.

⁵⁷ L. BAIRATI, Lire ou regarder? Les couleurs dans l'étiquetage alimentaire et l'information du consommateur, in *Contrats-Concurrence-Consommation*, n. 10, 2019, pp. 1-6.

⁵⁸ P. BORGHI, op cit, *supra*; V. PULLINI, op. ult. cit., P. VERGANO, I. CARREÑO, R. COHEN-ZARDI, Developments of front-of-pack nutritional labelling in Germany: Courts prohibits use of Nutri-score label by iglo, *Trade Perspective*, issue n°10, 17 maggio 2019.

⁵⁹ Vedasi il documento pubblicato sul sito internet http://www.fratinivergano.eu/en/issue-number-10-17-may-2019/#_Developments_on_front-of-pack. La sentenza é oggetto di appello.

zione sulle indicazioni nutrizionali sia delle prove scientifiche a fondamento dell'applicazione dell'articolo 35 del regolamento FIC. L'Autorità garante della Concorrenza e del mercato italiana ha avviato un'istruttoria sul *Nutriscore* e sull'app *Yuka* in ragione del rischio che tali sistemi inducano il consumatore ad attribuire proprietà salutistiche ai prodotti con punteggi o colori favorevoli in assenza di chiarezza circa i fondamenti di tali attribuzioni⁶⁰.

Resto del parere che il consumatore debba ricevere informazioni corrette e non essere vittima di modelli che si rivelano essere pure operazioni di *marketing*. Per farlo uscire dallo stato di ignoranza occorre allora fornirgli le informazioni utili per la sua salute e protezione senza ricorrere ad artifici paternalistici.

Ad esempio, invece di fare riferimento ai profili nutrizionali che possono essere manipolati o creati artificialmente da processi industriali e che non hanno alcun nesso con la qualità di un prodotto, sarebbe molto più facile distinguere, sull'etichetta, in tre categorie e tre colori⁶¹, i seguenti prodotti:

- tradizionali o naturali, in colore verde, (per gli alimenti senza conservanti o additivi o OGM, zuccheri o vitamine aggiunti né qualsiasi trattamento – come la sostituzione di componenti o di un ingrediente, l'iniezione di acqua, ecc. – a parte la semplice miscela degli ingredienti, la loro cottura o congelamento),
- trasformati, in colore giallo (per gli alimenti contenenti additivi o aromi o coloranti o aventi subito un qualsiasi processo industriale)
- ultra-trasformati, in rosso, (per gli alimenti contenenti più di 5 additivi, conservanti, incluso qualsiasi processo industriale).

Tale proposta ha il vantaggio di fornire un'etichettatura semplice e che sia veramente utile in quanto incentiverebbe il consu-

⁶⁰ Vedasi comunicato stampa del 22 novembre 2021, www.agcm.it

⁶¹ Ispirato dal modello NOVA che classifica gli alimenti in quattro categorie basandosi sul loro grado di trasformazione: alimenti freschi, gli ingredienti culinari, gli alimenti trasformati e gli ultra-trasformati. C. A. MONTEIRO, NOVA. The star shines bright, *World Nutrition*, January-March 2016, 7, pp. 28-38.

matore a utilizzare prodotti di base e pertanto a riscoprire i principi della buona cucina e del mangiare sano. L'industria alimentare, nella sua corsa sfrenata al profitto, ha perso di vista tali principi: la buona cucina è stata relegata a emissioni televisive, il mangiare sano a manipolazioni di laboratorio e ad un'etichettatura allusiva (“*light*”, “zero” e il “verde” dei semafori).

8. L'alimentazione nella strategia “*Dal produttore al consumatore*” e nella futura PAC.

Dopo diverse riunioni preparatorie⁶², la Commissione ha presentato il 20 maggio 2020⁶³, la relazione sull'uso di forme di espressione e presentazione supplementari che avrebbe dovuto presentare entro il 13 dicembre 2017⁶⁴.

Gli studi⁶⁵ esaminati confermano il potenziale dei vari sistemi volontari nell'orientare i consumatori verso scelte alimentari salutari e la loro relativa utilità. Tuttavia non esistono prove su un impatto sulla dieta e sulla salute dei consumatori.

Ciò che è certo è l'impatto sulla riformulazione degli alimenti, possibile solamente per i prodotti trasformati industriali e non per altri prodotti agroalimentari difficilmente riformulabili a causa della composizione (mono-ingrediente o pochi ingredienti) e delle caratteristiche tradizionali. L'utilità per il consumatore è dunque relativa visto che la riformulazione implica l'uso di altri additivi,

⁶² Commissione europea, https://ec.europa.eu/food/expert-groups/ag-ap/adv-grp_fchaph/

⁶³ Relazione della Commissione al Parlamento europeo e al Consiglio *sull'uso di forme di espressione e presentazione supplementari della dichiarazione nutrizionale*, Bruxelles, 20 maggio 2020, COM (2020) 207 final.

⁶⁴ Vedasi articolo 35 paragrafo 5 del regolamento FIC. Il ritardo è dovuto alla mancanza di informazioni e al carattere recente dell'esperienza francese.

⁶⁵ Joint Research Centre, “*Front-of-pack nutrition labelling schemes: a comprehensive review Authors*”, Luxembourg, Publications Office of the European Union, 2020, doi:10.2760/180167, JRC113586.

aromi o processi per rientrare nei criteri quantitativi dell'algoritmo del modello informativo.

Secondo la relazione, gli esperti di molti Stati membri dell'Unione e i portatori di interessi preferirebbero un sistema comune armonizzato in quanto la compresenza di una varietà di sistemi FOP sul mercato dell'UE può portare alla frammentazione del mercato e disorientare il consumatore. Sulla base di questi elementi la Commissione ha annunciato di preparare a tempo debito una proposta legislativa in linea con gli obiettivi della strategia "Dal produttore al consumatore"⁶⁶ nell'ambito del *Green Deal*⁶⁷.

Il tutto si è sovrapposto ai negoziati dell'ennesima riforma della PAC⁶⁸ il cui cantiere avrebbe potuto essere l'occasione per fare dell'alimentazione un caposaldo della politica agricola comune.

Uso il condizionale passato perché le premesse e le promesse non sono state mantenute. Intitolata "Il futuro dell'alimentazione e dell'agricoltura"⁶⁹, tutto lasciava sperare che l'alimentazione finalmente avrebbe avuto il posto di primo piano in quella che può definirsi la "primadonna" tra le politiche europee. Una delusione. Come fu una delusione, da questo punto di vista, la comunicazione che aveva preceduto la revisione della PAC del 2011. Anch'essa nel titolo menzionava l'alimentazione⁷⁰. Di fatti i testi legislativi che seguirono non trattarono per nulla il tema se non in misura limitata nel vasto menu dello sviluppo rurale.

⁶⁶ Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale e al Comitato delle regioni, *Una strategia "Dal produttore al consumatore" per un sistema alimentare equo, sano e rispettoso dell'ambiente*, 20 maggio 2020, COM/2020/381 final.

⁶⁷ https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_it.

⁶⁸ Sulle riforme della PAC, mi permetto di fare rinvio a D. BIANCHI, *La politique agricole commune, PAC*, 2e éd. Bruxelles, Bruylant, 2012, XII-646 p. e alla bibliografia ivi citata.

⁶⁹ Comunicazione della Commissione, *Il futuro dell'alimentazione e dell'agricoltura*, Bruxelles, 29.11.2017 COM(2017) 713 final.

⁷⁰ Comunicazione della Commissione, *La PAC à l'horizon 2020 : alimentation, ressources naturelles et territoire – relever les défis de l'avenir*, COM (2010) 672/5

Nella Comunicazione del 2017, l'alimentazione figura in bella vista nel titolo, precedendo l'agricoltura. Peccato che assomigli ad un'operazione di *marketing*: come nella denominazione di un alimento, la cui lista degli ingredienti e il contenuto tradiscono l'assenza di...contenuti. All'alimentazione è consacrata poco più di una paginetta sulle 30 della comunicazione, in cui si lista ciò che già la PAC fa per la salute, il benessere animale, i regimi per la distribuzione di frutta e latte nelle scuole etc.

Il Consiglio dei ministri dell'agricoltura e il Parlamento europeo hanno trovato un compromesso sulla riforma della PAC nel giugno 2021⁷¹ la cui applicazione è stata rinviata al 2023⁷².

In un documento che accompagnava il *Green Deal*⁷³ già si anticipava che la PAC è non solo compatibile col Patto verde ma ha pure il potenziale per permetterne la riuscita, via l'elenco degli obiettivi previsti (tra i quali quello di rispondere alle esigenze sociali su cibo e salute⁷⁴) e delle misure già esistenti. Il legislatore agricolo sembra voler delegare l'obiettivo di realizzare un sistema alimentare sostenibile, che è il fulcro della strategia *Farm to Fork*, da un lato, agli stati membri (che saranno i responsabili dell'elaborazione dei piani strategici nazionali di applicazione della PAC e dell'obiettivo sopraindicato), e, d'altro lato, ai testi di applicazione della strategia stessa, la cui adozione è prevista per il 2023.

Non si vede come politicamente il legislatore vorrà riaprire la riforma della PAC che entrerà in vigore a quella stessa data.

Ancora una volta non si può che constatare l'ennesimo appuntamento mancato per una politica agricola che non è più il laboratorio di innovazioni istituzionali e regolamentari come fu in passato⁷⁵.

⁷¹ <https://www.consilium.europa.eu/it/policies/cap-future-2020/>

⁷² COM (2019) 581 final, 31 ottobre 2019.

⁷³ *Analysis of links between CAP Reform and Green Deal*, SWD (2020) 93. Per un primo commento, vedasi D. GADBIN, *Le Pacte vert, chance ou menace pour la PAC?*, *Revue Droit Rural*, n°486, oct. 2020, pp. 18-22; L. BODIGUEL, *La réforme de la PAC au prisme de ses éventuelles dérives*, *Revue Droit Rural*, 2020, alerte 69.

⁷⁴ V. Art. 6.1.i) del progetto di regolamento (COM (2018)392/3).

⁷⁵ Nello stesso senso cf. D. GADBIN, *La procéduralisation, symptôme d'un déclas-*

La vera strategia alimentare si gioca in effetti nell'ambito del *Green Deal*, nei cui testi legislativi e documenti programmatici si trova più alimentazione, più sviluppo sostenibile, più agricoltura innovante che nei testi della PAC stessa.

9. Conclusioni.

Di fronte al fiorire di iniziative nazionali la cui compatibilità col diritto dell'Unione rischia di essere messa alla prova, l'intervento del legislatore europeo è più che appropriato.

Tale intervento pare più che giustificato se si parte da considerazioni di salute pubblica. L'obesità, il diabete, le malattie cardiovascolari sono problemi che non conoscono frontiere.

Secondo recenti studi dell'Organizzazione Mondiale della Sanità, l'Europa dovrà affrontare una crisi di obesità di vaste proporzioni entro il 2030, con molti paesi a rischio di vedere ben oltre la metà degli adulti superare il limite normale di peso. Il legislatore europeo non può accontentarsi di fare delle semplici raccomandazioni o restare spettatore delle variegate iniziative nazionali.

Al loro livello, gli Stati membri non possono fare molto per cambiare la situazione. In primo luogo non sono in grado di imporre un'etichettatura nutrizionale obbligatoria.

In secondo luogo, l'etichettatura nutrizionale complementare, come abbiamo visto, non risponde che parzialmente ai bisogni di un consumatore "non avvertito" cui fornisce un'informazione parziale se non distorta. Delegare ai piani nazionali agricoli tale compito pare non solo riduttivo, ma illusorio. Un problema europeo non può essere risolto con 27 ottiche distinte spesso condizionate da disponibilità finanziarie nazionali e dal diverso peso del settore agro-alimentare nei vari paesi.

sement de la PAC?, in F. MICHEA, *La procéduralisation du droit de l'Union européenne*, Presses Universitaires de Rennes, in corso di pubblicazione.

Nella strategia “*Dal produttore al consumatore*” la Commissione ha indicato di voler fornire ai consumatori informazioni chiare che rendano loro più semplice scegliere regimi alimentari sani e sostenibili a tutto vantaggio della loro salute, della loro qualità della vita e dei costi sanitari.

L’EFSA ha lanciato una consultazione pubblica che dovrà permettere di dare gli ultimi ritocchi al parere finale previsto per marzo 2022⁷⁶.

Nel mandato ricevuto dalla Commissione è già stato chiarito che non dovrà pronunciarsi su profili nutrizionali naturali o frutto di processi industriali, né su specifiche diete (come quella mediterranea) ma su gruppi di cibi.

L’EFSA non svilupperà inoltre né selezionerà un particolare modello di profili nutrizionali né si esprimerà sugli attuali modelli già in uso. Tutto ciò spetta al legislatore.

In attesa delle proposte legislative⁷⁷ e soprattutto dell’analisi d’impatto che permetterà di giustificare le misure armonizzate, non resta che ricordare alcuni capisaldi su cui tali misure dovranno fondarsi a tutela del consumatore.

Il segreto è nell’equilibrio: non mangiare che dei prodotti con il codice “buono” non consentirà mai di avere un’alimentazione equilibrata. Le indicazioni devono mirare ad assicurare questo equilibrio.

Lasciano perplesso il giurista le affermazioni che un singolo alimento possa essere equilibrato o contribuire da solo alla salute del consumatore⁷⁸.

L’equilibrio si ottiene, come insegnano i principi della nutri-

⁷⁶ Disponibile su <https://connect.efsa.europa.eu>.

⁷⁷ In principio previste per fine 2022 ma col rischio di ritardi dovuti alla posticipazione dell’entrata in vigore della riforma della PAC

⁷⁸ Interessante notare come il Consiglio nelle sue conclusioni sulla strategia ha affermato a diverse riprese che tutto l’esercizio deve essere scientificamente fondato. Cf. Conclusioni del Consiglio sulla strategia “Dal produttore al consumatore” – Conclusioni del Consiglio (19 ottobre 2020) doc. n° 12099/20.

zione⁷⁹, nella giusta dose di proteine, carboidrati, glucidi e lipidi seguendo una dieta bilanciata nei pasti e variata negli alimenti e non rispettando un codice cromatico applicato a prodotti individuali artificialmente manipolati.

Bisogna tornare ai capisaldi. Che cosa è un alimento?

Se ci si limita alla definizione, la si può riassumere dicendo che è qualsiasi cosa suscettibile di essere ingerita dall'uomo⁸⁰.

Sulla scorta di tale definizione, priva di qualsiasi riferimento qualitativo, si legittima l'attività dell'industria alimentare.

Non si parla più di ricetta di un cibo ma di formulazione. Mentre la vera battaglia del consumatore europeo è un'altra: riprendere il possesso del cibo. Con equilibrio!

L'equilibrio può essere acquisito con l'educazione. L'educazione passa attraverso una corretta informazione.

Per questi motivi, il consumatore dovrebbe esigere dall'Europa di essere in grado di distinguere gli ingredienti «naturali» (quelli che si deve aspettare siano presenti nell'alimento di base per tradizione o semplice logica) da quelli «industriali» o più propriamente «artificiali»⁸¹.

Il legislatore europeo si è fissato l'obiettivo di fornire informazioni sugli alimenti che garantiscano un livello elevato di protezione della salute e degli interessi dei consumatori, permettendo ai consumatori finali di effettuare delle scelte consapevoli e di utilizzare gli alimenti in modo sicuro, nel rispetto in particolare di considerazioni sanitarie, economiche, ambientali, sociali ed etiche⁸².

«Smettiamo di mangiare della merda!», intitolava uno dei suoi

⁷⁹ <https://www.who.int/teams/nutrition-and-food-safety>.

⁸⁰ Per «alimento» (o «prodotto alimentare», o «derrata alimentare») si intende «qualsiasi sostanza o prodotto trasformato, parzialmente trasformato o non trasformato, destinato ad essere ingerito, o di cui si prevede ragionevolmente che possa essere ingerito, da esseri umani» [Articolo 2 del regolamento n° 178/2002.]

⁸¹ Vedasi *supra* il paragrafo 7 e D. BIANCHI, *In etichetta...*, *op. cit.* p. 14.

⁸² V. Art. 3 §1 del Reg. 1169/2011, già cit.

libri⁸³ quel grande difensore della cucina buona e sana che era il francese *Jean-Pierre Coffe*, scomparso recentemente. L'etichettatura dovrebbe permettere di riconoscere parte di questo «sottoprodotto» prima che finisca dal nostro piatto nel nostro stomaco.

Daniele Bianchi*

ABSTRACT:

Nel mezzo di menzioni e indicazioni che invadono ogni angolo dell'imballaggio dei prodotti alimentari, nella selva oscura del puro marketing, arduo è per il consumatore di separare il buon grano dalla zizzania. Dietro la spinta di associazioni di consumatori, in diversi paesi, europei e non, si sperimentano strumenti complementari di informazione nutrizionale del consumatore.

Mangiare sano non può essere solo l'appannaggio di una classe sociale agiata, ma deve essere un diritto per ogni cittadino informato e consapevole del proprio ruolo di consumatore. Leggendo l'etichetta, un consumatore dovrebbe poter essere in grado di scegliere di acquistare prodotti alimentari autentici, per nutrire corpo e mente, e non prodotti artificiali, miscele di aromi e additivi chimici, di zuccheri o dolcificanti, che, come la maggior parte dei prodotti trasformati o le bevande analcoliche, non hanno altro effetto che quello di riempire il corpo e illudere la mente.

L'autore esamina vantaggi e svantaggi dell'esperienza britannica, francese, cilena e italiana, prima di avanzare una proposta alternativa e di vedere, se, nel futuro della Politica agricola comune et della strategia Green Deal, ci sarà infine spazio per una politica dell'alimentazione.

EN:

⁸³ J. P. COFFE, *Arrêtons de manger de la merde!*, Paris, Flammarion, 2013.

* Le opinioni espresse sono proprie all'autore e non possono essere ricondotte alle istituzioni per cui lavora o di cui fa parte.

Red light for alternative nutrition information on the label. In the midst of mentions and indications that invade every corner of the packaging of food products, in the dark forest of pure marketing, it is difficult for the consumer to separate the good wheat from the dandelion. Behind the push of consumers associations, in various European and non-European countries, complementary tools for consumer nutritional information are being tested.

Eating healthy cannot only be the prerogative of a wealthy social class, but must be a right for every citizen who is informed and aware of his role as a consumer. By reading the label, a consumer should be able to choose to buy authentic food products, to nourish the body and mind, and not artificial products, mixtures of flavourings and chemical additives, sugars or sweeteners, which, like most processed products or soft drinks have no other effect than to fill the body and delude the mind.

The author examines the advantages and disadvantages of the British, French, Chilean and Italian experiences, before making an alternative proposal and seeing if, in the future of the Common Agricultural Policy and in the Green Deal, there will be finally room for a food policy.

PAROLE CHIAVE:

PAC – informazioni nutrizionali – etichettatura degli alimenti – alimentazione – tabella nutrizionale – Nutriscore – Nutrinform Battery – diritto alimentare

CAP – nutritional information – food labelling – food – nutrition facts – Nutriscore – Nutrinform Battery – food law.

L'OPPOSIZIONE A SANZIONI AMMINISTRATIVE IN MATERIA DI DOP E IGP: LA CONTROVERSA QUESTIONE DEL GIUDICE COMPETENTE

Sommario: **1.** *Considerazioni introduttive.* – **1.1.** *Cenni preliminari sulla disciplina a tutela delle DOP e IGP.* – **1.2.** *Il procedimento sanzionatorio amministrativo.* – **2.** *L'opposizione ad ordinanza-ingiunzione: le controverse norme sul giudice competente.* – **2.1.** *Il regime delle opposizioni ad ordinanza-ingiunzione.* – **2.2.** *Il regime delle controversie in materia di proprietà industriale.* – **2.3.** *Il problema interpretativo per l'individuazione del giudice.* – **3.** *Gli orientamenti della giurisprudenza.* – **3.1.** *L'interpretazione a favore dell'art. 134 dlvo n. 30/2005.* – **3.2.** *L'interpretazione a favore dell'art. 6 dlvo n. 150/2011.* – **4.** *Conclusioni.*

1. Considerazioni introduttive.

1.1. Cenni preliminari sulla disciplina a tutela delle DOP e IGP.

Le denominazioni di origine protette (DOP) e le indicazioni geografiche protette (IGP) relative ai prodotti agricoli ed alimentari – come noto – sono oggetto di una disciplina armonizzata a livello dell'Unione europea, la quale, oltre a fornire la definizione giuridica di tali istituti, delinea un quadro comune per le procedure di registrazione, i livelli di tutela dei nomi ed il sistema dei controlli.

Per la precisione, attualmente coesistono tre diversi regimi unionali concernenti tali indicazioni: uno di portata generale, incardinato nel regolamento (UE) n. 1151/2012¹ (nell'ambito del quale è recentemente confluita anche la protezione dei prodotti vi-

¹ Regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 21 novembre 2012, sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari, in *GUUE* n. L 343/1 del 14 dicembre 2012, p. 1.

tivinicoli aromatizzati²) e due regimi settoriali dedicati, rispettivamente, ai prodotti vitivinicoli³ ed alle bevande spiritose⁴.

² Per effetto del regolamento (UE) n. 2021/2117 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 2 dicembre 2021, che modifica i regolamenti (UE) n. 1308/2013 recante organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli, (UE) n. 1151/2012 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari, (UE) n. 251/2014 concernente la definizione, la designazione, la presentazione, l'etichettatura e la protezione delle indicazioni geografiche dei prodotti vitivinicoli aromatizzati e (UE) n. 228/2013 recante misure specifiche nel settore dell'agricoltura a favore delle regioni ultraperiferiche dell'Unione, in *GUUE* n. L 435 del 6 dicembre 2021, p. 262; in precedenza, le Indicazioni geografiche dei prodotti vitivinicoli aromatizzati erano soggette ad un regime separato, istituito dal regolamento (UE) n. 251/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 26 febbraio 2014, concernente la definizione, la designazione, la presentazione, l'etichettatura e la protezione delle indicazioni geografiche dei prodotti vitivinicoli aromatizzati e che abroga il regolamento (CEE) n. 1601/91 del Consiglio, in *GUUE* n. L 084 del 20 marzo 2014, p. 14.

³ Il riferimento normativo principale per il settore è il regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, recante organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli e che abroga i regolamenti (CEE) n. 922/72, (CEE) n. 234/79, (CE) n. 1037/2001 e (CE) n. 1234/2007 del Consiglio, in *Gu-Ue* n. L 347 del 20 dicembre 2013, p. 671, oltre al quale possono menzionarsi il regolamento delegato (UE) n. 2019/33 della Commissione, del 17 ottobre 2018, che integra il regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda le domande di protezione delle denominazioni di origine, delle indicazioni geografiche e delle menzioni tradizionali nel settore vitivinicolo, la procedura di opposizione, le restrizioni dell'uso, le modifiche del disciplinare di produzione, la cancellazione della protezione nonché l'etichettatura e la presentazione, in *GUUE* n. L 9, dell'11 gennaio 2019, p. 2, ed il regolamento di esecuzione (UE) 2019/34 della Commissione, del 17 ottobre 2018, recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda le domande di protezione delle denominazioni di origine, delle indicazioni geografiche e delle menzioni tradizionali nel settore vitivinicolo, la procedura di opposizione, le modifiche del disciplinare di produzione, il registro dei nomi protetti, la cancellazione della protezione nonché l'uso dei simboli, e del regolamento (UE) n. 1306/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda un idoneo sistema di controlli, in *GUUE* n. L 9, dell'11 gennaio 2019, p. 46.

⁴ V. il regolamento (UE) n. 2019/787 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 aprile 2019, relativo alla definizione, alla designazione, alla presentazione e all'etichettatura delle bevande spiritose, all'uso delle denominazioni di bevande

Nell'ambito di tutti i predetti sistemi normativi, il compito di assicurare la protezione dei nomi registrati viene affidato ai singoli Stati membri, i quali «adottano misure amministrative e giudiziarie adeguate per prevenire o far cessare l'uso illecito delle denominazioni di origine protette e delle indicazioni geografiche protette ... prodotte o commercializzate in tale Stato membro»⁵.

A tal fine, nell'ordinamento italiano è previsto un “doppio binario” sanzionatorio, che affianca responsabilità di natura penalistica, riconducibili per la gran parte alle fattispecie del codice penale⁶, ed illeciti di carattere amministrativo puniti con sanzione pecuniaria, individuati dal decreto legislativo n. 297/2004 (per le violazioni del regolamento n. 1151/2012) e dalla legge n. 238/2016 (per le violazioni nel settore vitivinicolo)⁷.

spiritose nella presentazione e nell'etichettatura di altri prodotti alimentari, nonché alla protezione delle indicazioni geografiche delle bevande spiritose e all'uso dell'alcole etilico e di distillati di origine agricola nelle bevande alcoliche, e che abroga il regolamento (CE) n. 110/2008, in *GUUE* n. L 130 del 17 maggio 2019, p. 1.

⁵ Così l'art. 13, par. 3 del regolamento (UE) n. 1151/2012; in senso analogo, cfr. l'art. 16 del regolamento di esecuzione (UE) 2019/34 per i prodotti vitivinicoli e l'art. 39, par. 2 del regolamento (UE) n. 2019/787 per le bevande spiritose (nonché, in precedenza, l'art. 20, par. 4 del regolamento (UE) n. 251/2014, recentemente abrogato dal regolamento (UE) n. 2021/2117).

⁶ Tra le figure di reato più rilevanti è possibile richiamare, oltre all'art. 517-*quater* c.p. (contraffazione di indicazioni geografiche o denominazioni di origine dei prodotti agroalimentari), anche l'art. 515 c.p. (frode nell'esercizio del commercio), l'art. 516 c.p. (vendita di sostanze alimentari non genuine come genuine), l'art. 517 c.p. (vendita di prodotti industriali con segni mendaci) e l'art. 4, c. 49 l. 350/2003 (relativo alle false

o fallaci indicazioni di provenienza o di origine). Si ricorda peraltro che, dalla commissione degli illeciti previsti dal codice penale, può conseguire anche una responsabilità amministrativa degli enti, ai sensi dell'art. 25-*bis*.1 dlgs 231/2001.

⁷ Ad oggi non risultano, invece, ancora adottate in Italia specifiche sanzioni amministrative per la violazione delle disposizioni sulle indicazioni geografiche delle bevande spiritose; nell'attesa che tale lacuna venga colmata, ad avviso dello scrivente, dovrebbe potersi comunque fare riferimento, in via residuale, alle sanzioni stabilite dal dlgs n. 231/2017 per la violazione del regolamento (UE) n. 1169/2011 in materia di fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori,

1.2. Il procedimento sanzionatorio amministrativo.

Per quanto rileva nella presente sede, il procedimento per l'applicazione delle citate sanzioni amministrative trova la sua disciplina nella legge n. 689/1981⁸ e si conclude, qualora l'addebito venga ritenuto fondato, con l'adozione di un'ordinanza-ingiunzione che quantifica la somma dovuta per la violazione e ne ordina il pagamento.

I soggetti destinatari di tale ordinanza-ingiunzione hanno la possibilità di contestare l'atto sanzionatorio proponendo un'opposizione dinanzi all'autorità giudiziaria ordinaria (ossia, al giudice civile), con le modalità indicate dall'art. 22 della legge n. 689/1981 e dagli artt. 1, 2, e 6 del decreto legislativo n. 150/2011⁹.

L'opposizione – in estrema sintesi – viene presentata con ricorso dinanzi al giudice del luogo in cui è stata commessa la violazione, al fine di sottoporre a quest'ultimo la valutazione circa la fondatezza della pretesa sanzionatoria.

Il contenzioso instaurato dal ricorrente-opponente si svolge secondo una procedura speciale, modellata sul rito per le controversie individuali di lavoro (di cui agli artt. 413 e ss. c.p.c.) e caratterizzato, quindi, da una concentrazione delle attività processuali e da maggiori poteri di istruzione d'ufficio in capo al giudice.

In caso di accoglimento del ricorso, come precisato dall'art. 6, c. 12 dlgs n. 150/2011, il giudice può annullare, in tutto o in parte, l'ordinanza-ingiunzione oppure modificarne il contenuto, anche rideterminando l'importo della sanzione amministrativa inflitta.

con particolare riferimento agli artt. 3 e 16 del decreto, concernenti il mancato rispetto delle pratiche leali di informazione di cui all'articolo 7 del citato regolamento.

⁸ Legge 24 novembre 1981, n. 689, recante modifiche al sistema penale, in *GURI* n. 329 del 30 novembre 1981.

⁹ Decreto legislativo 1° settembre 2011, n. 150, recante disposizioni complementari al codice di procedura civile in materia di riduzione e semplificazione dei procedimenti civili di cognizione, ai sensi dell'articolo 54 della legge 18 giugno 2009, n. 69, in *GURI* n. 220 del 21 settembre 2011, p. 1.

2. L'opposizione ad ordinanza-ingiunzione: le controverse norme sul Giudice competente.

La disciplina sull'opposizione ad ordinanza-ingiunzione, stabilita dall'art. 6 dlgo n. 150/2011, prevede anche specifiche disposizioni sulla competenza a conoscere delle relative cause, che viene ripartita tra il Giudice di pace ed il Tribunale in composizione monocratica.

Nel caso gli illeciti amministrativi riguardino la materia delle DOP e IGP, tuttavia, l'individuazione del giudice a cui rivolgere la domanda di tutela presenta particolari margini di incertezza. Ciò, a causa dell'esistenza di ulteriori regole sulla competenza – che si discostano dai criteri del citato art. 6 – istituite dalla normativa sui diritti di proprietà industriale, contenuta nel decreto legislativo n. 30/2005¹⁰.

Per una migliore comprensione del problema, i due regimi normativi in contrasto verranno più dettagliatamente illustrati nei paragrafi successivi, limitatamente ai profili che assumono rilevanza ai fini del presente contributo.

2.1. Il regime delle opposizioni ad ordinanza-ingiunzione.

Secondo la normativa che regola le opposizioni ad ordinanza-ingiunzione, l'Ufficio giudiziario competente per tali cause deve identificarsi, in linea di principio, con il Giudice di pace, come indicato dall'art. 6, c. 3 dlgo n. 150/2011.

La disposizione contempla però due eccezioni: da un lato, sono fatte salve le eventuali diverse regole previste da altre disposizioni di legge¹¹ e, d'altro lato, sono comunque riservate al Tribunale le cause indicate dai successivi commi 4 e 5.

¹⁰ Decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30, recante il codice della proprietà industriale, a norma dell'articolo 15 della legge 12 dicembre 2002, n. 273, in *GURI* n. 52 del 4 marzo 2005, p. 5.

¹¹ Si ricorda, in particolare, che l'art. 22 l. n. 689/1981 sottrae al Giudice civile, riservandola al Giudice amministrativo, la cognizione su tutte le controversie elencate dall'art. 133 del dlgo n. 104/2010 (recante il Codice del processo amministrativo), tra cui – esemplificativamente – quelle in materia di urbanistica ed edilizia.

In particolare, le opposizioni devono essere presentate innanzi al Tribunale sia quando ricadono in alcune determinate materie elencate dal comma 4 – le quali non interessano la materia delle DOP e IGP¹² – sia nelle seguenti ulteriori ipotesi delineate dal comma 5:

- a) quando per la violazione sia prevista, dal testo normativo, una sanzione pecuniaria superiore nel massimo a 15.493 euro;
- b) quando, trattandosi di violazione punita dal Legislatore con sanzione pecuniaria proporzionale senza previsione di un limite massimo, sia stata in concreto applicata una sanzione superiore a 15.493 euro;
- c) qualora sia stata applicata una sanzione di natura diversa da quella pecuniaria, sola o congiunta a quest'ultima.

Inoltre, come già accennato in precedenza, le cause di opposizione vengono assoggettate ad uno speciale *iter* processuale che segue il modello del rito del lavoro. Una peculiarità del procedimento, per quanto qui rileva, sta nel fatto che non soltanto il Giudice di pace ma – secondo l'art. 50 *ter* c.p.c.¹³ – anche il Tribunale deve giudicare in composizione monocratica (in altri termini: l'organo giudicante è composto da una sola persona e non da un collegio).

2.2. Il regime delle controversie in materia di proprietà industriale.

Le indicazioni geografiche e le denominazioni di origine rientrano, inoltre, nella categoria dei diritti di proprietà industriale, con conseguente assoggettamento alla relativa disciplina stabilita, a livello nazionale, dal dlgs n. 30/2005.

¹² Secondo l'art. 6, c. 4, «l'opposizione si propone davanti al tribunale quando la sanzione è stata applicata per una violazione concernente disposizioni in materia: a) di tutela del lavoro, di igiene sui luoghi di lavoro e di prevenzione degli infortuni sul lavoro; b) di previdenza e assistenza obbligatoria; c) di tutela dell'ambiente dall'inquinamento, della flora, della fauna e delle aree protette; d) di igiene degli alimenti e delle bevande; e) valutaria; f) di antiriciclaggio».

¹³ Tale articolo sancisce infatti il principio per cui «fuori dei casi previsti dall'articolo 50 *bis*, il tribunale giudica in composizione monocratica».

L'art. 1 di tale testo normativo, infatti, sancisce chiaramente che «l'espressione proprietà industriale comprende marchi e altri segni distintivi, indicazioni geografiche, denominazioni d'origine (...)». Il successivo art. 29 precisa inoltre che «sono protette le indicazioni geografiche e le denominazioni di origine che identificano un paese, una regione o una località, quando siano adottate per designare un prodotto che ne è originario e le cui qualità, reputazione o caratteristiche sono dovute esclusivamente o essenzialmente all'ambiente geografico d'origine, comprensivo dei fattori naturali, umani e di tradizione».

Orbene, lo stesso dlgo n. 30/2005, agli artt. 120, c. 4 e 134, contempla speciali regole sulla competenza applicabili a tutti «i procedimenti giudiziari in materia di proprietà industriale e di concorrenza sleale, con esclusione delle sole fattispecie che non interferiscono, neppure indirettamente, con l'esercizio dei diritti di proprietà industriale (...) e in generale in materie che presentano ragioni di connessione, anche impropria, con quelle di competenza delle sezioni specializzate».

Le vertenze di cui sopra, in particolare, sono assegnate alle Sezioni specializzate in materia di impresa dei Tribunali, come individuate dal decreto legislativo n. 168/2003¹⁴. Attribuzione che viene, a sua volta, ribadita dall'art. 3 di quest'ultimo atto normativo, in base al quale «le sezioni specializzate sono competenti in materia di: a) controversie di cui all'articolo 134 del decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30 [nonché, NdR] per le cause e i procedimenti che presentano ragioni di connessione...».

Le Sezioni specializzate in materia di impresa (in precedenza denominate Sezioni specializzate per la proprietà industriale ed intellettuale) sono istituite esclusivamente presso gli Uffici giudiziari aventi sede nei capoluoghi regionali (salvo Aosta), nonché a Bre-

¹⁴ Decreto legislativo 27 giugno 2003, n. 168, recante istituzione di Sezioni specializzate in materia di proprietà industriale ed intellettuale presso tribunali e corti d'appello, a norma dell'articolo 16 della legge 12 dicembre 2002, n. 273, in Guri n. 159 del 11 luglio 2003, p. 14.

scia, Bolzano e Catania (art. 1) e sono composte da magistrati dotati di «specifiche competenze» nel settore (art. 2).

Inoltre, in forza del disposto dell'art. 50 *bis* c.p.c., giudicano in composizione collegiale¹⁵ (diversamente dal Tribunale chiamato a decidere secondo il rito del lavoro sulle opposizioni ad ordinanza-ingiunzione, che come già riferito dovrebbe decidere in composizione monocratica).

Ciascuna Sezione specializzata – secondo l'art. 4 – è competente per tutte le cause che, secondo gli ordinari criteri di ripartizione, spetterebbero agli Uffici giudiziari situati nel territorio della propria Regione (o nel territorio del proprio distretto di Corte d'appello, quando si tratti delle Sezioni specializzate di Brescia, Bolzano e Catania).

2.3. Il problema interpretativo per l'individuazione del Giudice.

Stando a quanto esposto in precedenza, il punto problematico dell'interpretazione normativa consiste nello stabilire se i giudizi di opposizione, qualora abbiano ad oggetto violazioni delle norme in materia

¹⁵ Si riporta di seguito il testo dell'art. 50 *bis* c.p.c.: «Il Tribunale giudica in composizione collegiale: 1) nelle cause nelle quali è obbligatorio l'intervento del pubblico ministero, salvo che sia altrimenti disposto; 2) nelle cause di opposizione, impugnazione, revocazione e in quelle conseguenti a dichiarazioni tardive di crediti di cui al regio decreto 16 marzo 1942, n. 267 e alle altre leggi speciali disciplinanti la liquidazione coatta amministrativa; 3) nelle cause devolute alle sezioni specializzate; 4) nelle cause di omologazione del concordato fallimentare e del concordato preventivo; 5) nelle cause di impugnazione delle deliberazioni dell'assemblea e del consiglio di amministrazione, nonché nelle cause di responsabilità da chiunque promosse contro gli organi amministrativi e di controllo, i direttori generali e i liquidatori delle società, delle mutue assicuratrici e società cooperative, delle associazioni in partecipazione e dei consorzi; 6) nelle cause di impugnazione dei testamenti e di riduzione per lesione di legittima; 7) nelle cause di cui alla legge 13 aprile 1988, n. 117; 7-bis) nelle cause di cui all'articolo 140-*bis* del codice del consumo, di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206. Il Tribunale giudica altresì in composizione collegiale nei procedimenti in camera di consiglio disciplinati dagli articoli 737 e seguenti, salvo che sia altrimenti disposto».

di DOP e IGP, siano anch'essi da ricondurre alle «controversie in materia di proprietà industriale» (o «in materie che presentano ragioni di connessione») cui fa riferimento l'art. 134 del dlgs 30/2005.

Una risposta affermativa, infatti, determinerebbe la devoluzione delle relative cause alle Sezioni specializzate del Tribunale (pur con la necessità di adattare il rito del lavoro, predisposto per un giudice monocratico, alla composizione collegiale di tali Sezioni). Diversamente, in caso di risposta negativa, risulterebbero confermati i criteri generali di competenza per le opposizioni individuati dal dlgs n. 150/2011, con devoluzione delle liti al Giudice di pace o alle Sezioni ordinarie del Tribunale.

Si noti che il tema in esame è foriero di conseguenze processuali non irrilevanti, tenuto conto che un errore nella scelta del giudice potrebbe, potenzialmente, pregiudicare l'esito positivo dell'opposizione, in quanto:

a) l'errata presentazione della domanda dinanzi al Giudice di Pace anziché alle Sezioni specializzate del Tribunale, o viceversa, comporterà l'incompetenza dell'Ufficio giudiziario adito;

b) analogamente, l'errata presentazione della domanda dinanzi alle Sezioni ordinarie del Tribunale anziché alle Sezioni specializzate, o viceversa, comporterà l'incompetenza dell'Ufficio giudiziario adito, qualora le Sezioni ordinarie del luogo in cui è stata commessa la violazione si trovino presso un Tribunale non munito di Sezioni specializzate (in quanto diverso da quelli individuati dal dlgs 168/2003);

c) infine, l'errata scelta delle Sezioni ordinarie rispetto a quelle specializzate, o viceversa, nel caso in cui entrambe siano situate presso lo stesso Tribunale, pur non integrando un vizio di incompetenza potrà determinare, tuttavia, la violazione delle norme sulla composizione dell'organo giudicante di cui all'art. 50 *bis* c.p.c., posto che le Sezioni specializzate decidono in composizione collegiale, mentre quelle ordinarie decidono con rito monocratico¹⁶.

¹⁶ Cfr. in tal senso Corte cass., ss.uu., del 23 luglio 2019 n. 19882, in *dejure.it*: «*il rapporto tra sezione ordinaria e sezione specializzata in materia di impresa, nello*

Per superare le ambiguità interpretative delle disposizioni di legge appare, quindi, opportuno fare riferimento alle indicazioni offerte dalla giurisprudenza nazionale – pur non del tutto univoche – che verranno illustrate nel successivo paragrafo.

3. Gli orientamenti della giurisprudenza.

Dall'analisi delle pronunce giudiziali che hanno affrontato il problema del giudice dell'opposizione emergono, a ben vedere, due orientamenti contrastanti, rappresentati di seguito.

3.1. L'interpretazione a favore dell'art. 134 dlgo n. 30/2005.

Secondo un primo indirizzo espresso dalla giurisprudenza di merito, minoritario eppure ribadito anche in tempi recenti, i giudizi di opposizione alle ordinanze-ingiunzioni in materia di DOP e IGP devono considerarsi attratti alla competenza delle Sezioni specializzate del Tribunale.

Questa tesi, testimoniata emblematicamente da due sentenze rese dalle Sezioni specializzate del Tribunale di Bologna (sez. IV civ., 30 gennaio 2017 n. 146, in *dejure.it*) e del Tribunale di Milano (sez. A civ., 29 giugno 2016 n. 8111, in *dejure.it*), si basa sostanzialmente sulla riconducibilità delle indicazioni geografiche e delle

specifico caso in cui entrambe le sezioni facciano parte del medesimo ufficio giudiziario, non attiene alla competenza, ma rientra nella mera ripartizione degli affari interni dell'ufficio giudiziario, da cui l'inammissibilità del regolamento di competenza, richiesto d'ufficio ex art. 45 c.p.c.; deve di contro ritenersi che rientri nell'ambito della competenza in senso proprio la relazione tra la sezione specializzata in materia di impresa e l'ufficio giudiziario, diverso da quello ove la prima sia istituita»; si precisa inoltre come «spetti alla parte, nel caso di violazione del riparto tra sezioni ordinarie e sezioni specializzate in materia di impresa, la possibilità di far valere il vizio di nullità della pronuncia emessa, nella sola ipotesi in cui in materia di impresa si sia pronunciato il Giudice monocratico anziché collegiale, come specificamente previsto dall'art. 50 quater c.p.c., che richiama l'art. 161 c.p.c., comma 1».

denominazioni di origine ai diritti di proprietà industriale, conformemente a quanto disposto degli artt. 1 e 29 dlgs n. 30/2005, già precedentemente citati.

Entrambe le pronunce di merito richiamano, inoltre, la sentenza della Corte costituzionale, del 17 marzo 2006 n. 106, in *dejure.it*, nella parte in cui, seppur incidentalmente, afferma che «*le denominazioni protette si atteggiavano come istituti di diritto industriale – segnatamente inquadrabili nella categoria dei diritti di monopolio – idonei ad attribuire una posizione di esclusiva a coloro che si trovano nelle condizioni di poterne fare legittimo uso*».

Muovendo da questi dati normativi – che, in realtà, dovrebbero ritenersi ormai pacifici nel quadro giuridico odierno – i Giudici emiliani e lombardi deducono che anche le cause di opposizione, nella misura in cui interessano diritti di proprietà industriale – vanno qualificate come «controversie in materia di proprietà industriale» ai sensi dell'art. 134 dlgs n. 30/2005 e, come tali, riservate alla cognizione delle Sezioni specializzate.

Il medesimo orientamento è stato fatto proprio da ulteriori decisioni di merito, alcune delle quali hanno affrontato espressamente la questione con analoghe soluzioni (così Tribunale di Catania, del 4 dicembre 2012, massimata in *Giurisprudenza annotata di diritto industriale*, 2013, 1, p. 827), mentre altre hanno aderito alla tesi in modo implicito – ossia, pronunciando nel merito delle opposizioni proposte senza sollevare d'ufficio questioni di competenza¹⁷ (cfr. Tribunale di Milano, Sez. specializzata in materia di impresa, del 22 giugno 2021, n. 5349, in *dejure.it*, e Corte d'appello di Venezia, Sez. specializzata in materia di impresa, del 05 agosto 2020 n. 1787, in *dejure.it*, che conferma la sentenza del

¹⁷ Si precisa, infatti, che per orientamento consolidato della giurisprudenza, il Foro competente per le opposizioni alle sanzioni amministrative, ancorato al luogo della commessa violazione ai sensi dell'art. 6 dlgs n. 150/2011 (che ripropone quanto in passato stabilito dall'art. 22 l. n. 689/1981), rientra nelle ipotesi di competenza «funzionale ... equiparata a quella territoriale inderogabile» e pertanto la sua violazione è rilevabile d'ufficio dal Giudice (Corte cass., sez. VI civ., del 13 settembre 2012, n. 15382, in *dejure.it*).

Tribunale di Venezia, Sez. specializzata in materia di impresa, n. 2365/2018).

L'opinione giurisprudenziale in esame trova, peraltro, un esplicito avallo normativo nel decreto del Ministro delle politiche agricole e forestali del 1° dicembre 2005, richiamato anche nella citata sentenza del Tribunale di Milano, n. 8111/2016. Tale regolamento, infatti, nel dettare le disposizioni procedurali per l'applicazione del dlgvo n. 297/2004 (ossia, della disciplina sanzionatoria in materia di DOP e IGP), all'art. 5 prescrive che l'ordinanza-ingiunzione debba recare *«l'avvertenza che il ricorso deve essere proposto innanzi alla Sezione specializzata in materia di proprietà industriale ed intellettuale [ora Sezione specializzata in materia di impresa, NdR] istituita presso il Tribunale territorialmente competente, ai sensi dell'art. 120, comma 4, del decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30, ed indicato nella medesima ordinanza-ingiunzione»*.

3.2. L'interpretazione a favore dell'art. 6 dlgvo n. 150/2011.

La tesi innanzi prospettata viene smentita da un secondo orientamento giurisprudenziale, senz'altro maggioritario rispetto al precedente e, soprattutto, fatto proprio sia dai giudici di merito¹⁸ che dalla Corte di cassazione¹⁹.

In particolare, sono numerose le ordinanze con le quali la Suprema Corte ha espressamente negato l'applicabilità del regime di competenza previsto dall'art. 134 dlgvo n. 30/2005 (relativo alle cause in materia di proprietà industriale) ai giudizi di opposizione volti a contestare sanzioni in materia di DOP e IGP. Queste controversie sono, quindi, devolute alla cognizione non delle Sezioni specializzate, bensì dei Giudici di pace o delle Sezioni ordinarie del

¹⁸ Cfr. Trib. di Torino, sez. III civ., del 15 gennaio 2021, n. 155 e Trib. di Novara, sez. I civ., 5 marzo 2018, n. 246, in *dejure.it*.

¹⁹ Cfr. le ordinanze della Corte cass., sez. VI civ., del 15 ottobre 2018, n. 25642, del 19 gennaio 2018, n. 1367, del 26 ottobre 2017, n. 25504, del 22 giugno 2016, n. 12912, del 14 agosto 2015, n. 16863, in *dejure.it*.

Tribunale del luogo di commissione della violazione, conformemente ai criteri generali dell'art. 6 dlgo n. 150/2011.

Il ragionamento della Corte di cassazione poggia su un principio oramai consolidato nell'interpretazione giurisprudenziale, secondo cui il giudizio di opposizione contro l'ordinanza-ingiunzione *«si svolge sul rapporto, cioè sul l'accertamento della conformità della sanzione ai casi, alle forme e all'entità previsti dalla legge, atteso che si fa valere il diritto a non essere sottoposto a una prestazione patrimoniale se non nei casi espressamente previsti dalla legge stessa»* (Corte cass., ss.uu., 28 gennaio 2010, n. 1786).

Tale principio viene quindi declinato, con riferimento all'opposizione in materia di DOP e IGP, nel senso che *«il procedimento in esame prescinde da un'eventuale violazione di un diritto di proprietà industriale, essendo deputato all'accertamento della sussistenza delle condizioni di legge per l'irrogazione della sanzione e non venendo in rilievo il diritto attinente all'utilizzazione della denominazione geografica protetta»* (Corte di cassazione, sez. VI civ., ordinanza del 15 ottobre 2018, n. 25642, in *dejure.it*).

In altri termini, il citato orientamento, lungi dal negare la riconducibilità delle DOP e IGP alla materia della proprietà industriale, sostiene tuttavia che il giudizio di opposizione ha per oggetto esclusivamente il rapporto giuridico tra l'autorità competente ed il destinatario della sanzione e, quindi, l'accertamento dei *«fatti su cui si fonda la pretesa punitiva fatta valere dall'amministrazione»* (Corte di cassazione, sez. VI civ, ordinanza del 22 giugno 2016, n. 12912, in *dejure.it*).

Sicché, se è vero che la decisione sull'opposizione può implicare anche un'indagine sulla sussistenza dei diritti di proprietà industriale e sulla loro lesione, tale accertamento *«va, eventualmente effettuato incidenter tantum e l'accoglimento dell'opposizione non comporta alcuna statuizione [con efficacia di giudicato, NdR] in merito all'esistenza o meno del diritto di privativa»* (così precisa il Tribunale di Novara, sez. I civ., 5 marzo 2018, n. 246, in *dejure.it*).

La giurisprudenza di merito offre inoltre ulteriori argomenti a

supporto della posizione maggioritaria, che trovano ampia trattazione nella recente sentenza del Tribunale di Torino, sez. III civ., del 15 gennaio 2021 n. 155, in *dejure.it*.

Il Giudice piemontese si sofferma, in primo luogo, sul già citato d.m. 1° dicembre 2005, invocato dall'orientamento minoritario per la parte in cui prevede, nelle ordinanze-ingiunzioni, «l'avvertenza che il ricorso deve essere proposto innanzi alla Sezione specializzata». In realtà – rileva il Tribunale – tale atto regolamentare non può in alcun modo determinare una competenza diversa rispetto a quella stabilita dal dlgs n. 150/2011, trattandosi di una fonte del diritto di rango secondario, gerarchicamente subordinata, ed essendo stato comunque superato ed assorbito dalle disposizioni normative del 2011, in quanto sopravvenute nel tempo.

Per altro verso, il Tribunale di Torino si richiama direttamente al testo dell'art. 134 dlgs 30/2005, rilevando come lo stesso, nel devolvere alle Sezioni specializzate le vertenze in materia di proprietà industriale, non contenga però alcun riferimento al precedente art. 127, ove sono stabilite le sanzioni penali ed amministrative conseguenti alle violazioni del codice della proprietà industriale²⁰. Il che manifesterebbe ulteriormente l'intenzione del Legislatore di escludere le controversie sugli illeciti amministrativi dal campo di applicazione dell'art. 134.

²⁰ Si riporta per completezza il testo vigente dell'art. 127 (Sanzioni penali e amministrative): «1-*bis*. Chiunque si rifiuti senza giustificato motivo di rispondere alle domande del giudice ai sensi dell'articolo 121-*bis* ovvero fornisce allo stesso false informazioni è punito con le pene previste dall'articolo 372 del codice penale, ridotte della metà. 2. Chiunque appone, su un oggetto, parole o indicazioni non corrispondenti al vero, tendenti a far credere che l'oggetto sia protetto da brevetto, disegno o modello oppure topografia o a far credere che il marchio che lo contraddistingue sia stato registrato, è punito con la sanzione amministrativa da 51,65 euro a 516,46 euro. 3. Salvo che il fatto costituisca reato, è punito con la sanzione amministrativa fino a 2.065,83 euro, anche quando non vi sia danno al terzo, chiunque faccia uso di un marchio registrato, dopo che la relativa registrazione è stata dichiarata nulla, quando la causa di nullità comporta la illiceità dell'uso del marchio, oppure sopprima il marchio del produttore o del commerciante da cui abbia ricevuto i prodotti o le merci a fini commerciali».

Infine, la pronuncia in esame esclude, in ogni caso, che i giudizi di opposizione possano essere attratti al regime dell'art. 134 quali «materie che presentano ragioni di connessione, anche impropria, con quelle di competenza delle sezioni specializzate».

Ciò in quanto la competenza per connessione, propria ed impropria, si riferisce nel sistema giuridico italiano ad *«un rapporto tra diverse domande, tra diversi procedimenti (non per nulla l'art. 134, l. a) parla di “procedimenti giudiziari”) uno dei quali di competenza della sezione specializzata e l'altro, appunto, connesso con il primo (...) non può trovare ingresso, quindi, nel nostro ordinamento, una competenza per connessione fondata sulla circostanza che la sanzione amministrativa è stata irrogata in riferimento ad una materia contemplata (a tutt'altri fini) dal Codice della proprietà industriale»*.

4. Conclusioni.

L'analisi giurisprudenziale condotta nei paragrafi precedenti rivela che la magistratura nazionale, pur non prospettando soluzioni univoche sulla questione, è orientata in larga prevalenza – soprattutto per quanto riguarda la Corte di cassazione – nel senso di ricondurre in ogni caso i giudizi di opposizione alla competenza dei Giudici di pace e delle Sezioni ordinarie dei Tribunali, secondo il regime delineato dall'art. 6 dlgo n. 150/2011. Ciò, anche laddove tali cause riguardino sanzioni in materia di DOP e IGP ed implicino un accertamento circa la violazione dei relativi diritti e prerogative.

Gli esiti pratici di questo approdo giurisprudenziale – ossia, la rinuncia ad avvalersi delle competenze delle Sezioni specializzate in materia di impresa – lasciano tuttavia perplessi.

La disciplina sulla protezione delle DOP e IGP è connotata, difatti, da una significativa complessità, derivante soprattutto da un «diritto vivente» in costante evoluzione. Non può trascurarsi, in particolare, il cospicuo numero di pronunce in materia da parte

della Corte di giustizia dell'Unione europea, nel suo ruolo di interprete del diritto unionale, che hanno ridefinito e sviluppato nel tempo le prescrizioni a tutela delle indicazioni geografiche²¹.

Sarebbe stato quindi opportuno – ad avviso di chi scrive – rimettere ad un giudice munito di «specifiche competenze» nel settore la valutazione di tali profili giuridici, anche quando gli stessi costituiscono il presupposto dei provvedimenti sanzionatori amministrativi. Esigenza che avrebbe potuto essere perseguita, per l'appunto, con il coinvolgimento delle Sezioni specializzate, realizzabile senza dover ricorrere a forzature giuridiche ma valorizzando, semplicemente, il dato normativo di cui agli artt. 120, c. 4 e 134 del dlgvo n. 30/2005 ed all'art. 3 del dlgvo n. 168/2003.

Malgrado ciò, ad oggi – all'orizzonte dell'attuale quadro normativo – non paiono delinearsi concrete prospettive di modifica della posizione assunta dalla Corte di Cassazione.

Al contrario, il principio fondamentale sui cui poggia il suo ragionamento giuridico (l'autonomia del rapporto sanzionatorio, oggetto del giudizio di opposizione, rispetto alla disciplina sostanziale

²¹ Si pensi alla copiosa giurisprudenza che è stata dedicata alle condotte vietate dall'art. 13 del regolamento (UE) n. 1151/2012, in relazione ad esempio al concetto di «evocazione» (cfr., tra le più recenti, Corte di giustizia, sez. IV, del 2 maggio 2019, in causa C-614/17, *Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Queso Manchego c. Industrial Quesera Cuquerella SL and Juan Ramón Cuquerella Montagud*, in *Raccolta digitale [Raccolta generale]*, 2019 maggio, EU:C:2019:344), all'uso del «nome di un prodotto considerato generico» (cfr. Tribunale di primo grado, sez. IV, del 12 settembre 2007, in causa T-291/03, *Consorzio per la tutela del formaggio Grana Padano c. Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale*, in *Raccolta*, 2007, II, p. 3081, EU:T:2007:255), all'impiego di un nome protetto per prodotti non comparabili (cfr. Corte di giustizia, sez. II, del 20 dicembre 2017, in causa C-393/16, *Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne c. Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH & Co.OHG*, in *Raccolta digitale [Raccolta generale]*, 2017 dicembre, EU:C:2017:991) o alla fattispecie residuale di «ogni altra pratica che possa indurre in errore il consumatore sulla vera origine del prodotto» (cfr. Corte di giustizia, sez. V, del 17 dicembre 2020, in causa C-490/19, *Syndicat interprofessionnel de défense du fromage Morbier c. Société Fromagère du Livradois SAS*, EU:C:2020:1043).

nell'ambito della quale si è verificata la violazione) è stato, di recente, ulteriormente confermato persino dalle Sezioni unite, pur con riferimento alle sanzioni in materia di diritto del lavoro²². Il che potrebbe aver impresso un autorevole punto fermo sulla questione.

Stefano Senatore

ABSTRACT:

Le ordinanze-ingiunzioni con cui vengono sanzionati gli illeciti amministrativi possono essere contestate, dagli interessati, proponendo opposizione in sede giurisdizionale.

L'identificazione del giudice competente a conoscere dell'opposizione non è, però, agevole quando le violazioni amministrative riguardano la materia delle DOP e IGP. Ciò è dovuto alla compresenza di due diversi regimi processuali che offrono indicazioni divergenti: da un lato, le norme che regolano i giudizi di opposizione e, dall'altro, le disciplina sulla competenza nel settore della proprietà industriale.

Il problema ha rappresentato anche in tempi recenti una que-

²² Cfr. Corte di cassazione, ss.uu., del 29 gennaio 2021 n. 2145, in *dejure.it*, con la quale, in ragione dell'autonomia del giudizio di opposizione rispetto alla materia cui attiene la violazione, è stato affermato che le opposizioni ad ordinanza-ingiunzione per violazioni delle disposizioni in materia di tutela del lavoro, di igiene sui luoghi di lavoro e di prevenzione degli infortuni sul lavoro e di previdenza e assistenza obbligatoria non devono considerarsi controversie individuali di lavoro di cui all'art. 409 c.p.c., né controversie in materia di previdenza e di assistenza obbligatorie di cui all'art. 442 c.p.c. e che, di conseguenza, alle stesse si applica il regime generale della sospensione dei termini processuali nel periodo feriale, a norma dell'art. 1 l. 7 ottobre 1969, n. 742 (e non il regime speciale previsto dal successivo art. 3 per la materia giuslavoristica e previdenziale, che esclude la sospensione dei termini). Fanno eccezione soltanto le opposizioni per violazioni consistenti nella omissione totale o parziale di contributi o da cui deriva un'omissione contributiva, in forza del trattamento differenziato espressamente previsto dall'art. 35 l. 24 novembre 1981, n. 689.

stione controversa, sulla quale si rinvencono differenti posizioni giurisprudenziali.

Appare quindi utile offrire un contributo all'approfondimento del tema, con l'obiettivo di chiarirne i termini e le ragioni giuridiche, e con uno sguardo ai possibili scenari futuri.

EN:

Injunctions sanctioning administrative offences can be challenged by interested parties, by appealing to the courts.

However, it is not easy to identify the competent judge to hear the appeal when the administrative violations concern PDOs and PGIs. This is due to the coexistence of two different procedural regimes, that offer divergent indications: on the one hand, the rules governing opposition proceedings; on the other hand, the rules on jurisdiction in the field of industrial property.

Even in recent times, this problem has been a controversial issue, on which there are different legal positions.

Therefore, it seems useful to contribute to the deepening of the topic, to clarify the terms and legal reasons, and with a view to possible future scenarios.

PAROLE CHIAVE:

indicazioni geografiche protette – denominazioni di origine protette – sanzioni amministrative – opposizione ad ordinanza-ingiunzione – diritto processuale – competenza – Giudice di pace – Tribunale – Sezioni specializzate in materia di impresa – DOP e IGP

geographical indications of origin – protected denominations of origin – administrative injunctions – opposition – proceedings law – jurisdiction – Judge of Peace – General Court – Specialized Chambers – PDO – PGI.

I RACCOLTI PERDUTI DEGLI ETRUSCHI. STATO DELL'ARTE E PROSPETTIVE DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI TRADIZIONALI

Sommario: 1. *Introduzione.* – 2. *Nel cuore dei consumatori.* – 3. *Il groviglio normativo.* – 4. *Tra cultura e territorio.* – 5. *Biodiversità, patrimonio gastronomico e geopolitica.* – 6. *Prospettive.* – 7. *Conclusioni.*

1. **Introduzione.**

Ogni giorno migliaia di toscani si siedono a tavola e consumano un pranzo a base di tortelli maremmani conditi con burro e salvia, ravioli alla mugellana con ragù di carne, pici all'aglione, bistecca alla fiorentina, cacciucco livornese, concedendosi per *dessert* qualche *brutto ma bono* di Prato o una fetta di mantovana. Altrettanto fanno buona parte dei turisti che visitano la regione. Questi ultimi al rientro dalle vacanze cercano spesso gli ingredienti necessari per riprodurre quei piatti e dividerli con amici e parenti¹.

Cosa hanno in comune questi prodotti? Sono tutti PAT²: Pro-

¹ La relazione tra turismo e prodotti alimentari del territorio è studiata da almeno 20 anni. Si vedano in proposito il lavoro pionieristico di I. MALEVOLTI, *Prodotti tipici, locali, tradizionali e turismo rurale*, Firenze, Irpet, 2003, interessante in particolare per la definizione di TLT, acronimo di «prodotti alimentari e gastronomici tipici, tradizionali e locali», definizione «aperta» e tuttora molto attuale, e, per un confronto, R. GARIBALDI, A. POZZI, *Il turismo enogastronomico e le dinamiche della domanda: un'analisi del comportamento degli italiani*, in *Turismo, Paesaggio e Beni Culturali. Prospettive di tutela, valorizzazione e sviluppo sostenibile*, a cura di G. TAGARELLI, F. TORCHIA, Roma, Aracne, 2021, II, 1 ss. La pandemia di Covid-19, avvantaggiando il turismo lento, quello di prossimità e le microvacanze a scapito del turismo di massa, parrebbe rafforzare il ruolo di *driver* di viaggio svolto dall'enogastronomia: v. A. CRESTA, *L'emergenza Covid-19 e il riposizionamento del turismo nelle aree interne: prime riflessioni sull'Irpinia*. *Doc. Geografici*, 2021, 2, 20 ss.

² La sigla è usata senza punteggiatura in analogia a quanto avviene per i prodotti DOP e IGP.

dotti Agroalimentari Tradizionali, inseriti nell'apposito elenco regionale (463 voci) e quindi nell'elenco nazionale istituito presso il Ministero per le Politiche Agricole e Forestali (5.266 i prodotti censiti con la ventesima revisione annuale, di tutte le Regioni italiane). Nessun consumatore, tuttavia, è consapevole di scegliere un prodotto le cui caratteristiche sono fissate dalla legge italiana e che fa parte di un gruppo ben definito di alimenti. I PAT, infatti, sino a oggi non sono stati pubblicizzati adeguatamente. Dal punto di vista della promozione del *Made in Italy* agroalimentare, ma anche dell'*empowerment* del consumatore, si è trattato di una lacuna grave. Molti di questi cibi (materie prime e pietanze) della tradizione sono a rischio di scomparsa, persi nella memoria delle generazioni che hanno preceduto la nostra, come i «raccolti perduti degli Etruschi»: una citazione ad effetto, vedremo, per richiamare l'attenzione sulla questione della difesa e della valorizzazione dei patrimoni gastronomici locali.

In questo articolo, seguendo il nuovo approccio transdisciplinare in corso di elaborazione nell'ambito dei *food studies* per fornire risposte sistemiche a problemi complessi³, i PAT saranno considerati un caso di studio e analizzati da più punti di vista: in termini di attrattività per il consumatore (§ 2); nel quadro della normativa (§ 3); in senso storico e antropologico (§ 4); tenendo conto delle ragioni della geopolitica (§ 5). Da questa analisi ad ampio raggio emerge una discordanza tra il dinamismo del mercato, luogo di emersione di bisogni sempre più variegati, e la lentezza delle risposte dei regolatori. Senza ambizione per l'eshaustività ma con l'obiettivo di stimolare piuttosto la discussione e superare l'impasse che si presenta a un esame esclusivamente giuridico della questione, l'autore tenta quindi di delineare alcuni scenari di sviluppo possibili per queste produzioni nel paragrafo dedicato alle prospet-

³ J.T. KLEIN, *Interdisciplinarity: History, Theory, and Practice*, Detroit, Wayne State University Press, 1990; E. MORIN, *Introduction à la pensée complexe*, Paris, Ed. Du Seuil, 1990. L. VON BERTALANFFY, *Teoria generale dei sistemi. Fondamenti, sviluppo, applicazioni*, Milano, Mondadori, 2004.

tive (§ 6): quelle che potrebbe dischiudere un cambiamento radicale del quadro normativo a livello comunitario e quelle che gli attori dell'economia e della società italiane possono far proprie semplicemente utilizzando gli strumenti giuridici esistenti.

2. Nel cuore dei consumatori.

Un consumatore sceglie prodotti agroalimentari tradizionali seguendo un sistema di preferenze consolidato (appreso da precedenti generazioni) e per la loro notorietà. Secondo un'indagine realizzata alcuni anni orsono in 6 paesi europei⁴, vi sono comunque alcune differenze negli stili di consumo: su 13 possibili motivazioni per gli italiani contavano più «l'autenticità della ricetta» e «le proprietà sensoriali distintive» mentre la media degli intervistati in tutta l'area oggetto di indagine si esprimeva a favore di altri caratteri: «i nonni già li mangiavano» e «ben noti». All'ultimo posto della classifica, per tutti, risultava l'aspetto «naturale/poco lavorato». Non dovrebbe sorprenderci, considerato che, commentando il primo censimento dei PAT toscani, Cassi e Meini⁵ notavano che su 400 voci, meno di 150 si riferivano a frutta e ortaggi non lavorati. I prodotti trasformati o comunque preparati per il consumo rappresentano il gruppo prevalente.

Vanhonacker et al., a monte del già citato studio, hanno elaborato tramite *focus group* anche una definizione di ciò che i consumatori intendono per un prodotto agroalimentare tradizionale:

«Un prodotto alimentare tradizionale è un alimento che viene consumato frequentemente, associato a occasioni speciali o a certe

⁴ F. VANHONACKER, W. VERBENE, L. GUERRERO et al., I prodotti alimentari tradizionali dal punto di vista del consumatore: un'indagine in sei paesi europei, in *Agriregionieuropa*, 16, 2009.

⁵ L. CASSI, M. MEINI, I prodotti agroalimentari tradizionali della Toscana. Un percorso fra economia e cultura, in *Ambiente società territorio: Geografia nelle scuole*, 2005, 50, n. 4-5, 47 ss.

stagioni; viene trasmesso di generazione in generazione e viene prodotto secondo regole ben precise nel rispetto del patrimonio gastronomico; presenta proprietà sensoriali note e distintive e viene anche associato a specifiche zone geografiche, regionali o nazionali»⁶.

È probabile che da allora la percezione e le sensibilità dei consumatori siano mutate. Mancando ricerche di mercato più recenti, così come dati di vendita e stime fornite dalla distribuzione o da consorzi di produttori, possiamo tuttavia ricavare indirettamente il livello di gradimento dei consumatori analizzando gli aggiornamenti dei dati di produzione e di vendita riportati nella scheda di cui dispongono gli alimenti menzionati nell'incipit di questo articolo⁷.

I volumi di produzione risultano di alcune migliaia di tonnellate e decisamente in crescita, essendo in diversi casi la produzione *decuplicata* rispetto al primo censimento del 1999-2000. Il trend nelle preferenze accordate dai consumatori non sarebbe quindi dissimile, in altre parole, da quello registrato per le produzioni di qualità certificate DOP, IGP e STG italiane (312): +54% dal 2009 al 2019 l'aumento del valore alla produzione (pari a 7,7 miliardi di euro a livello nazionale)⁸.

Mentre i prodotti a qualità tutelata a livello europeo, da cui discende anche una garanzia indiretta di tradizionalità⁹, possono tuttavia utilizzare tutta una serie di incentivi regionali, nazionali e co-

⁶ F. VANHONACKER, W. VERBENE, L. GUERRERO et al., I prodotti alimentari tradizionali, *cit. supra*, nota 4; v. anche L. GUERRERO, M.D. GUARDIA, J. XICOLA et al., Consumer driven definition of traditional food products and innovation in traditional foods. A qualitative cross-cultural study, in *Appetite*, 2009, 52, 345 ss.

⁷ Si tratta di una prima risposta, indiziaria, alla mancanza di studi e ricerche in merito al gradimento dei consumatori per le specialità alimentari tradizionali, lamentata ad es. da V. RUBINO, Le Denominazioni Comunali d'Origine (De.C.O.) e la loro protezione nel quadro della disciplina comunitaria sulle denominazioni geografiche dei prodotti alimentari, in *Il Diritto dell'Unione Europea*, 2007, 1, 123 ss.

⁸ ISMEA-QUALIVITA, *Rapporto 2020 sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG*, Siena, Qualivita, 2020.

⁹ G. STRAMBI, I prodotti tradizionali e la politica di qualità dell'Unione Europea, in *Riv. Dir. Alim.*, 1-2010, 17 ss.

munitari¹⁰ per far conoscere il proprio *brand*, nessuna etichetta, nessun segno di riconoscimento ha informato sino a oggi il consumatore toscano e nazionale (tantomeno quello comunitario) che sta consumando prodotti elencati in un apposito albo regionale e nazionale aggiornato annualmente dal 2000¹¹. La crescita nel consumo di PAT, in altre parole, è un fenomeno spontaneo, non favorito esternamente da particolari regimi di tutela o di aiuto.

Si potrebbe arguire che i prodotti IG (Indicazioni Geografiche) abbiano fatto da traino ai PAT, essendo entrambe le categorie legate per notorietà e storia ad un territorio, oppure persino che i secondi traggano vantaggio da una situazione di crescente confusione di marchi privati, collettivi o di interesse pubblico. Ma diversi studi indicano che tra i consumatori la conoscenza dei loghi, delle garanzie e delle procedure DOP e IGP è ancora piuttosto scarsa¹², che i contrassegni del *Made in Italy* esercitano un'influenza a tratti conflittuale con i marchi di qualità e di origine garantita¹³ e che comunque più fattori influenzano le decisioni ultime di acquisto: fisio-psicologici, cognitivi (conoscenze, attitudini, identità) e socio-economici (valori, reddito disponibile, ecc.)¹⁴. Mancando una promozione e un marketing dedicato alla categoria PAT, si può concludere che la scelta dei consumatori toscani sia condizionata dal cuore piuttosto che dalla testa¹⁵.

¹⁰ Comunitario è l'aggettivo che l'A. preferisce utilizzare in questo testo in luogo del giuridicamente più appropriato «unionale».

¹¹ MIPAAF, *XXI revisione dell'Elenco nazionale dei prodotti agroalimentari tradizionali*, 3 marzo 2021 (online).

¹² R. VECCHIO, A. ANNUNZIATA, The role of PDO/PGI labelling in Italian consumers' food choices, in *Agr. Economics Review*, 2011, 12, n. 2, 80 ss.

¹³ D. HASSAN, S. MONIER-DILHAN, National brands and store brands: Competition through public quality labels, in *Agribusiness*, 2006, 22, n.1, 21 ss.

¹⁴ P. CHEN, M. ANTONELLI, Conceptual Models of Food Choice: Influential Factors Related to Foods, Individual Differences, and Society, in *Foods*, 2020, 9, n. 12, 1898.

¹⁵ A. DIAMANTOPOULOUS, M. ARSLANGIC-KALAJDZIC, N. MOSCHIK, Are consumers' minds or hearts guiding country of origin effects? Conditioning roles of

L'interesse per i prodotti agroalimentari della tradizione è comunque un bisogno emergente dei consumatori. In letteratura il fenomeno è descritto talvolta come il ritorno dello *slow food* dopo la lunga stagione del *fast food*¹⁶. La Commissione europea, nella nuova «Strategia dal produttore al consumatore per un sistema alimentare equo, sano e rispettoso dell'ambiente»¹⁷ che indirizzerà l'azione di governo in materia di cibo negli anni a venire, descrive così questa tendenza:

«Le persone prestano un'attenzione sempre maggiore alle questioni ambientali, sanitarie, sociali ed etiche e, ora più che mai, ricercano valore negli alimenti. Anche se le società diventano più urbanizzate, le persone vogliono sentirsi più "vicine" agli alimenti che consumano, vogliono che siano freschi e meno lavorati e che provengano da fonti sostenibili»¹⁸.

Come osserva la stessa Commissione, inoltre, «le richieste di filiere più corte si sono intensificate durante l'attuale pandemia», e questa constatazione pare suffragata da più studi di recente pubblicazione. I PAT della Toscana sopra menzionati sono trasformati da un tessuto di circa 200 industrie agroalimentari della regione, nella quasi totalità PMI a gestione familiare, con un'esperienza produttiva nella maggior parte dei casi superiore ai 25 anni, prati-

need for cognition and need for affect, in *J. of Business Research*, 2020, 108, 487 ss.

¹⁶ S. GENÇ, D. ÇELEBI, Exploring the Slow Food Perception of Gastronomy and Culinary Arts Students, in *J. of Tourism and Gastronomy Studies*, 2021, 9, n. 1, 99 ss.

¹⁷ COMMISSIONE EUROPEA, *Una strategia «Dal produttore al consumatore» per un sistema alimentare equo, sano e rispettoso dell'ambiente*, Bruxelles, 2020.

¹⁸ A determinare la scelta del consumatore sarebbe proprio il «valore» del prodotto, esplicitabile nel rapporto tra qualità (percepita) e prezzo, v. S. FRANCO, Qualità è percezione. Il prodotto agroalimentare e il suo racconto, in *rivistadiagraria.org*, 1° novembre, 2019. D'altra parte, l'origine del prodotto è uno dei fattori che influiscono sulla qualità percepita, v. T. SADÍLEK, *Perception of food quality by Czech consumers - Literature review*, in *Proceedings of the 31st International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2018: Innovation Management and Education Excellence through Vision 2020*, International Business Information Management Association (IBIMA), 2018, 6183 ss.

camente tutte multiprodotto e con un'offerta legata ai valori e alla tradizione del territorio, che promuovono con un *heritage marketing*¹⁹ più o meno consapevole. Un censimento di quanti prodotti corrispondenti ai PAT siano attualmente in lavorazione e in distribuzione da parte di imprese industriali e artigiane toscane non è stato ancora ultimato ma, in base a prime stime, potrebbero essere un numero pari o superiore alle DOP-IGP-STG regionali (31).

Di fronte a un simile interesse è legittimo chiedersi perché il profilo giuridico-amministrativo di questi prodotti sia rimasto incolore e poco favorevole al loro sviluppo economico, come si comporterebbero altre nazioni disponendo di un simile patrimonio gastronomico e quali risultati si potrebbero ottenere invece da un'azione preordinata e continua di valorizzazione che toccherebbe e rafforzerebbe il rapporto cognitivo con i consumatori, innestandosi su un legame emozionale e istintivo già stabilito.

3. Il groviglio normativo.

I PAT, come categoria di prodotto giuridicamente definita, sono nati nel 1998 con il D. Lgs n. 173, che all'art. 8, nell'ambito più generale di misure di rafforzamento strutturale delle imprese agricole, ha previsto un intervento di valorizzazione del patrimonio gastronomico, con l'istituzione di un elenco dei «prodotti tradizionali» affidato alle Regioni e alle Province autonome di Trento e di Bolzano. È seguito un D.M., il n. 350 dell'8 settembre 1999, che ha stabilito i criteri per l'individuazione dei PAT, definiti come «quelli le cui metodiche di lavorazione, conservazione e stagionatura risultano consolidate nel tempo», ovvero per un periodo non inferiore ai 25 anni.

¹⁹ «L'insieme delle strategie finalizzate a valorizzare e promuovere il percorso di costruzione economica, culturale e sociale dell'impresa», secondo M.M. MONTELLA, P. SILVESTRELLI, *Heritage e relationship marketing* per le imprese agroalimentari italiane, in *Micro & Macro Marketing*, 1-2020, 71 ss.

Alle Regioni e alle Province autonome è stato affidato il compito di predisporre e aggiornare annualmente gli elenchi dei prodotti e le informazioni raccolte, relative ai nomi dei prodotti, le caratteristiche, i metodi di lavorazione, conservazione e stagionatura consolidati nel tempo, i materiali e le attrezzature necessari per la loro preparazione, condizionamento e imballaggio, ecc. Si intuisce che l'inserimento nell'albo ha rappresentato elemento di conoscibilità. A seguito dell'adozione del provvedimento, il lavoro di compilazione degli elenchi regionali, che poi confluiscono in quello nazionale, ha impegnato considerevolmente le Regioni e le agenzie che si occupano di sviluppo agricolo. Leggendo i resoconti di questa prima fase di istruttoria si comprende che l'amministrazione locale è stata sinceramente animata dal proposito di salvaguardare se non di salvare *tout court* una serie di prodotti alimentari primari e trasformati altrimenti destinati all'oblio per la loro esilità produttiva e commerciale, oltre che per le peculiari condizioni igienico sanitarie di materiali, ambienti e tecniche di produzione²⁰. Questo spirito degli inizi ha lasciato tracce visibili nella comunicazione istituzionale di prodotto/categoria, con la realizzazione di pubblicazioni e cataloghi dedicati che è continuata almeno sino alla prima metà degli anni duemila. La Regione Emilia Romagna descrive così ancora oggi i PAT sul proprio sito web²¹:

«L'individuazione e classificazione dei Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT) nasce da un'iniziativa culturale di recupero, attraverso una sorta di "censimento", delle produzioni per lo più locali che, in alcuni casi, rischiavano di scomparire, con conseguente perdita di un ingente patrimonio storico-socioculturale e gastronomico. Quasi sempre si tratta di prodotti di nicchia, con un valo-

²⁰ R. SCALACCI, D. VERGARI, F. PANCHETTI (a cura di), *Prodotti agroalimentari tradizionali: un'opportunità da valorizzare*, Firenze, Agia toscana, 2009, *passim*; M. AZZARI, L. CASSI, M. MEINI (2007), Les produits agroalimentaires entre économie et culture. Une expérience de recherche en Toscane, in *Méditerranée*, 2007, 109, 93 ss.

²¹ <https://agricoltura.regione.emilia-romagna.it/dop-igp/avvisi/2020/prodotti-agroalimentari-tradizionali-aggiornamento-elenco>.

re simbolico perché legati a ricorrenze particolari, o che nel passato hanno contribuito alla sopravvivenza di popolazioni locali, e che raramente hanno un elevato ritorno economico.»

Il primo elenco – «arca» contava già oltre 3.000 prodotti. Il D.M. 18 luglio 2000 con il quale è stato pubblicato, precisa che «l’inserimento di un prodotto nel predetto elenco [...] non costituisce riconoscimento di origine o provenienza dal territorio al quale è riconducibile il predetto nome geografico» (art. 3). Come si possa pubblicizzare un elenco merceologico costruito su base geografica e territoriale e valorizzare prodotti che spesso portano nel nome il riferimento a luoghi di produzione o preparazione e prevalente consumo senza conferire un riconoscimento giuridico all’origine del prodotto/ricetta tradizionale è difficile da comprendere.

Questa incongruenza ha probabilmente spinto Arfini et al.²² a ritenere che tutti i prodotti tipici siano anche tradizionali (in quanto «intimamente legati ad un territorio nella complessità dei loro connotati tanto fisici quanto antropici»), ma che «non necessariamente è vero il contrario, nel senso che il prodotto tradizionale può difettare di una specificità qualitativa derivante dal peculiare legame con un territorio». Per questi autori il prodotto tipico è sempre irriproducibile fuori dal territorio di riferimento (se certificato DOP o IGP), mentre quello tradizionale, non potendo vantare un riconoscimento analogo, è riproducibile ovunque. La precisazione espressa nel D.M. 18 luglio 2000 creerebbe lo spartiacque. La questione, tuttavia, è più complessa. In quanto indicazioni geografiche non registrate, infatti, i PAT possono contare su forme di tutela, sebbene ridotta: la protezione che deriva dal riconoscimento di rilievo nazionale del valore tradizionale di un prodotto/marchio da parte della Regione competente (previa verifica del possesso dei requisiti previsti dal D.M. n. 350/1999); il divieto di deposito o di

²² F. ARFINI, G. BELLETTI, A. MARESCOTTI, *Prodotti tipici e denominazioni geografiche, Strumenti di tutela e di valorizzazione*, Roma, Edizioni Tellus, 2010, p. 15.

richiesta di registrazione del nome del prodotto da parte di terzi “ai sensi della vigente normativa comunitaria e nazionale sulla proprietà intellettuale e industriale” (art. 5 del D.M. 18 luglio 2000), poiché bene diffuso e condiviso dalla collettività locale e come tale non appropriabile a fini di sfruttamento commerciale; il diritto all’informazione dei consumatori, al momento praticamente limitato alla sola facoltà di consultare l’elenco nazionale, gli albi regionali e le schede prodotto ma in futuro espandibile anche per iniziativa dei produttori²³.

Rispetto alla tutela prevista per i prodotti DOP e IGP, oltre a forme adeguata di pubblicità, mancano un apparato sanzionatorio specifico per i PAT, in modo particolare per quanto attiene le possibili violazioni dei requisiti previsti dal mini-disciplinare (la scheda prodotto), e anche la possibilità per i produttori di contrastare direttamente eventuali abusi o usurpazioni della denominazione da parte di terzi.

Le tutele sono dunque ridotte e si fermano in ogni caso al confine nazionale. La protezione estesa (e uniforme) sull’intero territorio comunitario resta riservata alle Indicazioni Geografiche. In questo senso è interpretato, in tutti i suoi livelli di giudizio, il caso del «Salame di Felino», per esempio da Falconi²⁴. Più sfaccettato il

²³ Per A. GERMANÒ, M.P. RAGIONIERI, E. ROOK BASILE, *Diritto agroalimentare. Le regole del mercato degli alimenti e dell’informazione alimentare*, 2019 (2° ed.), Torino, Giappichelli, «il diritto dei consumatori si delinea come una *disciplina di informazioni*» (p. 68). Tuttavia gli stessi autori sottolineano che tanto per il diritto europeo quanto per quello nazionale il mezzo più idoneo di cui il consumatore dispone per reperire le informazioni sugli alimenti è l’etichetta («strumento utilissimo [...] per conoscere quali prodotti, per pregi o difetti, siano, rispettivamente, da acquisire perché congeniali al suo gusto, o, altrimenti, da rifiutare»; ibid. p. 65). Ne consegue che la valorizzazione dei PAT debba necessariamente iniziare dalla confezione.

²⁴ F. FALCONI, La tutela delle indicazioni geografiche qualificate dei prodotti agroalimentari non registrate in sede europea: note a Corte di Giustizia UE (IX Sezione), 8 maggio 2014, causa C.35/13, in *Cuadernos de Derecho Transnacional*, 2014, 6, n. 2, 330 ss.

parere di Coppola²⁵ che si sofferma sulla coesistenza nel diritto comunitario applicabile (inclusa la pronuncia della Corte Europea nel caso sopra citato) di due approcci: quello “cumulativo” (tutela nazionale più tutela comunitaria), derivante per analogia dalla disciplina dei marchi, e quello cosiddetto “esauriente”, derivante da una interpretazione letterale del Reg. 1151/2012. La revisione di quest’ultimo schema attualmente all’esame della Commissione, potrebbe anche (il condizionale è d’obbligo) chiarire, per usare le parole di Coppola, “quali tipi di diritti nazionali negli Stati membri siano effettivamente ancora validi” [...] “incluse le certificazioni o registri di riconoscimento nazionale di prodotti tradizionali”.

Il perdurare del contrasto latente tra normativa PAT e disciplina europea in materia di produzioni agroalimentari di qualità²⁶ ha avuto come conseguenza pratica la pluriennale sospensione di qualsivoglia azione pubblica di valorizzazione dei PAT, a parte l’aggiornamento periodico degli elenchi regionali e di quello nazionale. Ha anche oscurato la ragione primaria di questo sforzo di catalogazione, residente altrove, ovvero nella possibilità per i produttori di PAT di ottenere deroghe rispetto a quello che all’epoca era un incombente provvedimento di riordino della normativa in materia di igiene, concretizzatosi poi nel Reg. CE 852/2004 e nella norma di attuazione dello stesso (il Reg. CE 2074/2005, che contiene tra l’altro l’unico riferimento comunitario ai «prodotti tradizionali»). Il temuto «pacchetto igiene», una volta adottato, ha smorzato però le preoccupazioni italiane (e francesi e spagnole) ri-

²⁵ N. COPPOLA, *La tutela dei toponimi in ambito nazionale fra indicazioni geografiche agroalimentari e non: si profila un cambio di approccio su DOP e IGP?* in *La tutela dell’origine dei prodotti alimentari in Italia, nell’Unione Europea e nel commercio internazionale*, a cura di A. GERMANÒ, V. RUBINO, Milano, Giuffrè, 2015, 75 ss.

²⁶ Disciplina connessa con la speciale prerogativa dell’UE, che secondo D. PUCA, *European Politics of Food Origin. A Semiotic Analysis of Geographical Indications*, in *Images of Europe. The Union between Federation and Separation*, a cura di F. MANGIAPANE, T. MIGLIORE, Springer, 2021, 225 ss., «come un attore monopolistico attribuisce il riconoscimento e la protezione dei cibi a denominazione».

guardo alla salvaguardia delle produzioni tipiche. Con l'introduzione dell'HACCP e quindi dell'autocontrollo da parte dei produttori, infatti, la logica dell'eccezione ha perso di significato perché l'analisi dei rischi caso per caso e l'adozione di misure di prevenzione ad hoc è divenuta la regola²⁷.

Un tentativo di ricondurre al largo l'«arca» dei PAT, temporaneamente incagliata, ha avuto luogo nel 2008 quando il Ministro per le Politiche Agricole e il Ministro per i Beni Culturali hanno varato congiuntamente il D. M. 9 aprile 2008, che nell'unico articolo che lo compone li dichiara «espressione del patrimonio culturale italiano». Nel dispositivo il Decreto richiama la Convenzione UNESCO del 2003 sulla salvaguardia del patrimonio culturale immateriale (ratificata dall'Italia nel 2007) e un'azione di difesa della dieta mediterranea, da realizzarsi d'intesa con la Spagna. Quindi, nella parte finale, ricorda che i PAT «costituiscono espressione, oltre che dell'inventiva, dell'ingegno, e del processo di evoluzione socioeconomico delle collettività territoriali italiane, anche delle tradizioni e della cultura delle regioni, delle province ed in genere delle comunità diffuse sul territorio italiano e in quanto tali devono essere oggetto di tutela e della salvaguardia da parte delle istituzioni italiane».

La posizione del Governo italiano ha dato il via a un dibattito giuridico sul fatto che i PAT siano o meno «beni culturali», dotto e a suo modo interessante. A favore, in punta di diritto, si è dichiarata ad esempio Strambi²⁸; contro invece Altili²⁹, sulla base di una considerazione piuttosto efficace: i beni culturali (così come definiti dal Codice dei beni culturali e del paesaggio) per poter essere protetti devono potersi conservare, mentre i prodotti alimentari notoriamente si consumano. La protezione avrebbe dovuto essere accordata piuttosto ai «procedimenti di produzione tradizionale e tipica».

²⁷ Su tutta la vicenda, v. G. STRAMBI, I prodotti tradizionali, *cit. supra*, nota 9.

²⁸ G. STRAMBI, I prodotti tradizionali, *cit. supra*, nota 9.

²⁹ P. ALTILI, I prodotti agroalimentari tradizionali come beni culturali, in *Economia della Cultura*, 2010, XX, n. 1, 35 ss.

Nel 2017 il conferimento da parte dell'UNESCO del riconoscimento di patrimonio culturale dell'umanità al «L'Arte tradizionale del pizzaiuolo napoletano», un bene immateriale intangibile, sposta l'ago della bilancia in direzione della valenza culturale³⁰, senza riuscire comunque a dematerializzare i PAT, ovvero a rescinderne il legame con le comunità locali e il territorio dove si concentra la produzione e la formazione del valore.

Sulla questione è tornata recentemente Piergigli³¹ (2020), che ha raccolto numerosi elementi a favore dei cibi tipici intesi «come prodotti tangibili di un processo creativo, come prodotti riproducibili», concludendone che i PAT sono prodotti culturali al tempo stesso materiali e immateriali. A Piergigli va in ogni caso il merito di aver sottolineato nella sua analisi l'importanza dell'industria del gusto (cioè della trasformazione agroalimentare) nella diffusione dei PAT e la continuità tra design, moda e food, caratterizzata dalla comune appartenenza all'industria della cultura e della creatività³². I PAT, in altre parole, possono essere richiamati in esistenza, ovvero salvati dall'estinzione, nel momento in cui divengono nuovamente fruibili. E per raggiungere questo obiettivo un modo è certamente quello di favorire l'impiego di PAT agricoli «rari» nella trasformazione alimentare come ingredienti qualificanti e primari³³ di nuovi alimenti dalle inedite proprietà funzionali. Il riconoscimento di un *premium price* da parte del consumatore consentirebbe in questo caso anche una remunerazione di vantaggio per i col-

³⁰ L. D. FIORE, *Heritage and food history*, in *Food Heritage and Nationalism in Europe* a cura di I. PORCIANI, London, Routledge, 2019, 35 ss.

³¹ V. PIERGIGLI, *Cibo e cultura: i prodotti alimentari tipici tra patrimonio culturale e industria creativa*, in *Cibo e diritto: Una prospettiva comparata*, Atti del XXV Colloquio biennale, a cura di Associazione italiana di diritto comparato, Roma, Roma Tre-Press, 2020, 529 ss.

³² In proposito v. anche W. SANTAGATA, *Libro Bianco sulla Creatività. Per un Modello Italiano di Sviluppo*, Milano, Università Bocconi Editore, 2009.

³³ La loro origine dovrebbe in questo caso essere obbligatoriamente indicata in etichetta se diversa da quella del prodotto finito/confezionato ai sensi del nuovo Reg. Comm. UE 775/2018; v. M. GINANNESCHI, *Made in Italy agroalimentare e origine dell'ingrediente primario*, in *Micro & Macro Marketing*, 1-2020, 169 ss.

tivatori e un'intensificazione dei rapporti di filiera in zone geografiche definite, affermando stabilmente sul mercato i PAT interessati.

La presunta natura culturale dei PAT ha lasciato tuttavia ancora irrisolta la criticità insita nel legame con il territorio³⁴. Questa «relazione speciale» merita una riflessione più approfondita, che utilizzi più le lenti della storia e della ricerca antropologica, che gli schemi giuridici.

4. Tra cultura e territorio.

Da questa nuova visuale, il «cibo» – insistiamo sull'uso del termine di derivazione greca non a caso³⁵ – si mostra come sistema complesso, come «fatto culturale denso di significato»³⁶, come «fenomeno sociale totale»³⁷ risultante da un'attività che coinvolge e investe tutte le articolazioni della società (economiche, politiche, sociali e religiose). È dunque evidente che i PAT sono un prodotto della cultura, come lo sono tuttavia anche le DOP e le IGP, oppure come lo è la Nutella®. Una società globale e contemporanea che

³⁴ Nel perfezionarsi dell'iter di pubblicazione del presente articolo è stato dato alle stampe il *Trattato di diritto alimentare italiano e dell'Unione Europea*, a cura di P. BORGHI, I. CANFORA, A. DI LAURO, L. RUSSO, Milano, Giuffrè, 2021 che dedica un capitolo ai PAT: S. MASINI, *I "Prodotti Agroalimentari Tradizionali"*, 404 ss. Masini, riepilogando le tante vicissitudini regolamentari, sembra tuttavia ritenere che l'esistenza dei PAT resti al momento confinata a livello di «rivendicazione».

³⁵ La versatilità e la polivalenza del termine «cibo» rispetto alla tecnicità di «alimento», nonostante quest'ultimo sia stato scelto per tradurre l'inglese *food* nel Reg. CE 178/2002 che all'art. 2 fornisce la definizione giuridica ufficiale di questo concetto a livello comunitario (P. BORGHI, *La definizione di alimento e di mangime*, in *Trattato*, a cura di P. BORGHI, I. CANFORA, A. DI LAURO, L. RUSSO, loc. ult. cit., pp. 46-53), risultano evidenti laddove si considerino i seguenti esempi d'uso: «diritto al cibo» (diritti umani), «il cibo degli dei» (antropologia), le «comunità del cibo» (tutela della biodiversità).

³⁶ A. APPADURAI, *Gastro-politics in Hindu South Asia*, in *American Ethnologist*, vol. 8, n. 3, pp. 494-511, 1981.

³⁷ M. MAUSS, *Saggio sul dono. Forma e motivo dello scambio nelle società arcaiche*, Torino, Einaudi, 2002, p. 5.

ha generato e quindi utilizzato le teorie dell'*embodiement* e dell'*agency* per spiegare che il cibo «comanda», agisce e interagisce con la mente e il corpo umani non può eccedere alcunché rispetto all'attribuzione della qualifica di prodotto culturale³⁸ (Steel e Zinn, 2017; Abbots, 2017).

Semmai può essere utile ricordare con Geertz³⁹ che «uomini non modificati dalle usanze di luoghi particolari non esistono, non sono mai esistiti, e cosa assai importante non potrebbero esistere per la natura stessa della cosa». «Simboli significanti» – parole, gesti, disegni, suoni ecc. – conferiscono significato all'esperienza umana. L'*imprinting* avviene «di solito, nella comunità dove [l'uomo] nasce e [i simboli] rimangono in circolazione anche dopo la sua morte». Per Geertz «l'uomo ha bisogno di queste fonti simboliche per trovare la sua strada nel mondo». Ingold più recentemente ha sottolineato come «le relazioni tra umani, che siamo abituati a chiamare “sociali”, non sono altro che un sottoinsieme di relazioni ecologiche»⁴⁰, con ciò riferendosi al fatto che non sono scindibili dall'ambiente nel quale si collocano. Abbiamo quindi dall'antropologia una chiave di lettura che conferma come il cibo sia un prodotto culturale, di come il suo valore si riproduca tramite una serie di simboli significanti all'interno di una comunità e quindi di un territorio. Resta il dubbio di come il consumatore di un altro paese europeo possa trovare la strada illuminata per scegliere questi prodotti sugli scaffali del supermercato senza che essi non si facciano linguaggio comune tramite un segno di riconoscimento, ovvero un marchio. Ai nostri fini, la questione diviene politica: vogliamo o non vogliamo rendere intelligibili questi simboli a persone che non appartengono alla cultura del nostro territorio?

³⁸ Cfr. L. STEEL, K. ZINN (eds.), *Exploring the Materiality of Food «Stuffs»: Transformations, symbolic consumption and embodiments*, Abingdon, U.K., Routledge, 2017; E. ABBOTS, *The Agency of Eating: Mediation, Food and the Body*, London, Bloomsbury, 2017.

³⁹ Citazioni tratte da C. GEERTZ, *Interpretazione di culture*, Bologna, Il Mulino, 1998.

⁴⁰ T. INGOLD, *The Perception of the Environment, Essays on livelihood, dwelling and skill*, London, Routledge, 2000, p. 5.

Se la risposta è affermativa, in questo segno intenzionale⁴¹ – cioè utilizzato per trasmettere un'idea – non è possibile omettere un eventuale riferimento al territorio. A tale conclusione si giunge dall'analisi del concetto di cibo come cultura e quindi del connubio cultura-società. È scritto nella storia, ricordano bene Capatti e Montanari, che «il patrimonio gastronomico viene normalmente individuato e riconosciuto attraverso il richiamo di identità cittadine»⁴². E ancora, «l'identità si definisce anche (o forse soprattutto) come differenza, cioè in rapporto agli altri». Per citare un esempio illuminante di queste indicazioni di origine che connotano anche i PAT, «la “mortadella di Bologna” si definisce come tale solo quando esce dal suo ambito di produzione». Non a caso «esportare il territorio» per questi autori è la chiave interpretativa da utilizzare per comprendere la storia della cucina italiana. In estrema sintesi, quindi, i PAT hanno bisogno di essere distinti e distinguibili quando escono dal territorio di origine. Si pensi ai cantucci o cantuccini, da sempre considerati prodotto del territorio dai toscani che per secoli li hanno consumati. Questi biscotti sono diventati «toscani» per tutti gli altri, italiani e stranieri, soltanto quando hanno valicato la frontiera regionale e conquistato il mondo.

Sempre riferendoci ai dati raccolti dai produttori nelle schede dei PAT trasformati della Toscana, si evince che l'export di questi prodotti non supera quasi mai il 5%. Tuttavia immaginiamo che l'Italia abbia tutto l'interesse a favorirne la circolazione nel paese e a promuoverne la conoscenza anche fuori dai confini nazionali. Di qui l'esigenza di un segno di riconoscimento che incorpori uno o più riferimenti alla Regione e alla Provincia o al Comune di origine dell'uso o della tradizione alimentare che li ha generati. Al riguardo pare infondata quindi l'interpretazione portata avanti recente-

⁴¹ Per una introduzione a questi concetti v. M. DANESI, P. PERRON, *Analyzing Cultures: An Introduction and Handbook*, Bloomington, Indiana University Press, 1999.

⁴² A. CAPATTI, M. MONTANARI, *La cucina italiana*, Bari, Laterza, 2002, X ss.

mente, in ultimo da Fino e Cecconi⁴³, in base alla quale i PAT, così come tanti prodotti DOP e IGP di dimensioni economiche minime, sarebbero da associarsi a un tentativo sciovinista di *nation building* o di «gastronazionalismo», che potremmo immaginare mirato a difendere campanilismi e a costruire artificialmente identità territoriali. All'opposto, l'argomento sin qui sviluppato muove dall'osservazione di identità certo variegata ma già definite e indica piuttosto l'esigenza di costruire un linguaggio comune a livello nazionale e se possibile comunitario per favorire lo scambio di informazioni e i commerci⁴⁴.

Sull'origine materiale/effettiva del prodotto, che non è certificata e verificata da organismi di controllo (come avviene per i prodotti DOP e IGP) ma oggetto di semplice promessa del produttore, fatto che per alcuni giuristi costituisce motivo per «dequalificare» i PAT a prodotto comune, occorre ricordare innanzitutto che l'espressione più elevata del patrimonio gastronomico dei territori e dell'Italia si riscontra nella cucina: «luogo per eccellenza dello scambio e della contaminazione, oltre che (più che) dell'origine»⁴⁵. Fiore ha giustamente osservato che il rapporto tra alimentazione e cucina è mediato da «marcatori di identità basati sull'ubicazione geografica»⁴⁶. È nella cucina degli italiani, in altri termini, che i PAT devono tornare a vivere (magari sottraendo spazi a cibi ultra-processati), conquistandosi prima un ruolo nell'alimentazione quotidiana e quindi una fetta di mercato. È un percorso talvolta detto di «patrimonializzazione» (riacquisizione al patrimonio culturale di un territorio) delle tradizioni: accomuna tutti i prodotti alimentari,

⁴³ M.A. FINO, A.C. CECCONI, *Gastronazionalismo*, Busto Arsizio, People, 2021.

⁴⁴ Sull'importanza di un linguaggio comune, è utile richiamare un celebre racconto: «Ci sono due pesci che nuotano e a un certo punto incontrano un pesce anziano che va nella direzione opposta, fa un cenno di saluto e dice: «*Salve, ragazzi. Com'è l'acqua?*» I due pesci giovani nuotano un altro po', poi uno guarda l'altro e fa «*Che cavolo è l'acqua?*», D.F. WALLACE, *Questa è l'acqua*, Torino, Einaudi, 2009. p. 170.

⁴⁵ A. CAPATTI, M. MONTANARI, *La cucina italiana*, cit. supra, nota 41.

⁴⁶ L. D. FIORE, *Heritage and food history*, cit. supra, nota 29.

a partire da quelli destinati ad affermarsi come Indicazioni Geografiche.

Nel momento in cui vi sarà la necessità di arginare le imitazioni, contrastare le frodi, assicurare controlli esterni sul processo e sul prodotto, saranno i produttori stessi ad organizzarsi in Consorzi di Tutela e a richiedere per un determinato alimento la protezione di una Indicazione Geografica. In questo senso il gruppo dei PAT può fungere da «vivaio» di DOP e IGP: è la strada che hanno già intrapreso, per restare in Toscana, il lardo di Colonnata e i ricciarelli di Siena. La dimensione economica di nicchia e l'estensione limitata del bacino di consumo di tanti prodotti della tradizione rendono decisamente consigliabile un periodo adeguato di produzione e gestione commerciale non gravate da oneri amministrativi eccessivi, come quelli che ricadono sui Consorzi di tutela e sui produttori di IG.

Seguendo il filo dell'analisi storica e antropologica, forse senza neppure rendercene conto, abbiamo sostanzialmente stabilito la contiguità e la continuità tra due categorie di prodotto che proprio le qualificazioni di «culturale» da un lato e di «geografico» dall'altro sembravano dividere. Il cibo è sempre in rapporto con il territorio ed è sempre prodotto culturale: ma questo rapporto può essere quasi impercettibilmente accennato, più consapevolmente interiorizzato, apertamente declamato, giuridicamente riconosciuto sino a divenire tutelato e garantito, in progressione⁴⁷.

⁴⁷ Nel caso dei PAT, in termini più strettamente giuridici, il nesso tra la qualità del prodotto e il territorio in cui è realizzato sarebbe semplicemente «meno forte» rispetto ai prodotti DOP e IGP. Sull'aspetto dell'«intensità» del legame v. A. GERMANÒ, M.P. RAGIONIERI, E. ROOK BASILE, *op. cit.*, 134 ss. I PAT possono anche inquadrarsi come una via di mezzo tra le denominazioni «generiche» e quelle «protette»: sarebbero quindi suscettibili di «diluirsì» in prodotto generico sotto la spinta di un'evasione geografica, semantica e fisica, delle produzioni dal loro luogo di origine oppure di «qualificarsi», come nome affidato in modo esclusivo a un certo prodotto, con l'ottenimento di una forma di tutela superiore, quale quella comunitaria; v. A. DI LAURO, *La tutela dell'origine degli alimenti o la composizione im(possibile) del tempo e dello spazio*, in *La tutela dell'origine*, a cura di A. GERMANÒ, V. RUBINO, *cit.*, 34 ss..

5. Biodiversità, patrimonio gastronomico e geopolitica.

L'Italia, per ragioni geografiche e geologiche, è un Paese estremamente ricco di biodiversità. È lo Stato con il maggior numero di animali e piante in Europa⁴⁸. La fauna è stimata in oltre 58.000 specie, di cui 1.258 vertebrati. La flora comprende 6.711 specie di piante superiori, di cui il 15% endemiche. Oltre il 50% della flora e della fauna terrestre, purtroppo, sono «in stato di conservazione sfavorevole»⁴⁹. Dobbiamo chiederci a questo punto se esiste un collegamento tra ricchezza della biodiversità e ricchezza del patrimonio gastronomico.

Una risposta esaustiva a questa domanda in letteratura non è stata ancora fornita. Già è stato detto però quanto in generale il commercio e le contaminazioni abbiano influenzato la diffusione e l'affermazione su base territoriale di usi e tradizioni culinarie. L'agricoltura trasforma continuamente il paesaggio e nel corso dell'Antropocene ha inciso profondamente sugli ecosistemi⁵⁰. La gastronomia a sua volta si è modellata sull'offerta di ingredienti disponibili, frutto di coltivazioni locali ma anche di scambi. Quanto all'Italia nello specifico, Capatti e Montanari osservano che la crescita economica del secondo dopoguerra e la ricchezza che ne è conseguita, rispetto ad altri paesi nei quali si è prodotto un maggiore livellamento dei consumi, ha favorito «la valorizzazione di derrate e ricette tradizionali, la ricerca (e quindi salvaguardia) delle piccole produzioni e un culto della rarità eno-gastronomica»⁵¹.

⁴⁸ CONVENTION ON BIOLOGICAL DIVERSITY, *Italy, Biodiversity facts, Status and trends of biodiversity*, documento online sul sito web <https://www.cbd.int/countries/profile/?country=it>.

⁴⁹ S. ERCOLE, P. ANGELINI, L. CARNEVALI et al. (a cura di), *Rapporti Direttive Natura (2013-2018). Sintesi dello stato di conservazione delle specie e degli habitat di interesse comunitario e delle azioni di contrasto alle specie esotiche di rilevanza unionale in Italia*, ISPRA, Serie Rapporti 349/2021.

⁵⁰ Un'ondata di trasformazioni nella composizione della vegetazione e nelle coltivazioni in uso fu innescata ad esempio con il cosiddetto «scambio colombiano»; v. W. A. CROSBY, *The Columbian Exchange: Biological and Cultural Consequences Of 1492*, Westport, Conn., Praeger, 1972.

⁵¹ A. CAPATTI, M. MONTANARI, *La cucina italiana*, cit. supra, nota 44.

Soltanto una parte delle innumerevoli voci relative a frutta e ortaggi non lavorati nell'elenco nazionale dei PAT si riferiscono a specie endemiche, la cui diffusione è limitata a zone circoscritte. Nella maggioranza dei casi siamo probabilmente al cospetto di varietà selezionate dall'uomo nel corso dei secoli (si pensi alla patata rossa di Cetica o al cecino rosa prodotto nella zona di Reggello). Ritenere tuttavia che patrimonio gastronomico (numerosità e stato di salute dei PAT) e biodiversità (numerosità e stato di salute di flora e fauna) siano significativamente correlati è un'ipotesi più che probabile. Quanto all'eventuale relazione di causalità è possibile citare la Sintesi sulla biodiversità all'interno del Millennium Ecosystem Assessment⁵² promosso dalle Nazioni Unite, per la quale «numerosi pratiche culturali sono riuscite a proteggere componenti di biodiversità importanti per ragioni utilitaristiche o spirituali» o ricerche come quella di Egal e Forster, che sottolineano come sistemi alimentari sostenibili e stili di consumo sani possono trarre vigore da «filieri corte e approcci partecipativi che stabiliscono un'effettiva collaborazione tra consumatori e produttori e rivitalizzano sistemi alimentari tradizionali basati sulla biodiversità locale»⁵³.

Secondo Legrand et al. «i consumatori hanno un ruolo da giocare nella scelta del tipo e del luogo di coltivazione del cibo»⁵⁴, ma non avranno alcun impatto sostanziale senza il necessario supporto da parte dei governanti. L'Unione europea sembra condividere questa visione quando sostiene nella «Strategia dal produttore al consumatore»⁵⁵ che la costruzione di sistemi alimentari sostenibili

⁵² MILLENNIUM ECOSYSTEM ASSESSMENT, *Ecosystems and Human Well-being: Biodiversity Synthesis*, Washington, DC. World Resources Institute, 2005.

⁵³ F. EGAL, T. FORSTER, *Biodiversity, food systems and urban-rural linkages*, in *Biodiversity, Food and Nutrition* a cura di D. HUNTER, T. BORELLI, E. GEE, London, Routledge, 2020, 189 ss.

⁵⁴ W. LEGRAND, C. HINDLEY, G. C. M. LAEIS, *Food biodiversity, local sourcing and consumers*, in *Biodiversity*, a cura di D. HUNTER, T. BORELLI, E. GEE, *cit. supra*, 221 ss.

⁵⁵ COMMISSIONE EUROPEA, *Una strategia «Dal produttore al consumatore»*, *cit. supra*, nota 17.

passa per un'azione di contrasto alla perdita di biodiversità. Se con questa Strategia l'UE ha scelto di risolvere le questioni della sostenibilità e della diffusione di regimi alimentari sani tramite un approccio di mercato, ne discende allora che i PAT, basati come sono su filiere corte, dovrebbero essere non soltanto resi riconoscibili ma addirittura incentivati. Con la Strategia sulla Biodiversità per il 2030, adottata in parallelo per dare corso al *Green Deal* e alla neutralità climatica entro il 2050, la Commissione si spinge in effetti sino a dichiarare testualmente che «È altresì necessario invertire la tendenza all'erosione della varietà genetica, ad esempio facilitando l'uso di colture e razze tradizionali: ne deriverebbero benefici anche per la salute grazie a un'alimentazione più variata e nutriente»⁵⁶.

La pandemia di Covid-19 ha quindi messo biodiversità e offerta alimentare sotto i riflettori, sottolineandone l'importanza strategica e anche il collegamento. Gli scaffali vuoti di cui periodicamente sembrano soffrire le catene della grande distribuzione nel Nord Europa continuano a ricordare a tutti, politici compresi, quanto sia importante in occasione di emergenze umanitarie, sanitarie o ambientali poter contare su un approvvigionamento alimentare non solo continuo ma anche variegato, funzionale e ricco di nutrienti⁵⁷. I PAT, con la biodiversità in particolare di specie vegetali commestibili che ad essi si associa, rappresentano in questo senso un'opportunità di incrementare e proteggere le fonti alimentari disponibili per l'intero continente europeo. Ed è anche per ragioni che potremmo definire di «sicurezza nazionale alimentare» che essi meritano un riconoscimento formale dell'UE al più presto⁵⁸.

⁵⁶ COMMISSIONE EUROPEA, *Strategia dell'UE sulla biodiversità per il 2030. Riportare la natura nella nostra vita*, Bruxelles, 2020.

⁵⁷ Cfr. T. LANG, *Feeding Britain: Our food problems and how to fix them*, London, Pelican, 2020; M. GINANNESCHI, *Il futuro del cibo, l'incognita covid-19 e la lanterna dell'antropologo*, Georgofili INFO, 2020.

⁵⁸ Su questo punto v. L. COSTATO, *Dalla food security alla food sovereignty*, in *Produzione e mercati innanzi alle sfide del tempo presente: diritto al cibo, sostenibilità e mercati* convegno a cura di ACCADEMIA DEI GEORGOFILII (Atti in corso di diffusione), Firenze, 7 settembre 2021.

5. Prospettive.

Modificare la cornice giuridica europea è indubbiamente la soluzione regina per consentire ai PAT di ottenere riconoscibilità oltre i confini nazionali, una tutela uniforme e quindi una piena espressione del loro potenziale economico. Si presenta proprio adesso un'occasione con la prevista riforma del Reg. 1151/2012 del Parlamento e del Consiglio sui regimi di qualità agroalimentari. In questo ambito, l'ostacolo normativo principale al varo di PAT europei è dato dalla presenza ingombrante delle Specialità Tradizionali Garantite (STG), il secondo pilastro del Pacchetto Qualità accanto ai prodotti DOP e IGP. Dall'epoca del Libro Verde del 2008 questo schema di certificazione è criticato per la sua inefficacia (è una denominazione che protegge la ricetta senza ancoraggio al territorio), per i costi di gestione eccessivi a fronte di una protezione limitata e quindi per lo scarso *appeal* tra i produttori⁵⁹. Uno studio sullo stato di salute delle IG realizzato nel 2021 ha spinto la Commissione alle stesse conclusioni: «il numero limitato di prodotti registrati come STG, non rappresentando un diritto di proprietà intellettuale, sottolinea una mancanza di interesse nello schema»⁶⁰. La società civile, consultata pubblicamente dalla Commissione nel primo quadrimestre del 2021 su una possibile revisione del sistema delle Indicazioni Geografiche, in merito alle STG, dopo una serie di osservazioni critiche, si esprimeva a forte maggioranza (77% dei rispondenti) per la possibilità che “*genuine traditional agricultural products from all regions of the EU should be listed, promoted and*

⁵⁹ In proposito, v.: A. BONADONNA, L. MACAR, G. PEIRA, C. GIACHINO, The dark side of the European quality schemes: The ambiguous life of the traditional specialties guaranteed, in *Quality*, 2017, 18, n. 156, 102 ss.; P. BORGHI, Sovrapposizioni fra ordinamenti e «fantasia» del legislatore in tema di segni di qualità dei prodotti alimentari: entropia e storytelling, in *Riv. Dir. Alim.*, 2015, 4, 4 ss.

⁶⁰ COMMISSIONE EUROPEA, *Executive Summary of the evaluation on geographical indications and traditional specialties guaranteed protected in the EU*, SWD (2021) 428, 20 dicembre, 2021. Al momento della realizzazione dello studio le STG registrate in Europa erano 64 (3 quelle italiane).

be easily identified to consumers»⁶¹. Il dibattito sulla modifica del regolamento sui regimi di qualità sarà acceso: la conquista di un riconoscimento da parte dei PAT sul modello di quelli italiani potrebbe dipendere in ultima istanza dalla considerazione che la questione della preservazione dell'«agro-biodiversità»⁶² riceverà in Commissione e nel Parlamento Europeo.

La partita per la valorizzazione del patrimonio gastronomico italiano si giocherà altrimenti in casa. Vi sono diverse alternative percorribili a livello nazionale. La prima potrebbe consistere nel seguire quanto stabilito ad esempio per l'indicazione facoltativa «prodotto di montagna», con la creazione di un logo e di elenchi regionali dei produttori che certificano in autocontrollo il possesso dei requisiti previsti dalla normativa⁶³. La base giuridica di questa tipologia di legislazione nazionale risiede nel Titolo IV del Reg. 1151/2012 che agli art. 27-34 disciplina le indicazioni facoltative di qualità. Secondo una possibile lettura della norma, l'art. 28 consentirebbe agli Stati membri di “mantenere le disposizioni nazionali sulle indicazioni facoltative di qualità non disciplinate dal presente regolamento” (quindi anche i PAT) purché tali disposizioni “siano conformi al diritto dell'Unione”. Il successivo art. 29 specificerebbe quindi i criteri generali per la conformità di eventuali indicazioni nazionali, ivi compreso l'obbligo di riferirsi a “una dimensione europea”⁶⁴. L'art. 30, infine, sembrerebbe riservare alla Com-

⁶¹ COMMISSIONE EUROPEA, *Factual summary of the public consultation on the revision of the EU Geographical Indications (GIs) System in agricultural products and foodstuffs, wines and spirit drinks*, Ref. Ares (2021) 3900103, 15 giugno, 2021.

⁶² Su questo concetto v. A. SIGNORE, M. RENNA, P. SANTAMARIA, Agrobiodiversity of vegetable crops: Aspect, needs, and future perspectives, in *Annual Plant Reviews Online*, 2019, 2 (1), 41 ss.

⁶³ Decreti e relativi allegati disponibili sul sito web <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/11687>.

⁶⁴ La mancata concessione di un riconoscimento all'indicazione «prodotto dell'agricoltura delle isole» sulla base della asserita specificità dei riferimenti geografici oggetto di valorizzazione chiarisce i termini del problema; C. AGOSTINI, *Prodotti di montagna e prodotti delle isole*, in *Trattato*, a cura di P. BORGHI, I. CANFORA, A. DI LAURO, L. RUSSO, *cit. supra*, nota 33.

missione il potere di intervenire per via regolamentare stabilendone le condizioni operative. Anche questa soluzione presuppone quindi la costruzione di un consenso a livello comunitario, per via interpretativa o in sede di revisione del Reg. 1151/2012.

La seconda alternativa potrebbe essere rappresentata dalla creazione di marchi collettivi, come ad es. «Associazione dei Produttori di Prodotti Agroalimentari Tradizionali della Toscana», cui affiancare un logo, un regolamento d'uso del marchio e forme di controllo condivisi dalle imprese, sino alla certificazione di terzi. Si tratterebbe di strumenti frutto di una iniziativa di soggetti privati e quindi come tali diversi dai marchi geografici territoriali registrati da «persone giuridiche di diritto pubblico», che hanno incontrato in passato opposizione da parte della Commissione europea⁶⁵.

La terza soluzione è data invece dalla possibilità – immediata – per i produttori di utilizzare in etichetta la denominazione di vendita del prodotto codificata nel corrispondente albo regionale, seguita da un riferimento alla legge italiana: (es.) “Pici”, Prodotto Agroalimentare Tradizionale della Toscana, ex art. 8 D. Lgs 30 aprile 1998 n. 173. Si ritiene che quest'ultima possibilità, conforme al quadro normativo in vigore, si giustifichi pienamente in termini di informazione volontaria al consumatore⁶⁶, a condizione che il prodotto rispecchi nome e caratteristiche individuate nella scheda prodotto di cui alla relativa banca data regionale. Ulteriori informazioni potrebbero quindi essere fornite nella confezione su: storia, luogo in cui si è originato il prodotto, caratteristiche qualitative e processo di lavorazione. L'apposizione di un codice QR sulle confezioni, leggibile tramite *smartphone* dai consumatori che potrebbero così consultare la sche-

⁶⁵ R. F. GRECO, Marchi territoriali pubblici di qualità dei prodotti agroalimentari: profili critici e prospettive evolutive, in *Riv. Quadrim. Dir. Am.*, 2018, 3, 31 ss.

⁶⁶ P. BORGHI, *Le informazioni volontarie nella disciplina della etichettatura degli alimenti*, in *Le regole del mercato agroalimentare tra sicurezza e concorrenza. Diritti nazionali, regole europee e convenzioni internazionali su agricoltura, alimentazione, ambiente*, a cura di S. CARMIGNANI, N. LUCIFERO, Napoli, Editoriale Scientifica, 2020, 93 ss. Per A. GERMANÒ, M.P. RAGIONIERI, E. ROOK BASILE, *op. cit.*, p. 89, «è interesse dei produttori comunicare ai consumatori le *qualità* dei rispettivi prodotti».

da informativa del PAT nella banca dati regionale *online*, rappresenterebbe una logica evoluzione di questo modello. Se la mancanza di un logo e di un'azione di coordinamento tra produttori e trasformatori rappresenta un limite oggettivo per le azioni di marketing territoriale attivabili, la circolazione della denominazione di vendita codificata seguita dal riferimento di legge è in grado di favorire l'acquisizione di informazioni da parte del consumatore sulla consistenza del patrimonio gastronomico del territorio.

Premesso che l'una non esclude l'altra, entrambe le alternative in questione hanno le caratteristiche per riscuotere l'interesse delle catene della grande distribuzione organizzata più sensibili al rapporto tra gastronomia e territorio. Le Regioni, da parte loro, possono favorire la circolazione delle informazioni sui PAT, con azioni di diffusione degli elenchi, delle schede prodotto e delle singole denominazioni di vendita, sulla scia di quanto ha iniziato a fare da alcuni anni la Regione Toscana⁶⁷.

6. Conclusioni.

Riscoprire, reclamizzare e valorizzare i Prodotti Agroalimentari Tradizionali conviene. Innanzitutto per venire incontro a un bisogno emergente dei consumatori di cibi che sono espressione del territorio e della tradizione. Quindi per salvare e riattivare produzioni agricole e pratiche gastronomiche che ultra-trasformazione e mercificazione degli alimenti hanno marginalizzato negli ultimi cento anni. Infine per motivi che hanno a che fare con la crescita dell'insicurezza nelle società contemporanee, con la crisi delle ca-

⁶⁷ Si segnalano a titolo di esempio l'inclusione dei PAT tra i prodotti alimentari somministrabili dagli agriturismi nel rispetto del sistema della filiera corta a partire dal 2017 con D.D. 2594 del 09-03-2017 e l'estensione ai produttori di PAT della possibilità di partecipare come espositori a *Buy Food Toscana*, un B2B ideato per favorire l'incontro con *buyer* stranieri, deliberata per il 2021 con D.D. n. 9996 del 14-06-2021.

tene globali del valore e con la geopolitica. Sono queste le indicazioni che emergono da un'analisi multidisciplinare, dal diritto all'economia, dalla storia dell'alimentazione all'antropologia sino alle relazioni internazionali, del valore dei PAT.

Biodiversità e ricchezza del patrimonio gastronomico in questo contesto più ampio assumono nuovi significati. Considerando l'implicita promessa di soddisfare la crescente domanda mondiale di cibi buoni, sani e ricchi di nutrienti, il giacimento dei PAT mostra più di una somiglianza con i «raccolti perduti degli Inca»⁶⁸ che hanno ispirato – adesso possiamo svelarlo - il titolo di questo articolo.

Sulla strada del pieno riconoscimento giuridico dei PAT restano purtroppo numerose sfide da superare: l'accettazione piena della loro connotazione territoriale, l'ammissione nel club dei prodotti tipici seppure con tutele ridotte rispetto ai già affermati prodotti DOP e IGP o in alternativa la nascita di pratiche commerciali di valorizzazione dal basso, legate o meno a marchi collettivi, che vedano alleati produttori, trasformatori agroalimentari, distributori e consumatori.

Al termine del nostro ragionamento, abbiamo almeno una certezza: se il cibo del futuro potrà ancora avvalersi di materie prime, ingredienti e ricette che sono stati importanti nel passato del nostro Paese è questione tutt'altro che marginale, riguarda il nostro modello di sviluppo, la compatibilità con l'ambiente e il territorio che ci circonda, e investe l'organizzazione della nostra società sui versanti della produzione, della trasformazione e del consumo.

Marco Ginanneschi

ABSTRACT:

L'Italia possiede un patrimonio gastronomico di oltre 5.000 prodotti agroalimentari tradizionali (PAT), in aggiunta a 312 Indi-

⁶⁸ Il riferimento è all'opera preziosa del NATIONAL RESEARCH COUNCIL, *Lost Crops of the Incas: Little Known Plants of the Andes with Promise for Worldwide Cultivation*, Washington, DC, National Academy Press, 1989.

cazioni Geografiche già molto conosciute. Qualsiasi nazione con simili riserve alimentari (materie prime, ingredienti e ricette) farebbe «tutto quanto nelle proprie possibilità» per pubblicizzarle e promuoverle. Tuttavia, proprio il legame con il territorio – città e regioni – al cuore della loro reputazione, sembra essere il principale ostacolo sulla strada di un loro riconoscimento legale. I PAT esistono per la legge italiana, che ha promosso a partire dal 1998 la loro catalogazione in un registro nazionale costituito a partire da elenchi regionali. Ma non per l'Unione europea, che riconosce soltanto schemi di qualità DOP, IGP e STG.

Quella elaborata dalle autorità italiane è una soluzione di compromesso, consistente nel considerare i PAT un prodotto della cultura locale invece di un marchio di origine e qualità. L'autore non contesta la valenza culturale del cibo in generale, al contrario sottolinea come il cibo sia «un fatto sociale concentrato». È il legame dei PAT con entrambi la cultura e il territorio che non può essere spezzato. Specialmente a seguito della pandemia di Covid 19, sicurezza alimentare, conservazione della biodiversità e ragioni di geopolitica giustificano un cambio della politica europea nei confronti dei PAT, che consenta qualche forma di tutela e di visibilità a questi marchi tradizionali locali. Qualora il legislatore europeo non dovesse cogliere questa occasione, spetterà ai produttori e ai trasformatori dare corso a soluzioni alternative basate sulla fornitura di informazioni volontarie in etichetta e sulla collaborazione della grande distribuzione organizzata per promuovere i PAT tra i consumatori. La sfida decisiva è rappresentata dal salvataggio dall'oblio «dei raccolti perduti degli Etruschi», in nome della storia, delle tradizioni gastronomiche e della biodiversità del nostro territorio.

EN:

Italy has got a gastronomic heritage of more than 5,000 traditional food products, beyond the already known 312 Geographic Indications. Every other country in the world would do «whatever it takes» to advertise and promote this enormous deposit of food

reserves made by raw materials, ingredients and recipes. However, exactly the bond with the territory (regions and towns), at the core of their reputation, seems to be the main obstacle on the way to full legal recognition. They exist for the Italian law, which promoted a regionally-based data collection and the formation of a national register starting from 1998. But not for the European Union, which recognizes only PDO, PGI and TSG quality schemes.

A compromise solution was worked out by the Italian authorities: considering Traditional Foods (TFs) a product of local culture instead of a quality and origin trademark. The Author does not object to considering food in general as a cultural element, on the contrary: every food is a «highly concentrated social fact». It is TFs' special link with both culture and territory, however, that cannot be broken. Especially after Covid-19, food security, biodiversity conservation and geopolitical reasons justify a change in the European policy in order to allow a minimum of protection and visibility to these local traditional brands. If the European legislator fails, however, producers and food processors will have to work out alternative solutions based on the supply of voluntary information on product labelling and on the collaboration of supermarket chains in order to promote TFs to consumers. Saving the «lost crops of the Etruscans» from oblivion for the sake of our territory's history, gastronomic traditions and biodiversity is the ultimate challenge.

PAROLE CHIAVE:

Prodotti Agroalimentari Tradizionali, etichettatura, informazioni volontarie, territorio, cultura.

Traditional Food Products, labelling, voluntary information, territory, culture.

Giurisprudenza annotata.

TRIBUNALE DELL'UNIONE EUROPEA

Sentenza 14 aprile 2021 nella causa T-201/20*

Berebene Srl c. Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO), e Consorzio vino Chianti Classico

Marchio dell'Unione europea – Opposizione – Domanda di marchio dell'Unione europea figurativo GHISU – Marchio collettivo nazionale figurativo anteriore CHIANTI CLASSICO – Impedimento alla registrazione relativo – Articolo 8, paragrafo 5, del regolamento (CE) n. 207/2009 [divenuto articolo 8, paragrafo 5, del regolamento (UE) 2017/1001] – Vantaggio tratto indebitamente dal carattere distintivo o dalla notorietà del marchio anteriore.

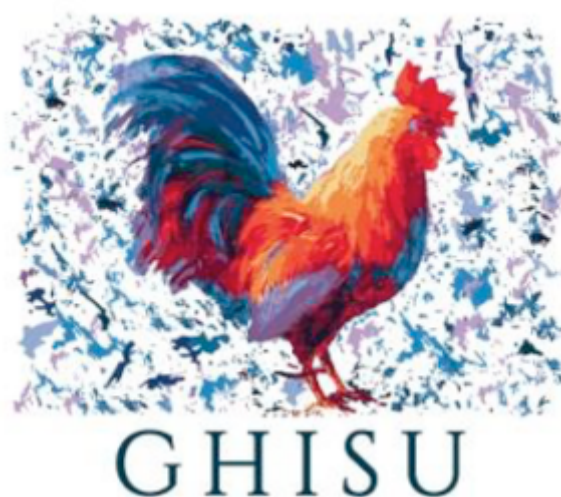
L'utilizzo di un segno avente una certa somiglianza con un marchio di elevata notorietà anteriore per prodotti identici a quelli designati da quest'ultimo presenta un rischio non ipotetico che il pubblico di riferimento stabilisca un nesso tra i marchi associando l'immagine del marchio richiesto ai prodotti dell'interveniente, di modo che l'uso del marchio richiesto possa trarre un vantaggio indebito dalla notorietà, dal prestigio e dall'eccellenza proiettata dal marchio anteriore, il che rischia di dar luogo a un vantaggio indebito risultante dagli sforzi commerciali dell'interveniente per lo sviluppo del suo marchio.

* Il testo integrale della sentenza è reperibile sul sito internet www.curia.eu. In argomento v. *infra*, il commento di DANIELE FABRIS.

Fatti

1. Il 21 settembre 2017 la Berebene Srl, ricorrente, ha presentato una domanda di registrazione di marchio dell'Unione europea all'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO), ai sensi del regolamento (CE) n. 207/2009 del Consiglio, del 26 febbraio 2009, sul marchio dell'Unione europea (GU 2009, L 78, pag. 1), come modificato [sostituito dal regolamento (UE) 2017/1001 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 giugno 2017, sul marchio dell'Unione europea (GU 2017, L 154, pag. 1)].

2. Il marchio di cui è stata chiesta la registrazione è il seguente segno figurativo:



3. I prodotti per i quali è stata chiesta la registrazione rientrano segnatamente, nella classe 33 ai sensi dell'Accordo di Nizza, relativo alla classificazione internazionale dei prodotti e dei servizi ai fini della registrazione dei marchi, del 15 giugno 1957, come riveduto e modificato, e corrispondono alla seguente descrizione: «Bevande alcoliche (escluse le birre)».

4. La domanda di marchio è stata pubblicata nel Bollettino dei marchi dell'Unione europea n. 2017/184 del 27 settembre 2017.

5. Il 21 dicembre 2017 il Consorzio vino Chianti Classico, interveniente, ha presentato opposizione, ai sensi dell'articolo 46 del

regolamento 2017/1001, alla registrazione del marchio richiesto, per alcuni dei prodotti cui esso si riferisce, ossia i prodotti della classe 33 di cui al precedente punto 3. 6 L'opposizione si basava sul marchio collettivo italiano figurativo registrato il 20 gennaio 2014 con il numero 1571590, per vini della classe 33, riprodotto qui di seguito:



7. I motivi invocati a sostegno dell'opposizione erano, in particolare, quelli di cui all'articolo 8, paragrafo 5, del regolamento 2017/1001.

8. Per provare la notorietà del marchio anteriore, l'interveniente ha prodotto un gran numero di documenti.

9. Con decisione del 18 gennaio 2019, la divisione di opposizione ha accolto l'opposizione per tutti i prodotti della classe 33, constatando l'esistenza dell'impedimento di cui all'articolo 8, paragrafo 5, del regolamento 2017/1001.

10. Il 14 marzo 2019 la ricorrente ha presentato ricorso all'EUIPO, ai sensi degli articoli da 66 a 71 del regolamento 2017/1001, contro la decisione della divisione di opposizione.

11. Con decisione del 23 gennaio 2020 (in prosieguo: la «decisione impugnata»), la prima commissione di ricorso dell'EUIPO ha respinto il ricorso sulla base dell'articolo 8, paragrafo 5, del regolamento n. 2017/1001. La commissione di ricorso ha rilevato che

la notorietà del marchio anteriore era un fatto pacifico tra le parti. Ha rilevato, inoltre, la sussistenza di una somiglianza tra i segni in conflitto e di un nesso tra i marchi in conflitto nella mente dei consumatori. Ha concluso che, tenuto conto dell'immagine di eccellenza e di prestigio associata al marchio anteriore, l'uso del marchio richiesto era suscettibile di generare un indebito vantaggio a favore della ricorrente.

[omissis]

In diritto

[omissis]

16. A sostegno del ricorso, la ricorrente adduce che la decisione della commissione di ricorso si basa su un'errata comparazione dei segni in conflitto e su un'errata valutazione globale del rischio di confusione. Tenuto conto del fatto che la decisione impugnata è fondata unicamente sull'impedimento alla registrazione di cui all'articolo 8, paragrafo 5, del regolamento n. 207/2009, occorre intendere le censure della ricorrente come dirette a contestare l'applicazione da parte della commissione di ricorso di quest'ultima disposizione.

17. Ai termini dell'articolo 8, paragrafo 5, del regolamento n. 207/2009, in seguito all'opposizione del titolare di un marchio anteriore ai sensi del paragrafo 2, la registrazione del marchio depositato è esclusa se il marchio è identico o simile al marchio anteriore o se viene chiesta per prodotti o servizi non simili a quelli per i quali è registrato il marchio anteriore, qualora, nel caso di un marchio dell'Unione europea anteriore, quest'ultimo sia il marchio che gode di notorietà nell'Unione, o, nel caso di un marchio nazionale anteriore, quest'ultimo sia un marchio che gode di notorietà nello Stato membro in questione e l'uso senza giusto motivo del marchio richiesto possa trarre indebito vantaggio dal carattere distintivo o dalla notorietà del marchio anteriore o recare pregiudizio agli stessi.

18. La tutela estesa accordata al marchio anteriore dall'articolo 8, paragrafo 5, del regolamento n. 207/2009 presuppone quindi la coesistenza di varie condizioni cumulative relative, in primo luogo, all'identità o alla somiglianza dei marchi in conflitto, in secondo luogo, all'esistenza di una notorietà del marchio anteriore invocata a sostegno dell'opposizione e, in terzo luogo, all'esistenza di un rischio che l'uso senza giusto motivo del marchio richiesto tragga indebitamente vantaggio dal carattere distintivo o dalla notorietà del marchio anteriore o rechi loro pregiudizio (sentenza del 28 giugno 2018, EUIPO/Puma, C-564/16 P, EU:C:2018:509, punto 54).

19. Nel caso in esame, la ricorrente contesta alla commissione di ricorso di aver erroneamente valutato i fattori da prendere in considerazione nell'analisi dei rischi di cui all'articolo 8, paragrafo 5, del regolamento n. 207/2009 e, di conseguenza, di aver erroneamente affermato che i presupposti per l'applicazione di tale disposizione erano soddisfatti nella fattispecie. Pur non contestando che il marchio anteriore goda di un elevato grado di notorietà, come rilevato dalla commissione di ricorso al punto 27 della decisione impugnata, essa ritiene che la valutazione della commissione di ricorso sia erronea per quanto riguarda, in primo luogo, la comparazione dei segni in conflitto, in secondo luogo, l'esistenza di un nesso tra i marchi nonché, in terzo luogo, l'esistenza di un rischio che l'uso senza giusto motivo del marchio richiesto tragga indebitamente vantaggio dal carattere distintivo o dalla notorietà del marchio anteriore.

Sull'identità o somiglianza dei segni in conflitto

20. Per quanto riguarda la comparazione tra i segni in conflitto, la ricorrente sostiene, in primo luogo, che la valutazione della commissione di ricorso al riguardo è vaga e approssimativa in quanto conclude per l'esistenza di una «certa somiglianza» senza indicare concretamente i motivi che rendono i segni simili. In secondo luogo, tale valutazione sarebbe altresì contraddittoria per il

fatto che, sebbene la commissione di ricorso abbia escluso l'esistenza di una somiglianza tra i segni in conflitto sul piano visivo e fonetico, essa ha concluso per l'esistenza di una somiglianza globale tra detti segni. In terzo luogo, la ricorrente sostiene che i segni in conflitto non sono simili concettualmente poiché il messaggio veicolato da detti segni non dipende dalla raffigurazione di un gallo ed è diverso in quanto il marchio anteriore è un marchio collettivo e designa vini rossi che provengono dalla zona vitivinicola del Chianti in Toscana, mentre il marchio richiesto è un marchio individuale che designa un vino bianco proveniente dalla zona vitivinicola della Gallura in Sardegna, che deve il proprio nome all'animale in parola.

21. L'EU IPO e l'interveniente contestano gli argomenti della ricorrente.

22. A tale riguardo, occorre ricordare che l'esistenza di una somiglianza tra un marchio anteriore e un marchio richiesto costituisce una condizione d'applicazione comune al paragrafo 1, lettera b), e al paragrafo 5, dell'articolo 8 del regolamento n. 207/2009. Tale condizione presuppone, sia nell'ambito del paragrafo 1, lettera b), sia in quello del paragrafo 5 di detto articolo, l'esistenza, in particolare, di elementi di somiglianza visiva, fonetica o concettuale [v., in tal senso, sentenze del 24 marzo 2011, Ferrero/UAMI, C-552/09 P, EU:C:2011:177, punto 52, e del 4 ottobre 2017, Gappol Marzena Porczyńska/EUIPO – Gap ((ITM) (GAPPOL), T-411/15, non pubblicata, EU:T:2017:689, punto 148].

23. Tuttavia, il grado di somiglianza richiesto nell'ambito dell'una e dell'altra delle suddette disposizioni è diverso. Infatti, mentre l'attuazione della tutela introdotta dall'articolo 8, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 207/2009 è subordinata alla constatazione di un grado di somiglianza tra i marchi in conflitto tale da generare, nel pubblico di riferimento, un rischio di confusione tra questi ultimi, l'esistenza di un siffatto rischio non è richiesta ai fini della tutela conferita dal paragrafo 5 del medesimo articolo. Infatti, le violazioni di cui all'articolo 8, paragrafo 5, del regolamento

n. 207/2009 possono essere la conseguenza di un minor grado di somiglianza tra i marchi anteriore e richiesto, purché tale grado di somiglianza sia sufficiente affinché il pubblico di riferimento operi un accostamento tra i detti marchi, vale a dire stabilisca un nesso tra questi ultimi. Per contro, non risulta né dal tenore letterale delle citate disposizioni né dalla giurisprudenza che la somiglianza tra i marchi in conflitto debba essere valutata in modo diverso a seconda che tale valutazione sia effettuata alla luce dell'una o dell'altra di tali disposizioni (sentenza del 24 marzo 2011, Ferrero/UAMI, C-552/09 P, EU:C:2011:177, punti 53 e 54).

24. Occorre poi ricordare che il confronto dei segni deve fondarsi, per quanto attiene alla somiglianza visiva, fonetica e concettuale dei segni in conflitto, sull'impressione complessiva prodotta dagli stessi, tenendo conto, in particolare, dei loro elementi distintivi e dominanti [sentenza 25 gennaio 2012, Viaguara/UAMI – Pfizer (VIAGUARA), T-332/10, non pubblicata, EU:T:2012:26, punto 32]. Parimenti, occorre osservare che la somiglianza dei segni in conflitto deve essere valutata dal punto di vista del consumatore medio, facendo riferimento alle qualità intrinseche di detti segni, come sono registrati o come sono richiesti [v., in tal senso, sentenza del 12 novembre 2015, CEDC International/UAMI – Fabryka Wódka Polmos Łańcut (WISENT VODKA), T-450/13, non pubblicata, EU:T:2015:841, punto 95].

25 È alla luce di tali considerazioni che occorre esaminare se la commissione di ricorso abbia correttamente concluso per l'esistenza di una somiglianza tra i segni in conflitto.

26. In primo luogo, occorre rilevare che, contrariamente a quanto sostiene la ricorrente, la valutazione da parte della commissione di ricorso della somiglianza tra i segni in conflitto non è né vaga né approssimativa. Ai punti da 16 a 22 della decisione impugnata, la commissione di ricorso ha, infatti, confrontato i segni in conflitto verificando concretamente, come richiesto dalla giurisprudenza citata al precedente punto 23, l'esistenza di elementi di somiglianza e di differenza visiva, fonetica e concettuale. Essa ha

correttamente rilevato, al punto 16 della decisione impugnata, che i segni in conflitto erano entrambi composti da elementi denominativi e da elementi figurativi costituiti dall'immagine di un gallo intero visto di profilo e posto in rilievo, attraverso le sue dimensioni rispetto agli elementi denominativi che compongono i segni, la sua posizione centrale e la rappresentazione dei suoi tratti caratteristici. Ha poi preso in considerazione sia gli elementi figurativi sia gli elementi denominativi nel confrontare i segni su ciascun piano.

27. Per quanto riguarda il confronto sul piano visivo, la commissione di ricorso ha quindi osservato, al punto 18 della decisione impugnata, che le parti figurative dei segni in conflitto erano simili in quanto entrambe contenevano l'immagine di un uccello domestico riprodotta in maniera assai simile. Ha poi rilevato che, per quanto riguarda il marchio anteriore, il suo elemento figurativo raffigurante il gallo nero costituiva l'elemento dominante del segno in quanto privo di attinenza con i prodotti designati dal marchio, ossia i vini, mentre il suo elemento denominativo «chianti classico» era meno distintivo per tali prodotti, giacché designava una zona vitivinicola ben nota. Ha quindi concluso, contrariamente a quanto rileva la ricorrente, non già per l'assenza di somiglianza sul piano visivo, bensì per l'esistenza di una somiglianza visiva «medio-bassa», tenuto conto delle forti somiglianze delle parti figurative dei segni in conflitto e dell'assenza di somiglianza tra i loro elementi denominativi.

28. Per quanto riguarda la somiglianza fonetica, risulta dal punto 20 della decisione impugnata che la commissione di ricorso non ha preso una posizione definitiva sul confronto fonetico dei segni in conflitto, ma si è limitata ad osservare che, sebbene gli elementi denominativi dei segni in conflitto, che sono pronunciati, siano diversi, un confronto tra tali segni sul piano fonetico era difficile da effettuare poiché il marchio anteriore era noto anche come Gallo Nero o Marchio del Gallo Nero.

29. Per quanto riguarda il confronto sul piano concettuale, la commissione di ricorso ha concluso, al punto 21 della decisione

impugnata, che la somiglianza dei segni era di grado intermedio in considerazione del concetto veicolato dall'elemento figurativo dei due segni che rinvia al concetto di gallo, immediatamente riconoscibile nei due segni. Secondo la commissione di ricorso, tale concetto era controbilanciato, ma non cancellato, da quello veicolato dagli elementi denominativi differenti costituenti i segni in conflitto.

30. Da quanto precede risulta che solo dopo aver concretamente rilevato gli elementi di somiglianza e di dissomiglianza tra i segni in conflitto e dopo averli ponderati nell'ambito di una valutazione globale, la commissione di ricorso ha concluso, al punto 22 della decisione impugnata, per l'esistenza di una somiglianza tra tali segni. L'argomento della ricorrente relativo alla vaghezza e all'approssimazione della valutazione della somiglianza dei segni in conflitto da parte della commissione di ricorso deve pertanto essere respinto.

31. Del pari, non può essere accolto l'argomento della ricorrente secondo il quale la valutazione globale della commissione di ricorso per quanto riguarda la somiglianza tra i segni in conflitto è contraddittoria. Infatti, da un lato, la ricorrente effettua una lettura erronea della decisione impugnata nella parte in cui rileva che la commissione di ricorso ha concluso per l'assenza di somiglianza dei segni sul piano visivo e fonetico, mentre quest'ultima ha rilevato che i segni erano simili almeno debolmente sul piano visivo (v. precedente punto 27), e che era difficile confrontarli sul piano fonetico (v. precedente punto 28).

32. Dall'altro lato, correttamente la commissione di ricorso ha rilevato, al punto 20 della decisione impugnata, che, ai fini della sua decisione, non era indispensabile accertare con precisione se i segni in conflitto fossero complessivamente simili sul piano fonetico. Infatti, contrariamente a quanto sostiene la ricorrente, non è contraddittorio concludere, nell'ambito della comparazione dei segni in sede di applicazione dell'articolo 8, paragrafo 5, del regolamento n. 207/2009, nel senso dell'esistenza di una somiglianza

globale tra i segni in conflitto senza prendere una posizione definitiva su tale somiglianza sul piano fonetico, a condizione che la somiglianza globale sia sufficiente affinché il pubblico interessato connetta mentalmente detti marchi, vale a dire stabilisca un nesso tra gli stessi. Pertanto, un grado di somiglianza, ancorché tenue, e anche su un solo piano, non consente, di per sé, di escludere l'applicazione dell'articolo 8, paragrafo 5, del regolamento n. 207/2009 (v. in tal senso, sentenza del 20 novembre 2014, *Intra-Presse/Golden Balls*, C-581/13 P e C-582/13 P, non pubblicata, EU:C:2014:2387, punti da 72 a 77).

33. Infine, per quanto riguarda gli argomenti della ricorrente con i quali essa intende contestare la conclusione della commissione di ricorso sulla somiglianza concettuale tra i segni in conflitto, occorre rilevare che essi sono fondati sulla natura collettiva del marchio anteriore in contrapposizione alla natura individuale del marchio richiesto nonché sul fatto che tali marchi designerebbero i vini o rossi per il marchio anteriore o bianchi per il marchio richiesto, e aventi un'origine geografica diversa.

34. Tuttavia, siffatti argomenti non sono pertinenti nell'ambito della valutazione della somiglianza concettuale dei segni in conflitto che deve essere fondata sulla percezione di tali segni da parte del pubblico di riferimento. Infatti, da un lato, tale percezione non può essere diversa a seconda che si tratti di un marchio individuale o di un marchio collettivo. Infatti, occorre rilevare, al pari dell'EUIPO, che il confronto tra i segni in conflitto, dei quali uno compone un marchio collettivo e l'altro compone un marchio individuale, è fondato sugli stessi criteri applicabili al confronto tra i segni che compongono due marchi individuali (v., in tal senso, sentenza del 5 marzo 2020, *Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi/EUIPO*, C-766/18 P, EU:C:2020:170, punto 59). Di conseguenza, nulla impedisce di concludere che il segno che compone un marchio individuale e quello che compone un marchio collettivo veicolano lo stesso concetto o, come nel caso di specie, un concetto simile.

35. Dall'altro lato, è vero che taluni elementi dei segni in conflitto, vale a dire l'elemento denominativo «chianti» per il marchio anteriore, che rinvia a una regione in Italia rinomata per i vini (punto 18 della decisione impugnata), e l'elemento figurativo del marchio richiesto raffigurante il gallo, che è il simbolo della regione della Gallura in Sardegna, sono idonei a veicolare un concetto legato all'origine geografica dei vini designati dai marchi di cui trattasi. Tuttavia, ciò non incide sul fatto che i segni in conflitto si riferiscono anche, nella mente del pubblico di riferimento, al concetto di gallo, come rilevato dalla commissione di ricorso, data la presenza della raffigurazione di tale volatile nei due segni e che, per questo, essi sono simili sul piano concettuale.

36. Inoltre, l'argomento della ricorrente, secondo il quale la differenza tra i segni in conflitto sul piano concettuale risulterebbe dal fatto che il segno anteriore è utilizzato per designare i vini rossi, mentre il segno richiesto designa i vini bianchi, è irrilevante nell'ambito della comparazione dei segni sul piano concettuale, la quale si basa sulla comparazione dei concetti veicolati dai segni in conflitto e non sulla comparazione dei prodotti designati dai marchi di cui trattasi.

37. Ne consegue che è infondato l'argomento della ricorrente volto a mettere in discussione la valutazione della commissione di ricorso secondo la quale i segni in conflitto sono simili sul piano concettuale.

38. Da quanto precede risulta che correttamente e senza alcuna contraddizione la commissione di ricorso ha concluso che, alla luce delle somiglianze tra i marchi sul piano visivo e concettuale, esiste globalmente una somiglianza tra i segni in conflitto.

Sul nesso tra i marchi in conflitto

39. Come risulta dalla giurisprudenza menzionata al precedente punto 23, le violazioni di cui all'articolo 8, paragrafo 5, del regolamento n. 207/2009, quando si verificano, sono la conseguenza di un certo grado di somiglianza tra il marchio anteriore che gode di

notorietà e il marchio richiesto, sulla base del quale il pubblico di riferimento fa un confronto tra tali marchi, cioè stabilisce un nesso tra di essi, anche se non li confonde. È sufficiente che il grado di somiglianza tra il marchio notorio e il marchio richiesto abbia come effetto che il pubblico di riferimento stabilisca un nesso tra tali marchi. Conformemente alla giurisprudenza, il fatto che il marchio richiesto evochi il marchio anteriore nella mente del consumatore medio, normalmente informato e ragionevolmente attento ed avveduto, equivale all'esistenza di un siffatto nesso (v. per analogia, sentenza del 27 novembre 2008, Intel Corporation, C-252/07, EU:C:2008:655, punto 60).

40. L'esistenza del nesso menzionato al precedente punto 39, così come l'esistenza di un rischio di confusione, devono essere oggetto di valutazione globale, tenendo conto di tutti i fattori pertinenti del caso di specie. Tra detti fattori figurano il grado di somiglianza tra i marchi in esame, la natura dei prodotti o dei servizi contraddistinti da tali marchi, compreso il grado di prossimità o di dissomiglianza di tali prodotti o servizi, nonché il pubblico interessato, il livello di notorietà del marchio anteriore e il grado di carattere distintivo, intrinseco o acquisito in seguito all'uso, del marchio anteriore [sentenze del 24 marzo 2011, Ferrero/UAMI, C-552/09 P, EU:C:2011:177, punto 56, e del 10 ottobre 2019, McDreams Hotel/EUIPO – McDonald's International Property (mc dreams hotels Träumen zum kleinen Preis!), T-428/18, non pubblicata, EU:T:2019:738, punto 30].

41. La commissione di ricorso, sulla base di un'analisi di ciascuno dei fattori pertinenti citati dalla giurisprudenza richiamata al precedente punto 40, ha concluso, al punto 30 della decisione impugnata, nel senso dell'esistenza di un nesso tra i marchi in conflitto nella mente del pubblico di riferimento. A tal riguardo, essa ha ritenuto che i segni in conflitto presentassero una somiglianza visiva e concettuale in quanto contenevano l'immagine di un gallo, in sostanza, che i prodotti fossero identici, in quanto i prodotti designati dal marchio richiesto comprendevano i vini oggetto del mar-

chio anteriore, che il marchio anteriore godesse di una notorietà elevata ed avesse un carattere distintivo intrinseco, rafforzato dal suo uso per decenni. Infine, la commissione di ricorso ha ritenuto che sussistesse un rischio di confusione o, quanto meno, un rischio di associazione tra i marchi, in quanto essi coincidevano nei loro elementi distintivi rappresentati dal gallo e designavano prodotti identici. La presenza del termine «ghisu» nel marchio richiesto non era sufficiente, secondo la commissione di ricorso, ad escludere il rischio che quest'ultimo potesse essere inteso come una variante autorizzata del marchio collettivo anteriore.

42. Al fine di contestare la conclusione della commissione di ricorso secondo cui esiste un nesso tra i marchi controversi, la ricorrente solleva le censure relative, in sostanza, in primo luogo, al grado di somiglianza tra i segni in conflitto e, in secondo luogo, alla natura e al grado di prossimità dei prodotti oggetto dei marchi in conflitto.

43. L'EU IPO e l'interveniente contestano gli argomenti della ricorrente.

Sul grado di somiglianza tra i segni in conflitto

44. Per quanto riguarda il grado di somiglianza tra i segni in conflitto, più questi sono simili, più è verosimile che il marchio richiesto evocherà, nella mente del pubblico di riferimento, il marchio anteriore notorio. Inoltre, più il marchio anteriore presenta un carattere distintivo forte, sia esso intrinseco o acquisito in seguito all'uso che è stato fatto di tale marchio, più è verosimile che, di fronte ad un marchio identico o simile, il pubblico di riferimento stabilisca un nesso con detto marchio anteriore (v., in tal senso, sentenza del 27 novembre 2008, Intel Corporation, C-252/07, EU:C:2008:655, punti 44 e 54).

45. In primo luogo, la ricorrente sostiene che la commissione di ricorso non ha preso sufficientemente in considerazione l'esistenza della denominazione di origine controllata e garantita (DOCG) «Vermentino di Gallura», il cui nome proviene dalla parola «gallo»

e il cui disciplinare di produzione imporrebbe l'utilizzo di una figura di un gallo stilizzato per tutti i prodotti di tipo vermentino provenienti dalla zona vitivinicola della Gallura in Sardegna.

46. A tal riguardo, occorre rilevare, al pari dell'EU IPO e dell'interveniente, che il disciplinare della DOCG «Vermentino di Gallura» prodotto dalla ricorrente a sostegno del suo argomento riguarda soltanto il marchio collettivo della DOCG «Vermentino di Gallura», che non è in discussione nella presente causa. Di conseguenza, l'argomento della ricorrente non è pertinente per confutare la conclusione della commissione di ricorso relativa all'esistenza di una somiglianza tra il marchio anteriore e il marchio richiesto individuale, dal momento che la valutazione dell'esistenza di una siffatta somiglianza deve essere effettuata caso per caso e secondo le caratteristiche proprie dei segni di cui trattasi [sentenza del 24 settembre 2015, Dellmeier/UAMI – Dell (LEXDELL), T-641/14, non pubblicata, EU:T:2015:683, punto 20]. Inoltre, come affermano, in sostanza, l'EU IPO e l'interveniente, dal disciplinare di produzione dei vini coperti dalla DOCG «Vermentino di Gallura» non si evince che la ricorrente debba ottenere una registrazione a suo nome di un marchio individuale contenente l'immagine di un gallo. Detto disciplinare menziona unicamente l'utilizzo di un logo o di un marchio collettivo, appartenente come diritto collettivo a tutti i produttori di vini cui si applica la DOCG di cui trattasi, composto da un bicchiere contenente un gallo stilizzato, il che sembra peraltro essere ammesso dalla ricorrente.

47. In secondo luogo, la ricorrente afferma che un confronto tra un marchio collettivo anteriore e un marchio individuale sarebbe fuorviante, sicché, nel caso di specie, occorrerebbe o confrontare il marchio richiesto con i marchi individuali dei prodotti provenienti dalla zona vitivinicola del Chianti o valutare se il marchio collettivo Vermentino di Gallura possa utilizzare l'immagine di un gallo.

48. Tuttavia, come rilevato al precedente punto 45, l'esistenza di una somiglianza tra i segni in conflitto deve essere effettuata ca-

so per caso e secondo le caratteristiche proprie dei segni di cui trattasi e non, come sembra suggerire la ricorrente, tenendo conto dei segni che non sono oggetto della domanda di registrazione o nell'ambito dell'opposizione. Inoltre, come rilevato al precedente punto 34, la natura collettiva o individuale dei marchi non ha alcuna importanza per valutare se, nella percezione del pubblico di riferimento, i segni siano simili o dissimili.

49. In terzo luogo, la ricorrente sostiene che non possa essere stabilito un nesso tra i segni in conflitto considerate le differenze di utilizzo dei segni, in particolare la posizione e la dimensione dei segni sulle bottiglie e le caratteristiche organolettiche diverse dei vini contrassegnati dai marchi in conflitto, in quanto il marchio collettivo anteriore così come il marchio collettivo della DOCG «Vermentino di Gallura», che a sua volta rappresenterebbe un gallo stilizzato, sarebbero apposti sul collo della bottiglia, mentre l'etichetta con il marchio individuale richiesto sarebbe apposta sul corpo della bottiglia. Di conseguenza, il consumatore dei prodotti designati dai due marchi non avrebbe mai sotto gli occhi due etichette recanti la raffigurazione del gallo.

50. A tal riguardo, occorre rilevare che, poiché le particolari modalità di commercializzazione dei prodotti di cui trattasi possono variare nel tempo e secondo la volontà dei titolari dei marchi, esse non sono appropriate ai fini dell'analisi prospettica di un nesso tra i marchi nella mente del pubblico di riferimento (v., in tale senso e per analogia, sentenza del 15 marzo 2007, T.I.M.E. ART/UAMI, C-171/06 P, non pubblicata, EU:C:2007:171, punto 59). Tale argomento della ricorrente deve pertanto essere respinto.

51. Si deve quindi concludere che nessuno degli argomenti della ricorrente è idoneo a confutare la valutazione effettuata dalla commissione di ricorso relativa al grado di somiglianza tra i segni in conflitto nell'ambito dell'esame del nesso, nella mente del pubblico di riferimento, tra i marchi controversi.

Sulla natura e sul grado di prossimità dei prodotti cui si riferiscono i marchi in conflitto

52. La ricorrente sottolinea la differenza tra i prodotti per i quali sono utilizzati i segni in conflitto, essendo uno un vino bianco del tipo vermentino di Gallura e l'altro un vino rosso del Chianti. Tali prodotti sono spesso ripartiti nei luoghi di distribuzione a seconda del colore o della regione d'origine, per cui non sarebbe realistico immaginare che il consumatore possa trovare i prodotti designati dai due marchi fianco a fianco o ritenere che tali prodotti abbiano un'origine commerciale comune. Poiché il marchio anteriore designa una zona ben delimitata di produzione di vini rossi, la notorietà di cui gode non potrebbe applicarsi a prodotti diversi da quelli per i quali è utilizzato, vale a dire per vini rossi provenienti dalla zona geografica del Chianti.

53. A tale riguardo, occorre rilevare che il segno oggetto della domanda di marchio tende ad essere registrato in generale per «bevande alcoliche (escluse le birre)» e che la ricorrente non ha limitato i prodotti oggetto della registrazione richiesta al vino bianco. Orbene, nell'ambito della valutazione del grado di prossimità tra i prodotti di cui trattasi in sede di esame dell'esistenza di un nesso nella mente del pubblico di riferimento tra i marchi in conflitto ai sensi dell'articolo 8, paragrafo 5, del regolamento n. 207/2009, occorre prendere in considerazione i prodotti per i quali è chiesta la registrazione del marchio e non quelli per i quali esso è effettivamente utilizzato. Pertanto, l'argomento sollevato dalla ricorrente in merito alla differenza tra i prodotti commercializzati recanti i segni in conflitto è inoperante.

54. Il pubblico al quale occorre fare riferimento non deve essere il pubblico composto dai consumatori che possono utilizzare sia i prodotti designati dal marchio anteriore sia i prodotti contrassegnati dal marchio contestato, come avviene nell'ambito dell'applicazione dell'articolo 8, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 207/2009, ma il pubblico che potrà richiamare alla

mente il marchio anteriore quando si troverà davanti ai prodotti contrassegnati dal marchio contestato. Orbene, a meno che tale pubblico sia totalmente distinto da quello dei prodotti contrassegnati dal marchio anteriore e che quest'ultimo non abbia acquisito notorietà tale da andare al di là del pubblico interessato ai prodotti da esso designati, una tale possibilità che sia richiamato alla mente il marchio anteriore non può essere esclusa [sentenza del 28 maggio 2020, *Martínez Albainox/EUIPO – Taser International (TASER)*, T-342/19, non pubblicata, EU:T:2020:234, punto 37].

55. Nel caso di specie, la ricorrente non ha sostenuto dinanzi alla commissione di ricorso e non ha presentato dinanzi al Tribunale argomenti convincenti per dimostrare che la notorietà del marchio anteriore si estendeva unicamente a vini rossi. Infatti, essa non ha contestato la conclusione della commissione di ricorso ai punti 25 e 27 della decisione impugnata, secondo la quale il marchio anteriore godeva di un elevato grado di notorietà per quanto riguarda i vini. Al contrario, come risulta dal punto 26 della decisione impugnata, durante il procedimento amministrativo la ricorrente ha ammesso che l'interveniente ha dato prova dell'elevato grado di notorietà del marchio anteriore nel mercato italiano dei vini.

56. In ogni caso, i prodotti «Bevande alcoliche (escluse le birre)», oggetto del marchio richiesto, che comprendono, in particolare, i vini, e i «vini» oggetto del marchio anteriore notorio, sono identici, e ciò anche se la notorietà di quest'ultimo dovesse essere limitata a vini rossi come sostiene la ricorrente.

57. Alla luce di tutto quanto precede, si deve concludere che gli argomenti addotti dalla ricorrente non sono idonei ad inficiare la conclusione della commissione di ricorso quanto alla possibilità per il pubblico di riferimento di stabilire un nesso tra i marchi in conflitto ai sensi dell'articolo 8, paragrafo 5, del regolamento n. 207/2009.

Sull'esistenza di un rischio che l'uso senza giusto motivo del marchio richiesto tragga indebitamente vantaggio dal carattere distintivo o dalla notorietà del marchio anteriore o rechi pregiudizio agli stessi

58. Per quanto riguarda la condizione per l'applicazione dell'articolo 8, paragrafo 5, del regolamento n. 207/2009, relativa al rischio che l'uso senza giusto motivo del marchio richiesto tragga indebitamente vantaggio dal carattere distintivo o dalla notorietà del marchio anteriore o rechi pregiudizio agli stessi, essa riguarda tre tipi di rischi distinti e alternativi, vale a dire che l'uso senza giusto motivo del marchio richiesto, in primo luogo, rechi pregiudizio al carattere distintivo del marchio anteriore, in secondo luogo, rechi pregiudizio alla notorietà del marchio anteriore o, in terzo luogo, tragga indebitamente vantaggio dal carattere distintivo o dalla notorietà del marchio anteriore [v. sentenza del 22 marzo 2007, Sigla/UAMI – Elleni Holding (VIPS), T-215/03, EU:T:2007:93, punto 36 e giurisprudenza citata].

59. Il terzo tipo di rischi menzionati al precedente punto 58 deve essere inteso come un rischio che l'immagine del marchio notorio o le caratteristiche da quest'ultimo proiettate siano trasferite ai prodotti designati dal marchio richiesto, cosicché la loro commercializzazione possa essere agevolata da tale associazione con il marchio anteriore notorio (v. sentenza del 10 ottobre 2019, mc dreams hotels Träumen zum kleinen Preis! T-428/18, non pubblicata, EU:T:2019:738, punto 89 e giurisprudenza. Il vantaggio risultante dall'uso da parte di un terzo di un segno simile ad un marchio notorio è tratto indebitamente da detto terzo dai citati caratteri distintivo o notorietà di detto marchio quando egli, con siffatto uso, tenta di porsi nel solco tracciato dal marchio notorio al fine di approfittare del potere attrattivo, della reputazione e del prestigio di quest'ultimo, e di sfruttare, senza alcun corrispettivo economico, lo sforzo commerciale effettuato dal titolare del marchio notorio per creare e mantenere l'immagine di quest'ultimo (sentenza del 18 giugno 2009, L'Oréal e a., C-487/07, EU:C:2009:378, punto 50).

60. Nel caso di specie, la commissione di ricorso ha concluso, ai punti 34 e 35 della decisione impugnata, che l'apposizione di un segno contenente l'immagine di un gallo sui vini della ricorrente avrebbe il risultato prevedibile di trasferire l'immagine di eccellenza, di prestigio e di legame con un territorio, di cui gode il marchio anteriore dell'interveniente, sui prodotti della ricorrente dello stesso tipo e, di conseguenza, di facilitare la commercializzazione di questi ultimi, dando luogo ad un profitto indebito a favore della ricorrente.

61. La ricorrente contesta tale valutazione della commissione di ricorso. Essa adduce, in primo luogo, che l'articolo 8, paragrafo 5, del regolamento n. 207/2009 richiede un palese sfruttamento parassitario affinché possa realizzarsi un indebito vantaggio. Sostiene che il rischio di trarre un indebito vantaggio deve essere serio, nel senso che è prevedibile, e non meramente ipotetico. In secondo luogo, essa sostiene di non aver realizzato vantaggi riconducibili alla notorietà dei vini provenienti dalla zona del Chianti e osserva che i segni in conflitto riguardano prodotti che non sono in concorrenza gli uni con gli altri. Infine, essa fa valere che l'interveniente non avrebbe fornito prove di un pregiudizio. L'indebito vantaggio asserito dall'interveniente sarebbe quindi ipotetico.

62. L'EUIPO e l'interveniente contestano gli argomenti della ricorrente.

63 A tal riguardo, occorre ricordare che, contrariamente a quanto lascia intendere la ricorrente, il titolare del marchio anteriore notorio non è tenuto a dimostrare, in sede di applicazione dell'articolo 8, paragrafo 5, del regolamento n. 207/2009, l'esistenza di un pregiudizio effettivo e attuale ai suoi marchi. Esso deve soltanto addurre elementi che permettano di concludere prima facie nel senso di un rischio futuro non ipotetico di indebito vantaggio o di pregiudizio [v. sentenza del 30 novembre 2016, K&K Group/EUIPO – Pret A Manger (Europe) (Pret A Diner), T-2/16, non pubblicata, EU:T:2016:690, punto 58 e giurisprudenza].

za citata]. È possibile pervenire a una conclusione del genere in particolare sulla base di deduzioni logiche risultanti dall'analisi delle probabilità e tenendo conto delle pratiche abituali nel settore commerciale pertinente nonché di qualsiasi altra circostanza del caso di specie [v. sentenza dell'11 aprile 2019, Inditex/EUIPO – Ansell (ZARA TANZANIA ADVENTURES), T-655/17, non pubblicata, EU:T:2019:241, punto 48 e giurisprudenza citata].

64. Per quanto riguarda l'argomento dedotto dalla ricorrente in merito alla natura meramente ipotetica del rischio di indebito vantaggio nel caso di specie, occorre osservare, in primo luogo, che l'elevata notorietà del marchio anteriore non è contestata. Inoltre, come giustamente rilevato dalla commissione di ricorso al punto 30 della decisione impugnata, senza che tale affermazione sia contestata dalla ricorrente, il marchio anteriore gode di un carattere distintivo intrinseco per il fatto che l'elemento figurativo dominante del gallo non ha alcun nesso evidente con i prodotti di cui trattasi, carattere distintivo che è del resto rafforzato dal suo uso.

65. Orbene, conformemente alla giurisprudenza, più il carattere distintivo e la notorietà del marchio anteriore saranno rilevanti, più facilmente sarà ammessa l'esistenza di una violazione (v., sentenza del 27 novembre 2008, Intel Corporation, C-252/07, EU:C:2008:655, punto 69 e giurisprudenza citata).

66. In secondo luogo, la commissione di ricorso ha ritenuto, al punto 34 della decisione impugnata, che l'immagine di eccellenza e di prestigio associata dai consumatori ai vini dell'interveniente potesse essere trasferita ai prodotti contrassegnati dal marchio richiesto, in particolare ai vini della ricorrente.

67. A questo proposito, si deve ricordare che il marchio agisce come mezzo di trasmissione di messaggi riguardanti, in particolare, le qualità o caratteristiche particolari dei prodotti o servizi che designa, o le immagini e sensazioni che proietta, come, in questo caso, l'eccellenza, il prestigio e il legame con un territorio. In tal senso, il marchio possiede un valore economico intrinseco autonomo e distinto da quello dei prodotti o servizi per i quali è registrato. I

messaggi in parola, veicolati in particolare da un marchio notorio o ad esso associati, conferiscono a quest'ultimo un valore importante e meritevole di tutela, tanto più che, nella maggior parte dei casi, la notorietà di un marchio è il risultato di sforzi e investimenti considerevoli del suo titolare (v., per analogia, sentenza del 22 marzo 2007, VIPS, T-215/03, EU:T:2007:93, punto 35).

68. Nel caso di specie, si deve osservare che, vista l'elevata notorietà e il carattere distintivo intrinseco del marchio anteriore, il fatto di utilizzare un segno avente una certa somiglianza con il marchio anteriore per prodotti identici a quelli designati da quest'ultimo presenta un rischio non ipotetico che il pubblico di riferimento stabilisca un nesso tra i marchi associando l'immagine del gallo del marchio richiesto ai prodotti dell'interveniente, di modo che l'uso del marchio richiesto possa trarre un vantaggio indebito dalla notorietà, dal prestigio e dall'eccellenza proiettata dal marchio anteriore, il che rischia di dar luogo a un vantaggio indebito risultante dagli sforzi commerciali dell'interveniente per lo sviluppo del suo marchio.

69. Di conseguenza, la commissione di ricorso non ha errato nel concludere che l'uso del marchio richiesto poteva dar luogo ad un indebito vantaggio a favore della ricorrente.

[omissis]

Per questi motivi,

IL TRIBUNALE (Decima Sezione)

dichiara e statuisce:

1) Il ricorso è respinto

[omissis].

PARTE II
NOTE E COMMENTI

“RACCONTO DI DUE GALLI”: IL CUORE DEL MARCHIO E LA TUTELA ESTESA DEI MARCHI NOTORI QUALE STRUMENTO DI LOTTA AL PARASSITISMO COMMERCIALE

Sommario: 1. *Introduzione.* – 2. *Il caso.* – 3. *Gli impedimenti relativi alla registrazione dei marchi: quadro normativo e giurisprudenziale.* – 3.1. *Conflitto tra segni identici per prodotti o servizi identici.* – 3.2. *Conflitto tra segni simili o identici per prodotti simili o identici.* – 3.3. *Conflitto con un segno anteriore che gode di notorietà.* – 4. *Il “gallo nero”: origine e storia del marchio collettivo del Consorzio Vino Chianti Classico.* – 5. *La decisione.* – 5.1. *Notorietà del “gallo nero”.* – 5.2. *Somiglianza tra i segni.* – 5.3. *Sul nesso tra i marchi.* – 6. *Conclusioni.*

1. Introduzione.

La sentenza qui annotata suscita interesse perché, sebbene l’Ufficio dell’Unione europea per la Proprietà Intellettuale (EUIPO) già in precedenza avesse accolto alcune opposizioni del Consorzio Vino Chianti Classico avverso la richiesta di registrazione di marchi raffiguranti un gallo per contraddistinguere vini¹ sulla base degli artt. 8(1)(b) o 8(5) del regolamento (UE) n. 2017/1001 sul marchio dell’Unione europea (RMUE)², questa volta la conferma che il gallo è

¹ Per alcuni precedenti si vedano ad es. le seguenti decisioni dell’EUIPO: decisione della Divisione di opposizione del 29 ottobre 2009 nel caso No. B 1 237 066 (*Federation Française de Rugby c. Consorzio Vino Chianti Classico*); decisione della prima Commissione di ricorso del 19 settembre 2013 nel caso R 1274/2013-1 (*Federation Française de Rugby c. Consorzio Vino Chianti Classico*).

² Regolamento (UE) 2017/1001 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 giugno 2017, sul marchio dell’Unione europea (già Regolamento (CE) 207/2009 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 26 febbraio 2009 sul marchio dell’Unione europea). Per un’analisi generale della disciplina del marchio comunitario (prima) ed europeo (poi) v. V. O’REILLY, *The Community Trademark System: A Brief Introduction and Overview*, in *Marquette Intellectual Property Law Review*, 2004, pp. 93 ss.; G. SENA, *Il diritto dei marchi: marchio nazionale e marchio comunitario*, Milano, Giuffrè, 2007; C. GALLI, *I marchi nella prospettiva del diritto comunitario: dal diritto dei segni distintivi al diritto della comunicazione d’impresa*, in *AIDA* 2007, pp. 229 ss.; D. SARTI, *Segni distintivi e denominazioni di origine*, in L. C. UBERTAZZI, *La proprietà intellettuale*, Torino, Giappichelli, 2011, pp. 29 ss.

il simbolo storico e celebre del vino italiano “Chianti classico”, e non può quindi essere utilizzato all’interno del mercato unico europeo quale segno distintivo per contraddistinguere vini provenienti da imprese non associate al Consorzio Chianti è arrivata direttamente dai giudici del Tribunale dell’Unione europea (Tribunale UE).

Si tratta di una decisione significativa soprattutto per la tutela del *made in Italy*, in quanto per la prima volta è stato espressamente riconosciuto da un giudice non solo nazionale, bensì europeo, che l’immagine del “gallo nero” rappresenta la reputazione, il prestigio, e l’eccellenza del celebre vino toscano, e non può quindi essere utilizzata da imprese terze per commercializzare vini diversi dal Chianti. Con questa decisione, il Tribunale dell’Unione europea ha infatti sostenuto che l’utilizzo non autorizzato di questo segno per contraddistinguere prodotti vinicoli è potenzialmente in grado di procurare un indebito vantaggio commerciale derivante dall’immagine di prestigio e di eccellenza che il simbolo del gallo ha acquisito nel panorama del mercato vitivinicolo europeo.

2. Il caso.

La vicenda trae origine dalla richiesta, avanzata nel 2017 dalla società italiana Berebene s.r.l., di registrazione di un marchio misto denominativo e figurativo costituito dall’immagine di un gallo accompagnato dalla parola “Ghisu” per la classe di prodotti n. 33 dell’Accordo di Nizza, comprendente le “bevande alcoliche (escluse le birre)”.

Avverso tale domanda di registrazione il Consorzio Vino Chianti Classico presentò opposizione all’EUIPO ai sensi dell’art. 46 RMUE, eccependo che il marchio richiesto confliggeva con il marchio collettivo italiano anteriore già concesso al Consorzio medesimo nel 2014 per la stessa classe merceologica, e costituito dall’immagine di un “gallo nero” con la scritta “Chianti classico dal 1716”³.

A sostegno di tale opposizione, il Consorzio dedusse la somiglianza visiva e concettuale del marchio in questione con il marchio collettivo italiano “Chianti classico” ed invocò in particolare l’ampia tutela che l’art. 8(5) RMUE riserva ai marchi che godono di rinomanza.

³ Marchio collettivo italiano n. 1571590, registrato il 20 gennaio 2014.

Con decisione del 18 gennaio 2019⁴, la Divisione di opposizione dell’EUIPO accolse le doglienze del Consorzio, ritenendo integrata nel caso di specie l’ipotesi di conflitto di cui all’art.8(5) RMUE in ragione non solo della somiglianza tra i due segni, ma anche della notorietà acquisita dal marchio Chianti classico sul mercato italiano. Secondo la Divisione di opposizione, pertanto, al di là della sussistenza o meno di un concreto rischio di confusione da parte del pubblico di riferimento sulla provenienza imprenditoriale dei prodotti, l’utilizzo dell’immagine di un gallo da parte di un’impresa non associata al Consorzio Chianti per contraddistinguere prodotti vitivinicoli sarebbe stata comunque suscettibile di ingenerare un indebito vantaggio concorrenziale a favore della società richiedente, tenuto conto dell’immagine di eccellenza e di prestigio associata al marchio Chianti.

Avverso questo provvedimento la Berebene s.r.l. propose opposizione ai sensi degli artt. 66 ss. RMUE. Con decisione del 23 gennaio 2020⁵ la prima Commissione di ricorso dell’EUIPO respinse il gravame, confermando la decisione *illo tempore* assunta dalla Divisione di opposizione. La Berebene S.r.l. si rivolse quindi al Tribunale UE in conformità alla procedura prevista dall’art. 72 RMUE⁶.

A sostegno di tale gravame la ricorrente addusse i) l’erroneità del giudizio di comparazione tra i due marchi in questione, in quanto questi non avrebbero dovuto essere ritenuti simili tra di loro; ii) l’inesistenza di qualsiasi nesso tra i due marchi; e iii) l’inesistenza di un concreto rischio che il semplice uso dell’immagine di un gallo per contraddistinguere vini potesse procurare un indebito vantaggio in favore della società richiedente.

Con sentenza del 14 aprile 2021, qui commentata, la decima sezione del Tribunale UE ha avallato la decisione assunta dalla Commis-

⁴ Il testo integrale della decisione della Divisione di opposizione è scaricabile al seguente indirizzo: https://euiipo.europa.eu/copla/trademark/data/017232571/download/CLW/OPP/2019/EN/20190118_003013979.doc?app=caselaw&casenum=003013979&trTypeDoc=eTranslation&sourceLang=it

⁵ Il testo integrale della decisione della Commissione dei ricorsi è scaricabile al seguente indirizzo: https://euiipo.europa.eu/copla/trademark/data/017232571/download/CLW/APL/2020/IT/20200123_R0592_2019-1.pdf?app=caselaw&casenum=R0592/2019-1&trTypeDoc=NA

⁶ Come noto, l’art. 72 co. 1 del RMUE stabilisce che «avverso le decisioni delle commissioni di ricorso relative ai ricorsi può essere proposto ricorso dinanzi al Tribunale».

sione ricorsi dell'EU IPO, confermando sia la somiglianza tra i due segni distintivi in conflitto sia l'esistenza di un possibile pregiudizio per il marchio Chianti Classico; ed ha quindi definitivamente rigettato la domanda di registrazione del marchio "Ghisu" sulla base del disposto di cui all'art. 8(5) RMUE.

3. Gli impedimenti relativi alla registrazione dei marchi: quadro normativo e giurisprudenziale.

Nell'ottica di meglio analizzare e commentare la decisione in oggetto, si rende necessario preliminarmente individuare e descrivere il quadro normativo e giurisprudenziale di riferimento; e così in particolare la disciplina concernente i cosiddetti "impedimenti relativi" alla registrazione di marchi europei contenuta nell'art. 8 RMUE⁷.

Come noto, il titolare di un marchio già registrato può opporsi alla concessione di un altro marchio (o, se questo è già stato registrato, può chiedere che ne venga dichiarata la nullità) qualora il marchio per cui è chiesta la registrazione sia in conflitto con quello anteriore. In questo senso l'art. 8 RMUE elenca gli impedimenti cosiddetti relativi alla registrazione di un marchio UE, che consistono in diverse ipotesi di mancanza di novità del marchio richiesto a causa dell'esistenza di altri marchi precedentemente registrati da altri soggetti⁸. A differenza

⁷ Su questa disposizione normativa v. in generale l'ampio commento di G. E. SIRONI, *Commento all'art. 8 RMUE*, in L. C. UBERTAZZI (a cura di), *Commentario breve alle leggi su proprietà intellettuale e concorrenza*, VII ed., Milano, Cedam-Wolters Kluwer, 2019. La disciplina degli impedimenti relativi alla registrazione dei marchi UE è peraltro sostanzialmente identica a quella dettata per i marchi nazionali italiani dall'art. 12 del codice della proprietà industriale, che del resto costituisce attuazione della Direttiva 89/104/CEE del Consiglio del 21 dicembre 1988 sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati Membri in materia di marchi d'impresa, la quale ha armonizzato all'interno dell'UE le normative relative ai marchi nazionali. E sul tema v. allora anche M. RICOLFI, *I segni distintivi d'impresa. Marchio ditta insegna*, in AA. VV., *Diritto industriale. Proprietà intellettuale e concorrenza*, V ed., Torino, Giappichelli, 2016, pp. 103 ss. e pp. 133 ss.; C. E. MAYR, *Commento all'art. 12 c.p.i.*, in L. C. UBERTAZZI (a cura di), *Commentario breve*, cit.

⁸ Sugli impedimenti relativi alla registrazione nel diritto italiano e UE v. in generale, oltre al già citato G. E. SIRONI, *Commento all'art. 8*, cit., anche P. SPADA, *La nullità del marchio*, in *Riv. dir. ind.* 1994, I, pp. 615 ss.; ID., *Opposizione alla registrazione del*

degli impedimenti alla registrazione cosiddetti assoluti previsti all'art. 7 RMUE⁹, che sono sempre oggetto di un esame anche ex officio da parte dell'EUIPO, gli impedimenti relativi di cui all'art. 8 sono esaminati esclusivamente su iniziativa di parte, e cioè solo in seguito ad un'istanza di opposizione presentata ai sensi dell'art. 46 RMUE¹⁰ da un soggetto titolare di un segno distintivo anteriore che ritenga che la concessione del marchio richiesto possa confliggere con i propri diritti.

Tale norma prevede sostanzialmente tre fattispecie di impedimenti relativi, e cioè tre diverse possibili situazioni di conflitto tra un marchio ed un marchio successivo che possono essere fatte valere per impedire la registrazione di un marchio da parte di terzi.

3.1. Conflitto tra segni identici per prodotti o servizi identici.

Il primo tipo di conflitto è quello disciplinato dall'art. 8(1)(a) RMUE, ai sensi del quale si ha conflitto tra marchi quando il marchio per cui è richiesta la registrazione «è identico al marchio anteriore e i prodotti o servizi per i quali il marchio è stato richiesto sono identici ai prodotti o ai servizi per i quali il marchio anteriore è tutelato». Questo primo tipo di conflitto si verifica pertanto nei casi di cosiddetta “doppia identità”, e cioè quando i) il marchio di cui si chiedo la registrazione è identico ad un marchio anteriore di un terzo¹¹ e ii) i pro-

marchio e nullità relativa, in AA. VV., *Segni e forme distintive. La nuova disciplina*, Milano, Giuffrè, 2001, pp. 139 ss.; G. SENA, Nullità assoluta o relativa per difetto di novità del marchio, in *Riv. dir. ind.* 1994, I, pp. 639 ss.; P. A. E. FRASSI, Nullità assoluta e relativa del marchio. Osservazioni in margine al d.lgs. 1999/447, in *Riv. dir. ind.* 2000, I, pp. 162 ss.; M. TRAVOSTINO, *Gli impedimenti relativi alla registrazione*, in N. BOTTERO, M. TRAVOSTINO (a cura di), *Il diritto dei marchi di impresa. Profili sostanziali, processuali e contabili*, Torino, Utet, 2009, pp. 77 ss.; D. SARTI, *Segni distintivi e denominazioni d'origine*, cit., pp. 41 ss.; L. C. UBERTAZZI, Marchi difensivi e diritto UE, in *Contr. impr. Eur.* 2013, pp. 842 ss.; M. RICOLFI, *Trattato dei marchi. Diritto europeo e nazionale*, Torino, Giappichelli, 2015, pp. 397 ss.

⁹ Sulle fattispecie di nullità assoluta dei marchi v. per tutti G. E. SIRONI, *Commento all'art. 8 RMUE*, cit., ove ulteriori riferimenti.

¹⁰ Sul procedimento di opposizione si rinvia in generale a G. E. SIRONI, *Commento all'art. 46 RMUE*, in L. C. UBERTAZZI, *Commentario breve*, cit.,

¹¹ Sul concetto di identità tra segni distintivi si contrappongono sostanzialmente due tesi. Secondo una prima tesi, si potrebbe parlare di identità ai sensi dell'art. 8(1)(a) RMUE solamente laddove vi sia una coincidenza esatta ed assoluta, nei minimi detta-

dotti o servizi in ordine ai quali è stata chiesta la protezione sono a loro volta identici ai prodotti o servizi per i quali il segno anteriore è tutelato.

Questa fattispecie di impedimento relativo fornisce al titolare del segno distintivo anteriore una protezione assoluta¹², sganciata cioè da qualsiasi ulteriore verifica in merito alla sussistenza di un effettivo rischio di confusione per il pubblico in merito all'origine o alla provenienza imprenditoriale dei prodotti contraddistinti dai due marchi¹³.

gli, tra i due marchi a confronto (per questa tesi v. ad es. G. OLIVIERI, La prima direttiva CEE (n. 89/104) in materia di marchi d'impresa, in *Riv. dir. civ.* 1990, II, pp. 315 ss.). Secondo una diversa tesi, il concetto di identità sarebbe invece da intendere in senso più flessibile, e cioè come identità sostanziale degli elementi distintivi dei due marchi secondo la comune percezione del pubblico di riferimento (così A. VANZETTI - C. GALLI, *La nuova legge marchi. Commentario articolo per articolo della legge marchi e delle disposizioni transitorie del d.lgs. n. 480/92*, II ed., Milano, Giuffrè, 2001, pp. 24 ss.; G. E. SIRONI, *La tutela del marchio nell'ipotesi di uso di segni identici per prodotti o servizi identici*, in AA. VV., *Studi in onore di Vanzetti*, Milano, Giuffrè, 2004, 1543 ss.). La giurisprudenza della Corte di giustizia, dal canto suo, sembra aver aderito alla prima tesi (vedi ad es. sentenza della Corte di giustizia del 20 marzo 2003 in causa C-291/00, *LTJ Diffusion*, in *GADI* 2003, 1418, e in *Giur. it.* 2003, pp. 1173 ss., con nota di M. JORIO, Nota sulla nozione di segno identico al marchio).

¹² In questi termini si esprime l'undicesimo considerando del RMUE: «La tutela conferita dal marchio UE, che mira in particolare a garantire la funzione d'origine del marchio di impresa, dovrebbe essere assoluta in caso di identità tra il marchio di impresa e il segno, e tra i prodotti o servizi».

¹³ Invero, la giurisprudenza della Corte di giustizia ha introdotto per via interpretativa un ulteriore requisito implicito per l'applicazione dell'art. 8(1)(a) RMUE, consistente nella verifica di un'interferenza dell'uso del segno del terzo con la funzione normativamente protetta del marchio. E in questo senso v. *ex multis* sentenza della Corte di giustizia del 6 febbraio 2014 in causa C-65/12, *Leidseplein Bebeer*, in *GADI* 2014, pp. 1338 ss.; e in *Giur. it.* 2015, p. 379, con nota di S. PUGLIESE, Marchio che gode di notorietà – La Corte di giustizia sulla nozione di “giusto motivo”: il caso “Red Bull”; sentenza della Corte di giustizia del 22 settembre 2011 in causa C-323/09, *Interflora*, in *GADI* 2013, pp. 1291 ss.; in *Riv. dir. ind.* 2012, II, pp. 81 ss. con nota di F. STEFANI, Profili di liceità dell'uso del marchio altrui come parola chiave nella pubblicità su Internet: note a margine della sentenza *Interflora*; in *NGCC* 2012, I, pp. 65 ss. con nota di G. COLANGELO, Marchi e keyword advertising dopo il caso *Interflora*: un'analisi comparata della disciplina comunitaria e statunitense; e in *Giur. it.* 2012, pp. 1065 ss. con nota di E. LERRO, Nota in tema di tutela del marchio; sentenza della Corte di giustizia del 23 marzo 2010 in causa C-236/08, *Google*, in *GADI* 2010, pp. 1156 ss.; e in *IDI* 2010, pp. 429 ss. con nota di M. TAVELLA e S. BONAVITA, La Corte di giustizia sul caso “AdWords”: tra normativa marchi e commercio elettronico; sentenza della Corte di giustizia del 18 giugno 2009 in causa 487/07, *L'Oréal*, in *GADI*

La sentenza qui annotata non ha avuto ad oggetto un caso di doppia identità, posto che i segni distintivi in conflitto nel caso di specie erano sicuramente almeno in parte differenti sia sotto il profilo figurativo sia sotto il profilo denominativo. Ed in questa sede non mi dilungherò dunque oltre sull'ipotesi di nullità relativa di cui all'art. 8(1)(a) RMUE¹⁴.

3.2. Conflitto tra segni simili o identici per prodotti simili o identici.

Il secondo tipo conflitto è quello disciplinato dall'art. 8(1)(b) RMUE, e si produce quando il marchio di cui si chiede la registrazione è identico o simile ad un marchio anteriore di un terzo ed i prodotti o i servizi per i quali è stata richiesta la protezione sono a loro volta identici o simili a quelli per i quali il marchio anteriore è tutelato¹⁵.

2009, 1425 ss.; e in *Giur. comm.* 2010, II, p. 969 con nota di V. DI CATALDO, Profumi e balocchi. Non nominare il marchio altrui invano; sentenza della Corte di giustizia del 12 giugno 2008 in causa 533/06, O2, in *GADI* 2008, pp. 1269 ss.; in *AIDA* 2009, pp. 362 ss. con nota di P. TESTA; e in *IDI* 2008, pp. 481 ss. con nota di M. TAVELLA, Uso di segno distintivo simile a marchio nella pubblicità comparativa.

¹⁴ Per approfondimenti sul tema mi limito a rinviare a G. OLIVIERI, *Contenuto e limiti dell'esclusiva*, in AA. VV. *Commento tematico della legge marchi*, Torino, Giappichelli, 1998, pp. 13 ss.; P. SPADA, *Opposizione alla registrazione del marchio e giurisdizione della Commissione dei ricorsi*, in *Riv. dir. ind.* 2000, I, pp. 77 ss.; A. VANZETTI, *Osservazioni sulla tutela dei segni distintivi nel codice della proprietà industriale*, in *Riv. dir. ind.* 2006, I, pp. 5 ss.; M. RICOLFI, *Trattato dei marchi*, cit., pp. 476 ss.; ID., *I segni distintivi di impresa*, cit., pp. 104 ss. e pp. 133 ss.; G. E. SIRONI, *La tutela del marchio nell'ipotesi di uso di segni identici per prodotti o servizi identici*, cit.; ID., *Commento all'art. 8 c.p.i.*, cit.; per il diritto comunitario v. inoltre E. GASTINEL - M. MILFORD, *The Legal Aspects of the Community Trademark*, The Hague, Kluwer Law International, 2001, pp. 83 ss.

¹⁵ Su questo secondo tipo di conflitto v. C. GALLI, *Funzione del marchio e ampiezza della tutela*, Milano, Giuffrè, 1996, passim; L. MANSANI, *La nozione di rischio di associazione nel diritto comunitario dei marchi*, in *Riv. dir. ind.* 1997, I, pp. 133 ss.; ID., *La funzione di indicazione di origine del marchio nell'ordinamento comunitario*, Milano, Giuffrè, 2000, passim; G. OLIVIERI, *Contenuto e limiti dell'esclusiva*, cit., pp. 1 ss.; A. VANZETTI, *La funzione del marchio in un regime di libera cessione*, in *Riv. dir. ind.* 1998, I, pp. 71 ss.; D. SARTI, *Capacità distintiva e confondibilità: segni registrati e non registrati*, in *Riv. dir. ind.* 2007, I, pp. 7 ss.; V. DI CATALDO, *Capacità distintiva ed estensione merceologica della tutela*, in *IDI* 2007, pp. 27 ss.; G. E. SIRONI, *La «percezione» del pubblico interessato*, ivi, pp. 121 ss.; ID., *La percezione del pubblico nel*

Rientrano in questa fattispecie tutti quei casi in cui «fra il marchio anteriore del terzo e quello successivo vi siano variazioni di qualche rilievo»¹⁶, cosicché se da un lato non si può affermare che i segni e i prodotti siano identici tra loro, dall'altro queste variazioni non sono nemmeno tali da escludere una qualche forma di somiglianza tra gli stessi.

In questo secondo tipo di conflitto l'impedimento alla registrazione non opera automaticamente, come avviene invece nel caso di doppia identità ex art. 8(1)(a), sol che venga riscontrata una similarità tra i segni distintivi da un lato, e tra i prodotti o i servizi dall'altro; ma si verifica soltanto quando il livello di somiglianza tra i segni e tra i prodotti o servizi nel loro complesso sia tale da poter causare «un rischio di confusione per il pubblico del territorio in cui il marchio anteriore è tutelato»¹⁷. Rischio di confusione che può peraltro consistere anche «in un rischio di associazione» fra i due segni¹⁸.

Perché si abbia impedimento relativo ai sensi dell'art.8(1)(b) sono quindi necessarie tre condizioni cumulative: i) identità o somiglianza tra i segni in conflitto; ii) identità o somiglianza tra i prodotti o i servizi che tali segni contraddistinguono; iii) un rischio di confusione in merito all'origine o alla provenienza imprenditoriale dei beni contraddistinti da questi segni, ovvero un rischio di associazione tra i due segni.

diritto dei segni distintivi, Milano, Giuffrè, 2013, passim; M. RICOLFI, *Trattato dei marchi*, cit., pp. 496 ss. In prospettiva comparatistica v. B. BEEBE, *An Empirical Study of the Multifactor Tests for Trademark Infringement*, in *Cal. L. Rev.* 2006, pp. 1581 ss.

¹⁶ M. RICOLFI, *I segni distintivi d'impresa*, cit. 104.

¹⁷ G. SENA, *Il rischio di confusione dei segni e la funzione del marchio*, in *Riv. dir. ind.* 2001, II, pp. 85 ss.

¹⁸ Sul concetto di «rischio di associazione» è peraltro insorto un ampio dibattito in dottrina, dove si sono delineati sostanzialmente due orientamenti antitetici che, muovendo da argomentazioni ed osservazioni differenti, hanno considerato il concetto in questione rispettivamente come una semplice precisazione del rischio di confusione (in questo senso v. ad es. L. MANSANI, *La nozione di rischio di associazione tra segni*, cit.) ovvero come qualcosa in più (in questo senso v. ad es. V. DI CATALDO, *I segni distintivi*, II ed., Milano, Giuffrè, 1993, p. 96; G. MASSA, *Funzione attrattiva e autonomia del marchio*, Napoli, Jovene, 1994, p. 131; C. GALLI, *Funzione del marchio e ampiezza della tutela*, cit.; FRANZOSI, *Sul rischio di associazione (marchi e concorrenza sleale) e sulla funzione del marchio*, in *Riv. dir. ind.* 1996, II, pp. 241 ss.; G. OLIVERI, op. ult. cit., p. 19; G. SENA, *Il nuovo diritto dei marchi*, Giuffrè, Milano, 2001, p. 70).

Questo secondo tipo di conflitto è quello che si verifica più frequentemente nella prassi. Pertanto, i principi ermeneutici in merito all'interpretazione dell'art.8(1)(b) RMUE appaiono ormai ampiamente consolidati, ed invero sono spesso pedissequamente ribaditi sia dagli esaminatori dell'EU IPO che dai giudici europei¹⁹.

Punto di partenza da cui muovono i giudici europei per l'interpretazione dei concetti di “similarità” tra segni e di “rischio di confusione” di cui alla norma in esame è innanzitutto la considerazione per cui la funzione essenziale e preponderante del marchio è quella di distinguere l'origine e la provenienza dei prodotti o dei servizi da determinate imprese²⁰.

¹⁹ Le storiche sentenze che per prime hanno fissato i tradizionali canoni di interpretazione dell'art. 8(1)(b) RMUE sono in particolare: sentenza della Corte di giustizia del 11 novembre 1997 in causa C-251/95, *Sabel*, in *GADI* 1997, 1149; in *NGCC* 1998, p. 860, con nota di M. BOSSHARD, L'ampiezza della tutela del marchio secondo la direttiva 89/104/CEE e nella “nuova” legge marchi italiana, e in *Giur. it.* 1998, p. 1177 con nota di E. MONTELLONE, Caso Puma vs. Sabel; il felino ha smesso di saltare? (su questo caso v. anche P. L. C. TORREMANS, The Likelihood of Association of Trade Marks: An Assessment in the Light of the Recent Case Law of the Court of Justice, in *Intellectual Property Quarterly*, 1998, 295 ss.); sentenza della Corte di giustizia del 29 settembre 1998 in causa C-39/97, *Canon*, in *GADI* 1999, p. 1461; in *Giur. it.* 1999, p. 549, con nota di M. RICOLFI, Notorietà e rischio di confusione nel diritto comunitario (ed italiano) dei marchi; e in *Riv. dir. ind.* 1999, II, pp. 411 ss. con nota di G. DRAGOTTI, Esaurimento, importazioni parallele e rischio di confusione sentenza della Corte di giustizia del 22 giugno 1999 in causa C-342/97, *Lloyd Schuhfabrik*, in *GADI* 1999, p. 1550; e sentenza della Corte di giustizia del 22 giugno 2000 in causa C-425/98, *Marca Mode*, in *GADI* 2000, p. 1358. Per ulteriori commenti a queste sentenze si rinvia a L. MANSANI, *La funzione di indicazione d'origine del marchio*, cit., passim; ID., *Recenti orientamenti della Corte di Giustizia CE in materia di marchi*, in AA. VV., *Il futuro dei marchi e le sfide della globalizzazione*, Padova, Cedam, 2002, p. 43; M. RICOLFI, *I segni distintivi d'impresa*, cit. 137 ss.. Queste sentenze si riferiscono invero all'interpretazione dell'art. 4.1(b) della Direttiva 89/104/CEE del Consiglio del 21 dicembre 1988 sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati Membri in materia di marchi d'impresa, che ha armonizzato all'interno dell'UE le singole normative relative ai marchi nazionali. L'art. 8(1)(b) RMUE ha però riproposto pedissequamente la disposizione contenuta nella direttiva, e la Corte di giustizia ha dunque continuato ad applicare i propri precedenti relativi all'interpretazione della direttiva anche per interpretare le corrispondenti norme del Regolamento.

²⁰ In questo senso v. sentenza della Corte di giustizia del 17 ottobre 1990 in causa C-0/89, *Hag 2*, in *GADI* 1991, 833; in *Riv. dir. ind.* 1992, II, pp. 190 ss. con nota di M. R. PERUGINI, Esaurimento comunitario e territorialità del diritto di marchio: l'epilogo annunciato della “dottrina Hag”; e in *Giur. comm.* 1991, II, p. 531, con nota di A.

Su questa base, la giurisprudenza europea ha elaborato innanzitutto una serie di indici e di criteri per la comparazione tra due marchi.

Tra questi è da annoverare in primo luogo il principio per cui la somiglianza tra segni deve essere oggetto di una valutazione globale, basata cioè sull'«impressione complessiva prodotta dai marchi, in considerazione, in particolare, degli elementi distintivi e dominanti dei marchi medesimi»²¹.

Questo criterio appare particolarmente problematico in tutti quei casi in cui occorre valutare la somiglianza tra due marchi costituiti da più elementi (cosiddetti “marchi complessi”) e che abbiano in comune solo uno o alcuni di questi elementi²². La giurisprudenza europea,

VANZETTI, Sulla sentenza Hag 2; nonché sentenza della Corte di giustizia del 22 giugno 1994 in causa C-9/93, *Ideal-Standard*, in *GADI* 1994, p. 1127; in *Giust. civ.* 1994, I, pp. 2391 ss., con nota di G. DI GARBO, Oltre “Hag II”: la sentenza “Ideal Standard” e il frazionamento volontario del marchio. Per un commento a queste sentenze v. anche M. S. SPOLIDORO, Il secondo “caso Hag”: la Corte di giustizia delle Comunità europee corregge la dottrina dei “marchi di origine comune”, in *Riv. soc.* 1991, pp. 378 ss.; L. MANSANI, La tutela accordata al titolare del marchio nella recente giurisprudenza comunitaria, in *Contr. impr. Eur.* 1996, p. 11; P. AUTERI, La cessione del marchio per Stati fra divieto delle intese e controllo delle concentrazioni: considerazioni in margine al caso “Ideal Standard”, in *Riv. dir. ind.* 1996, I, 5 ss. Più in generale sul tema della funzione del marchio v. invece in generale i fondamentali studi di A. VANZETTI, Funzione e natura giuridica del marchio, in *Riv. dir. comm.* 1961, I, p. 16; ID., *Natura e funzioni giuridiche del marchio*, in AA. VV., *Problemi attuali del diritto industriale*, Milano, Giuffrè, 1977, p. 1161; ID., *La funzione del marchio in un regime di libera cessione*, citò; nonché gli studi di P. AUTERI, *Territorialità del diritto di marchio e circolazione dei prodotti originali*, Milano, Giuffrè, 1966, pp. 184 ss.; C. GALLI, *Funzione del marchio e ampiezza della tutela*, cit.; D. SARTI, *Diritti esclusivi e circolazione dei beni*, Giuffrè, Milano, 1996, pp. 449 ss.; L. MANSANI, *La funzione di indicazione di origine del marchio*, cit., pp. 80 ss.; G. SENA, *Il rischio di confusione dei segni e la funzione del marchio*, cit..

²¹ Sentenza della Corte di giustizia del 11 novembre 1997 in causa C-251/95, *Sabel*, cit., §22; sentenza della Corte di giustizia del 3 settembre 2009 in causa C-498/07, *Aceites del Sur-Coosur*, in *GADI* 2009, p. 1497; e in *IDI* 2010, p. 348, con nota di G. SANSEVERINO, *Cuore del marchio e giudizio di confondibilità*.

²² Su questo specifico profilo si rinvia in particolare agli studi di P. E. FRASSI, *Considerazioni sul giudizio di confondibilità fra segni composti da più elementi: esame sintetico o prospettiva analitica?*, in *Riv. dir. ind.* 2004, I, pp. 241 ss.; ID., *Capacità distintiva e confondibilità nei marchi complessi*, in *IDI* 2007, pp. 62 ss.; ID., *Richiami sulla confondibilità fra marchi complessi nella giurisprudenza comunitaria*, in *Riv. dir. ind.* 2007, II, pp. 270 ss.; nonché a S. SANDRI, *Marchi complessi ed elemento dominante*, in *IDI* 2006, pp. 134 ss.

infatti, se da un lato ha sempre affermato che «occorre operare il confronto esaminando i marchi di cui trattasi, considerati ciascuno nel suo complesso»²³, dall'altro «non esclude che l'impressione complessiva prodotta [...] da un marchio complesso possa, in determinate circostanze, essere dominata da una o più delle sue componenti»²⁴.

Così, nonostante il “dogma” della valutazione globale, anche i giudici europei a ben vedere finiscono non di rado per valutare la somiglianza e la confondibilità tra marchi secondo un giudizio analitico²⁵, attribuendo particolare rilevanza a quello che la dottrina e la giu-

²³ Sentenza del Tribunale di primo grado del 23 ottobre 2002, in causa T-6/01, *Matratzen Concord*, in *GADI* 2003, p. 1500, §34. Tale decisione del Tribunale è stata poi confermata dalla ordinanza della Corte di giustizia del 28 aprile 2004 in causa C3/03 P, *Matratzen Concord*, ECLI:EU:C:2004:233

²⁴ Sentenza del Tribunale di primo grado del 23 ottobre 2002 in causa T-6/01, *Matratzen Concord*, loc. cit.

²⁵ Per una rassegna della più recente giurisprudenza italiana che ha fatto applicazione del giudizio analitico nel valutare la somiglianza tra marchi v. ad es. Cass. del 18 gennaio 2013 n. 1249, in *IDI* 2013, 289 ss., con nota di I. M. PRADO – B. ZAMBONI; Cass. del 3 dicembre 2010, n. 24620, in *Riv. dir. ind.* 2011, p. 216; Cass. del 16 aprile 2008, n. 10071, in *GADI* 2008, 5219 (che ha confermato App. Torino del 27 novembre 2002, ivi 2003, 4532, che a sua volta ha confermato Trib. Torino del 19 novembre 2001, ivi 2002, 4380); Cass. del 24 marzo 2006, n. 6685, ivi 2008, 5204; Cass., del 15 giugno 2005, n. 12860, ivi 2006, 4932; Cass. del 20 aprile 2004, n. 7448, in *Riv. dir. ind.* 2005, II, 299; Cass. del 25 ottobre 1978, n. 4839, in *GADI* 1978, 1014; Trib. Milano del 24 giugno 2005, in *Riv. dir. ind.* 2006, 129, con nota di F. BREVETTI, Note in Tema di marchio complesso e di volgarizzazione; App. Torino del 22 novembre 2002, in *GADI* 2003, 4530; App. Bologna del 29 maggio 2002, ivi 2002, 4438; Trib. Roma del 30 luglio 2001, ivi 2002, 4360; App. Torino del 27 luglio 1989, ivi 1989, 2438; Pret. Milano del 13 dicembre 1988, ivi 1988, 2356; App. Milano del 28 novembre 1972, ivi 1972, 207. In senso contrario, e cioè nel senso che sia necessario procedere con un giudizio unitario e di insieme, appariva invece la giurisprudenza più risalente: e v. allora *ex multis* Cass. del 22 gennaio 1993, n. 782, in *GADI* 1994, 3017; Cass. del 13 aprile 1989, n. 1179, ivi 1989, 2368; Trib. Modena del 22 luglio 2002, ivi 2003, 4511; Trib. Torino del 19 novembre 2001, ivi 2002, 4380; App. Milano del 8 maggio 2001, ivi 2002, 4339; App. Milano del 28 gennaio 2000, ivi 2000, 4129; Trib. Fermo del 29 dicembre 1999, ivi 2000, 4117; Trib. Modena del 23 giugno 1999, ivi, 1999, 4014; App. Roma del 3 maggio 1999, ivi, 1999, 4002; Trib. Bologna del 23 settembre 1997, ivi 1998, 3893; Trib. Milano del 23 gennaio 1997, ivi 1997, n. 3646; App. Milano 7 maggio 1996, ivi 1997, 3594; App. Firenze del 4 aprile 1996, ivi 1996, 3479; Trib. Roma del 25 marzo 1995, ivi 1996, 3406. Nel senso che sia necessario porsi dal punto di vista del consumatore che, al momento dell'acquisto, non compie un esame degli elementi singoli dei marchi, avendone dinnanzi uno soltanto e conservando dell'altro un mero ricordo: Trib. Verona del 30 giugno 1999, in *GADI* 1999, 4015;

risprudenza italiana definiscono “cuore” di un segno distintivo, inteso come l’elemento dominante e maggiormente distintivo di un marchio composto da più elementi²⁶. Secondo la dottrina, peraltro, proprio la presenza di un “cuore” costituisce l’elemento discriminante tra un marchio cosiddetto complesso ed un marchio cosiddetto d’insieme. Quest’ultimo è infatti privo di un elemento dominante, essendo i vari elementi che lo compongono tutti singolarmente carenti di distintività, ed essendo soltanto la combinazione di questi elementi a fornire un carattere sufficientemente distintivo al marchio globalmente considerato²⁷.

Trib. Firenze del 15 settembre 1998, ivi 1998, 3838; Trib. Milano del 23 febbraio 1996, ivi 1996, 3471.

²⁶ Sul concetto di “cuore” del marchio nella giurisprudenza italiana v. ad es. Cass. del 16 settembre 2021 n. 25070, in *Dir. e Giust.* 2021, 7 settembre; Cass. del 18 maggio 2018 n. 12368, in *Riv. dir. ind.* 2018, II, 418 ss.; Cass. del 18 gennaio 2013, cit.; Trib. Napoli del 30 maggio 2018, in *Riv. dir. ind.* 2019, II, 172 ss. con nota di C. ROSI, Marchi patronimici e complessi: giudizio di confondibilità e profili di tutela; ord. Trib. Catania del 14 novembre 2003, in *GADI* 2003, 4596; Trib. Milano del 17 febbraio 2016, in *IDI* 2017, 80 ss., con nota di F. CORDOVA, Il giudizio di confondibilità tra marchi simili: la valorizzazione del grado di espressività del marchio; Trib. Bologna del 11 luglio 2009, in *GADI* 2009, 1065; App. Napoli del 23 marzo 2015, in *IDI* 2015, 397 ss., con nota di C. MANFREDI, Marchi d’insieme, marchi complessi e giudizi di confondibilità: la corte d’appello di Napoli sul marchio Rolex; App. Milano del 6 luglio 2001, in *Giur. it.* 2002, con nota di M. SPIOTTA, Secondary meaning: estensione della tutela al «cuore del marchio» o fattore di riconoscibilità del prodotto contraddistinto dal segno divenuto forte?. In dottrina v. G. SANSEVERINO, *Cuore del marchio e giudizio di confondibilità*, cit.; S. SANDRI, Associazione e confondibilità per associazione, in *Riv. dir. ind.* 2012, I, 186 ss.; A. COGO, Marchi e moda, in *Giur. it.* 2014, 2594 ss.; M. PACCOIA, Uso del marchio patronimico e delle immagini fotografiche negli esercizi commerciali, in *Riv. dir. ind.*, 2020, I, 216 ss.

²⁷ Per un confronto tra i concetti di marchi complessi e marchi di insieme v. in giurisprudenza Cass. del 3 dicembre 2010, n. 24620, in *Riv. dir. ind.* 2011, 216; Cass. del 16 aprile 2008, n. 10071, in *GADI* 2008, 5219; Cass. del 20 aprile 2004, n. 7448, in *Riv. dir. ind.* 2005, II, 299; ord. Trib. Torino del 17 agosto 2011, in *IDI* 2012, 37 ss., con nota di I. M. PRADO, Marchio di insieme, secondary meaning e prova di acquisizione della capacità distintiva; Trib. Catania del 21 luglio 2011, in *GADI* 2011, 5747; ord. Trib. Milano del 23 dicembre 2010, in *GADI* 2011, 5670; ord. Trib. Napoli del 5 dicembre 2008, ivi 2008, 5318; App. Milano del 16 marzo 2001, ivi 2001, 4273; Trib. Milano del

8 aprile 1991, ivi 1991, 2659; Trib. Rovereto del 28 marzo 1988, ivi 1988, 2302; e in dottrina G. AULETTA, Somiglianza dei marchi complessi, in *Riv. dir. comm.* 1953, II, 253 ss.; G. AGHINA, Sui marchi complessi, in *Riv. dir. ind.* 1965, II, 85 ss.; L. BIGLIA, Alcuni problemi sull’affinità fra prodotti e sul giudizio di confondibilità fra marchi,

Per valutare quale sia il “cuore” di un marchio complesso i giudici europei considerano «le qualità intrinseche di ciascuna di tali componenti paragonandole con quelle di altri componenti»²⁸. Inoltre, «in via accessoria, può essere presa in considerazione la posizione relativa delle diverse componenti nella configurazione del marchio complesso»²⁹.

In un primo momento, la giurisprudenza europea si era assestata sulla posizione per cui «un marchio complesso può essere considerato simile ad un altro marchio, identico o simile ad una delle componenti del marchio complesso, solo se quest’ultima costituisce l’elemento dominante nell’impressione complessiva prodotta dal marchio complesso»; e cioè «quando tale componente può da sola dominare l’immagine di tale marchio che il pubblico pertinente conserva in memoria, in modo tale che tutte le altre componenti del marchio risultino trascurabili nell’impressione complessiva da questo prodotta»³⁰. Questo orientamento è stato seguito per alcuni anni dal Tribunale UE³¹, suscitando però diverse perplessità nella dottrina industrialisti-

ivi 1982, II, 42; G. DRAGOTTI, Marchi semplici e marchi complessi, in *Riv. dir. ind.*, 1993, II, 129 ss.; N. RETTORE, Note in tema di marchio complesso, in *Riv. dir. ind.* 2002, II, 412 ss.; D. CAPRA, Marchi geografici complessi e non (più) registrati: il caso Cannonau “Perda Rubia”, ivi 2004, II, 63 ss.; G. SENA, Confondibilità fra segni e confondibilità fra prodotti o servizi nella giurisprudenza comunitaria: alcune considerazioni pertinenti e impertinenti, in *Riv. dir. ind.*, 2004, I, 201; ID., *Il diritto dei marchi*, cit., 87-89; P. A. E. FRASSI, Considerazioni sul giudizio di confondibilità fra segni composti da più elementi, cit.; ID., Richiami sulla confondibilità fra marchi, cit.; ID., Capacità distintiva e confondibilità nei marchi complessi, cit.; Brevetti, Note in tema di marchio complesso e di volgarizzazione, ivi 2006, II, 129 ss.; S. SANDRI, Marchi complessi ed elemento dominante, cit.; G. FOGLIA, Capacità distintiva dei marchi e confondibilità tra segni, in *IDI* 2008, 443 ss.; S. DELL’ARTE, Trademarks wars, Episodio V: il ritorno del Limoncello, in *IDI* 2009, 133; G. SANSEVERINO, Cuore del marchio e giudizio di confondibilità, cit.; L. MASTROIANNI, Giudizio di confondibilità tra marchi complessi e distinzione con marchi d’insieme, in *IDI* 2013, 263 ss.; F. CORDOVA, Il giudizio di confondibilità tra marchi simili, cit.

²⁸ V. ad es. sentenza del Tribunale di primo grado del 23 ottobre 2002, in causa T-6/01, *Matratzen Concord*, cit.

²⁹ *Ibidem*.

³⁰ Questo indirizzo giurisprudenziale è stato inaugurato dalla sentenza del Tribunale dell’Unione europea del 23 ottobre 2002, in causa T-6/01, *Matratzen Concord*, cit., spec. §33, poi confermata dall’ordinanza della Corte di giustizia del 28 aprile 2004 in causa C3/03 P, *Matratzen Concord*, cit.

³¹ Vedi ad es. sentenza del Tribunale di primo grado del 15 giugno 2005, in causa T-

ca³² soprattutto perché, una volta individuato il “cuore” del marchio, il Tribunale di fatto escludeva a priori la rilevanza di tutti gli altri elementi che pur avrebbero potuto giocare un ruolo importante in un giudizio di somiglianza globale.

La Corte di Giustizia, dal canto suo, a partire quantomeno dal 2005 ha iniziato a seguire un’impostazione in parte differente, riformando alcune pronunce del Tribunale di primo grado³³.

A partire dalla decisione assunta nel caso *Medion*³⁴, la Corte ha infatti apportato un importante correttivo al precedente indirizzo ermeneutico in merito alla valutazione dell’elemento dominante di un marchio complesso. E così in particolare ha stabilito che, seppur il “cuore” del marchio continui ad avere un ruolo di primo piano nella valutazione globale della somiglianza tra segni, da un lato non è possibile escludere che anche elementi non dominanti abbiano una rilevanza decisiva³⁵; e dall’altro che «l’esistenza di una somiglianza tra due marchi non pre-

7/04, *Shaker*, in *GADI* 2005, 1415; in *IDI* 2006, 128, con nota di S. SANDRI, Marchi complessi ed elemento dominante; in *Riv. dir. agrar.* 2005, II, 167 ss., con nota di A. SCIAUDONE, Il marchio “Limoncello della Costiera Amalfitana”: rischio di confusione e irrilevanza dell’indicazione geografica; e in *Dir. comun. scamb. intern.* 2006, 473 ss., con nota di G. DI SALVATORE, Nome geografico e tutela del consumatore negli orientamenti recenti del Tribunale di primo grado; del Tribunale di primo grado del 13 luglio 2004, in causa T-115/03, *Samar*, in *GADI* 2005, 1314.

³² Per una critica a questa impostazione giurisprudenziale v. M. RICOLFI, Il limoncello della costiera amalfitana come marchio: ovvero, quando due errori non fanno una verità, in *Giur. it.* 2009, 1428.

³³ V. ad es. sentenza della Corte di giustizia del 12 giugno 2007, in *GADI* 2007, 1304, e in *Foro it.* 2008, IV, 7, che ha annullato la già citata decisione del Tribunale di primo grado nel caso *Shaker*, e la successiva sentenza, quale giudice del rinvio, del Tribunale di primo grado del 12 novembre 2008, *Shaker*, in *GADI* 2008, 1583, in *Giur. it.* 2009, 1425, con nota di M. RICOLFI, op. ult. cit., e in *IDI* 2009, 124, con nota di S. DELL’ARTE, cit.

³⁴ Sentenza della Corte di giustizia del 6 ottobre 2005, *Medion* (“*Thomson Life*”), in *GADI* 2006, 1043, in *Riv. dir. ind.* 2007, II, 270 ss., con nota di P. A. E. FRASSI, Richiami sulla confondibilità fra marchi complessi, cit.; e in *IDI* 2006, 326, con nota di S. SANDRI, Sulla tutela del marchio proprio associato all’altrui denominazione. Per ulteriori commenti a questa decisione si rinvia a P. E. FRASSI, The European Court of Justice rules on the likelihood of confusion concerning composite trademarks: Moving towards an analytical approach, in *IIC* 2006, 438; e SARTI, Capacità distintiva e confondibilità, cit.

³⁵ Sentenza della Corte di giustizia del 3 settembre 2009, in causa C-498/07, *Aceites del Sur-Coosur*, cit., § 61 e 62.

suppone che la componente comune agli stessi costituisca l'elemento dominante nell'impressione globale prodotta dal marchio»³⁶.

In secondo luogo, la Corte di Giustizia afferma che per valutare la somiglianza tra due segni occorre considerare tre differenti aspetti; e così in particolare i) la somiglianza visuale (per i marchi figurativi) o grafica (per i marchi denominativi); ii) la somiglianza fonetica; e iii) la somiglianza concettuale³⁷. In aderenza ai principi dettati dalla Corte, il Tribunale UE procede quindi generalmente ad un esame minuzioso di ciascun marchio sotto tutti e tre gli aspetti anzidetti, elencando tutte le similitudini e le differenze che essi presentano sotto ciascun profilo, per poi giungere ad una valutazione complessiva del grado di somiglianza tra i due segni.

La giurisprudenza della Corte ha però anche precisato che oltre a determinare il grado di somiglianza visuale, fonetica e concettuale dei segni, occorre altresì «valutare la rilevanza che occorre attribuire a questi diversi elementi, tenendo conto della categoria dei prodotti o servizi di cui trattasi e delle condizioni in cui essi sono messi in commercio»³⁸. In questo modo la Corte ha chiarito che invero i tre aspetti in questione non devono necessariamente essere valutati in modo rigido, bensì attribuendo a ciascuno di essi la giusta rilevanza nello specifico caso concreto: sicché in determinate fattispecie è possibile concludere per la somiglianza di due segni anche quando questi siano simili sotto uno soltanto dei tre profili, ovvero propendere per la loro non somiglianza quando gli stessi siano dissimili soltanto sotto uno dei tre aspetti. Si tratta del principio noto come “principio di neutralizzazione”, secondo cui la dissomiglianza tra due segni sotto un profilo può neutralizzare la somiglianza sotto un altro profilo, e viceversa³⁹.

³⁶ Sentenza della Corte di giustizia del 12 ottobre 2012, C-254/09, *Calvin Klein*, ECLI:EU:C:2012:628, §56.

³⁷ Sentenza della Corte di giustizia del 11 novembre 1997 in causa C-251/95, *Sabel*, cit., §23. In merito a questi tre aspetti v. per tutti M. RICOLFI, *Trattato dei marchi*, cit., 542 ss.

³⁸ Sentenza della Corte di giustizia del 22 giugno 1999 in causa C-342/97, *Lloyd Schuhfabrik*, cit., §27.

³⁹ Per alcune applicazioni di questo principio v. sentenza del Tribunale di primo grado del 26 aprile 2018, in causa T-554/14, *Messi*, in *Giustiziacivile.com*, con nota di N. MUCIACCIA, La tutela del marchio preregistrato nel prisma del Diritto dell'Unione europea: il principio di neutralizzazione alla luce del caso Messi; sentenza del Tribu-

Una volta appurata la somiglianza tra segni e tra prodotti, occorre poi procedere all'accertamento circa la sussistenza di un rischio di confusione da parte del pubblico. Tale rischio di confusione si determina quando il pubblico interessato ai beni per cui il marchio anteriore è registrato o a beni simili possa cadere in errore circa l'origine e la provenienza dei medesimi: e cioè quando il consumatore possa essere indotto a ritenere che i beni contraddistinti dal segno successivo provengano dalla medesima impresa titolare del marchio anteriore o da altra impresa a questa collegata⁴⁰.

Come già illustrato, il RMUE prevede espressamente che il rischio di confusione possa consistere anche in un rischio di associazione tra i segni. Ed in questo senso la Corte di giustizia europea interpreta quindi il concetto di "rischio di confusione" in senso lato, facendovi rientrare non solo le ipotesi di confusione in merito all'origine del bene *stricto sensu*, ma anche tutti quei casi in cui, pur non essendo ravvisabile un errore in merito alla provenienza dei prodotti da una determinata impresa, si possa comunque ingenerare nel pubblico la convinzione (o quantomeno il ragionevole dubbio) che possa esistere qualche forma di collegamento o legame tra le due imprese⁴¹. Per contro, è invece escluso che possa assumere rilevanza un rischio di confusione che verta su elementi diversi dall'origine o dalla provenienza imprenditoriale di un prodotto: e così ad es. non rilevano eventuali errori sulle caratteristiche o sulle qualità del prodotto in quanto tale⁴².

nale di primo grado del 14 ottobre 2003, in causa T-292/01, *Phillips-van Heusen*; sentenza del Tribunale di primo grado del 3 marzo 2004, in causa T-355/02, *Zirb*; Trib. UE, 22 giugno 2004, in causa T-185/02, *Picasso*, in *GADI* 2004, 1473, poi confermata da sentenza della Corte di giustizia del 12 gennaio 2006, in causa C-361/04, *Picasso*, in *GADI* 2006, 1071; e in *Giur. it.* 2006, 1187, con nota di C. SAPPÀ, *Nomi di celebrità e rischio di confusione fra marchi: il caso Picasso*; sentenza della Corte di giustizia del 23 marzo 2006, in causa C-206/04, *Mühlens*.

⁴⁰ Questo orientamento è stato inaugurato dalla sentenza della Corte di giustizia del 29 settembre 1998, in causa C-39/97, *Canon*, cit.; e sentenza della Corte di giustizia del 22 giugno 1999, in causa C-342/97, *Lloyd Schuhfabrik*, cit.

⁴¹ Sul dibattito in tema di rischio di associazione v. ad es. C. GALLI, *Funzione del marchio*, cit., 188 ss.; L. MANSANI, *La nozione di rischio di associazione fra segni*, cit.; M. BOSSHARD, *Rischio di associazione tra segni, ampiezza della tutela e funzione del marchio nella recente giurisprudenza della Corte di Giustizia*, in *Contr. impr. Eur.* 1999, 1 ss.

⁴² V. ad es. sentenza del Tribunale di primo grado del 5 aprile 2004, in causa T-202/04, *Madaus*, in *Foro it.* 2007, IV, 106.

Anche in merito alla valutazione circa la sussistenza di un rischio di confusione la giurisprudenza europea segue alcuni criteri ormai collaudati⁴³.

Innanzitutto tale rischio, così come la somiglianza tra segni, deve essere valutato globalmente, secondo la percezione che il pubblico di riferimento ha dei segni e dei beni in questione⁴⁴ e in considerazione di tutti i fattori pertinenti nel caso di specie⁴⁵. Sulla base del modello di valutazione su tre fattori tipico del diritto dei marchi tedesco (c.d. *Dreifaktorenmodell*), la Corte di Giustizia ha precisato che tali fattori sono in particolare i) il grado di identità o somiglianza dei segni; ii) il grado di identità o somiglianza dei prodotti o servizi; e iii) il carattere distintivo del marchio anteriore, nel senso che il rischio di confusione è tanto più elevato quanto più rilevante è il carattere distintivo del marchio anteriore⁴⁶. Pertanto, i marchi che hanno un elevato carattere distintivo o intrinsecamente o a motivo della loro notorietà sul mercato, godono di una tutela più ampia rispetto ai marchi il cui carattere distintivo è inferiore⁴⁷. Tra questi tre fattori vige comunque il principio della “interdipendenza” sicché, ad esempio, una minore somiglianza tra i prodotti può essere compensata da una maggiore somiglianza tra i segni distintivi, e viceversa.

Ulteriore principio fondamentale è poi quello per cui la valutazio-

⁴³ Per una rassegna della giurisprudenza sul tema v. G. SENA, Confondibilità fra segni e confondibilità tra prodotti o servizi, cit. Per il giudizio di confondibilità nel diritto italiano v. invece G. FLORIDIA, Segni e confondibilità nel codice della proprietà industriale, in *IDI*, 2007, 13 ss.;

⁴⁴ Sentenza della Corte di giustizia del 10 aprile 2000, in causa C-425/98, *Marca Mode-Adidas*, ECLI:EU:C:2000:339. Sul concetto di pubblico di riferimento v. G. E. STIRONI, La «percezione» del pubblico interessato, cit.; ID., La percezione del pubblico nel diritto dei segni distintivi, cit.

⁴⁵ Sentenza della Corte di giustizia del 11 novembre 1997 in causa C-251/95, *Sabel*, cit., §22; sentenza della Corte di giustizia del 29 settembre 1998, in causa C-39/97, *Canon*, cit., §16.

⁴⁶ Sentenza della Corte di giustizia del 11 novembre 1997 in causa C-251/95, *Sabel*, cit., §24. Sul tema, con riferimento al diritto italiano, v. anche A. VANZETTI, Capacità distintiva e confondibilità: segni registrati e non registrati, in *IDI*, 2007, 7 ss.; G. FLORIDIA, Segni e confondibilità nel Codice della proprietà industriale, ivi, 13 ss.; e M. S. SPOLIDORO, La capacità distintiva dei marchi c.d. “deboli”, ivi, 39 ss.

⁴⁷ Sentenza della Corte di giustizia del 29 settembre 1998, in causa C-39/97, *Canon*, cit.; §18; sentenza della Corte di giustizia del 22 giugno 1999, in causa C-342/97, *Lloyd Schuhfabrik*, cit., §20.

ne complessiva deve essere condotta prendendo come riferimento il consumatore medio dei prodotti o servizi considerati. A questo proposito, la Corte ha più volte ricordato che «il consumatore medio solo raramente ha la possibilità di procedere a un confronto diretto dei marchi, ma deve fare affidamento sull'immagine non perfetta che ne ha mantenuto nella memoria»⁴⁸, e che, peraltro, «il livello di attenzione del consumatore medio può variare in funzione della categoria di prodotti o di servizi di cui trattasi»⁴⁹.

Infine, la giurisprudenza della CGUE sembra ritenere che il rischio di confusione debba essere valutato in concreto⁵⁰, nel senso che deve essere fondato sulle modalità concrete di utilizzo del marchio anteriore e del segno successivo, e non già in astratto, sulla sola base della comparazione tra i marchi in quanto tali.

3.3. Conflitto con un segno anteriore che gode di notorietà.

Infine, il terzo tipo di conflitto è quello disciplinato dall'art. 8(5) del Regolamento, che concerne il caso particolare dei cc.dd. marchi che godono di notorietà⁵¹.

⁴⁸ Sentenza della Corte di giustizia del 22 giugno 1999, in causa C-342/97, *Lloyd Schuhfabrik*, cit., §26. Nel senso che sia necessario porsi da punto di vista del consumatore che, al momento dell'acquisto, non compie un esame degli elementi singoli dei marchi, avendone dinnanzi uno soltanto e conservando dell'altro un mero ricordo, v. nella giurisprudenza italiana Trib. Verona del 30 giugno 1999, in *GADI* 1999, 4015; Trib. Firenze del 15 settembre 1998, ivi 1998, 3838; Trib. Milano del 23 febbraio 1996, ivi 1996, 3471

⁴⁹ Sentenza della Corte di giustizia del 22 giugno 1999, in causa C-342/97, *Lloyd Schuhfabrik*, cit., §26. Sul tema v. in particolare A. VANZETTI, op. ult. cit.; G. E. SIRONI, La «percezione» del pubblico interessato, cit.; ID., La percezione del pubblico nel diritto dei segni distintivi, cit.

⁵⁰ Così G. SENA, Confondibilità fra segni e confondibilità tra prodotti o servizi, cit.; ID., Confondibilità in astratto e in concreto, in *IDI*, 2007, 58 ss.; G. FLORDIA, Segni e confondibilità nel codice della proprietà industriale, ivi, 16 ss.; M. M. RICOLFI, Trattato dei marchi, cit. 141 s.

⁵¹ Sul tema dei marchi che godono di notorietà v. R. FRANCESCHELLI, Dei marchi notori, del modo come si costruiscono i principi giuridici consolidati, e della fortuna delle sentenze, in *Riv. dir. ind.*, 1961, II, 396 ss.; GIAN. GUGLIEMMETTI, *Il marchio celebre o «de haute renommée»*, Milano, Giuffrè, 1977; ID., La tutela dei marchi di alta rinomanza, in *Riv. dir. ind.* 1980, I, 281 ss.; M. CARTELLA, Marchi celebri e comportamenti di mercato, ivi 1983, I, 308 ss.; ID., Note sul caso «Cointreau» e sui marchi celebri, ivi 1986, II, 20 ss.; ID., Ancora

Ai sensi di questa norma «la registrazione del marchio depositato è altresì esclusa se il marchio è identico o simile al marchio anteriore, a prescindere dal fatto che i prodotti o i servizi per i quali si chiede la registrazione siano identici, simili o non simili a quelli per i quali è registrato il marchio anteriore, qualora, nel caso di un marchio UE anteriore, quest'ultimo sia il marchio che gode di notorietà nell'Unione o, nel caso di un marchio nazionale anteriore, quest'ultimo sia un marchio che gode di notorietà nello Stato membro in questione e l'uso senza giusto motivo del marchio depositato possa trarre indebito vantaggio dal carattere distintivo o dalla notorietà del marchio anteriore o recare pregiudizio agli stessi».

sui marchi celebri: il caso «Milde Sorte», *ivi*, 1987, II, 321 ss.; A. LEVI, Il marchio «John Player Special» (ovvero una nuova valutazione circa il «momento» in cui la fattispecie del marchio celebre si realizza, *ivi* 1985, II, 30 ss.; E. TOMASSINI, Il nome Camel come marchio celebre, protezione allargata e principio di specialità, *ivi* 1990, II, 206 ss.; C. GALLI, Rischio di associazione, protezione allargata e marchi anteriori alla riforma, *ivi* 1995, II, 3 ss.; ID., I limiti di protezione dei marchi rinomati nella giurisprudenza della Corte di giustizia C.E., *ivi* 2004, II, 130 ss.; ID., Rinomanza del marchio e tutela oltre il limite del pericolo di confusione, in *IDI* 2007, 83 ss.; A. MARIANI, L'analisi economica del marchio che gode di rinomanza, *ivi* 1996, 291 ss.; S. SANDRI, Marchio comunitario e marchio di rinomanza, *ivi* 1997, 120 ss.; ID., Il punto sui marchi di rinomanza dopo la sentenza Intel, *ivi* 2009, 108 ss.; C. BELLOMUNNO, Marchio di rinomanza e rischio di associazione, *ivi* 1997, 17 ss.; F. W. MOSTERT, *Famous and Well-Known Marks. An international Analysis*, Londra, Butterworths, 1997; I. CALBOLI, «Marchio che gode di notorietà»: una discutibile pronuncia della Corte di giustizia delle Comunità europee, in *Riv. dir. ind.*, 2000, II, 255 ss.; G. FLORIDIA, La contraffazione del marchio celebre, in *IDI* 2000, 109 ss.; M. CARAMELLI, La tutela allargata del marchio che gode di rinomanza, *ivi*, 241 ss.; P. MONTUSCHI, Marchio di rinomanza e patronimico, *ivi* 2002, 134 ss.; E. M. BASTIAN, *Il marchio celebre nel diritto europeo dei marchi e nella giurisprudenza della corte di giustizia europea*, in AA. VV., *Studi di diritto industriale in onore di A. Vanzetti*, Vol. I, Milano, Giuffrè, 2004, 109 ss.; R. S. DE MARCO, Tutela allargata del marchio notorio tra dilution, rischio di confusione e funzione decorativa, in *IDI* 2004, 21 ss.; G. DALLE VEDOVE, Marchio notorio: il nesso di affinità tra prodotti o servizi sotto il maglio del giudizio di «associazione» tra segni, in *Riv. dir. ind.*, 2006, II, 65 ss.; N. BOTTERO, M. MANGANI, M. RICOLFI, The Extended Protection of “Strong” Trademarks, in *Marquette Intellectual Property Review* 2007, 266 ss.; V. DI CATALDO, *Capacità distintiva ed estensione merceologica della tutela*, *cit.*; A. SOBOL, Marchio notorio e decadenza, in *Riv. dir. ind.*, 2009, II, 207 ss.; G. SOTRIFFER, Protezione allargata del marchio di rinomanza e prodotti affini, *ivi* 2010, II, 102 ss.; C. MANFREDI, Marchio celebre, marchio di rinomanza e decadenza parziale per il non uso, in *IDI* 2009, 241 ss.; ID., Parodia del marchio notorio altrui, *ivi* 2010, 214 ss.; M. RICOLFI, *Le nozioni di “sommiglianza” dei marchi e di “nesso” nella disciplina dei marchi notori*, in AA. VV., *Studi in memoria di Paola A.E. Frassi*, Milano, Giuffrè, 2010, 557 ss.

Tale disposizione normativa sostanzialmente conferisce una tutela estesa e “speciale” ai marchi dotati di particolare notorietà. Questa tutela estesa accordata al marchio anteriore dall’articolo 8(5) presuppone la coesistenza di tre condizioni cumulative, e relative i) all’identità o alla somiglianza dei marchi in conflitto; ii) all’esistenza di una notorietà del marchio anteriore invocata a sostegno dell’opposizione; e iii) all’esistenza di un rischio che il marchio richiesto possa trarre un indebito vantaggio commerciale e concorrenziale dal carattere distintivo o dalla notorietà del marchio anteriore, oppure rechi pregiudizio a quest’ultimo⁵².

Per contro, questo terzo tipo di conflitto prescinde sia dall’identità o somiglianza dei prodotti che dall’accertamento di un rischio di confusione in merito all’origine o alla provenienza dei prodotti⁵³.

Il legislatore ha infatti stabilito che la presenza di un marchio che abbia acquisito un particolare livello di notorietà nell’Unione ovvero in uno Stato membro dell’Unione è ostativa alla registrazione di un segno distintivo simile ancorché la registrazione di quest’ultimo si riferisca a prodotti o servizi non identici né tantomeno simili a quelli per i quali il marchio anteriore è tutelato. Pertanto, laddove un marchio goda di particolare notorietà, esso costituisce un impedimento alla registrazione di segni distintivi simili ben al di là del tradizionale “principio di specialità”, secondo cui il titolare di un marchio anteriore può reagire contro l’impiego di un segno simile da parte di terzi non autorizzati solo in relazione a beni affini⁵⁴.

⁵² Sentenza della Corte di giustizia del 28 giugno 2018, in causa C-564/16, *Puma*, ECLI:EU:C:2018:509.

⁵³ V. sentenza della Corte di giustizia del 23 ottobre 2003, in causa C-408/01, *Adidas-Salomon*, in *Riv. dir. ind.* 2004, II, 130 con nota di C. GALLI, I limiti di protezione dei marchi rinomati nella giurisprudenza della Corte di giustizia C.E.; in *IDI* 2004, 31 ss. con nota di R. S. DE MARCO, Tutela allargata del marchio notorio, cit.; e in *Giur. comm.* 2004, II, 363 ss. con nota di N. BOTTERO, Marchi notori, beni affini e usi atipici nella giurisprudenza comunitaria; sentenza della Corte di giustizia del 9 gennaio 2003, causa C-292/00, *Davidoff*, in *Giur. it.* 2003, 283 s. con nota di M. RICOLFI, La tutela dei marchi che godono di rinomanza nei confronti della registrazione ed utilizzazione per beni affini nella giurisprudenza della Corte di Giustizia, e in *Giur. comm.* 2003, II, 574-584 con nota sempre di M. RICOLFI, Marchi che godono di rinomanza e beni affini nella giurisprudenza comunitaria.

⁵⁴ Sul principio di specialità v. M. RICOLFI, I segni distintivi, cit., 79, nonché G. OLIVIERI, Verso il superamento del principio di specialità nella tutela dei marchi d’impresa?, in *Giust. civ.*, 1984, I, 541 ss.

Inoltre, la particolare notorietà acquisita dal marchio fa venir meno anche la necessità di vagliare la sussistenza di un rischio di confusione per i consumatori, essendo sufficiente che si dimostri che l'uso senza giusto motivo del marchio richiesto possa trarre indebito vantaggio dal carattere distintivo o dalla notorietà del marchio anteriore o recare pregiudizio agli stessi. Nelle fattispecie di cui all'art. 8(5), pertanto, il diniego alla registrazione del marchio successivo in conflitto con un marchio notorio può aver luogo anche in assenza di qualsiasi pericolo di confusione effettivo sicché, come è stato osservato da autorevole dottrina, il diniego «avviene non tanto perché il marchio successivo difetti di capacità distintiva autonoma sul segmento di mercato prescelto ma perché, dal suo impiego in tale contesto, esso trarrebbe comunque profitto dal capitale di investimento pubblicitario incorporato nel primo segno»⁵⁵. In altre parole, come ha confermato anche la giurisprudenza europea, la tutela estesa del marchio notorio si giustifica in quanto il marchio, per quanto abbia come funzione primaria quella di distinguere l'origine e la provenienza di un prodotto da una determinata impresa, «opera altresì come veicolo di trasmissione di altri messaggi concernenti, in particolare, le qualità o le caratteristiche peculiari dei prodotti o servizi designati o le immagini e sensazioni proiettate quali, ad esempio, il lusso, lo stile di vita, l'esclusività, l'avventura, la giovinezza. In tal senso, il marchio possiede un valore economico intrinseco autonomo e distinto da quello dei prodotti o servizi [...] e ciò tanto più che, nella maggior parte dei casi, la notorietà di un marchio è il risultato di sforzi ed investimenti considerevoli del suo titolare»⁵⁶.

Anche per l'applicazione e l'interpretazione dell'impedimento di cui all'art.8(5) RMUE i principi fondamentali sono ormai fissati da una giurisprudenza consolidata le cui radici risalgono al noto caso *General Motors c. Yplon* del 1999⁵⁷.

⁵⁵ M. RICOLFI, op. ult. cit., 106.

⁵⁶ Sentenza del Tribunale di primo grado del 5 maggio 2015, in causa T-131/12, *Spa Monopole*, ECLI:EU:T:2015:257, §24; sentenza del Tribunale di primo grado del 29 marzo 2012, in causa T-369/10, *You-Q*, ECLI:EU:T:2012:177, §26.

⁵⁷ Sentenza della Corte di giustizia del 14 settembre 1999, in causa C-375/97, *General Motors*, in *Riv. dir. ind.* 2000, II, 261 ss. con nota di I. CALBOLI, “Marchio che gode di notorietà”, cit.; e in *NGCC* 2000, con nota di M. BOSSHARD, Il marchio che gode di rinomanza nel sistema della direttiva n. 89/104/CEE e della “nuova” legge marchi italiana.

Innanzitutto, per stabilire quando un marchio “goda di notorietà” sufficiente per attrarre la relativa tutela ampliata, la Corte di giustizia ha adottato una concezione ampia del termine notorietà⁵⁸, ritenendo sufficiente che il marchio «sia conosciuto da una parte significativa del pubblico interessato ai prodotti o servizi contraddistinti da detto marchio»⁵⁹. Con ciò è stato quindi chiarito che la notorietà di cui all’art. 8(5) non si riferisce al pubblico in generale, ma può riguardare anche soltanto una “nicchia” di prodotti e di consumatori specializzati operanti in uno specifico mercato ed in relazione ad una determinata categoria merceologica. In altre parole, la Corte ha precisato che possono essere considerati notori non solo i marchi che siano conosciuti al grande pubblico in generale, ma anche quelli «accreditati in ambienti specializzati e in nicchie di mercato»⁶⁰.

Per stabilire se vi sia effettivamente un tale livello di notorietà del marchio, la Corte di giustizia ha poi determinato una serie di indici rilevanti; e così in particolare «la quota di mercato coperto dal marchio, l’intensità, l’ambito geografico e la durata del suo uso, nonché l’entità degli investimenti realizzati per promuoverlo»⁶¹.

Quanto al requisito della identità o somiglianza del marchio successivo rispetto ad un marchio antecedente notorio, la CGUE ha invece chiarito che nel caso della tutela ampliata di cui all’art.8(5) non è necessaria la constatazione di un grado di somiglianza tra segni tale da ingenerare un rischio di confusione nel pubblico, ma è sufficiente un grado di somiglianza inferiore rispetto a quello richiesto dall’art.8(1)(b), essendo sufficiente che il pubblico di riferimento possa stabilire un nesso tra i due marchi⁶².

⁵⁸ Questa interpretazione rispecchia peraltro l’orientamento dottrinale formatosi già in precedenza sul concetto di “marchio che gode di rinomanza” nel diritto dei segni distintivi italiani, su cui v. GIAN. GUGLIELMETTI, *Il marchio celebre o «de haute renommée»*, Milano, Giuffrè, 1977; C. GALLI, *Funzione del marchio*, cit., 211 s.; M. RICOLFI, *Segni distintivi*, cit., 104 ss. e 142 ss.; ID., *Trattato dei marchi*, cit., 720 ss.

⁵⁹ Sentenza della Corte di giustizia del 14 settembre 1999, in causa C-375/97, *General Motors*, cit., §26 e 31.

⁶⁰ D. SARTI, *Segni distintivi*, cit., 71.

⁶¹ Sentenza della Corte di giustizia del 14 settembre 1999, in causa C-375/97, *General Motors*, cit., §27.

⁶² Sul punto v. sentenza della Corte di giustizia del 23 ottobre 2003, in causa C-408/01, *Adidas-Salomon*, cit.; sentenza della Corte di giustizia del 18 giugno 2009,

Quanto infine all'ultimo presupposto richiesto per la tutela estesa, e cioè che il marchio successivo possa trarre un indebito vantaggio dalla somiglianza con un precedente marchio notorio, la giurisprudenza europea ha individuato tre tipi di rischio distinti, e cioè: il pregiudizio al carattere distintivo del marchio anteriore; il pregiudizio alla notorietà del marchio anteriore; e il vantaggio ingiusto che il marchio richiesto possa trarre dal carattere distintivo o dalla notorietà del marchio anteriore. Ed ha poi precisato che è sufficiente il ricorrere anche di uno solo di questi tre tipi di rischio per integrare il conflitto di cui all'art.8(5) RMUE⁶³.

Il pregiudizio al carattere distintivo corrisponde sostanzialmente al concetto di annacquamento o diluizione del marchio, e si manifesta quando l'utilizzo non autorizzato del marchio successivo possa indebolire l'idoneità del marchio notorio ad identificare determinati prodotti o servizi come provenienti dall'impresa titolare del marchio⁶⁴.

Il pregiudizio alla notorietà del marchio si verifica invece quando i prodotti o i servizi per i quali il segno identico o simile è usato dal terzo possono essere percepiti dal pubblico in modo tale che il potere di

L'Oréal, in *GADI* 2009, 1425, e in *Giur. comm.* 2010, II, 969, con nota di V. DI CATALDO. Per la tesi contraria, secondo cui invece il giudizio di somiglianza tra segni dovrebbe essere condotto allo stesso modo sia in applicazione dell'art.8(1)(b) che in applicazione dell'art.8(5) vedi M. RICOLFI, Le nozioni di “somiglianza” dei marchi, cit. 562 ss.

⁶³ Sentenza della corte di giustizia del 10 maggio 2012, in causa C-100/11 P, *L'Oréal*, in *Dir. pub. comp. eur.* 2012, 1091 ss., con nota di N. RODEAN, Marchi nazionali vs. marchi comunitari: pregiudizio alla notorietà del marchio anteriore, §27-28; sentenza del Tribunale di primo grado del 5 maggio 2015, *Spa Monopole*, cit. §23 e 50.

⁶⁴ Sul tema della diluizione del marchio v. in particolare W. J. DEREMBERG, The problem of trademark dilution and the antidilution Statutes, in *California Law Review*, 1956, 439 ss.; F. LEONINI, *Marchi famosi e marchi evocativi*, Milano, Giuffrè, 1991, 172 ss.; T. MARTINO, *Trademark Dilution*, Oxford, OUP, 1996; A. LEVI, Il caso 'Parfums Christian Dior c. Evora' e lo svilimento del marchio (con cenni al caso 'BMW', alla 'dilution' e al 'tarnishing', in *Riv. dir. ind.* 1999, II, 158 ss.; C. GALLI, *La protezione del marchio oltre il limite del pericolo di confusione*, in AA. VV., *Segni e forme distintive. La nuova disciplina*, Milano, Guffrè, 2001, 34 ss.; M. LIBERTINI, La perdita di capacità distintiva, in *IDI* 2007, 33 ss.; L. MANSANI, La capacità distintiva come concetto dinamico, *ivi*, 19 ss.; M. H. H. LUEPKE, Taking Unfair Advantage or Diluting a Famous Mark – a 20/20 Perspective on the Blurred Differences between U.S. and E.U. Dilution Law, in *The Trademark Reporter*, 13 giugno 2008; M. SENFTLEBEN, The Trademark Tower of Babel – Dilution Concepts in International. US and EC Trademark Law, in *IIC* 2009, 45 ss.

attrazione del marchio ne risulti compromesso, e può scaturire in particolare dalla circostanza che i prodotti o servizi offerti dal terzo possiedano una caratteristica o una qualità tali da esercitare un'influenza negativa sull'immagine del marchio⁶⁵.

Infine, il vantaggio indebitamente tratto dal carattere distintivo o dalla notorietà del marchio anteriore coincide sostanzialmente con i concetti di "concorrenza parassitaria" e di "free-riding", e sussiste in particolare ogniqualvolta vi sia un tentativo dell'impresa titolare del marchio successivo di infiltrarsi nella scia del marchio notorio⁶⁶.

4. Il "gallo nero": origine e storia del marchio collettivo del Consorzio Vino Chianti Classico.

Così delineato il quadro normativo e giurisprudenziale di riferimento, vale la pena procedere con un breve *excursus* storico in merito all'origine e alla storia del "gallo nero" quale simbolo del vino Chianti, da un lato, ed alla nascita e al prestigio conseguito dalla denominazione di origine controllata e garantita "Chianti Classico" nell'ambito vitivinicolo, dall'altro.

Il legame tra il simbolo del gallo e lo storico territorio vinicolo toscano noto come Chianti risale al 1384, quando un gallo nero su sfondo rosso e dorato fu scelto come emblema della Lega del Chianti, un'organizzazione politica e militare creata dalla allora Repubblica di Firenze in funzione anti-senese per il controllo del territorio situato tra le due città comunali⁶⁷. Con l'istituzione di questa Lega furono de-

⁶⁵ Sentenza della corte di giustizia del 10 maggio 2012, in causa C-100/11 P, *L'Oreal*, cit., § 40.

⁶⁶ Sentenza della corte di giustizia del 10 maggio 2012, in causa C-100/11 P, *L'Oreal* §41; Corte di giustizia del 22 settembre 2011 in causa C-323/09, *Interflora*, cit., §73. Sul tema v. anche V. SANNA, Marchio rinomato e sfruttamento parassitario della sua notorietà, in *Riv. it. dir. turis.* 2011, 82 ss.; L. ZANARDO, G. TOTI, La compromissione del potere di attrazione del marchio rinomato: la Corte di Cassazione consolida l'orientamento repressivo dell'imitazione servile non confusoria quale espressione di 'parassitismo' economico, in *Foro pad.* 2018, 494 ss.

⁶⁷ I. MORETTI, L. ROMBAI, *La Lega del Chianti*, in *Chianti: storia, arte, cultura e territorio* 2015, 11 ss.; G. MELONI, J. SWINNEN, Trade and Terroir. The Political Economic of the World's First Geographical Indication, in *Food Policy* 2018, 1 ss.; Z. NOWAK, A

finiti per la prima volta i confini del territorio chiantigiano, che si estendeva in origine su tre “terzieri” corrispondenti ai Comuni di Castellina, Redda e Gaiole, che oggi costituiscono l’area geografica nota come “Chianti storico”⁶⁸.

Sebbene questa zona fosse sin dall’età altomedievale un’importante zona vitivinicola, il vino prodotto in questo territorio fu a lungo conosciuto semplicemente come “Vino di Firenze”⁶⁹; e fu solo nel Seicento, con l’intensificarsi delle esportazioni e del commercio europeo, che il nome geografico Chianti iniziò ad essere sistematicamente utilizzato per metonimia anche per designare il vino prodotto in quest’area.

La vera svolta si ebbe però nel 1716, quando l’allora Granduca di Toscana Cosimo III de’ Medici emanò un bando che è considerato come il primo documento disciplinare di vino al mondo, al fine di regolamentare la produzione, la vendita ed i nomi con cui come potevano essere designati e commercializzati i vini prodotti nel territorio del Granducato⁷⁰. In particolare, tale bando definì geograficamente quattro aree specifiche cui corrispondevano quattro denominazioni di vini regionali: Chianti, Pomino, Carmignano e Val d’Arno di Sopra. L’editto granducale comminava pene severe per tutti i casi di contraffazione e di traffico clandestino di questi prodotti vitivinicoli ed istituì delle congregazioni di vigilanza, anticipando la disciplina dei luoghi di origine, preludio all’odierno istituto giuridico della denominazione di origine controllata e garantita⁷¹.

Occorre precisare, peraltro, che secondo il suddetto bando gran-

Transnational Fiasco: Authenticity, Two Chiantis, and the Unimportance of Place, in *Global Food History*, 2019, 7; A. ROSSI, D. CORTASSA, *Exploring Italy’s Wine Law Reforms*, in J. CHAISSE, F. DIAS SIMÕES, D. FRIEDMAN (a cura di), *Wine Law and Policy. From National Terroirs to a Global Market*, Leiden, Brill, 2020, 111.

⁶⁸ A. CASABIANCA, *I confini storici del Chianti*, Firenze, B. Seeber, 1905; I. MORETTI – L. ROMBAI, *Origine del toponimo Chianti*, in *Chianti: storia, arte, cultura e territorio* 2015, 10 s.;

⁶⁹ Il termine “Chianti” per designare uno specifico tipo di vino prodotto nell’area è invero attestato per la prima volta nei documenti dell’Archivio Datini (1383-1410).

⁷⁰ G. CIPRIANI, *Il vino alla corte medicea*, in *Rivista di storia dell’agricoltura* 2002, 122 ss.; M. LIGHTBOURNE, *What’s in a Name? The Journey of Geographical Indications from Paris 1883 to Geneva 2015*, in *GRUR International* 2021, pp. 935 ss.

⁷¹ Sulla storia delle denominazioni d’origine vedi, oltre al già citato M. LIGHTBOURNE, op. ult. cit., anche D. SARTI, *Le indicazioni d’origine geografica: storia, questioni terminologiche e proposte interpretative*, in AA. VV., *Studi in memoria di Paola Frassi*, cit., pp. 619 ss.

ducale il termine Chianti non indicava una specifica tipologia di vino, ma poteva essere utilizzato per designare semplicemente qualsiasi vino che fosse stato prodotto nell'omonima zona geografica (così come definita dal bando medesimo), indipendentemente dal procedimento e dai tipi di uva impiegati per la produzione degli stessi.

Il prestigio del vino “Chianti Classico” si deve infatti alla specifica “ricetta” creata nel 1872 dal barone Bettino Ricasoli, un grande personaggio della politica fiorentina del 1800 nonché appassionato viticoltore⁷². In una lettera indirizzata al Professor Cesare Studiati, Ricasoli descrisse e fissò per la prima volta la formula di quello che diverrà poi conosciuto in tutto il mondo come vino Chianti classico: «[...] *il vino riceve dal Sangiovese la dose principale del suo profumo e una certa vigoria di sensazione; dal Canajolo l'amabilità che temprava la durezza del primo senza togliergli nulla del suo profumo, per esserne pur esso dotato; la Malvagia tende a diluire il prodotto delle prime due uve, ne accresce il sapore e lo rende più leggero e più prontamente adoperabile all'uso della tavola quotidiana*»⁷³.

Si arrivò dunque a definire ufficialmente l'uvaggio del primo Chianti “moderno”, già esportato ed apprezzato nelle tavole di tutto il mondo, al quale si sarebbero ispirati oltre un secolo dopo dapprima il disciplinare DOC del 1967, e poi il disciplinare DOCG del 1984⁷⁴.

Per tutelare il crescente prestigio del vino, nel 1924 un gruppo di viticoltori toscani fondò il “Consorzio per la difesa del vino tipico del Chianti e della sua marca di origine”, la prima associazione di produttori di vino in Italia, il quale scelse proprio lo storico “gallo nero” quale segno distintivo volto a tutelare il tipico vino Chianti prodotto nella omonima regione vinicola.

Nel 1967, nel pieno del boom industriale del secondo dopoguerra, con D.P.R. del 9 agosto 1967 il vino Chianti ottenne il riconoscimento

⁷² I. MORETTI, *Il barone Ricasoli e la via Chiantigiana: con una prefazione sulla viabilità storica del Chianti*, in *Chianti: storia, arte, cultura e territorio* 2007, pp. 1 ss.;

⁷³ P. MELONI, *Due retoriche della produzione vinicola senese: il patrimonio e la merce*, in *Arch. Etnografia*, 2017, p. 89.

⁷⁴ Sulla disciplina giuridica dei marchi di qualità DOC e DOCG v. *inter alios* E. LOFFREDO, *Profili giuridici della tutela delle produzioni tipiche*, in *Riv. dir. ind.* 2003, pp. 139 ss.; C. GALLI, *Globalizzazione dell'economia e tutela delle denominazioni di origine dei prodotti agro-alimentari*, ivi 2004, 60 ss.; M. LIBERTINI, *L'informazione sull'origine dei prodotti nella disciplina comunitaria*, ivi. 2010, pp. 289 ss.

come Denominazione di Origine Controllata (DOC). Successivamente, con D.P.R. del 2 luglio 1984, grazie al lavoro sapiente dei produttori vitivinicoli ed all’attiva industria collaterale di settore, si crearono le condizioni affinché il vino Chianti ottenesse finalmente il riconoscimento come vino di Denominazione di Origine Controllata e Garantita (DOCG).

Secondo l’attuale disciplinare, così come da ultimo modificato con D.M. 27 luglio 2019, il vino Chianti DOCG deve essere prodotto da un minimo obbligatorio di uva Sangiovese dal 70% fino al 100%. Possono inoltre concorrere alla produzione le uve provenienti da vitigni idonei alla coltivazione nell’ambito della regione Toscana, nella misura complessiva di massimo 30%. Inoltre, i vitigni a bacca bianca non possono, singolarmente o congiuntamente, superare il limite massimo del 10%, mentre i vitigni *Cabernet Franc* e *Cabernet Sauvignon*, non possono, singolarmente o congiuntamente, superare il limite massimo del 15%. Oltre a ciò, il disciplinare impone che le operazioni di vinificazione, imbottigliamento ed affinamento siano effettuate nell’ambito della zona di produzione agricola delimitata.

Nel 2013 il Consorzio Vino Chianti Classico ha chiesto ed ottenuto la registrazione del marchio collettivo italiano di tipo figurativo, costituito dalla rappresentazione grafica di un gallo nero al centro con l’indicazione inscritta nella circonferenza “Chianti classico dal 1716”.

E proprio questo marchio collettivo è stato oggetto della pronuncia in commento.

5. La decisione.

La sentenza qui annotata appare interessante in quanto consente di soffermarsi sull’interpretazione giurisprudenziale dell’art. 8.5 RMUE che, come già illustrato, prevede un impedimento alla registrazione di un nuovo marchio UE quando esista un marchio nazionale e/o europeo che goda di “notorietà” e che possa apparire in conflitto col marchio richiesto.

In particolare, un marchio richiesto, in seguito ad opposizione da parte del titolare di un marchio notorio anteriore, potrà essere concesso solo laddove i) non sia ravvisabile una sufficiente somiglianza visi-

va, fonetica o concettuale nell'ambito di una valutazione complessiva dei segni in conflitto; ii) non sia rinvenibile alcun nesso con il marchio anteriore; iii) il marchio richiesto non tragga indebito vantaggio dalla notorietà del marchio anteriore e non rechi pregiudizio a quest'ultimo.

5.1. Notorietà del “gallo nero”.

Quanto al presupposto della notorietà acquisita dal marchio del “gallo nero” per contraddistinguere prodotti vinicoli, in realtà la questione non è stata espressamente affrontata dal Tribunale in quanto la società richiedente non aveva impugnato la decisione della divisione di opposizione sul punto. In tale sede, il Consorzio aveva presentato una copiosa documentazione consistente *inter alia* in i) numerosissimi articoli di quotidiani e di riviste specializzate nel settore agroalimentare pubblicati tra il 2000 e il 2018, nei quali venivano elogiate la qualità, il prestigio e la storia del vino Chianti, e sui quali appariva il marchio del gallo nero; ii) numerose etichette di vino recanti il marchio del gallo nero; iii) i documenti contabili attestanti i cospicui investimenti da parte del Consorzio in spese finalizzate alla promozione del marchio, ammontanti in circa 2 milioni di euro all'anno; iv) materiali attestanti copiosi eventi di marketing svolti dal Consorzio, come ad esempio degustazioni di vini, sponsorizzazioni di eventi sportivi, eventi fieristici, partecipazioni ed esposizioni ad eventi internazionali; v) documenti contabili attestanti sia le vendite nazionali che le esportazioni del vino Chianti all'estero.

Sulla base di questa allegazione probatoria, la divisione di opposizione dell'EUIPO aveva ritenuto che «la cospicua quantità di articoli, apparsi in pubblicazioni specializzate e non, che menziona il marchio dell'opponente» offrì «indicazioni inequivoche sull'elevato grado di conoscenza del marchio, sul suo prestigio e sulla sua tradizionale presenza sul mercato italiano del vino»⁷⁵, e che «oltre a ciò, la presenza del marchio in numerose iniziative, manifestazioni e ferie e la sponsorizzazione di importanti eventi sportivi dimostrano un elevato im-

⁷⁵ EUIPO – DIVISIONE DI OPPOSIZIONE, decisione sull'opposizione n. B3013979 del 18 gennaio 2019, p. 4.

pegno a livello di marketing da parte dell’opponente che ha investito nel corso degli anni ingenti risorse nella promozione e consolidamento del marchio sul mercato»⁷⁶. E, di conseguenza, statuì che il marchio del “gallo nero” registrato dal Consorzio godesse «di notorietà in Italia in relazione ai vini»⁷⁷.

Dato quindi per assodata la notorietà del marchio del “gallo nero”, il Tribunale ha poi preceduto a verificare la sussistenza degli altri elementi costitutivi dell’impedimento relativo di cui all’art. 8.5 RMUE.

5.2. Somiglianza tra i segni.

In primo luogo, seguendo l’iter logico imposto dall’art. 8 RMUE, il Tribunale UE si è addentrato nell’indagine circa la somiglianza o meno tra i due segni in conflitto, ribadendo preliminarmente che, ai fini dell’applicabilità dell’art. 8.5 del Regolamento, è sufficiente il rischio che nel pubblico di riferimento si crei un accostamento tra i segni distintivi, senza che sia necessaria una vera e propria corrispondenza integrale tra i marchi.

Assestandosi sui principi consolidati in materia, il Tribunale ha innanzitutto confermato che il giudizio di somiglianza deve fondarsi sull’impressione complessiva e globale che i segni suscitano nel pubblico di riferimento precisando però che nel caso di marchi complessi (cioè costituiti da più elementi figurativi e/o denominativi) tale analisi deve concernere in particolare il raffronto tra gli elementi più distintivi e dominanti dei rispettivi segni⁷⁸.

Sul punto, il Tribunale ha dapprima riconosciuto che gli elementi dominanti di entrambi i marchi in questione erano da individuarsi nella rappresentazione della figura di un gallo, sicché era soprattutto su questo elemento che doveva essere condotta l’analisi della somiglianza tra i segni. In questo senso, dunque, la sentenza qui annotata si inserisce in quel filone giurisprudenziale che utilizza un criterio “ana-

⁷⁶ Ibidem.

⁷⁷ Ibidem.

⁷⁸ Sentenza del Tribunale di primo grado del 25 gennaio 2012, causa T-332/10, *Viguara*, ECLI:EU:T:2013:104.

litico” per valutare la somiglianza tra segni. Inoltre, il Tribunale ha sancito che nel caso di specie l’immagine di un gallo non aveva alcuna attinenza con le caratteristiche dei prodotti designati, sicché tale elemento figurativo doveva ritenersi portatore di una capacità distintiva particolarmente forte.

Ciò premesso il Tribunale, sempre sulla base dei criteri interpretativi elaborati dalla Corte di giustizia, ha poi proceduto ad analizzare separatamente la somiglianza tra gli elementi visivi, fonetici e concettuali sulla base dell’impressione complessiva dei segni, ed in particolare del confronto tra gli elementi distintivi e dominanti dei rispettivi segni.

Quanto agli elementi visivi, il giudice europeo ha riconosciuto che entrambi i segni distintivi erano costituiti da un uccello domestico (un gallo) riprodotto in maniera simile, anche se non identica; ed ha quindi ritenuto che i due marchi in questione fossero visivamente somiglianti, nonostante la differenza cromatica tra le due immagini.

Anche sul piano concettuale il Tribunale è giunto alla conclusione per cui, in ragione del significato veicolato dall’elemento figurativo dei due marchi (che in entrambi i casi rinvia alla figura di un “Gallo”), sussisteva una certa somiglianza tra i segni.

Sul punto, il Tribunale da un lato ha riconosciuto che l’elemento denominativo “Chianti” per il marchio anteriore, il quale rinvia ad una regione in Italia rinomata per i vini, e l’elemento figurativo del marchio richiesto raffigurante il “Gallo”, che è invece il simbolo della Regione della Gallura in Sardegna, sono invero idonei a veicolare un concetto legato a due diverse origini geografiche dei prodotti, e sono quindi due concetti almeno in parte diversi. Tuttavia, sempre secondo il Tribunale, tale circostanza non inciderebbe sul fatto che i segni in conflitto si riferiscano nella mente del consumatore semplicemente al concetto di “Gallo”, vista la rappresentazione grafica di un volatile in entrambi i marchi: motivo per cui è stata ritenuta come sussistente la somiglianza dei segni anche sul piano concettuale.

Inoltre, il Tribunale ha precisato che nel giudizio di somiglianza tra marchi è irrilevante la circostanza che uno sia un marchio collettivo mentre l’altro un marchio individuale, in quanto il giudizio deve essere fondato unicamente sulla percezione del segno da parte del pubblico di riferimento e del consumatore medio, il quale non necessariamente è consapevole della differenza tra le due tipologie di mar-

chio⁷⁹. Sicché non può escludersi che il segno che compone un marchio individuale e quello che compone un marchio collettivo veicolino un medesimo concetto.

Per contro, il Tribunale ha escluso qualsiasi somiglianza tra i segni in questione sotto il profilo fonetico.

All’esito di questo confronto analitico, il Tribunale ha poi proceduto al giudizio di somiglianza globale dei segni; ed ha stabilito che le similitudini sul piano visivo e concettuale erano sufficienti a far ritenere che i segni distintivi in conflitto fossero nel loro complesso “simili”, sebbene gli stessi fossero completamente diversi sotto il terzo profilo, e cioè quello fonetico. E nel far ciò ha quindi fatto applicazione del già ricordato principio di neutralizzazione elaborato dalla giurisprudenza della Corte di Giustizia⁸⁰.

5.3. Sul nesso tra i marchi.

In merito all’eventualità che il consumatore possa stabilire un nesso tra i marchi in conflitto, il Tribunale ha confermato l’orientamento della consolidata giurisprudenza europea, secondo cui il fatto che il marchio richiesto possa evocare nella mente del consumatore medio, normalmente informato e ragionevolmente attento ed avveduto, il ricordo del marchio anteriore equivale di per sé all’esistenza di un siffatto nesso⁸¹.

⁷⁹ V. ad es. sentenza della corte di giustizia del 5 marzo 2020, causa C-766/18, *Halloumi*, ECLI:EU:C:2020:170. Per un commento a questa decisione v. E. FLETT – E. HARLEY, The legendary case of the HALLOUMI trade mark: a successful appeal in the opposition to the BBQLOUMI trade mark: case C-766/18 P, in *JIPLP* 2020, 576 ss.

⁸⁰ Per alcune precedenti applicazioni di questo principio v. sentenza della Corte di giustizia del 5 ottobre 2017, in causa C-437/16 P, *Chempioil*, ECLI:EU:C:2017:737; sentenza della Corte di giustizia del 17 settembre 2020, in cause riunite C-449/18 P e C-474/18 P, *Messi*, cit. Per alcuni commenti al caso da ultimo citato, v. S. MARTIN, *Lionel Messi v EUIPO: 2-0. Court of Justice blows final whistle on opposition proceedings involving Leo Messi*, in *JIPLP* 2020, 9 ss.; Ç. Y. ÖZKAN, *Messi vs. Messi, Prior Right vs. Reputation: The Decision of the Court of Justice of the European Union and Its Assessment with Regard to the Turkish Trademark Law*, in *GRUR Int.* 2021, 1 ss.; J. SITKO, *Protection of a Famous Person’s Surname in the Light of the European Union Trade Mark Regulation*, in *European Research Studies Journal* 2021, special issue 2, 210 ss.

⁸¹ V. ad es. Sentenza della Corte di giustizia del 27 novembre 2008, causa C-252/07, *Intel*, in *IDI* 2009, 115 ss. con nota di S. SANDRI, Il punto sui marchi di rinomanza dopo la sentenza Intel.

L'esistenza del nesso e del rischio di confusione devono essere oggetto di una valutazione globale tenendo conto di tutti i fattori pertinenti tra cui: a) il grado di somiglianza tra i marchi, b) la natura dei prodotti o dei servizi compreso il grado di prossimità o di dissomiglianza tra gli stessi, c) il pubblico interessato, d) il livello di notorietà del marchio anteriore ed il grado di carattere distintivo, intrinseco o acquisito in seguito all'uso, del marchio anteriore.

Alla luce dei principi sopra richiamati, il Tribunale UE ha evidenziato che la commissione di ricorso aveva correttamente riconosciuto l'esistenza di un nesso tra i marchi in conflitto nella mente del pubblico di riferimento in quanto non solo i segni presentavano, come si è già avuto modo di evidenziare, una somiglianza visiva e concettuale (in quanto entrambi avevano come "cuore" visivo e concettuale l'immagine di un gallo), ma anche che i prodotti erano sostanzialmente identici.

Il marchio anteriore godeva inoltre di un elevato tasso di notorietà e possedeva un carattere distintivo intrinseco rafforzato dal suo uso per decenni, donde era dunque sussistente un rischio di confusione od un rischio di associazione tra i segni.

La presenza del termine "Ghisu" nel marchio per il quale era stata richiesta la registrazione, per contro, secondo il Tribunale non era sufficiente ad escludere il rischio che quest'ultimo potesse essere inteso come una variante autorizzata del marchio collettivo anteriore.

Per questi motivi, il Tribunale ha quindi ritenuto integrata la fattispecie di cui all'art. 8.5 RMUE, ed ha dichiarato la nullità del marchio "Ghisu", in quanto in contrasto col marchio del Chianti.

6. Conclusioni.

La sentenza qui commentata testimonia la condivisibile ed auspicata propensione dei giudici europei a concedere una tutela particolarmente ampia ai marchi che godono di notorietà sul territorio dell'Unione o anche di uno solo dei suoi Stati membri. La decisione si rivela particolarmente significativa per la tutela commerciale dei prodotti agroalimentari e gastronomici *made in Italy*, proprio perché il Tribunale ha confermato che, al di là del grado di somiglianza tra due di-

segni astrattamente in conflitto, ciò che più importa è che, in presenza di un segno distintivo che abbia acquisito notorietà per la reputazione, il prestigio e l'eccellenza dei prodotti che rappresenta, siano evitati fenomeni di parassitismo commerciale anche al di là di un concreto rischio di confusione tra prodotti. Sebbene il caso in questione abbia visto contrapposte aziende italiane, adottando un concetto ampio sia di “somiglianza” tra segni che di “indebito vantaggio”, il Tribunale UE con questo precedente sembra comunque aver aperto le porte ad una più intensa protezione delle eccellenze gastronomiche del nostro Paese, da sempre oggetto di imitazioni parassitarie in tutto il mondo.

Daniele Fabris

ABSTRACT:

Nella sentenza qui annotata, il Tribunale di primo grado dell'Unione europea ha ribadito ed elaborato alcuni concetti chiave del diritto dei marchi, ed ha in particolare adottato una concezione ampia dei requisiti richiesti per la tutela “speciale” concessa ai marchi dotati di rinomanza. La decisione si rivela di particolare interesse e di buon auspicio soprattutto per la tutela dei prodotti agroalimentari del made in Italy, in quanto i giudici europei hanno ribadito l'importanza di tutelare con particolare intensità “la reputazione, il prestigio e l'eccellenza” acquisita da determinati prodotti sul mercato unico europeo da fenomeni di parassitismo commerciale.

EN:

In the judgment annotated here, the General Court of the European Union has reiterated and elaborated some key concepts of trademark law, and has in particular adopted a broad conception of the requirements for the “special” protection granted to trademarks with reputation. The decision proves to be of particular interest and a good omen especially for the protection of Agri-food products Made in Italy, as the European judges have reiterated the importance of protecting with particular intensity “the reputation, prestige and excellence” acquired by certain products on the European single market from phenomena of commercial parasitism.

PAROLE CHIAVE:

Diritto dei marchi – marchi di elevata notorietà – prodotti alimentari – reputazione – prestigio – parassitismo commerciale.

Trademark law – trademarks with reputation – food products – reputation – prestige – commercial parasitism.

Giurisprudenza annotata.

CONSIGLIO DI STATO

Sentenza del 1° ottobre 2020 n. 7566/2020*

Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato c. Lidl Italia srl

Competenze dell'AGCM - Applicazione della normativa sulle pratiche commerciali sleali - Direttiva (Ce) n. 2005/29 - Informazione dei consumatori - Regolamento (Ue) n. 1169/2011 - Sanzioni applicabili - Decreto legislativo n. 231/2017 - Procedure di campionamento - Regolamento Cee n. 2668/91 - Applicazione dell'autocontrollo (HACCP) – Regolamento Ce n. 852/2004.

Non può essere contestata e sanzionata dall'AGCM come pratica commerciale scorretta la vendita di un prodotto con la denominazione «olio extra vergine di oliva» se le procedure di campionamento e di analisi eseguite dall'autorità competente per accertare la composizione dell'olio non abbiamo rispettato le specifiche disposizioni europee applicabili in materia e se l'operatore ritenuto responsabile abbia correttamente osservato le vigenti norme in materia di controllo (HACCP).

In diritto (Omissis)

La documentazione in atti, da un lato, non indica le modalità di conservazione del campione prelevato, dall'altro, attesta il decorso di quasi un mese tra il prelevamento del campione e la sua trasmissione al laboratorio.

Ai sensi dell'art. 2, par. 3, Reg. (CEE) n. 2568/91 “Fatte salve le disposizioni della norma EN ISO 5555 e del capitolo 6 della norma EN ISO 661, i campioni prelevati sono messi quanto prima al riparo dalla

* Il testo integrale della sentenza è reperibile sul sito internet www.giustizia-amministrativa.it. In argomento v. *infra*, il commento di MASSIMILIANO VALCADA.

luce e da fonti di calore elevato e sono inviati al laboratorio per le analisi entro il quinto giorno lavorativo successivo a quello del prelievo; altrimenti i campioni sono conservati in modo da evitarne il degrado o il danneggiamento durante il trasporto o lo stoccaggio in attesa di essere inviati al laboratorio”.

Alla stregua della disposizione sovranazionale e comunque al fine di garantire l’attendibilità della prova, dunque, risulta essenziale un’adeguata conservazione del campione e una sua tempestiva trasmissione al laboratorio per le relative prove, occorrendo seguire rigorose norme tecniche per garantire la genuinità del prodotto da analizzare.

Avuto riguardo al caso di specie, emerge che l’Autorità ha ritenuto attendibile la prova in ragione della qualificazione soggettiva degli organi tecnici che hanno provveduto al prelevamento (NAS) e all’esame del campione (Agenzia delle Dogane e dei Monopoli), che avrebbero attestato ogni singola fase procedurale, dal prelevamento di campioni sino alla certificazione delle analisi compiute.

Tale valutazione non risulta corretta.

Sebbene non sia ragionevolmente contestabile la competenza tecnica degli organi accertatori, la stessa non può, tuttavia, ritenersi sufficiente al fine di ritenere attendibili i risultati della prova, occorrendo, comunque, verificare anche la genuinità del campione sottoposto a verifica.

Sotto tale profilo, in particolare, l’Autorità ha ritenuto che i documenti in atti comprovassero ogni singola fase procedurale, dal prelevamento di campioni sino alla certificazione delle analisi compiute, quando, invece, dalla documentazione acquisita non emergono le modalità osservate per la conservazione del campione, sebbene si trattasse di elementi essenziali per garantirne la genuinità e, dunque, per assicurare l’attendibilità della prova; specie, in ragione delle peculiarità del caso concreto, in cui:

- è trascorso un rilevante arco temporale dal prelevamento del campione alla sua analisi;
- è stata esaminata una limitata quantità del prodotto alimentare, essendo state prelevate soltanto cinque bottiglie ed esaminata un’unica bottiglia di olio;
- il prodotto è stato qualificato come olio vergine di oliva in ragio-

ne della prova organolettica, per propria natura esposta a margini, seppure limitati (come si osserverà nell'esame del quinto motivo di appello), di soggettività del panel di assaggiatori, suscettibili di essere condizionati da una non corretta conservazione del campione.

Dato atto che il verbale di prelevamento del campione redatto dal Nas e il rapporto di prova formato dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli non documentavano le modalità di conservazione del campione prelevato, l'Autorità avrebbe, dunque, dovuto motivare in ordine all'attendibilità tecnica della prova in concreto eseguita e posta base del provvedimento sanzionatorio, non essendo sufficiente a tale fine il richiamo alla qualificazione soggettiva dell'organo accertatore.

In particolare, l'Autorità avrebbe dovuto rappresentare le ragioni per le quali il campione prelevato poteva comunque considerarsi genuino e non soggetto ad alcun processo di alterazione, sebbene non risultassero dettagliatamente specificate le relative modalità di conservazione nel rilevante arco temporale intercorso tra il suo prelevamento e la sua consegna all'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli per la sottoposizione alle indagini di laboratorio e alla prova organolettica.

L'omesso esame di tale essenziale elemento di valutazione, correlato alla genuinità del campione, in riforma della sentenza gravata, consente di riscontrare il denunciato difetto di istruttoria inficiante l'azione sanzionatoria.

6. Con il quarto motivo di appello incidentale viene censurata l'erroneità della sentenza di prime cure nella parte in cui ha escluso l'attendibilità delle controprove fornite dal professionista, in violazione della disciplina di fonte europea, che in materia alimentare risulterebbe incentrata sul principio dell'autocontrollo operato in conformità ai principi del sistema HACCP (reg. CE n. 178/2002 e reg. CE n. 852/2004).

Secondo quanto dedotto dall'appellante incidentale, nella specie il professionista, così come il produttore Fiorentini SpA, avevano sottoposto l'olio di oliva extravergine Primadonna ai controlli prescritti dalla normativa settoriale, le cui risultanze – attestanti la qualificazione dell'olio come extra vergine di oliva – avrebbero dovuto essere prese in esame dall'Autorità precedente.

In particolare, l'Autorità avrebbe dovuto valutare le analisi sul lotto madre e su uno dei lotti "figli" effettuate dal laboratorio Eurofins

di Amburgo, nonché le analisi svolte sul medesimo lotto oggetto della decisione impugnata dai laboratori del produttore Fiorentini e dall'Agenzia delle Dogane di Palermo.

Il motivo di appello è fondato.

Nel motivare la propria decisione l'Autorità ha ritenuto che i rapporti di prova prodotti dal professionista, riguardanti il medesimo lotto oggetto di analisi commissionate dall'autorità giudiziaria, non potessero considerarsi idonei a confutare l'accertamento svolto dal NAS e dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli *supra* esaminato nel pronunciare sul precedente motivo di appello, essendo stati commissionati da un "soggetto non terzo (il produttore Fiorentini) ad un laboratorio chimico dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli che si è limitato ad analizzare il campione ad esso sottoposto sulla base di riferimenti indicati dal cliente Lidl (che, peraltro, non ha dato conto delle modalità di prelevamento e campionamento)".

Come correttamente censurato dall'odierno appellante incidentale, gli operatori del settore alimentare, esercenti attività incidenti su tutte le fasi della produzione, della trasformazione e della distribuzione, sono chiamati a garantire la sicurezza degli alimenti, adottando le misure e rispettando le condizioni necessarie per controllare i pericoli e garantire l'idoneità del prodotto al consumo umano tenendo conto dell'uso previsto. (*Omissis*)

Con riferimento all'autocontrollo alimentare, ai sensi dell'art. 5, parr. 1 e 2, del medesimo regolamento, si prevede che "1. Gli operatori del settore alimentare predispongono, attuano e mantengono una o più procedure permanenti, basate sui principi del sistema HACCP.

2. I principi del sistema HACCP di cui al paragrafo 1 sono i seguenti:

a) identificare ogni pericolo che deve essere prevenuto, eliminato o ridotto a livelli accettabili;

b) identificare i punti critici di controllo nella fase o nelle fasi in cui il controllo stesso si rivela essenziale per prevenire o eliminare un rischio o per ridurlo a livelli accettabili;

c) stabilire, nei punti critici di controllo, i limiti critici che differenziano l'accettabilità e l'inaccettabilità ai fini della prevenzione, eliminazione o riduzione dei rischi identificati;

d) stabilire ed applicare procedure di sorveglianza efficaci nei punti critici di controllo;

e) stabilire le azioni correttive da intraprendere nel caso in cui dalla sorveglianza risulti che un determinato punto critico non è sotto controllo;

f) stabilire le procedure, da applicare regolarmente, per verificare l'effettivo funzionamento delle misure di cui alle lettere da a) ad e);

e

g) predisporre documenti e registrazioni adeguati alla natura e alle dimensioni dell'impresa alimentare al fine di dimostrare l'effettiva applicazione delle misure di cui alle lettere da a) ad f)".

Alla stregua della disciplina sovranazionale, emerge che lo scopo perseguito dal legislatore dell'Unione è quello di attribuire la responsabilità principale in materia di sicurezza degli alimenti agli operatori del settore alimentare (Corte di Giustizia, sentenza del 6 ottobre 2011, in causa C-382/10, *Albrecht*, punto 20), imponendo l'adozione di piani di autocontrollo tendenti ad assicurare l'idoneità di un prodotto alimentare al consumo umano tenendo conto dell'uso previsto.

Nell'ambito di un tale contesto normativo, gli elementi di prova offerti dai singoli operatori e acquisiti in adempimento degli obblighi imposti in materia di sicurezza alimentare non possono essere reputati inattendibili soltanto perché provenienti dalla parte interessata alla loro valorizzazione, facendosi questione di risultanze di un'attività doverosa, puntualmente disciplinata dalla normativa di riferimento e resa effettiva, altresì, dalla predisposizione di apposito apparato sanzionatorio (cfr. art. 6, comma 6, D. Lgs. n. 193 del 2007 in materia di omessa predisposizione delle "procedure di autocontrollo basate sui principi del sistema HACCP").

L'eventuale inattendibilità di siffatti elementi probatori può, invece, essere affermata soltanto se sia accertata la violazione delle disposizioni tecniche regolanti la loro acquisizione.

Anche il giudice sovranazionale, chiamato a pronunciare sull'interpretazione del regolamento n. 852 cit., ha escluso la possibilità di vagliare la responsabilità del singolo operatore alimentare "senza prendere in considerazione le misure che tali operatori hanno adottato conformemente all'art. 5 del regolamento al fine di prevenire, eliminare o ridurre ad un livello accettabile il rischio che può presentare una contaminazione ai sensi dell'allegato II, capitolo IX, punto 3, di tale regolamento e senza contestare l'insufficienza delle misure adottate a tale

proposito sulla base di tutti i dati pertinenti disponibili. A quest'ultimo proposito non si può, in particolare, constatare l'insufficienza di tali misure senza che siano debitamente prese in considerazione eventuali perizie, come quelle presentate da tali stessi operatori a dimostrazione che i citati contenitori, destinati alla vendita in self service, non pongono alcun problema in materia di igiene" (Corte di Giustizia, sentenza del 6 ottobre 2011, in causa C-382/10, *Albrecht*, punti 22 e 23).

Benché nel caso di specie non si faccia questione di sanzioni per violazione delle disposizioni in materia di sicurezza alimentare, la disciplina dettata dal regolamento n. 853 del 2004 è utilmente invocabile ai fini della soluzione della presente controversia.

Il legislatore europeo, infatti, attribuendo ai singoli operatori del settore alimentare la responsabilità principale della sicurezza degli alimenti, ravvisa nelle misure di autocontrollo uno strumento idoneo a garantire un bene primario, quale la salute umana, suscettibile di essere esposta a pericolo o danneggiata per effetto di prodotti contaminati.

La circostanza per cui si faccia questione di un sistema di autocontrollo – e, quindi, di misure adottate dallo stesso operatore esercente l'attività di produzione, trasformazione o distribuzione di alimenti sottoposta a controllo –, non è, dunque, considerata dal legislatore un motivo sufficiente per dubitare della sua efficacia, fondandosi la legislazione di settore sulla valorizzazione della responsabilità principale dello stesso operatore alimentare.

La garanzia di attendibilità delle risultanze delle misure di autocontrollo è, inoltre, assicurata dalla previsione di regole tecniche di riferimento, il cui rispetto è garantito, altresì, dalla predisposizione di un effettivo e dissuasivo apparato sanzionatorio.

Ne deriva che, se le risultanze dell'autocontrollo rilevano al fine di tutelare la salute umana, in applicazione delle previsioni in materia di sicurezza alimentare, le stesse risultanze non possono essere svalutate allorquando l'attività di produzione, trasformazione o distribuzione alimentare venga presa in esame al fine di garantire l'autodeterminazione del consumatore, sulla base della disciplina in materia di pratiche commerciali scorrette.

L'Autorità, dunque, avuto riguardo alla normativa settoriale sull'igiene dei prodotti alimentari, non avrebbe potuto ritenere inat-

tendibili le risultanze delle misure di autocontrollo assunte dall'operatore economico, soltanto perché provenienti dallo stesso professionista interessato ad avvalersene, bensì avrebbe dovuto verificare se gli elementi di prova raccolti in sede di autocontrollo fossero o meno stati assunti in conformità alle norme tecniche di riferimento, regolanti la campionatura e l'analisi dei generi alimentari, alla stregua delle deduzioni difensive svolte dal professionista (richiamate ai parr. 13-15 del provvedimento sanzionatorio).

Una tale verifica non risulta essere stata svolta nel caso di specie, avendo l'Autorità fondato il proprio giudizio di inaffidabilità delle prove offerte da Lidl prevalentemente in ragione della loro provenienza soggettiva dallo stesso operatore interessato alla loro utilizzazione; elemento, come osservato, non rilevante, fondandosi la disciplina in materia di sicurezza alimentare proprio sui principi di autocontrollo e, dunque, sullo svolgimento delle attività di verifica da parte dello stesso operatore esercente l'attività controllata.

(Omissis)

**L'AGCM NON PUÒ CONTESTARE E SANZIONARE
COME PRATICA COMMERCIALE SCORRETTA LA VENDITA
DI UN OLIO DI CUI CONTESTA LA DENOMINAZIONE
«OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA» SE L'AUTORITÀ
DI CONTROLLO NON HA RISPETTATO LE PROCEDURE
DI CAMPIONAMENTO E DI ANALISI APPLICABILI
IN MATERIA E SE SONO STATE OSSERVATE
DALL'OPERATORE RESPONSABILE LE NORME
SULL'AUTOCONTROLLO (HACCP)***

Sommario: **I. Osservazioni preliminari.** – 1. *I precedenti.* – 2. *Nuovo orientamento.* – 3. *Conseguenze del nuovo orientamento.* – **II. La sentenza del Consiglio di Stato.** – 1. *La soluzione adottata relativa al campionamento e ai controlli.* – 2. *La soluzione adottata relativa all'autocontrollo (HACCP).* – 3. *Conclusioni.*

I. Osservazioni preliminari

1. I precedenti

La questione di fondo risolta, nel merito, dal Consiglio di Stato con la sentenza sopra riportata, è nota da tempo alla nostra Magistratura.

Si tratta di stabilire se un prodotto commercializzato con una specifica denominazione protetta (nel caso di specie: «olio extra vergine di oliva») abbia tutti i requisiti necessari, per quanto riguarda la sua composizione, per essere legittimamente venduto sul mercato con tale denominazione.

Le questioni di questo tipo sono state solitamente risolte in passato dalla magistratura ordinaria applicando le disposizioni del codice penale in materia di frode in commercio (art. 515 c.p.p.) perché il fatto era considerato una vendita di «*aliud pro alio*». Il procedimento giudiziario veniva di regola risolto dopo aver verificato la composizione del prodotto e dopo aver stabilito l'eventuale sussistenza dei requi-

* Questo commento è stato pubblicato per la prima volta sulla rivista *Diritto Comunitario e degli Scambi Internazionali*, n. 1-2/21. Si ringrazia la *Rivista* e il suo Direttore per la gentile concessione.

siti richiesti dalle norme applicabili accertando, ad esempio, se al posto dell'olio di oliva il prodotto contenesse invece un olio di diversa provenienza, come l'olio di semi.

2. Nuovo orientamento

Tale orientamento sembra ora cambiato da quando l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) è stata incaricata di perseguire le pratiche commerciali sleali sulla base del Codice del consumo¹ (art. 21) derivato dalla direttiva (Ce) n. 2005/29², in materia di pratiche ingannevoli, al quale l'AGCM provvede a far ricorso ogni qualvolta ritiene importante far rimarcare le sue prerogative in difesa dei consumatori.

Tale nuovo orientamento ha determinato però un cambiamento della giurisdizione in caso di controversie giudiziarie nonché la sostituzione del giudice competente a deciderle: la magistratura competente, infatti, non è più quella ordinaria, bensì quella amministrativa.

Ma tale cambiamento ha anche comportato modifiche di carattere procedurale che probabilmente non erano state previste.

Secondo la struttura del Codice del consumo e della direttiva (Ce) n. 2005/29, il giudice investito di una causa in materia di pratiche commerciali sleali e ingannevoli (o di pratiche commerciali aggressive) dovrebbe infatti indirizzare la sua attenzione alla qualità dei messaggi e dei mezzi di comunicazione che l'operatore, ritenuto responsabile, ha impiegato ad esempio nelle operazioni di vendita, per far credere al consumatore che il prodotto presentasse caratteristiche particolari inesistenti, inducendolo così ad effettuare l'acquisto con metodi sleali e ingannevoli (od aggressivi).

¹ Dlgo n. 206 del 6 settembre 2005, Codice del consumo, a norma dell'art. 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229, in *Guri* n. 235 dell'8 ottobre 2005, *suppl. ord.*

² Direttiva n. 2005/29/Ce del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e che modifica la direttiva n. 84/450/Cee del Consiglio e le direttive n. 97/7/Ce, n. 98/27/Ce e n. 2002/65/Ce del Parlamento europeo e del Consiglio e il Regolamento (Ce) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio («direttiva sulle pratiche commerciali sleali»), in *GUUE* n. L 149 dell'11 giugno 2005, p. 22 ss.

Di conseguenza, sulla base del Codice del consumo (e della direttiva (Ce) n. 2005/29) il giudice non è richiesto di indagare la *qualità* del prodotto con riferimento alla sua essenza o alla sua naturale consistenza, perché se tale *qualità* fosse messa in discussione il giudice non dovrebbe più accertare la qualità dei messaggi impiegati per venderlo, bensì quella della composizione del prodotto che l'operatore ha provveduto a dichiarare esplicitamente e chiaramente in etichetta.

3. Conseguenze del nuovo orientamento

Orbene, da quanto appena esposto si deduce la pericolosità delle conseguenze determinate dal nuovo orientamento sopra segnalato.

Infatti, in applicazione delle norme previste dal Codice del Consumo, l'intervento dell'AGCM non deve stabilire se il prodotto la cui denominazione è chiaramente indicata dall'operatore in etichetta corrisponda, per le sue caratteristiche qualitative, a quello effettivamente posto in vendita.

La funzione dell'AGCM, in base al Codice del Consumo, è soltanto quella di stabilire se l'operatore abbia messo a punto una pratica commerciale sleale, usando formule, espressioni, frasi o messaggi ingannevoli, per indurre il consumatore a credere, ad esempio, che il prodotto sia un olio extravergine di oliva, mentre in realtà si tratterebbe unicamente di un olio vergine e, quindi, di qualità inferiore.

In sostanza, la funzione dell'AGCM, in base al Codice del consumo, è soltanto quella di scoprire l'esistenza di una pratica commerciale sleale e/o ingannevole posta in essere dall'operatore per indurre in errore il consumatore.

Al contrario, l'AGCM, ripetiamo, non ha la funzione di stabilire se il prodotto, indicato in etichetta, corrisponda, nelle sue caratteristiche qualitative, a quello effettivamente dichiarato e offerto in vendita.

Una verifica di questo tipo viene infatti affidata dal nostro ordinamento ad altre autorità e non certo all'AGCM che, tra l'altro, non disporrebbe degli strumenti per eseguirla.

In effetti, l'AGCM, per quanto riguarda la fattispecie decisa dal Consiglio di Stato nella sentenza sopra riportata, ha fatto ripetutamente riferimento agli accertamenti effettuati dalle Autorità intervenute e

in particolare a quelli eseguiti presso i laboratori dell'Autorità doganale italiana, che dovevano stabilire l'assenza, nel prodotto contestato, dei requisiti qualitativi richiesti.

Ciò conferma la correttezza della tesi appena esposta. Se, infatti, la funzione dell'AGCM fosse anche quella di accertare la corrispondenza, dal punto di vista qualitativo, tra il prodotto dichiarato in etichetta e quello posto in vendita, in tal caso l'AGCM dovrebbe poter disporre di strumenti di controllo adeguati che la legge invece non prevede.

In particolare, dato che la vendita di un prodotto del tutto diverso da quello dichiarato in etichetta, costituisce una vendita di *aliud pro alio*, ci troveremmo di fronte ad un problema giuridico non ben valutato.

La vendita di *aliud pro alio* è infatti considerata *frode in commercio* dal nostro ordinamento, reato che deve essere accertato dalla magistratura ordinaria e che viene penalmente sanzionato, come sopra ricordato, in base all'art. 515 del Codice penale. Può quindi sorgere un conflitto di competenza, se non di giurisdizione (in un caso, come già ricordato, è legittimata ad intervenire l'Autorità giudiziaria amministrativa, nell'altro, l'Autorità giudiziaria ordinaria/penale).

Se, in effetti, l'AGCM pretendesse di considerare la vendita di *aliud pro alio* una pratica commerciale ingannevole, assoggettata alle disposizioni del Codice del consumo, pur mancando le condizioni da tale Codice previste, verrebbe riconosciuto alla stessa AGCM il potere di infliggere all'operatore, eventualmente condannato per frode in commercio, una sanzione aggiuntiva, di carattere sostanzialmente penale, fondata specificamente sul Codice del consumo.

Si tratterebbe, per di più, di un caso di palese violazione del principio *ne bis in idem (contra legem)* con una conclusione assurda, perché la sanzione aggiuntiva prevista dal Codice del consumo verrebbe irrogata non a seguito di indagini e verifiche effettuate dall'AGCM che, come già ricordato, non sarebbe direttamente in grado di eseguirle, bensì in base ai risultati delle indagini effettuate da altre autorità e per altre finalità (in particolare dalla magistratura penale per sanzionare la frode in commercio).

Senza contare che, con riferimento allo stesso caso, potrebbero venire adottate decisioni contrastanti da parte dell'AGCM e da parte dell'Autorità giudiziaria penale.

È esattamente ciò che è avvenuto nella fattispecie della causa decisa con la sentenza qui commentata, nella quale il produttore dell'olio extravergine di oliva contestato dall'AGCM ha ottenuto l'archiviazione degli atti del procedimento da parte della competente Procura della Repubblica di Firenze, mentre l'operatore-distributore dello stesso prodotto è stato condannato dall'AGCM. Lo stesso fatto ha dunque determinato due risultati totalmente diversi.

Infine, sotto il profilo giuridico, occorre tener conto di altri aspetti del tutto trascurati.

Se all'AGCM viene riconosciuto il potere di sanzionare, sulla base delle norme del Codice del consumo, anche le frodi in commercio, ci troveremo di fronte a prospettive paradossali.

Volendo limitarci al settore dell'olio di oliva, l'AGCM dovrebbe infatti sistematicamente intervenire per condannare, con sanzioni aggiuntive, tutte le violazioni che riguardano, ad esempio, le operazioni di miscelazione di olio di oliva con altri oli, come l'olio di semi.

In tutti questi casi, poiché ci troviamo di fronte a frodi commerciali nelle quali l'operatore cerca di vendere il prodotto come olio di oliva, ingannando il consumatore, l'AGCM dovrebbe intervenire irrogando le relative sanzioni aggiuntive.

Anche nell'imitazione e nella contraffazione dei prodotti, come pure nella falsificazione dei marchi commerciali, ci troveremo di fronte ad operazioni e a pratiche commerciali che mirano ad ingannare i consumatori.

Pure in questi casi, pertanto, l'AGCM dovrebbe attivarsi per infliggere sanzioni aggiuntive.

Finora questo non è stato fatto e sicuramente l'AGCM in futuro non lo farà, a meno che non si ripetano le circostanze, per essa favorevoli, che l'hanno portata ad intervenire in una fattispecie analoga a quella della causa decisa con la sentenza di cui si discute.

II. La sentenza del Consiglio di Stato

Orbene, la sentenza del Consiglio di Stato qui commentata, fornisce la conferma più evidente della fondatezza degli argomenti sopra svolti.

1. La soluzione adottata relativa al campionamento e ai controlli

Il Consiglio di Stato ha deciso infatti tutti i punti di diritto discussi nella causa risolvendoli correttamente nel merito senza necessità di far ricorso ad alcuna disposizione del Codice del consumo, limitandosi ad interpretare e ad applicare sia le norme europee sulle procedure di campionamento dei prodotti alimentari, sia quelle sulla disciplina dell'autocontrollo che tutti gli operatori alimentari debbono obbligatoriamente osservare.

Per quanto riguarda il primo aspetto, la disciplina delle caratteristiche degli oli di oliva e dei metodi di campionamento ad essi inerenti è unicamente di fonte europea ed è contenuta nel Regolamento (Cee) n. 2568/1991³ e successive modifiche.

I parametri per classificare un olio extravergine di oliva sono di due tipi: uno di natura chimica ed uno di natura organolettica. Il primo è un parametro di natura oggettiva (le analisi chimiche) e, il secondo, è un parametro di natura soggettiva (l'analisi organolettica tramite l'assaggio: *panel test*).

La valutazione dei parametri di natura organolettica è, in particolare, affidata ad un *panel* di assaggiatori (COI/T20/Doc.14Rev.04.2013) che vi provvedono effettuando le verifiche mediante una semplice degustazione del prodotto.

Per quanto riguarda i campionamenti, le verifiche e i controlli sugli oli d'oliva, la normativa applicabile (art. 2, comma 3, del Regolamento (Cee) n. 2568/1991) detta precise e rigorose prescrizioni relative alle modalità di prelievo, di stoccaggio e trasporto.

Infatti il comma 3 dell'art. 2 del Regolamento (Cee) n. 2568/1991 prevede che i campioni di olio di oliva da utilizzare per le analisi, dopo il prelievo, devono essere messi «*quanto prima al riparo dalla luce e da fonti di calore e sono inviati al laboratorio per le analisi entro il quinto giorno successivo a quello del prelievo; altrimenti i campioni sono conservati in modo da evitare il degrado o il danneggiamento durante il trasporto e lo stoccaggio, in attesa di essere inviati al laboratorio*».

³ Regolamento (Cee) n. 2568/91 della Commissione, dell'11 luglio 1991, relativo alle caratteristiche degli oli d'oliva e degli oli di sansa d'oliva nonché ai metodi ad essi attinenti, in *Guce* n. L 248 del 5 settembre 1991, p. 1 ss.

Anche per quanto riguarda la formazione del campione, la disciplina europea detta una serie di norme vincolanti che sono presenti nell'allegato 1 *bis* del Regolamento (Cee) n. 2568/91 (cfr. art. 2, comma 3, del Regolamento (Cee) n. 2568/91). Il citato Allegato 1 *bis* prevede, per l'identificazione della partita di prodotto, precise disposizioni in merito alla rappresentatività di una partita da campionare e alla consegna al laboratorio.

Nel primo grado del giudizio il ricorrente aveva sottolineato le violazioni operate dagli accertatori rispetto alla disciplina europea sul campionamento degli oli di oliva evidenziando come la particolarità del prodotto da sottoporre ad analisi, un prodotto alimentare "vivo" sensibile alla luce, alle temperature e con un coefficiente di "degrado" rilevante, imponesse una scrupolosa osservanza delle norme europee applicabili. Inoltre, non solo le disposizioni dovevano essere scrupolosamente osservate, ma gli accertatori (e l'AGCM che aveva recepito passivamente le loro conclusioni) avevano l'obbligo di provare di aver rispettato le procedure normativamente previste.

Le tesi difensive del ricorrente erano state rigettate dal Tar del Lazio che aveva valorizzato, seguendo la tesi della resistente AGCM, un unico elemento: le competenze dei soggetti accertatori, vale a dire i carabinieri del NAS.

L'elemento soggettivo, vale a dire la competenza riconosciuta all'autorità pubblica, era stata ritenuta condizione necessaria e sufficiente per poter affermare l'avvenuto rispetto delle procedure di campionamento e la conseguente genuinità del campione sottoposto alle analisi.

La qualificazione da parte dell'ordinamento di un soggetto quale organo pubblico competente e deputato ai controlli in una determinata materia diventava l'unica condizione rilevante ai fini della verifica del rispetto di una fattispecie dettagliatamente disciplinata dal Legislatore europeo.

Questo approccio "fideistico" del Tar del Lazio è stato giustamente corretto dal Consiglio di Stato che ha rilevato come la circostanza che un campionamento sia eseguito da un soggetto dotato di competenze tecniche non è sufficiente per dimostrare il rispetto del vigente corpus normativo.

La competenza dei carabinieri del NAS non comporta necessariamente l'attendibilità delle conclusioni da essi prospettate.

Nel caso di specie occorre avere la prova che il campione di olio prelevato fosse genuino e conservasse tutte le caratteristiche organo-

lettiche presenti al momento del prelievo. E una tale prova per poter essere attendibile deve basarsi sul dimostrato e non postulato rispetto di tutte le disposizioni previste dalla disciplina europea in materia di campionamento degli oli di oliva.

La qualificazione di un olio di oliva come extravergine non è unicamente fondata su un aspetto di natura oggettiva riscontrabile all'esito di specifiche analisi chimico-fisiche, ma si fonda anche su un'analisi organolettica (*panel* di assaggiatori) esposta ad evidenti margini di soggettività.

L'analisi organolettica ha il medesimo valore di quella fisico-chimica.

La necessità di una corretta conservazione del campione da analizzare appare quindi ancor più stringente.

In tali circostanze l'AGCM aveva completamente omissso di soddisfare il requisito normativo dell'onere della prova che il Legislatore ha posto a suo carico.

L'AGCM non solo non aveva essa stessa condotto l'accertamento, ma neppure si era premurata di motivare la ragione per la quale aveva ritenuto conforme a diritto un campione prelevato dagli accertatori in evidente violazione delle disposizioni europee in materia di campionamento.

Il TAR del Lazio nella pronuncia in primo grado non aveva valorizzato la rilevanza delle omissioni commesse dall'AGCM.

Orbene, il confronto tra le disposizioni applicabili e le evidenze fattuali di cui alla fattispecie di causa ha dimostrato che le documentate violazioni della normativa in materia di campionamento e di controlli avevano potuto comportare l'alterazione del prodotto campionato e sottoposto ad esame.

Di conseguenza il Consiglio di Stato, ritenendo illegittima la procedura di campionamento ha respinto la pretesa di AGCM di sanzionare l'operatore responsabile.

2. La soluzione adottata relativa all'autocontrollo (HACCP)

Per quanto riguarda il secondo aspetto, relativo all'applicazione della disciplina europea sull'autocontrollo (HACCP), l'AGCM ha

completamente omesso di valutare le prove fornite dall'operatore nel contesto specifico al quale si riferivano, vale a dire a quello della normativa europea in materia di sicurezza alimentare. Ciò risulta con evidenza dal fatto che l'AGCM non ha neppure tentato di analizzare gli argomenti portati dall'operatore sul punto, limitandosi ad ignorarli alla stregua di valutazioni irrilevanti. Né nel provvedimento amministrativo e neppure nella sentenza di primo grado del TAR del Lazio si fa riferimento a tali argomenti.

L'errore è palese e di assoluta rilevanza poiché il settore alimentare risulta assoggettato, da decenni, a specifiche normative di fonte europea, normative che hanno posto al centro dell'intero sistema della sicurezza alimentare il principio dell'autocontrollo, operato in conformità ai principi del c.d. Sistema HACCP (analisi dei rischi, analisi sui prodotti alimentari, tenuta di appositi registri per la rintracciabilità dei prodotti alimentari). La giurisprudenza della Corte di giustizia⁴ e della Corte di cassazione⁵ hanno da tempo confermato la correttezza di quanto appena affermato.

L'AGCM, e di conseguenza il Giudice *in prime cure* che ne ha recepito acriticamente le valutazioni, ha omesso di considerare le specificità del settore alimentare. L'AGCM ha dimostrato di ignorare totalmente la normativa applicabile in materia alimentare ed ha errato, in modo evidente, nel parificare un operatore del settore alimentare che deve adempiere a tutti gli obblighi di legge previsti dalla normativa specifica, ad un semplice privato come può essere la società editrice di una rivista che tratta di prodotti alimentari. Identico errore è stato commesso dal TAR del Lazio nella sentenza *in prime cure*.

Per di più gli obblighi previsti sono stringenti: basti pensare agli artt. 17 e 18 del Regolamento (Ce) n. 178/2002⁶ che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare, istituisce l'Auto-

⁴ Sentenze della Corte di giustizia del 6 ottobre 2011 in causa n. C-382/10, *E. Albrecht c. Landeshauptmann von Wien*, in *Raccolta*, 2011, I, p. 9285, EU:C:2011:639 nonché in causa n. 381/10, *Astrid Preissi Kefi c. Landeshauptmann von Wien*, in *Raccolta*, 2011, I, p. 8281, EU:C:2011:638.

⁵ Corte di cassazione, sez. III penale, sentenza del 6 febbraio 2013 n. 5859.

⁶ Regolamento (Ce) n. 178/2002 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 28 gennaio 2002, che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare, istituisce l'Autorità europea per la sicurezza alimentare e fissa procedure nel campo della sicurezza alimentare, in *Guce* n. L 31 del 1° febbraio 2002, p. 1 ss.

rità europea per la sicurezza alimentare e fissa procedure nel campo della sicurezza alimentare. Tali articoli impongono una serie di adempimenti che ogni operatore del settore alimentare deve rispettare, a pena di sanzioni gravi⁷.

Con il Regolamento (Ce) 852/2004⁸, il legislatore europeo ha stabilito che il sistema generale della sicurezza alimentare *si deve fondare sull'autocontrollo, la cui attuazione è affidata all'operatore*. Tale sistema deve, tra l'altro, verificare gli *standard* microbiologici dei prodotti, preparare ed attuare le procedure necessarie ad individuare e risolvere eventuali non conformità, creare un sistema di mantenimento della catena del freddo e di monitoraggio delle temperature, nonché un piano di campionamento e di analisi. Ogni operatore è controllato dall'Autorità competente.

La validità e l'efficacia di tali misure è riconosciuta dallo stesso legislatore europeo che ha posto al centro del sistema della sicurezza alimentare i piani di autocontrollo degli operatori. L'Autorità competente verifica, in particolare, che l'operatore del settore alimentare abbia, ad esempio, svolto analisi e campionamenti secondo il piano aziendale preparato dal medesimo operatore, ma non contesterà mai tale piano aziendale ad un operatore del settore alimentare sostenendo che le sue analisi sono prive di qualsivoglia valore perché non effettuate alla presenza di un pubblico ufficiale!!

La correttezza di quanto affermato è stata ribadita dalla Corte di giustizia dell'Unione europea che ha espressamente statuito che il fulcro del sistema normativo in materia di sicurezza alimentare è l'operatore del settore alimentare. In una causa dove si discuteva della correttezza delle misure adottate da un operatore alimentare che vendeva pane tramite un sistema *self service*, sistema ritenuto non conforme alle norme applicabili dall'autorità sanitaria nazionale, la Corte di giustizia ha affermato nella sentenza del 6 ottobre 2011 in causa n. C-382/10, *Albrecht*: «(...) che occorre prendere in considerazione l'art. 5 del regolamento [n. 852/2004/Ce], come fatto valere correttamente dal

⁷ Sul Regolamento (Ce) n. 178/2002, v. F. CAPELLI, B. KLAUS, V. SILANO, *Nuova disciplina del settore alimentare e Autorità europea per la sicurezza alimentare*, Milano, Giuffrè, 2006.

⁸ Regolamento (Ce) n. 852/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 29 aprile 2004, sull'igiene dei prodotti alimentari, in *GUCE* n. L 139 del 30 aprile 2004, p. 1 ss.

governo ceco e da quello dei Paesi Bassi, nonché dalla Commissione europea. Ai sensi del n. 1 del citato art. 5, gli operatori del settore alimentare predispongono, attuano e mantengono una o più procedure permanenti basate sui principi del sistema HACCP. Tra tali principi è menzionato quello contenuto nell'art. 5, n. 2, lett. a), del regolamento, il quale impone di identificare ogni pericolo che deve essere prevenuto, eliminato o ridotto a livelli accettabili. Come emerge, in particolare, dall'art. 1, n.1, lett. a) e d), del regolamento, l'obbligo di cui all'art. 5, n. 1, dello stesso è espressione dello scopo perseguito dal legislatore dell'Unione di attribuire la responsabilità principale in materia di sicurezza degli alimenti agli operatori del settore alimentare (...)»⁹. La Corte precisa, inoltre, che l'Autorità di controllo non può limitarsi a sostenere che una data misura adottata dall'operatore non sia corretta, ma ha l'obbligo, da un lato, di prendere in considerazione l'attività posta in essere dall'operatore, dall'altro lato, di dimostrare la non conformità e di indicare precisamente dove l'operatore è stato ritenuto carente proponendo altresì opportune misure¹⁰.

In sintesi, la Corte di giustizia riconosce l'assoluta rilevanza del sistema di autocontrollo posto in essere dagli operatori del settore alimentare. Il principio espresso rileva anche nella fattispecie della causa decisa con la sentenza qui esaminata poiché negare valenza al sistema di autocontrollo (verifiche, analisi, garanzie contrattuali) posto in essere dall'operatore significa negare l'effetto utile delle norme europee poste alla base di tutto il sistema della legislazione europea in materia alimentare.

La sistematicità con la quale ogni operatore del settore alimentare effettua analisi e campionamenti, tutti adempimenti rilevanti in caso di controllo da parte della pubblica autorità competente, non può essere paragonata all'estemporaneità di un prelievo effettuato ai fini, ad esempio, di un'inchiesta giornalistica.

I piani sono ontologicamente differenti. Quelli che qui rilevano riguardano aziende che dovendo adempiere a precisi impegni normativi di fonte europea hanno organizzato sistematicamente la loro attività di

⁹ Sentenza della Corte di giustizia del 6 ottobre 2011 in causa n. C-382/10, *Albrecht c. Landeshauptmann von Wien*, punti 18-23, *cit. supra*, nota 4. Di analogo tenore la coeva sentenza del 6 ottobre 2011 in causa n. C-381/10, *Astrid Preissl KEF c. Landeshauptmann von Wien*, *cit. supra*, nota 4.

¹⁰ Cfr. punti 21-23 della sentenza *Albrecht*, *cit. supra*, nota 4.

verifica e controllo, attività che è quotidianamente sottoposta alla vigilanza delle diverse ASL competenti. Di conseguenza tutti i dati devono essere archiviati per il periodo di tempo normativamente previsto e messi a disposizione dell'Autorità sanitaria quando richiesto.

Il Consiglio di Stato ha correttamente rilevato che non è possibile ignorare gli elementi probatori, a favore dell'operatore del settore alimentare, risultanti dai rilevamenti dei dati e dalle analisi effettuate in adempimento al piano di autocontrollo aziendale a meno che l'autorità di controllo non dimostri «*la violazione delle disposizioni tecniche regolanti la loro acquisizione*».

Un secondo punto di assoluta rilevanza nella sentenza qui commentata è l'affermazione del Consiglio di Stato sulla valenza dei piani di autocontrollo redatti in conformità ai principi dell'HACCP.

I Supremi Giudici amministrativi hanno ampliato la rilevanza delle disposizioni adottate in materia di sicurezza alimentare a fattispecie diverse da quelle di natura strettamente sanitaria dove l'oggetto della tutela è il bene della salute pubblica.

Nel caso di specie il bene da tutelare era quello della corretta informazione del consumatore al fine di permettere un acquisto consapevole. Il punto era quindi quello di verificare se l'operatore economico avesse posto in essere comportamenti idonei ad influenzare la capacità di scelta dei suoi clienti.

Il Consiglio di Stato pur evidenziando che la disciplina in materia di autocontrollo dei prodotti alimentari trova la sua genesi in atti cogenti europei adottati nella materia della sicurezza alimentare, ha affermato che tale disciplina può essere utilmente invocata anche in ambiti diversi.

La motivazione della sentenza sul punto appare del tutto corretta e può essere così riassunta: se i risultati di un piano di autocontrollo valgono in fattispecie dove il bene giuridico tutelato è quello primario della salute dei consumatori, *a fortiori* tali risultanze devono valere quando l'attività dell'operatore è scrutinata per verificare il comportamento dello stesso in materia di pratiche commerciali sleali.

L'AGCM come il TAR del Lazio, che ne aveva recepito le tesi, avevano, invece, ritenuto inattendibile la documentazione del ricorrente unicamente perché essa proveniva dal professionista colpito dalla sanzione. Ancora una volta l'AGCM aveva fondato le sue valuta-

zioni su un elemento puramente soggettivo omettendo di considerare che si trattava di comportamenti che dovevano essere valutati nell'ambito del *corpus* normativo di riferimento, vale a dire quello della legislazione alimentare.

III. Conclusioni

Come si comprende, la corretta soluzione del problema sottoposto al giudizio del giudice amministrativo, TAR del Lazio e Consiglio di Stato, è stata trovata senza effettuare, fondamentalmente, alcun riferimento alla normativa contenuta nel Codice del consumo.

La critica sostanziale che il Consiglio di Stato ha mosso all'operato dell'AGCM riguarda il metodo ed il processo con i quali la stessa AGCM ha affrontato e deciso una fattispecie i cui elementi strutturali erano disciplinati da precise disposizioni in materia di diritto alimentare imposte dalla normativa europea.

La censura sul metodo ha riguardato l'acriticità con la quale l'AGCM ha valutato, *rectius* non ha valutato, le risultanze delle analisi effettuate dagli accertatori che erano state poste alla base del procedimento in materia di pratiche commerciali sleali.

L'AGCM non avendo alcuna esperienza né competenza in materia di legislazione alimentare non si è neppure posta il problema di verificare e valutare le risultanze dell'attività posta in essere dall'Autorità di controllo, nel caso di specie: i carabinieri del NAS.

Il modo di procedere dell'AGCM è comprensibile, ma non giustificabile. È comprensibile poiché non è nel dna dell'AGCM effettuare analisi in materie differenti da quelle rientranti nell'ambito della tutela della concorrenza e della tutela del consumatore.

L'AGCM nasce nel 1990, in ritardo di circa cento anni rispetto all'ordinamento statunitense e di più di trenta rispetto a quello europeo, per svolgere una funzione di sentinella in difesa della legislazione *anti-trust* che si fonda su analisi e valutazioni di natura economica ancor prima che giuridica. Successivamente, a tale competenza ne è stata aggiunta una diversa per difendere il consumatore dalle pratiche commerciali sleali e dalle clausole abusive utilizzate dalle aziende nei rapporti con i consumatori.

All'AGCM non sono state quindi attribuite funzioni specifiche che le consentano di maturare competenze adeguate in materia di legislazione alimentare.

Sotto questo profilo appare quasi naturale che l'AGCM valuti con un atteggiamento fideistico le risultanze degli accertamenti effettuati dai soggetti ai quali l'ordinamento statale ha delegato il compito di controllare la legittimità dei comportamenti della impresa nel settore alimentare.

L'onere della prova che il Legislatore ha posto in capo all'AGCM, tuttavia, non può essere considerato soddisfatto con il passivo recepimento da parte dell'AGCM di attività poste in essere da soggetti terzi dotati di competenze specifiche nel settore di riferimento, in particolare in quei settori dove esistono norme cogenti che disciplinano compiutamente fasi rilevanti del procedimento di accertamento come nel settore alimentare.

Come in precedenza osservato, benché comprensibile, un tale atteggiamento non è giustificabile poiché l'AGCM è competente ad applicare sanzioni in materia di pratiche commerciali sleali di rilevantissima entità che si aggiungono al danno di immagine e reputazionale che un provvedimento in tale settore può causare ad un'azienda attiva nel settore della produzione e della distribuzione dei prodotti alimentari.

Sotto il profilo del merito, il Consiglio di Stato ha sottolineato come una decisione dell'AGCM nella materia di pratiche commerciali sleali, avente ad oggetto un prodotto alimentare, non può prescindere dalla conoscenza e dall'applicazione delle vigenti e rilevanti disposizioni in materia di legislazione alimentare.

L'errore in cui è caduta l'AGCM, ben rilevato dai Supremi Giudici amministrativi, è stato quello di considerare le risultanze documentali che erano conseguenti all'adempimento di precisi obblighi informativi, previsti da cogenti normative europee, alla stregua di produzioni di parte, prive di qualsivoglia rilevanza ed attendibilità. L'AGCM non è stata in grado di apprezzare la valenza degli argomenti giuridici portati dall'operatore del settore alimentare poiché non aveva la conoscenza del *corpus* normativo nell'ambito del quale tali argomenti andavano valutati. È questo forse l'insegnamento più rilevante che si può trarre dalla sentenza in commento, vale a dire indurre l'AGCM a colmare il gap culturale in questa specifica materia.

L'AGCM nel momento in cui istruisce e decide una fattispecie concernente pratiche commerciali sleali in materia alimentare non può applicare le disposizioni di tale disciplina prescindendo dalla verifica e dall'analisi della legislazione alimentare che è in massima parte di fonte europea; ciò vale sia per i principi generali di tale normazione sia per quelli più specifici. Se, ad esempio, l'AGCM fosse chiamata ad istruire un procedimento ove rilevano prodotti alimentari tutelati con una denominazione di origine protetta (DOP) o un'indicazione geografica protetta (IGP), la decisione non potrebbe essere presa omettendo di considerare le norme specifiche applicabili in materia, pena l'adozione di un provvedimento che, invece di sanare una distorsione sul mercato, avrebbe come unica conseguenza quella di determinare una situazione di totale confusione.

Il Legislatore italiano sembra iniziare a comprendere l'opportunità di individuare soggetti dotati di competenze specifiche in materia alimentare per applicare la normativa europea in questo settore. Un timido esempio è rappresentato dall'art. 7 della l. n. 53/2021¹¹, con delega al Governo per il recepimento delle direttive europee e l'attuazione di altri atti dell'Unione europea – Legge di delegazione europea 2019-2020 –, contenente i principi e i criteri direttivi per l'attuazione della direttiva (Ue) n. 2019/633¹², in materia di pratiche commerciali sleali nei rapporti tra imprese nella filiera agricola e alimentare. L'Ispettorato centrale della tutela della qualità e della repressione frodi dei prodotti agroalimentari (ICQRF) è stato individuato quale autorità nazionale deputata sia alla vigilanza sull'applicazione delle disposizioni che disciplinano le relazioni commerciali in materia di cessione di prodotti agricoli e alimentari, sia all'applicazione tanto dei divieti stabiliti dalla direttiva (Ue) n. 2019/633 quanto delle relative sanzioni ai sensi della legge 24 novembre 1981, n. 689. Tale previsione comporta anche una rilevante modifica in tema di autorità competente a decidere le future controversie: la competenza infatti spetterà al giudice ordinario e non più a quello amministrativo.

¹¹ Legge n. 53 del 22 aprile 2021, in *GURI* n. 97 del 23 aprile 2021.

¹² Direttiva (Ue) n. 2019/633 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 aprile 2019 in materia di pratiche commerciali sleali nei rapporti tra imprese nella filiera agricola e alimentare, in *GUUE* n. L 111 del 25 aprile 2019, pp. 59-72.

La questione delle competenze applicative e del campo di applicazione della direttiva n. 2005/29/Ce per quanto riguarda le pratiche commerciali sleali richiederebbero una riflessione ben più ampia. Basti pensare che la direttiva n. 2005/29/Ce (art. 3.4)¹³ prevede espressamente che a fronte di diverse disposizioni europee che disciplinano aspetti peculiari in materia di pratiche commerciali, laddove sussista un contrasto con la direttiva, siano le disposizioni speciali a dover trovare applicazione. La medesima direttiva n. 2005/29/Ce, al *considerando* n. 10, prevede anche che le sue disposizioni debbano trovare applicazione solo in assenza di norme di diritto europeo che disciplinino «*aspetti specifici delle pratiche commerciali sleali, come obblighi di informazione e regole sulle modalità di presentazione delle informazioni al consumatore*».

La Corte di giustizia, chiamata a pronunciarsi in una fattispecie in materia di telecomunicazioni, ha in particolare interpretato la nozione di «*contrasto*» tra norme europee affermando: «*un contrasto come quello contemplato dall'articolo 3, paragrafo 4, della direttiva 2005/29 sussiste unicamente quando disposizioni estranee a quest'ultima, disciplinanti aspetti specifici delle pratiche commerciali sleali, impongono ai professionisti, senza alcun margine di manovra, obblighi incompatibili con quelli stabiliti dalla direttiva 2005/29*»¹⁴.

I Giudici di Lussemburgo hanno quindi individuato la soluzione di una possibile concorrenza di disposizioni che regolano la fattispecie contestata applicando il criterio dell'incompatibilità tra le due normative piuttosto che quello della specialità.

La sentenza è stata pronunciata in una materia, quella delle telecomunicazioni, ove la disciplina europea di riferimento non era completamente armonizzata.

Un'affermazione così netta, trasferita nell'ambito della legislazione alimentare dove il diritto europeo ha previsto disposizioni assai specifiche per materie ove l'armonizzazione è completa, non sembra rappresentare la soluzione migliore. Meglio sarebbe, come osservato da

¹³ L'art. 3.4 della direttiva n. 2005/29/Ce recita: «*In caso di contrasto tra le disposizioni della presente direttiva e altre norme comunitarie che disciplinino aspetti specifici delle pratiche commerciali sleali, prevalgono queste ultime e si applicano a tali aspetti specifici*».

¹⁴ Sentenza della Corte di giustizia del 13 settembre 2018 in cause riunite n. C-56-57/2017, AGCM c. *Wind e a.*, EU:C:2018:710.

tempo in dottrina¹⁵, interpretare le disposizioni della direttiva prevedendo l'applicazione delle norme settoriali «*anche alle ipotesi di specificazione della materia operata*» da quest'ultime¹⁶.

Si tratterebbe della soluzione più coerente e rispettosa dell'ingente *corpus* normativo in materia di diritto alimentare.

Massimiliano Valcada

ABSTRACT

L'Autore, con il presente articolo, intende contestare l'indirizzo seguito dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) che pretende di applicare le disposizioni in materia di pratiche commerciali sleali prevista dal Codice del Consumo, ai settori alimentari nei quali si controverte sulla natura del prodotto posto in vendita con riferimento alla denominazione impiegata per venderla.

EN:

With this article, the author intends to challenge the address followed by the Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), the Italian Competition and Market Authority, which claims to apply the provisions on unfair commercial practices envisaged by the Consumer Code, to the food sectors in which the nature of the product offered for sale is disputed with reference to the denomination used to sell it.

PAROLE CHIAVE:

Diritto della concorrenza – pratiche commerciali sleali – etichettatura degli alimenti – denominazione usuale di vendita – tutela del consumatore.

¹⁵ V. RUBINO, Gli “health claims” e l’etichettatura degli alimenti, in *Rivista di Diritto Alimentare*, n. 1/2014, p. 22.

¹⁶ V. RUBINO, Gli “health claims” e l’etichettatura degli alimenti, *cit. supra*, nota 15, p. 29.

Competition law – unfair commercial practices – food labelling – usual denomination – consumer protection.

PARTE III
DOCUMENTAZIONE

OSSERVATORIO DI GIURISPRUDENZA ALIMENTARE

Le sentenze citate sono segnalate nella newsletter mensile CeDiSA (www.cedisa.info) e pubblicate nella versione integrale in formato pdf sulla pagina del gruppo Facebook CAFLA – Corso di Alta Formazione in Legislazione Alimentare all'indirizzo internet <https://www.facebook.com/groups/481069885867217>.

Giurisprudenza dell'Unione europea.

Agricoltura.

Organizzazione comune dei mercati agricoli; prelievo nel settore del latte e dei prodotti lattiero-caseari.

La redistribuzione del prelievo per le quote latte non può essere dato in via prioritaria solo a chi ha adempiuto all'obbligo mensile di tale versamento.

Corte di giustizia UE, 13 gennaio 2022, causa C-377/19, *Be. Pi. e An. Ss - Ca. Gi. e Lo. Ss - Go. Di. Ss - Ma. Gi. e Gi. Ss - Azienda agricola Pa. Lu. - Azienda agricola La Pi. di Ma. Pi. e C. Ss - Azienda agricola Ma. Gi. - Soc. agr. semplice F.lli Is. c Agenzia per le Erogazioni in Agricoltura (AGEA)*.

Rinvio pregiudiziale - Settore del latte e dei prodotti lattiero-caseari - Quote - Prelievo supplementare - Regolamento CE 1788/2003 - Consegne che superano il quantitativo di riferimento disponibile del produttore - Riscossione da parte dell'acquirente del contributo dovuto a titolo del prelievo supplementare - Restituzione del prelievo pagato in eccesso - Regolamento CE 595/2004 - Articolo 16 - Criteri di redistribuzione del prelievo in eccesso.

L'articolo 16, paragrafo 1, regolamento CE 595/2004 della Commissione, recante modalità d'applicazione del regolamento CE 1788/2003 del Consiglio che stabilisce un prelievo nel settore del latte e dei prodotti lattiero-caseari, deve essere interpretato nel senso che esso osta a una normativa nazionale per effetto della quale beneficiano in via prioritaria della restituzione del prelievo supplementare riscosso in eccesso i produttori con riferimento ai quali gli

acquirenti abbiano adempiuto il loro obbligo di versamento mensile di tale prelievo.

Alimenti.

Etichettatura dei prodotti alimentari. Sulla possibilità di non elencare nell'elenco degli ingredienti i componenti di un ingrediente composto a base di cioccolato.

Corte di giustizia UE, 13 gennaio 2022, causa C-881/19, *Tesco Stores CR a.s. c Ministerstvo zemedelství*.

Rinvio pregiudiziale - Tutela dei consumatori - Ravvicinamento delle legislazioni - Regolamento UE 1169/2011 - Allegato VII, parte E, punto 2, lettera a) - Informazione dei consumatori sugli alimenti - Etichettatura e presentazione dei prodotti alimentari - Direttiva 2000/36/CE - Allegato I, parte A, punto 2, lettera c) - Prodotti di cacao e di cioccolato - Elenco degli ingredienti di un alimento destinato ai consumatori in uno Stato membro.

L'allegato VII, parte E, punto 2, lettera a), del regolamento UE 1169/2011 relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori (...) deve essere interpretato nel senso che un operatore economico, nell'ambito dell'etichettatura di prodotti commercializzati nel territorio di uno Stato membro, è esonerato dall'obbligo di elencare tutti gli ingredienti che costituiscono un ingrediente composto, ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 2, lettera b), di tale regolamento, solo se tale ingrediente composto che è oggetto di una denominazione di vendita ai sensi dell'allegato I, parte A, della direttiva 2000/36/CE, relativa ai prodotti di cacao e di cioccolato destinati all'alimentazione umana, è designato nell'elenco degli ingredienti utilizzando tale denominazione di vendita nella versione linguistica dello Stato membro interessato.

Conservazione degli uccelli selvatici e misure di protezione applicabili in una zona della rete Natura 2000: versamento di un indennizzo per i danni causati all'acquacoltura dagli uccelli selvatici protetti.

Corte di Giustizia dell'UE – Sez. 3 – 27 gennaio 2022, Sentenza C 238/2020.

Norme applicate: art. 17 CDFUE; direttiva 2009/147/CE; art. 107, paragrafo 1, TFUE; direttiva 209/147; art. 3, paragrafo 2, regolamento n.717/2014; artt. 107 e 108 TFUE.

Indennizzo per le perdite subite da un operatore economico – misure di protezione – zona della rete Natura 2000 - conservazione di uccelli selvatici – vantaggio atto a costituire un aiuto di stato – pesca – acquacoltura

L'articolo 17 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea deve essere interpretato nel senso che esso non osta a che l'indennizzo concesso da uno Stato membro per le perdite subite da un operatore economico in ragione delle misure di protezione applicabili in una zona della rete Natura 2000 in forza della direttiva 2009/147/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 30 novembre 2009, concernente la conservazione degli uccelli selvatici, sia sensibilmente inferiore ai danni effettivamente subiti da tale operatore. Mentre, l'articolo 107, paragrafo 1, TFUE deve essere interpretato nel senso che un indennizzo concesso da uno Stato membro per le perdite subite da un operatore economico in ragione delle misure di protezione applicabili in una zona della rete Natura 2000 in forza della direttiva 2009/147 conferisce un vantaggio atto a costituire un «aiuto di Stato» ai sensi di tale disposizione, qualora siano soddisfatte le altre condizioni relative a una siffatta qualificazione. Infine, l'articolo 3, paragrafo 2, del regolamento (UE) n. 717/2014 della Commissione, del 27 giugno 2014, relativo all'applicazione degli articoli 107 e 108 TFUE agli aiuti «de minimis» nel settore della pesca e dell'acquacoltura, deve essere interpretato nel senso che, nell'ipotesi in cui un indennizzo come quello descritto al punto 2 del presente dispositivo soddisfi le condizioni di cui all'articolo 107, paragrafo 1, TFUE, a tale indennizzo si applica il tetto degli aiuti «de minimis» di EUR 30 000 previsto da detto articolo 3, paragrafo 2.

Divieto di pesca dello scampo.

Sentenza della Corte di giustizia del 10 febbraio 2022 , in causa C-564/20.

Norme applicate: art. 33, paragrafo 2, lettera a) e art. 34 del regolamento (CE) n. 1224/2009; regolamento (UE) 2015/812; artt. 14 e 15 regolamento (UE) 2015/812.

Agricoltura e foreste - Politica comune della pesca – Regolamento (CE) n. 1224/2009 - Regime di controllo - Art. 33, par. 2, lett. a), e art. 34 - Registrazione delle catture e dello sforzo di pesca - Trasmissione alla Commissione europea delle informazioni relative ai quantitativi di scampi catturati - Possibilità di utilizzare dati diversi da quelli contenuti nel giornale di pesca - Metodo ragionevole e scientificamente valido per trattare e verificare i dati - Chiusura delle attività di pesca.

L'art. 33, paragrafo 2, lett. a), e l'art. 34 del regolamento (CE) n. 1224/2009 del Consiglio, del 20 novembre 2009, che istituisce un regime di controllo unionale per garantire il rispetto delle norme della politica comune della pesca, come modificato dal regolamento (UE) 2015/812 del PE e del Consiglio, del 20 maggio 2015, devono essere interpretati nel senso che l'autorità unica di controllo di uno Stato membro non è tenuta a notificare alla Commissione europea solo i dati registrati dai comandanti di pescherecci nel giornale di pesca, a norma degli artt. 14 e 15 dello stesso regolamento, ma può utilizzare un metodo ragionevole e scientificamente valido, come quello cosiddetto del «tempo trascorso», per trattare tali dati al fine di accertarsi dell'esattezza delle cifre relative alle catture che essa notifica alla Commissione.

I giudici nazionali non sono competenti a esaminare la conformità al diritto dell'Unione di una normativa nazionale dichiarata conforme alla Costituzione da una sentenza della Corte costituzionale dello Stato membro.

Sentenza Della Corte (Grande Sezione) del 22 febbraio 2022 nella causa C-430/21.

Norme applicate: art. 19, paragrafo 1, secondo comma, TUE; artt. 2 e 4, paragrafi 2 e 3, TUE; art. 267 TFUE.

Rinvio pregiudiziale – Stato di diritto – Indipendenza della magistratura – Articolo 19, paragrafo 1, secondo comma, TUE – Articolo 47 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea – Primato del diritto dell'Unione – Incompetenza del giudice nazionale ai fini dell'esame della conformità al diritto dell'Unione di una normativa nazionale dichiarata conforme alla costituzione dalla Corte costituzionale dello Stato membro interessato – Procedimenti disciplinari.

L'articolo 19, paragrafo 1, secondo comma, TUE, in combinato disposto con l'articolo 2 e l'articolo 4, paragrafi 2 e 3, TUE, con l'articolo 267 TFUE, nonché con il principio del primato del diritto dell'Unione, deve essere interpretato nel senso che esso osta a una normativa o a una prassi nazionale, che implica che i giudici ordinari di uno Stato membro non sono competenti a esaminare la conformità al diritto dell'Unione di una normativa nazionale che la Corte costituzionale di tale Stato membro ha dichiarato conforme a una disposizione costituzionale nazionale, che impone il rispetto del principio del primato del diritto dell'Unione.

Inoltre, deve essere interpretato nel senso che esso osta a una normativa o a una prassi nazionale che consente di contestare un illecito disciplinare a un giudice nazionale per il motivo che quest'ultimo ha applicato il diritto dell'Unione, come interpretato dalla Corte di giustizia, discostandosi dalla giurisprudenza della Corte costituzionale dello Stato membro interessato in contrasto con il principio del primato del diritto dell'Unione.

Giurisprudenza italiana.

Giurisprudenza costituzionale.

Ambiente.

In tema di tutela dell'ambiente, le Regioni non possono delegare ai Comuni le funzioni amministrative ad esse attribuite dallo Stato in base ad una scelta allocativa compiuta con il codice dell'ambiente.

Sentenza della Corte Costituzionale n. 189/2021 del 7 ottobre 2021

Norme impugnate: Art. 6, c. 2°, lett. b) e c), della legge della Regione Lazio 09/07/1998, n. 27.

La potestà legislativa esclusiva nelle materie indicate nell'art. 117, secondo comma, Cost. comporta la legittimazione del solo legislatore nazionale a definire l'organizzazione delle corrispondenti funzioni amministrative anche attraverso l'allocatione di competenze presso enti diversi dai Comuni – ai quali devono ritenersi generalmente attribuite secondo il criterio espresso dall'art. 118, primo comma, Cost. – tutte le volte in cui l'esigenza di esercizio unitario della funzione trascenda tale ambito territoriale di governo.

Il principio di legalità, quale canone fondante dello Stato di diritto, impone che le funzioni amministrative siano organizzate e regolate mediante un atto legislativo, la cui adozione non può che spettare all'ente – Stato o Regione, «secondo le rispettive competenze» (art. 118, secondo comma, Cost.) – che ha inteso dislocare la funzione amministrativa in deroga al criterio generale che ne predilige l'assegnazione al livello comunale.

Tanto conduce logicamente a escludere che le funzioni amministrative riconducibili alle materie di cui all'art. 117, secondo comma, Cost. – che, sulla base di una valutazione orientata dai principi di sussidiarietà, differenziazione e adeguatezza, siano state conferite dallo Stato alla Regione – possano essere da quest'ultima riallocate presso altro ente infraregionale, comportando un'iniziativa siffatta una modifica, mediante un atto legislativo regionale, dell'assetto di competenze inderogabilmente stabilito dalla legge nazionale. Tale deve ritenersi quello in materia di autorizzazione alla gestione e al trattamento dei rifiuti delineato dagli artt. 196, comma 1, lettere d) ed e), e 208 cod. ambiente sulla base di una ragionevole valutazione di congruità dell'ambito regionale rispetto alla dimensione degli interessi implicati.

Giurisprudenza amministrativa.

Alimenti.

Il Consiglio di Stato chiarisce quando l'etichetta di un medicinale o integratore alimentare può essere considerata ingannevole per omissione di informazioni rilevanti.

Consiglio di Stato, sezione VI, 31 dicembre 2021 n. 8757.

Norme applicate: Artt. 20 – 21 e 22 del D.lgs 06 settembre 2005 n. 206 (Codice del consumo); D.lgs 21 maggio 2004 (attuazione della direttiva 2002/46/CE relativa agli integratori alimentari); D.lgs. 21 febbraio 2014, n. 21 (attuazione della direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori).

Prodotti medicinali- integratori alimentari – pubblicità – pratiche commerciali sleali – etichettatura – Codice del consumo – applicabilità – principio di specialità – condotta omissiva – ingannevolezza – requisiti della condotta.

Al fine di superare un'antinomia consistente in un conflitto (apparente) tra

norme sanzionatorie appartenenti ad ambiti differenti dell'ordinamento (penali, amministrative, ecc.) deve applicarsi il criterio di specialità secondo il modello del raffronto "per fattispecie astratte" che assurge a criterio generale di regolazione dei rapporti tra norme sanzionatorie (nella specie il Consiglio di Stato si è pronunciato sul riparto di competenze tra l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e le altre autorità amministrative di settore in materia di repressione delle pratiche commerciali scorrette nei mercati regolati) (1).

Sia il quadro regolativo relativo alla pubblicità dei prodotti medicinali (in particolare, l'art. 118 del d.lgs. 219/2006, di attuazione della direttiva 2001/83/CE e della direttiva 2003/94/CE, che assoggetta ad autorizzazione del Ministero della salute la pubblicità presso il pubblico dei medicinali), sia la specifica disciplina contenuta nel d.lgs. 169/2004 di attuazione della direttiva 2002/46/CE, relativa agli integratori alimentari, non contengono alcuna fattispecie che disciplini aspetti specifici delle pratiche commerciali sleali, e neppure prevede obblighi di trasparenza e regole di condotta riguardanti le condotte sanzionate dal codice del consumo. Pertanto, non sono configurabili sovrapposizioni di tutele né conflitti di competenze, in ragione della diversità degli interessi pubblici tutelati: il controllo svolto dal Ministero della Salute sull'etichettatura del prodotto persegue la finalità di verificare la sicurezza e l'assenza di pericolosità per la salute umana; l'Autorità valuta invece la capacità decettiva del messaggio pubblicitario allo scopo di proteggere il consumatore (2).

Il carattere ingannevole di una pratica commerciale dipende, anzitutto, dalla circostanza che essa non sia veritiera in quanto contenente informazioni false o che, in linea di principio, inganni o possa ingannare il consumatore medio, in particolare, quanto alla natura o alle caratteristiche principali di un prodotto o di un servizio. Così una condotta omissiva, per essere considerata ingannevole, deve avere ad oggetto "informazioni rilevanti di cui il consumatore medio ha bisogno" per prendere una decisione consapevole (3).

In considerazione dell'asimmetria informativa che sussiste nella commercializzazione di prodotti farmaceutici o parafarmaceutici, il fondamento del divieto di pratiche commerciali scorrette è duplice: la garanzia costituzionale della libertà contrattuale, la cui piena esplicazione presuppone un contesto di piena "bilateralità"; e (alla luce dell'analisi economica), la trasparenza del mercato quale strumento volto ad innescare un controllo decentrato sulle condotte degli operatori economici inefficienti (4)

Le avvertenze circa la necessità di abbinare ad un integratore una dieta alimentare o l'esercizio fisico non possono essere presentate al consumatore in modo defilato nei messaggi pubblicitari, rendendone assai difficoltosa la lettura. All'enfatizzazione dei dati prestazionali del prodotto deve corrispondere, con altrettanta evidenza grafica, i limiti di efficacia del prodotto; atteso che le modalità grafiche ed espressive con cui gli elementi del prodotto vengono rappresentati all'interno del messaggio rientrano tra gli standard di chiarezza, completezza e intelligibilità degli elementi rilevanti del prodotto, la cui mancanza può integrare una omissione ingannevole (5).

Sicurezza alimentare.

Obbligo di preimballaggio del pane ottenuto da cottura di semilavorato.

Sentenza del Consiglio di Stato – Sezione Terza - n. 6677 del 7 ottobre 2021, *Megagest srl c. Azienda Sanitaria di Lecce*.

Norme interpretate: articolo 14 della legge 567/80 e regolamento di esecuzione DPR 502/98; articolo 138 del Regolamento 2017/625 “Azioni di accertata non conformità”.

La vendita del pane parzialmente cotto deve essere posta in essere, di regola, previo confezionamento.

Solo in caso di impossibilità di eseguire il confezionamento in area diversa da quella di vendita, può eccezionalmente farsi luogo a confezionamento in tale area, “fatte salve comunque le norme igienico-sanitarie”.

Neppure la disposizione che deroga all'obbligo di confezionamento in area separata da quella della vendita consente la vendita di pane non confezionato: dal momento che la deroga concerne l'ubi, ma non l'an (“dette operazioni” sono evidentemente quelle di confezionamento).

La suddetta imposizione discende dall'inidoneità a garantire le più elementari esigenze di sicurezza alimentare: non è in discussione soltanto la possibilità di confezionamento incontrollato (e rimesso sostanzialmente all'operato del cliente) nell'area di vendita come modalità astratta, ma, poiché la finalità primaria della disposizione regolante tale attività è quella di garantire l'igiene e la sicurezza alimentare, sicuramente non è conforme a tale disciplina una modalità, quale quella accertata in concreto, che consente al singolo consumatore, prima di procedere al confezionamento, di toccare il pane per poi riporlo nell'espositore, a danno dei futuri (e ignari) clienti.

Il fatto che la disciplina sull'etichettatura faccia riferimento a prodotti "imballati sui luoghi di vendita" non implica evidentemente che tale modalità di confezionamento possa prescindere dall'adozione di cautele minime, regolate ratione materiae dalle disposizioni sopra richiamate, tendenti ad evitare la contaminazione degli alimenti conseguente alla libera e non controllata esposizione degli stessi.

Prescrizione delle sanzioni amministrative: applicabile l'art. 2 l. 241/90.

Sentenza n. 1081 del Consiglio di Stato - Sezione Settima – del 14.02.2022.

Norme applicate: art. 13 L. 689/1981; L. 241/1990; art. 28 L. 689/1981.

A seguito del sequestro della GDF di Kg. 1,260 di tabacchi lavorati, ex art. 13 L. 689/1981, posti in vendita senza la prescritta autorizzazione dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, la questione controversa è se possa ritenersi applicabile al caso di specie il termine generale di conclusione del procedimento di cui alla L. 241/90, oppure se debba applicarsi tout court il termine di prescrizione quinquennale di cui all'art. 28 della L. 689/1981.

Per il Consiglio di Stato, <<l'amministrazione (pur in assenza della predeterminazione legale del termine massimo per la conclusione del procedimento sanzionatorio) deve agire comunque in modo tempestivo; ove protragga in modo ingiustificato l'esercizio del potere, deve dare puntuale motivazione delle ragioni che le hanno, in ipotesi, impedito di applicare la sanzione in contiguità temporale con l'accertamento dell'illecito>>. Nel caso in questione, l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli non ha presentato alcuna ragione giustificatrice del lungo tempo impiegato per irrogare la sanzione accessoria, configurandosi così un disservizio ingiustificato nell'esercizio del potere amministrativo, incurante delle esigenze di certezza giuridica della posizione dell'incolpato e dell'effettività del suo diritto di difesa e che appare, ictu oculi, contrastante non solo con i principi di economicità, di efficacia e di buon andamento ma, prima ancora, con il canone della ragionevolezza.

Giurisprudenza penale.

Ambiente.

Scarichi industriali e deroghe per la PMI: la Cassazione precisa gli oneri probatori dell'impresa.

Sentenza della Corte di Cassazione III Pen. 17 settembre 2021 n. 34589 - Petruzzellis, pres.; Aceto, est.; Caporaso, ric. (Conferma Trib. Campobasso 24 giugno 2020).

Norma applicata: art. 137, Co. 1, dlgs. 152/2006, sub specie di apertura o comunque effettuazione di nuovi scarichi fognari in assenza di autorizzazione.

Per poter usufruire della deroga di cui al DPR 227/2011 in materia di scarico di acque reflue da attività industriali riconducibili alle c.d. "microimprese, piccole e medie imprese" occorre provare la sussistenza dei requisiti di cui al DM 18 Aprile 2005, e cioè che le imprese. a) hanno meno di 250 occupati, e b) hanno un fatturato annuo non superiore a 50 milioni di euro, oppure un totale di bilancio annuo non superiore a 43 milioni di euro;

Inoltre, trattandosi di scarichi in rete fognaria, è necessario che osservino i regolamenti emanati dal soggetto gestore del servizio idrico integrato ed approvati dall'ente di governo dell'ambito competente (art. 107, d.lgs. n. 152 del 2006);

Pertanto, non è sufficiente allegare la provenienza dello scarico da una piccola azienda agroalimentare appartenente al settore lattiero-caseario che produce un quantitativo di acque reflue non superiore a 4000 mc/l'anno; è altresì necessario dare prova che l'impresa sia qualificabile come PMI (rientrante nell'ambito di applicazione del d.P.R. n. 227 del 2011) e, soprattutto, che siano rispettati i limiti di emissione degli scarichi idrici indicati nell'Allegato 5 alla Parte Terza del d.lgs.n. 152 del 2006.

Di tali allegazioni deve farsi carico colui che invoca l'applicazione delle relative norme derogatorie, secondo un principio generale più volte applicato da questa Corte di cassazione.

Scarti vegetali: la Cassazione precisa il limite per la loro qualificazione come “rifiuti”.

Cassazione Penale, Sez. 3, Sentenza n. 35410 del 24 settembre 2021 (Conferma App. Milano 28 ottobre 2020).

Norme applicate: art. 256 comma 2 e 256 bis del d. lgs. n. 152 del 2006.

In tema di gestione dei rifiuti, gli scarti vegetali non sono classificabili come rifiuti soltanto se utilizzati in agricoltura mediante processi e metodi costituenti le normali pratiche agronomiche disciplinate dagli artt. 182, comma 6 bis, e 185, comma 1, lett. f), del d.lgs. n. 152 del 2006.

Il prelievo di “datteri di mare” può avvenire solo mediante distruzione delle rocce in cui gli stessi si annidano: integra, quindi, il reato di cui agli artt. 452-bis e 452-quater c.p.

Cassazione Penale, Sentenza - Sez. 3 - n. 40325 del 9 novembre 2021.

Norme applicate e capi di imputazione: articoli 452-bis c.p. (inquinamento ambientale) e 452-quater c.p. (disastro ambientale).

La Corte precisa che i c.d. “datteri di mare” possono essere prelevati solo previa distruzione delle rocce in cui gli stessi si annidano di qui la configurabilità dei reati di cui agli artt. 452-bis e 452-quater cod. pen.

Il profitto del reato deve essere individuato avendo riguardo non tanto e non solo alle operazioni di commercializzazione dei mitili sopra indicati, bensì alle complessive condotte integranti i reati di inquinamento ambientale e di disastro ambientale. Ai fini dell'adozione del sequestro preventivo finalizzato alla confisca, la nozione di profitto del reato coincide con il complesso dei vantaggi economici tratti dall'illecito e a questi strettamente pertinenti, senza che possano essere sottratti i costi sostenuti per la commissione del reato.

Le somme corrisposte dal ricorrente per acquistare i mitili di cui è proibito il commercio costituiscono il compenso versato a chi, per procurarglieli, aveva proceduto alla distruzione dei fondali marini e, quindi, alla materiale esecuzione dei reati di inquinamento ambientale e di disastro ambientale. Di dette somme, pertanto, non può tenersi conto come costi deducibili ai fini della quantificazione del profitto dei reati di cui agli artt. 452-bis e 452-quater cod. pen., conseguito attraverso la vendita ai consumatori dei molluschi.

Commisce ricettazione chi acquista il prodotto di reati ambientali.**Cassazione Penale, Sentenza - Sez. 3 - n. 41599 del 16 novembre 2021**

Norme applicate: art. 648 c.p. (ricettazione); 635 co. 2 c.p. n. 1 (danneggiamento) 452 bis – 452 quater c.p. (inquinamento ambientale e disastro ambientale), 635 II comma n.1 (danneggiamento).

Integra il delitto di ricettazione la condotta dell'acquirente di pesce proveniente dalla cattura mediante uso di materie esplosive (artt. 10 e 12 della L. 14 ottobre 1974, n. 497 ovvero art. 678 cod. pen.) o da danneggiamento delle risorse marine (art. 635, comma secondo, n. 3 cod. pen.), qualora costui acquisti consapevolmente il pescato proveniente dai predetti delitti (Sez. 3, n. 42109 del 12/10/2007, Morelli, Rv. 238071-01).

Il fondale marino è bene destinato a pubblica utilità a norma dell'art. 625, primo comma, n. 7, cod. pen. È, pertanto, configurabile il delitto di danneggiamento aggravato nel comportamento di colui il quale frantumi gli scogli sotterranei per pescare le specie ittiche che vivono al loro interno, tra cui proprio i c.d. "datteri di mare". Ne consegue che la messa in commercio di pescato proveniente da pesca di frodo può concorrere con il delitto di ricettazione allorché la cattura sia stata effettuata mediante l'utilizzo di esplosivo ovvero mediante danneggiamento di risorse marine, a condizione che l'acquirente sia consapevole della delittuosa provenienza della merce.

Concorso tra il reato di attività organizzate finalizzate al traffico illecito di rifiuti e quello dell'associazione per delinquere.

Cassazione Penale Sent. Sez. 3 Num. 1348 del 14 gennaio 2022

Norme applicate: art. 416 cod. pen; art. 260 d.lgs. 152/2006 (ora 452-quaterdecies cod. pen.).

Rifiuti - concorso tra il reato di attività organizzate finalizzate al traffico illecito di rifiuti e quello dell'associazione per delinquere - elementi costitutivi di entrambi i reati – consapevole partecipazione al sodalizio criminale. Attività organizzate per il traffico illecito di rifiuti – luogo di consumazione del reato - reiterazione delle condotte illecite – attività investigativa della Direzione distrettuale antimafia - attribuzione della potestà investigativa.

Ai fini del concorso tra il reato di attività organizzate finalizzate al traffico illecito di rifiuti e quello associativo di cui all'art. 416 cod. pen. è necessaria la presenza degli elementi costitutivi di entrambi, con la conseguenza che la sussistenza del reato associativo non può ricavarsi dalla mera sovrapposizione della condotta descritta nell'art. 260 d.lgs. 152/2006 (ora 452-quaterdecies cod. pen.) con quella richiesta per la configurabilità dell'associazione per delinquere, poiché tale ultimo reato richiede la predisposizione di un'organizzazione strutturale, sia pure minima, di uomini e mezzi, funzionale alla realizzazione di una serie indeterminata di delitti, nella consapevolezza, da parte di singoli associati, di far parte di un sodalizio durevole e di essere disponibili ad operare nel tempo per l'attuazione del programma criminoso comune, che non può però essere individuata nel mero allestimento di mezzi e attività continuative organizzate e nel compimento di più operazioni finalizzate alla gestione abusiva di rifiuti indicate dal menzionato art. 260 d.lgs. 152/2006 (ora 452-quaterdecies), essendo necessaria un'attiva e stabile partecipazione ad un sodalizio criminale per la realizzazione di un indeterminato programma criminoso.

Frodi sportive.

Cassazione Penale Sent. Sez. 3 n. 2208 del 19 gennaio 2022.

Norme applicate: art. 223 disp. att. cod. proc. pen.; art. 220 disp. att. cod. proc. pen.; art. 178, comma primo, lett. c), cod. proc. pen.; art. 180 cod. proc. pen.

Principio del “non poteva non sapere” – pratiche dopanti – frode sportiva – interesse al miglioramento delle prestazioni equine – prelevamento inerente ad attività amministrativa e ad attività di polizia giudiziaria – nullità di ordine generale – indizi di reato – non inutilizzabilità delle analisi – nullità di regime intermedio.

Il ricorso per Cassazione viene proposto sulla base di due ordini di motivi: il secondo attiene al fatto che la condanna era intervenuta in base al viziato ragionamento secondo cui il proprietario dell'animale non poteva non sapere delle pratiche dopanti riservate all'animale, laddove non era emersa nessuna attività del ricorrente in sé ricollegabile alla frode sportiva. La Corte territoriale, però, ben lungi dal ricorrere al vietato principio che il ricorrente “non poteva non sapere” della somministrazione all'animale di sostanze dopanti o

farmaci in grado di lenire il dolore, ha non illogicamente osservato che, quanto al concorso del proprietario dell'animale nel reato, era in capo in primo luogo a costui l'interesse al miglioramento delle prestazioni equine, attesa la riscossione del premio in caso di vittoria nella competizione.

Occorre distinguere tra il prelevamento inerente ad attività amministrativa - come pacificamente avvenuto in specie - disciplinato dall'art. 223 disp. att. cod. proc. pen. e quello relativo ad attività di polizia giudiziaria anche se precedente all'acquisizione della notizia criminis, per il quale è applicabile l'art. 220 disp. att. cod. proc. pen. poiché operano, in tale seconda ipotesi, in via genetica le norme di garanzia della difesa previste dal codice di rito, determinandosi una nullità d'ordine generale di cui all'art. 178, comma primo, lett. c), cod. proc. pen. nel caso della loro inosservanza, mentre, per la prima, i diritti della difesa devono essere assicurati solo laddove emergano indizi di reato, nel qual caso l'attività amministrativa non può più definirsi extra processum.

L'eventuale mancato rispetto delle formalità volte a garantire la partecipazione della parte privata al procedimento di analisi dei campioni prelevati non comporta l'inutilizzabilità delle relative analisi, ma costituisce nullità soggetta al regime intermedio previsto dall'art. 180 cod. proc. pen., e come tale non è deducibile o rilevabile dopo la deliberazione della sentenza di primo grado.

Tutela del paesaggio e nozione di bosco.

Cassazione Penale Sent. Sez. 3 n. 2520 del 24 gennaio 2022

Norme applicate: D. lgs. 18 maggio 2001, n. 227; art. 181, D.lgs 22 gennaio 2004, n. 42 (Codice dei beni culturali e del paesaggio. Opere eseguite in assenza di autorizzazione o in difformità da essa); art. 44, comma 1 lett.c) dpr n. 380/2001 (Vigilanza sull'attività urbanistico edilizia, responsabilità e sanzioni).

Bellezze naturali - Tutela del paesaggio - Beni ambientali - Nozione di bosco in tema di tutela del paesaggio deve qualificarsi come bosco.

La nozione di bosco posta a fondamento della decisione impugnata è in linea con il principio di diritto, secondo cui, in tema di tutela del paesaggio, dopo l'entrata in vigore del D.Lgs. 18 maggio 2001, n. 227, deve qualificarsi come bosco - meritevole di protezione ai sensi dell'art. 181 del D.Lgs. 22

gennaio 2004, n. 42 - ogni terreno coperto da vegetazione forestale arborea associata o meno a quella arbustiva, da castagneti, sughereti o da macchia mediterranea, purché aventi un'estensione non inferiore a mq. duemila, con larghezza media non inferiore a metri venti e copertura non inferiore al 20 per cento.

Delitti contro il sentimento per gli animali.

Cassazione Penale Sent. - Sez. 3 - n. 3758 del 03 febbraio 2022.

Norme applicate: art. 544 bis cod. pen.; art. 54 cod. pen.;

Scriminante dello stato di necessità – elemento soggettivo del reato – pericolo serio, concreto ed imminente per l'incolumità delle persone – animali vaganti – verifica della reale entità del pericolo – soluzioni alternative all'abbattimento.

In tema di delitti contro il sentimento per gli animali, la nozione di "necessità", che esclude la configurabilità del reato di uccisione di animali ex art. 544 bis cod. pen., comprende non solo lo stato di necessità previsto dall'art. 54 cod. pen., ma anche ogni altra situazione che induca all'uccisione dell'animale per evitare un pericolo imminente o per impedire l'aggravamento di un danno alla persona propria o altrui o ai propri beni, quando tale danno l'agente ritenga altrimenti inevitabile (Sez. 3, n. 49672 del 26/04/2018, Rv. 274075).

La sola presenza di animali vaganti nel territorio comunale non può di certo ritenersi idonea a giustificare l'uccisione, laddove, come nel caso di specie, non risulti adeguatamente provata l'esistenza di un pericolo serio, concreto e imminente per l'incolumità delle persone o della prosecuzione di un danno grave ai loro beni, tale da non consentire l'attivazione delle procedure amministrative che, attraverso il coinvolgimento degli organi tecnici a ciò preposti, consentano sia di verificare la reale entità del pericolo, sia di individuare eventualmente soluzioni alternative all'abbattimento dell'animale.

Sicurezza alimentare.**Alimenti in cattivo stato di conservazione: fatto tipico e oneri probatori ai sensi dell'art. 444 c.p.**

Cassazione Penale Sent. - Sez. 1 - n. 33710 del 10 settembre 2021

Norme applicate e capo di imputazione: Articolo 444 c.p. per aver detenuto all'interno del bagagliaio della propria autovettura Fiat Punto, 60 Kg. di prodotti ittici in cattivo stato di conservazione destinati alla vendita.

Per la configurazione del reato di cui all'art. 444 cod. pen. non occorre che le sostanze alimentari destinate alla vendita siano avariate e che venga esperito un accertamento tecnico finalizzato a stabilire la pericolosità dei prodotti controversi.

Non è, in ogni caso, dubitabile che i prodotti ittici erano detenuti con modalità intrinsecamente inidonee, dovendosi richiamare l'elevato quantitativo delle sostanze alimentari sequestrate; l'assenza di etichettatura della merce posta in vendita dall'imputato; l'utilizzo di un automezzo non predisposto per il trasporto e la vendita di merce alimentare; le modalità di conservazione dei prodotti, riposti all'interno del bagagliaio di un'autovettura ed esposti agli agenti atmosferici. Tali elementi di giudizio impongono di ritenere il giudizio di colpevolezza formulato dai Giudici di merito rispettoso delle emergenze processuali e conforme alla giurisprudenza consolidata di questa Corte, secondo cui: «Il commercio di sostanze alimentari nocive configura, a norma dell'art. 444 cod. pen., un reato di pericolo, per la sussistenza del quale è necessario che gli alimenti di cui si vuol fare commercio abbiano attitudine ad arrecare nocumento alla salute pubblica. Tale attitudine non può essere meramente ipotetica, occorrendo, invece, un pericolo concreto i cui estremi, specificamente individuati, debbono dare ragione dell'affermazione di responsabilità. La pericolosità, per essere dimostrata, non abbisogna necessariamente di indagini peritali, poiché il giudice di merito può ricavarla da qualsiasi mezzo di prova e dalla comune esperienza».

Ancora sulla non intervenuta abrogazione dell'art. 5 l. 283/62 e sue conseguenze giuridiche.

Cassazione Penale Sent. - Sez. 3 - n. 35624 del 28 settembre 2021

Norme applicate: art. 5 lett. A) l. n. 283 del 30 aprile 1962.

La detenzione per la vendita di prodotti vinicoli la cui composizione naturale sia stata variata con l'aggiunta di acqua e barbabietola da zucchero integra, a prescindere dalla nocività del prodotto per la salute, il reato contravvenzionale previsto dall'art. 5, lett. a) della legge 30 aprile 1962, n. 283 la quale non è stata interessata dagli effetti abrogativi dei cosiddetti decreti taglia leggi (D.Lgs. n. 179 del 2009, D.Lgs. n. 212 del 2010; D.Lgs. n. 213 del 2010).

Conforme: Sez. 3°, Sentenza n. 15226 del 09/01/2020 Ud. - dep. 15/05/2020 - Rv. 278782.

Cattivo stato di conservazione: presupposti dell'accertamento.

Cassazione Penale, Ordinanza - Sez. 7 - n. 43057 del 23 novembre 2021

Norme applicate e capo di imputazione: art. 5 lett. B) l. 283/62 per aver detenuto per la vendita polpi congelati in cattivo stato di conservazione, perché venduti all'aperto, su un banco refrigerato, a temperatura ambiente.

Il Tribunale di merito è pervenuto alla affermazione di responsabilità dell'imputato non sulla base di analisi sui prodotti detenuti per la vendita dall'imputato medesimo, bensì sulla base di quanto accertato direttamente dalla polizia giudiziaria, che aveva riscontrato le inidonee modalità di conservazione del pesce detenuto per la vendita dal ricorrente (in via di scongelamento ed esposto per la vendita non rispettando le prescritte modalità di conservazione, ossia la presenza di una temperatura compresa tra - 15° e - 20°), con la conseguente mancanza di pertinenza della censura relativa alle analisi, che non risultano essere state svolte, alla luce del consolidato principio secondo cui «ai fini della configurabilità del reato di cui all'art. 5, lett. b), della legge n. 283 del 1962, il cattivo stato di conservazione degli alimenti può essere accertato dal giudice di merito senza necessità di specifiche analisi di laboratorio, sulla base di dati obiettivi risultanti dalla documentazione relativa alla verifica (verbale

ispettivo, documentazione fotografica, o altro) e dalle dichiarazioni dei verbalizzanti, ed è ravvisabile nel caso di evidente inosservanza di cautele igieniche e tecniche necessarie ad assicurare che le sostanze alimentari si mantengano in condizioni adeguate per la successiva somministrazione».

Cattivo stato di conservazione e modalità di congelamento degli alimenti.

Cassazione Penale, Sentenza - Sez. 3 - n. 43339 del 25 novembre 2021

Norme applicate e capo di imputazione: art. 5 lett. B) l. 283/62 per aver detenuto per la vendita alimenti congelati in cattivo stato di conservazione (fattispecie relativa al rinvenimento, in una cella frigorifera di un ristorante, di un considerevole quantitativo di alimenti ricoperti di ghiaccio e brina, recanti tracce di muffa e contenuti in buste non ermeticamente chiuse ed in involucri sudici).

Integra il reato di detenzione di prodotti alimentari in cattivo stato di conservazione (art. 5, comma primo, lett. b), L. 30 aprile 1962, n. 283) anche il congelamento del prodotto effettuato in maniera inappropriata, in quanto il cattivo stato di conservazione è riferibile non soltanto alle caratteristiche intrinseche del prodotto alimentare, ma anche alle modalità estrinseche con cui si realizza.

Ai fini della configurabilità della contravvenzione prevista dall'art. 5, lett. b, della legge 30 aprile 1962 n. 283, che vieta l'impiego nella produzione di alimenti, la vendita, la detenzione per la vendita, la somministrazione, o comunque la distribuzione per il consumo, di sostanze alimentari in cattivo stato di conservazione, non è necessario che quest'ultimo si riferisca alle caratteristiche intrinseche di dette sostanze, ma è sufficiente che esso concerna le modalità estrinseche con cui si realizza, le quali devono uniformarsi alle prescrizioni normative, se sussistenti, ovvero, in caso contrario, a regole di comune esperienza.

Interruzione della catena del freddo e tutela dell'ordine alimentare: ancora una pronuncia sulla natura dell'art. 5 l. 283/62.

Cassazione Penale Sent. - Sez. 3 - n. 35966 del 4 ottobre 2021

Norme applicate e capo di imputazione: Articolo 5 lett. B) legge 283/62

per aver detenuto , ai fini della vendita, kg 125 di carne di pollo e di tacchino per kebab, in cattivo stato di conservazione perché trasportata in cartoni all'interno di un furgone non refrigerato, con interruzione della catena del freddo.

È consolidato in giurisprudenza l'orientamento espresso da Cass., Sez. U, n. 443 del 19/12/2001, dep. 2002, Butti, Rv. 220717, secondo cui la contravvenzione prevista dall'art. 5, lett. b, della legge 30 aprile 1962 n. 283, che vieta l'impiego nella produzione, la vendita, la detenzione per la vendita, la somministrazione, o comunque la distribuzione per il consumo, di sostanze alimentari in cattivo stato di conservazione, non è reato di pericolo presunto, ma di danno, in quanto la disposizione citata non mira a prevenire - con la repressione di condotte, come la degradazione, la contaminazione o l'alterazione del prodotto in sé, la cui pericolosità è presunta "iuris et de iure" - mutazioni che nelle altre parti del citato art. 5 sono prese in considerazione come evento dannoso, ma persegue un autonomo fine di benessere, consistente nell'assicurare una protezione immediata all'interesse del consumatore a che il prodotto giunga al consumo con le cure igieniche imposte dalla sua natura (cosiddetto ordine alimentare). (Nella specie viene respinto il ricorso vertente essenzialmente sulla non riconducibilità alla fattispecie di reato in oggetto di condotte relative alle modalità di trasporto in assenza di evidenti segni di deterioramento della merce).

Macellazione abusiva e cattivo stato di conservazione delle carni.

Cassazione Penale Sent. - Sez. 3 - 37573 del 15 ottobre 2021

Norme applicate e capi d'imputazione: reati di cui agli articoli 4 e 6 d.lgs. 193/2007 in relazione al Reg. CE 853/04 e 5, lett. b) legge 283/1962 per le seguenti condotte: A) Macellazione abusiva di bovini , al di fuori degli stabilimenti autorizzati, senza la visita ante e post-mortem veterinaria, sprovvisti di bollo sanitario, documentazione fiscale e sanitaria di provenienza, così violando le disposizioni sulla tracciabilità degli alimenti di origine animale. B) Detenzione di pezzature di carne in cattivo stato di conservazione.

Il quantitativo di carne rinvenuta in un locale non riconosciuto, unitamente alla presenza di attrezzature quali ganci, celle di mantenimento di tipo industriale, affettatrici etc. giustificano l'esclusione della fattispecie di

“macellazione per uso domestico” e integrano la fattispecie di macellazione abusiva di bovini ai sensi degli artt. 4 e 6 dlgs 193/07.

La presenza nei locali di muffe e ragnatele, nonché l'assenza di mezzi idonei ad impedire l'intrusione di animali e insetti integrano il reato di cui all'art. 5 lett. b della l. 283/62 per detenzione di alimenti in cattivo stato di conservazione.

Macellazione di animali e lavorazione di carni in locali non autorizzati ovvero in luoghi diversi dagli stabilimenti o dai locali riconosciuti.

Cassazione Penale Ordinanza – Sez. 7 – n. 44491 del 01.12.2021.

Norme applicate: Regolamento 853/2004; Art. 131 – bis cod. pen.; Art. 606, comma terzo, cod. proc. pen.; Art. 6 d. lgs. 193/2007.

Eclusione della punibilità – particolare tenuità del fatto – macello non riconosciuto – lavorazione di carni.

In tema di esclusione della punibilità per la particolare tenuità del fatto, la questione dell'applicabilità dell'art. 131-bis cod. pen. non può essere dedotta per la prima volta in cassazione, ostandovi il disposto di cui all'art. 606, comma terzo, cod. proc. pen., se il predetto articolo era già in vigore alla data della deliberazione della sentenza d'appello. L'art. 6 del d. lgs. 193/2007 non punisce solo l'attività di uccisione degli animali in macello non riconosciuto, ma anche la semplice lavorazione di carni già macellate altrove.

Costituisce reato la vendita di funghi porcini contenenti larve per omesso controllo del prodotto.

Cassazione Penale, Sez. 3, Sent. n. 499 del 12 gennaio 2022.

Norme applicate: Artt. 5, primo comma, lettera d) e 6 legge n. 283/1962;

Opinabilità – giudizio discrezionale – criteri non arbitrari – reato di pericolo – cautele per evitare o limitare la presenza di parassiti – rischio allergologico – omissione controllo della qualità.

Il giudizio relativo alla possibilità di definire le sostanze alimentari come “invasate da parassiti”, a norma dell'art. 5, comma 1, lettera d), legge n.

283/1962, è rimesso all'apprezzamento discrezionale del giudice di merito, da compiere sulla base di una ponderazione di tutti gli elementi utili, fattuali e giuridici, e sulla base di criteri non arbitrari. Il reato di cui agli artt. 5 e 6 della legge n. 283/1962 è un reato di pericolo e, per quanto riguarda la colpevolezza, è da premettere che il reato, siccome contravvenzione, è configurabile a titolo di colpa.

A questo proposito, non risulta manifestamente illogica o viziata la conclusione relativa alla sussistenza del reato anche con riguardo al profilo della colpevolezza, che ravvisa un omesso totale controllo, in qualsivoglia forma, della qualità del prodotto e una omissione delle dovute idonee misure che prevenissero l'eventualità di commercializzare prodotti infestati, nonostante la previsione di cautele per evitare o limitare la presenza di parassiti nei funghi, come quelle descritte nel parere del Ministero della Salute del 24 gennaio 2018 n. 21, e nonostante sia stato espressamente evidenziato, in un parere del Ministero della Salute del 6 marzo 2019, il rischio allergologico derivante dalla presenza di larve di ditteri contenuti nei funghi.

Mancanza di tracciabilità di prodotti alimentari acquistati da aziende non registrate e prive di adeguate attrezzature per garantire gli standard igienico-sanitari. Sequestro preventivo dei prodotti e confisca obbligatoria.

Cassazione Penale, Sez. 3, Sent. n. 806 del 13 gennaio 2022.

Norme applicate: artt. 110 – 516 – 648-ter.1 cod. pen.; artt. 5, lett. b) e c) e 6 legge n. 283/1962.

Violazione di disposizioni sulla tracciabilità – cattivo stato di conservazione – alterazione dei prodotti – confisca obbligatoria.

La preparazione di alimenti in violazione delle disposizioni sulla tracciabilità della materia prima, circostanza acclarata nel caso in esame, integra il reato di cui all'art. 5, lett. b) della legge n. 283/1962. Trattandosi nel caso di specie di vino sofisticato, il reato ipotizzato è quello di cui all'art. 516 cod. pen.: il vino, attraverso cessioni avvenute con passaggi fittizi, anche attraverso società estere, è stato poi immesso nel mercato e quindi impiegato in attività economiche. Tanto basta, a livello di fumus, per la sussistenza del delitto in esame.

In ordine al periculum, invece, si applica l'indirizzo giurisprudenziale per cui i prodotti alimentari in cattivo stato di conservazione o alterati, la cui

detenzione per la vendita, somministrazione e distribuzione per il consumo integrano i reati di cui all'art. 5, lett. b) e c) della legge n. 283/1962, sono destinati a confisca obbligatoria e, pertanto, non possono essere in nessun caso restituiti all'interessato.

Confezioni di alimenti riportanti in etichetta informazioni mendaci riguardanti l'origine e la qualità degli stessi, idonee a trarre in inganno gli acquirenti. Bollo CE revocato. Sicurezza alimentare. Sequestro probatorio degli alimenti.

Cassazione Penale, Sez. 3, Sent. n. 1359 del 14 gennaio 2022.

Norme applicate: Reg. 853/2004; L. 283/1962; Artt. 515 – 517 cod. pen.; Artt. 352 – 355 cod. proc. pen.

Sequestro probatorio – indicazioni mendaci – bollatura sanitaria – artificiosa equivocità – fumus commissi delicti – legittimità – ulteriorità delle indagini – certezza e ulteriorità delle prove – livello di accertamento.

La polizia giudiziaria aveva proceduto al sequestro di alcune confezioni di alimenti recanti un'etichetta con indicazioni mendaci circa l'origine, la provenienza e/o la qualità degli stessi. Tali alimenti venivano indicati come prodotti in uno stabilimento riconosciuto ai sensi del Reg. CE 853/2004, risultato, però, dotato di bollatura sanitaria revocata da parte della Regione Abruzzo. Il Pubblico Ministero, convalidando il sequestro probatorio, osservava che l'avvenuto confezionamento in uno stabilimento del tipo di quello indicato nei verbali di sequestro risultasse elemento sufficiente per ritenere sussistente un'artificiosa equivocità dei segni distintivi del prodotto (origine, provenienza, qualità), segni necessari per l'integrazione della fattispecie di cui all'art. 515 cp (frode nell'esercizio del commercio), che, nella forma tentata, potrebbe concorrere con la fattispecie di cui all'art. 517 cp (vendita di prodotti industriale con segni mendaci).

La Corte ha evidenziato che, in sede di riesame del sequestro probatorio, il Tribunale è chiamato a verificare l'astratta sussistenza del reato ipotizzato, considerando il fumus commissi delicti in relazione alla sussistenza dei presupposti che giustificano il sequestro. La valutazione della legittimità del sequestro deve essere effettuata con riferimento all'idoneità degli elementi su cui si fonda la notizia di reato a rendere utile l'espletamento di ulteriori indagini, per acquisire prove certe o prove ulteriori del fatto, non esperibili

senza la sottrazione all'indagato della disponibilità della res o l'acquisizione della stessa nella disponibilità dell'autorità giudiziaria. Inoltre, si è ulteriormente specificato che il concetto di fumus di reato che caratterizza i presupposti per l'emanazione di sequestro probatorio dev'essere valutato tenendo conto della disciplina fissata dagli artt. 352 cod. proc. pen. (perquisizioni) e 355 cod. proc. pen. (convalida del sequestro e il suo riesame) e non si può pretendere, operando, infatti, spesso nella fase iniziale delle indagini, essendo in tema di "assicurazione delle fonti di prova", il massimo livello di accertamento che caratterizza il diverso istituto del sequestro preventivo.

Escluso il reato di illecita e non autorizzata gestione di rifiuti per occasionalità della condotta.

Cassazione Sez. III Pen. 19 gennaio 2022, n. 2213

Norme applicate: Art. 606 cod. proc. pen., lett. b); Art. 256, comma 1 del D. lgs 152/2006; Art. 131 – bis cod. pen.; Art. 133 cod. pen.

Sanità pubblica – Attività di raccolta, trasporto, smaltimento di rifiuti non pericolosi senza le prescritte autorizzazioni – Illecita e non autorizzata gestione di rifiuti – Occasionalità della condotta – Reato – Esclusione.

Impossibile parlare di illecita e non autorizzata gestione di rifiuti in caso di evidente occasionalità della condotta, censurabile ma non rilevante a livello penale. Nel caso in esame il fatto non concretizza il reato contestato, trattandosi del trasporto di un solo rifiuto, per altro depositato nei pressi del cassonetto della spazzatura, di natura "domestica" (un divano) e con un motoveicolo non di proprietà del ricorrente.

Somministrazione di cibi preparati con prodotti d'origine e qualità diversa da quella dichiarata nel menù ove era stata omessa l'indicazione di alimenti surgelati.

Cassazione Penale Ord. Sez. 7 n. 4110 del 07 febbraio 2022.

Norme applicate: art. 56 cod. pen; art. 515 cod. pen.

Diligenza informativa – personale di sala – puntuale conoscenza della

qualità del prodotto venduto – prolungato protrarsi della condanna criminosa.

Va esclusa la rilevanza della diligenza informativa del cameriere, perché il fatto che il personale di sala sia addestrato per offrire tutte le informazioni del caso non è sufficiente a garantire una puntuale conoscenza sulle qualità del prodotto venduto, in particolare sull'origine fresca, congelata o surgelata del prodotto, non dovendo essere presa dal cliente l'iniziativa conoscitiva.

Inoltre, non vi sono elementi apprezzabili per il riconoscimento delle attenuanti generiche e il fatto era importante in ragione del prolungato lasso di tempo durante il quale si era protratta la condanna criminosa, dal momento che il menù era fisso.

Detenzione in cattivo stato di conservazione di alimenti destinati al commercio.

Cassazione Penale Sent. Sez. 3 n. 4330 del 08 febbraio 2022

Norme applicate: d.l. n. 42/2001 (convertito con modificazioni dalla L. n. 71/2021); art. 18, d.lgs. n. 27/2021; art. 73, terzo comma Cost.; art. 10 disp. prel. cod. civ.

Vacatio legis – evitamento dell'abrogazione delle contravvenzioni in materia agroalimentare – garanzia di tutela sanzionatoria – evitamento dell'abolitio criminis – non entrata in vigore della legge abrogatrice degli illeciti penali.

Con il d.l. n. 42 del 2021, convertito con modificazioni dalla L. n. 71 del 2021, il Governo è intervenuto, prima dello scadere del periodo di vacatio legis stabilito dal d.lgs. n. 27 del 2021, per evitare l'abrogazione delle contravvenzioni in materia agroalimentari a opera dell'art. 18 del decreto legislativo citato. Il Governo, nel riassetto normativo, non solo ha scongiurato che il settore della sicurezza alimentare rimanesse privo di tutela sanzionatoria, ma ha evitato altresì che per le condotte antecedenti, realizzate prima dell'entrata in vigore del d.l. n. 42 del 2021, cioè prima del 24 marzo 2021, si verificasse l'abolitio criminis. Pertanto, ai sensi degli art. 73, terzo comma della Costituzione e 10 disp. prel. cod. civ., la legge abrogatrice degli illeciti penali non è mai entrata formalmente in vigore.

La responsabilità è del legale rappresentante che gestisce una catena di supermercati e non della persona che ha la qualifica di procuratore speciale e responsabile della sicurezza alimentare.

Cassazione Penale Sent. Sez. 3 n. 4458 del 09 febbraio 2022.

Norme applicate: art. 5, lett. b), L. 283/1962; art. 43 cod. pen.; art. 649 cod. proc. pen.; art. 4, Protocollo n. 7 della Convenzione per la salvaguardia dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali.

Disciplina igienica – colpa – legale rappresentante dell'impresa – deficienze dell'organizzazione dell'impresa – mancata vigilanza sull'operato del personale dipendente – mera presenza di delega scritta – addebito della condanna anche a titolo colposo – non applicaione dell'art. 649 cod. proc. pen. – sanzione formalmente amministrativa, ma dal carattere sostanzialmente “penale”.

Con riguardo alla disciplina igienica dei prodotti destinati all'alimentazione, e sulla base della disposizione di cui all'art. 5, lett. b) L. n.283/1962, della detenzione o somministrazione di un prodotto non conforme alla normativa deve rispondere, in caso di società od impresa, a titolo di colpa, il legale rappresentante della stessa, essendo allo stesso riconducibili le deficienze della organizzazione di impresa e la mancata vigilanza sull'operato del personale dipendente, salvo che il fatto illecito non appartenga in via esclusiva ai compiti di un preposto, appositamente delegato a tali mansioni in caso di organizzazione aziendale complessa. Questa Corte ha anche precisato che la responsabilità del titolare dell'impresa - che resta pur sempre il destinatario principale del precetto penale - va ricostruita su basi diverse dalla mera presenza di una delega scritta, che devono essere ricercate esclusivamente nella norma che giustifica, ai sensi dell'art. 43, cod. pen., l'addebito della condotta anche a titolo colposo.

Costituisce principio consolidato che non sussiste la preclusione all'esercizio dell'azione penale di cui all'art. 649 cod. proc. pen. (divieto di un secondo giudizio), quale conseguenza della già avvenuta irrogazione, per lo stesso fatto, di una sanzione formalmente amministrativa, ma avente carattere sostanzialmente “penale”, ai sensi dell'art. 4 del Protocollo n. 7 alla Convenzione per la salvaguardia dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali, allorquando non vi sia coincidenza fra la persona chiamata a rispondere in sede penale e quella sanzionata in via amministrativa come nella fattispecie, visto che la sanzione amministrativa è stata inflitta alla società.

Giurisprudenza civile.**Vendita internazionale di beni mobili e sussistenza del diritto alla riduzione del prezzo e al risarcimento del danno.**

Corte di cassazione, 9 dicembre 2021, n. 39032

Norme applicate: artt. 38, 39, 44 e 50 della Convenzione di Vienna del 1980 sulla vendita internazionale di merci.

Vendita internazionale di beni mobili - Azione di riduzione del prezzo e risarcimento del danno - Art. 44 della Convenzione di Vienna - Termine di denuncia - Intempestività - Onere del compratore - Prova del fatto scusabile - Fattispecie.

In tema di vendita internazionale di beni mobili il diritto alla riduzione del prezzo ed al risarcimento del danno, previsti dall'art. 44 della Convenzione di Vienna, sussiste solo nel caso in cui il compratore fornisca la prova di non avere assolto all'onere di denuncia tempestiva per un fatto ragionevolmente scusabile. (Nella specie, domanda di risarcimento dei danni per inadempimento del contratto di vendita di una partita di noci con guscio che presentavano un deterioramento che le rendeva inutilizzabili per l'uso cui erano destinate, la Corte ha rigettato il motivo di ricorso con il quale si invocava l'applicazione della norma di cui in massima, in quanto il ricorrente non aveva neanche allegato la circostanza relativa alla ragione del ritardo nella denuncia dei vizi).

Competenza in materia di irrogazione di sanzioni amministrative nel settore alimentare.

Corte di cassazione – II sez. civ. – ord. 10 gennaio 2022 n. 458

Norme applicate: art. 8 – 18 l. 689/81; 2- 12 d.lgs. 109/92.

Sanzioni amministrative – etichettatura degli alimenti - competenza ad irrogare l'ordinanza ingiunzione – riparto di Competenze – Stato – Regioni – Comuni.

Appartiene allo Stato, e non alle regioni o ai Comuni, il potere di emettere un'ordinanza- ingiunzione di pagamento di una sanzione amministrativa pecuniaria.

niaria per violazione delle norme del d.lgs. 109/1992, (nella specie gli articoli 8 e 18, concernenti il confezionamento, l'etichettatura e la pubblicità di prodotti alimentari destinati al consumatore finale, trattandosi di disciplina a tutela del consumatore rientrante nella materia del commercio, di competenza statale, che solo di riflesso coinvolge gli aspetti relativi all'igiene e alla sanità degli alimenti, di competenza delle amministrazioni locali).

Marchio composto da termini generici e acquisizione di capacità distintiva.

Corte di cassazione – I sez. civ. – ord. 4 gennaio 2022 n. 53.

Norme Applicate: Articoli 13 d.lgs 10.02.2005 n. 30 (Codice della proprietà industriale).

Marchi – registrazione – marchio descrittivo – nullità – prodotto della tradizione – forma alternativa – acquisizione di carattere distintivo attraverso l'uso.

Non possono concedersi diritti di esclusiva su parole o segni che siano meramente collegati al tipo merceologico senza carattere di originalità, in quanto strutturati su espressioni che si limitano a richiamare la qualità merceologica o la funzione produttiva, oppure una caratteristica del prodotto (1).

Un marchio inizialmente privo di capacità distintiva può acquistarla per effetto della elevata diffusione commerciale, atteso che massicce attività di pubblicizzazione del marchio unite ad attività di marketing possono indurre ad una radicale trasformazione della sua percezione distintiva nel mercato dei consumatori (2).

Sentenze e massime a cura di **Rossana Pennazio, Giorgio Remotti e Giovanni Stangoni.**

**MINISTERO DELLA SALUTE
DIREZIONE GENERALE PER L'IGIENE E LA SICUREZZA DEGLI
ALIMENTI E L'ALIMENTAZIONE
UFFICIO 2 IGIENE DEGLI ALIMENTI ED ESPORTAZIONE**

N.

RISPOSTA AL SOGLIO DEL

N.

A: ASSESSORATI ALLA SANITÀ
Regioni e Provincia Autonoma
di Trento

ASSESSORATO AGRICOLTURA
Provincia Autonoma di Bolzano
ISTITUTO SUPERIORE DI SANITÀ
E.p.c: ASSOCIAZIONI DI CATEGORIE

Oggetto: tempi per la presentazione della richiesta di controversia.

Facendo seguito alle numerose richieste inerenti la corretta interpretazione dell'articolo 8 comma 1 del dlgs 27/2021 e s.m.i., recante: *“L'operatore dei settori di cui all'articolo 2, comma 1, che a seguito di controperizia effettuata con le modalità di cui all'articolo 7, comma 5 non condivida le valutazioni dell'autorità competente in merito alla non conformità può attivare, entro il termine perentorio di trenta giorni dal ricevimento della comunicazione dell'esito sfavorevole, la procedura di controversia, richiedendo alle autorità competenti di potere far effettuare, a proprie spese, il riesame della documentazione relativa alla analisi, prova o diagnosi iniziale da parte dell'Istituto superiore di sanità (ISS)”*, si ritiene utile precisare quanto segue.

Il termine perentorio di cui al suddetto articolo 8, comma 1, *“trenta giorni dal ricevimento della comunicazione dell'esito sfavorevole”*, deve ovviamente intendersi come relativo alla valutazione effettuata dalla Autorità competente al termine della fase di controperizia, di cui all'articolo 7, comma 5 e non alla comunicazione dell'esito sfavorevole dell'analisi, prova o diagnosi di cui all'articolo 7, comma 3.

Pertanto il termine perentorio di 30 giorni per la richiesta di attivare la procedura di controversia decorrerà a far data dalla ricezione da parte dell'operatore della *“comunicazione dell'esito sfavorevole”* della controperizia espresso dall'Autorità competente.

Responsabile dell'ufficio 2 Dott. Pietro Noè
Referente: Dr. Giovanni Granitto Dirigente sanitario email:
g.granitto@sanita.it

IL DIRETTORE GENERALE
Dott. Massimo CASCIELLO

Firmato digitalmente da: CASCIELLO MASSIMO Luogo: Roma
Data: 31/01/2022 13:01:44

**MINISTERO DELLA SALUTE
DIREZIONE GENERALE PER L'IGIENE E LA SICUREZZA DEGLI
ALIMENTI E LA NUTRIZIONE
UFFICIO 2 - VIALE GIORGIO RIBOTTA, 5 - 00144 ROMA**

ISTITUTO SUPERIORE DI SANITÀ
ipartimento Sicurezza alimentare Nutrizione
e Sanità Pubblica Veterinaria
viale Regina Elena, 299 00161 ROMA
umberto.agrimi@iss.it

p.c. Assessorati alla Sanità
Regioni e Provincia Autonoma di Trento Assessorato all'Agricoltura
Provincia Autonoma di Bolzano

Oggetto: presenza di salmonelle diverse da *S. Enteritidis* e *S. Tiphymurium* in carni di pollame, preparazioni di carni di pollame e carni macinate di pollame

Si fa riferimento e riscontro alla nota di codesto Istituto n. 2069 del 19 gennaio 2022, in allegato, concernente l'oggetto.

Al riguardo nel ringraziare per gli spunti forniti si rappresenta che la suddetta nota ha indotto la scrivente Direzione Generale ad una attenta riflessione sulla problematica in oggetto che ha condotto ad una disamina approfondita di quanto stabilito dal Regolamento CE 2073/2005 e successive modifiche ed integrazioni.

Si rappresenta che il citato Regolamento, in modo inequivocabile, prevede l'assenza di *Salmonella* *Tiphymurium* e di *Salmonella* *Enteritidis* nelle carni fresche di pollame che devono pertanto essere escluse dal consumo alimentare. Per quanto attiene il riscontro di *Salmonelle* minori, diverse da *Salmonella* *Tiphymurium* e *Salmonella* *Enteritidis*, nelle carni fresche di pollame il Regolamento CE 2073/2005 non prevede un criterio. Ciò però non esclude che tale evento sia da considerare rilevante in quanto comunque si tratta di agenti patogeni in grado di causare malattia nell'uomo. Il 30% delle salmonellosi umane, come riportato sul sito web di codesto Istituto, sono sostenute da *Salmonelle* diverse da *Salmonella* *tiphymurium* e *Salmonella* *enteritidis*. Inoltre le *Salmonelle* minori possono essere spesso all'origine di fenomeni di resistenza agli antimicrobici e di diffusione di questo carattere ad altri sierotipi.

Il riscontro di Salmonelle minori *sulla carne fresca di pollame* in autocontrollo deve quindi comportare necessariamente azioni correttive quali la destinazione alla produzione di prodotti a base di carne trattati termicamente.

A seguito di controllo ufficiale la presenza di Salmonelle minori comporta l'attivazione del sistema di allerta RASFF ed il ritiro ed il richiamo, delle carni contaminate, per la destinazione a trattamento termico.

Diversamente per le *preparazioni di carne e per le carni macinate* il Regolamento CE 2073/2005 dispone l'assenza di Salmonella spp. e quindi di tutte.

Al riguardo risulta evidente che nel caso delle preparazioni di carne di pollame e nelle carni macinate di pollame la presenza di Salmonella, indipendentemente dal sierotipo isolato, comporta l'attivazione del sistema di allerta RASFF ed il provvedimento di ritiro e di richiamo del prodotto contaminato.

L'indicazione in etichetta "da consumarsi previa cottura o da consumarsi previa accurata cottura" rappresenta un'indicazione precauzionale per il consumatore; infatti nei prodotti alimentari "a rischio" si deve presumere che il ciclo produttivo garantisca "l'assenza di patogeni", e dunque di tutte le Salmonelle, in quanto anche le minori sono responsabili di malattia nell'uomo (fonte ISS).

Questa indicazione in etichetta non può costituire quindi, in caso di riscontro di Salmonella, una *misura correttiva*, ma deve essere interpretata come procedura cautelativa in ragione del probabile ma non certo rischio. Infatti il rischio diverrebbe certo se vi fosse tolleranza verso le Salmonelle cosiddette minori.

Si ritiene pertanto che, fatti salvi i casi in cui venga riscontrato un errore tecnico o procedurale nel campionamento o nell'esecuzione dell'analisi di laboratorio, codesto Istituto Superiore di Sanità, nei casi di istanze di controversia inerenti la presenza di Salmonella nelle carni di pollame, nelle preparazioni di carne di pollame e nelle carni macinate di pollame, non possa che confermare il giudizio espresso dalla ASL sulla controperizia e contestato dal ricorrente. Ovvero dovrà motivare un giudizio difforme da quello della ASL in relazione ad una accurata valutazione scientifica dell'innocuità dello specifico sierotipo riscontrato.

Relativamente alla considerazione che Salmonella è purtroppo diffusa negli allevamenti di pollame, fermo restando che negli allevamenti avicoli è previsto il piano di sorveglianza per Salmonella, con l'obiettivo di ridurre la prevalenza all'1% nei riproduttori e nel pollame da carne ed al 2% per le galline ovaiole, si ritiene che questa considerazione non possa essere una giustificazione per il riscontro del patogeno nell'alimento di origine animale né per lasciare il prodotto contaminato al libero consumo.

Si fa presente che recentemente anche la Commissione UE in relazione ad allerta attivate a seguito del riscontro di Salmonella nelle carni e nelle preparazioni di carne di pollame si è espressa sulla necessità dell'assenza di Salmonella.

REFERENTE: DR. PIETRO NOÈ

IL DIRETTORE GENERALE
(Dr. Massimo Casciello)

Firmato digitalmente da: CASCIELLO MASSIMO
Luogo: Roma
Data: 15/02/2022 13:41:15

**MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO
DIREZIONE GENERALE PER LA POLITICA INDUSTRIALE,
L'INNOVAZIONE E LE PICCOLE E MEDIE IMPRESE
Divisione VII – Industrie del Made in Italy, industrie creative e finanza di
impresa**

Alle Associazioni di categoria

Alla grande distribuzione organizzata

Al Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali
- Dipartimento delle Politiche Competitive, della Qualità Agroalimentare,
della Pesca e dell'Ippica
dicor.dipartimento@pec.politicheagricole.gov.it
- Dipartimento delle Politiche Europee e Internazionali
e dello Sviluppo Rurale
dipei.dipartimento@pec.politicheagricole.gov.it

- ICQRF - Ispettorato Centrale della Tutela della Qualità e della Repres-
sione Frodi dei Prodotti Agroalimentari
icqrf.capodipartimento@politicheagricole.it
icqrf.dipartimento@pec.politicheagricole.gov.it

Al Ministero della Salute
- Direzione Generale per l'Igiene e la Sicurezza
degli Alimenti e la Nutrizione
dgsan@postacert.sanita.it

**OGGETTO: Misure temporanee eccezionali - etichettatura prodotti
contenenti olio vegetali in sostituzione dell'olio di semi di girasole.**

Con la presente, si intende dare riscontro alle segnalazioni pervenute dalle maggiori associazioni imprenditoriali del settore agroalimentare e della grande distribuzione organizzata, sulle criticità determinate dalla sospensione delle esportazioni di alcuni alimenti dall'Ucraina, tra cui l'olio di semi di girasole.

L'olio di semi di girasole è la base essenziale di numerosi prodotti alimentari italiani quali ad esempio: biscotti, maionese, creme spalmabili, pasta ripiena, sughi, frittture, tonno.

L'Ucraina detiene il 60% della produzione e il 75% dell'export e rappresenta il principale coltivatore di girasoli al mondo. Entro un mese, con l'attuale andamento dei consumi, le scorte di olio di semi di girasole sono destinate ad esaurirsi. La situazione potrebbe inoltre complicarsi ulteriormente, se il conflitto dovesse proseguire, perché salterebbe la semina, prevista in primavera.

Secondo le stime attuali, entro breve termine, questo olio non sarà più disponibile e le imprese dovranno quindi riformulare i propri prodotti.

Oltre al problema dell'approvvigionamento e dell'individuazione e impiego dei possibili sostituti, è necessario individuare soluzioni per risolvere il problema delle etichette, che andrebbero aggiornate riportando gli ingredienti che sostituiscono l'olio di semi di girasole, in conformità al regolamento UE 1169/2011.

Visto che le etichette e gli imballaggi ordinati e utilizzati dalle imprese riportano tra gli ingredienti "olio di girasole", tenuto conto della difficoltà a provvedere in tempi rapidi alla stampa di nuove etichette e dei relativi costi, e in considerazione della complessità del quadro attuale, è necessario individuare una soluzione che presenti alti profili di sicurezza per i consumatori ed al tempo stesso non gravi eccessivamente sui produttori in un momento di grande criticità per il settore.

Pertanto, transitoriamente, in vista dell'adeguamento progressivo delle etichette, i produttori, nel rispetto della sicurezza e della corretta informazione dei consumatori potranno, prevedere l'introduzione, attraverso il getto d'inchiostro o altri sistemi equivalenti (es. sticker adesivi), di una frase che indichi quali oli e/o grassi siano stati impiegati in sostituzione dell'olio di girasole, segnalando l'eventuale presenza di allergeni.

I claims che indicano la presenza o assenza di determinati oli vegetali o claims comparativi, in caso di sostituzione dell'olio di girasole, dovranno essere opportunamente modificati, eventualmente tramite etichettatura aggiuntiva o altra analoga modalità, per garantire la corretta informazione dei consumatori.

La distribuzione al dettaglio inoltre dovrà ricorrere a idonei strumenti volti ad informare tempestivamente il consumatore sulla possibile sostituzione dell'olio di girasole mediante avvisi nei punti vendita con apposita cartellonistica, collocata ben evidentemente, in prossimità degli scaffali dei prodotti contenenti olio di girasole. In aggiunta si rimanderà ad ulteriori informazioni da inserire nei social, siti aziendali, ecc.

Il Sistema sopra descritto nell'ambito temporale emergenziale consentirebbe, da un lato, di fornire un'adeguata informazione al consumatore e ga-

rantire la piena tutela della sicurezza alimentare, e dall'altro, di assicurare ai produttori la possibilità di utilizzare oli alternativi senza dover cambiare le etichette.

In aggiunta, tenuto conto del possibile perdurare di incertezze in termini di approvvigionamento di oli e grassi vegetali, per la stampa delle nuove etichette, in via transitoria e segnalando sempre l'eventuale presenza di allergeni, si consente di riportare nella lista degli ingredienti la dizione generica della categoria oli e grassi vegetali seguita dalle origini vegetali potenzialmente presenti, in considerazione delle forniture disponibili - es. "oli e grassi vegetali (girasole, palma, mais, soia, ecc.)". Su tale ultimo aspetto saranno interessati i servizi della Commissione.

Si sottolinea che, in assenza di disposizioni armonizzate da parte della Commissione, tale nota ha valenza solo per mercato nazionale.

Si invitano le Amministrazioni in indirizzo a dare la massima diffusione della presente nota.

IL DIRETTORE GENERALE
Dott. Maurizio Montemagno

Firmato digitalmente da: Maurizio Montemagno
Organizzazione:
MISE/80230390587
Data: 11/03/2022 14:43:24

**MINISTERO DELLA SALUTE
DIREZIONE GENERALE IGIENE, SICUREZZA ALIMENTI E NU-
TRIZIONE
UFFICIO 4 - ALIMENTI PARTICOLARI E INTEGRATORI VIALE
GIORGIO RIBOTTA, 5 - 00144 ROMA**

D.G.S.A.N. UFF.IV/

Oggetto: Comunicazione correlata alla circolare del Ministero dello sviluppo economico registro uff. 0066415 dell'11 marzo us relativa a: "Misure temporanee eccezionali – etichettatura prodotti contenenti oli vegetali in sostituzione dell'olio di semi di girasole".

Con la presente si vogliono fornire alcune indicazioni operative relative agli alimenti soggetti ad obbligo di notifica al Ministero della salute alla luce della recente circolare del MISE correlata all'attuale emergenza Ucraina.

Si ritiene che gli operatori del settore alimentare possano, transitoriamente, non notificare la variazione degli alimenti, per i quali è obbligatoria la notifica, quando:

- 1) tali alimenti sono oggetto delle modifiche dovute a motivate difficoltà di approvvigionamento di alcuni ingredienti legate all'attuale situazione dell'Ucraina;
- 2) gli OSA adottano tutte le misure previste dalla circolare citata, in vista degli adeguamenti progressivi delle etichette.

Quanto sopra descritto è valido nell'ambito temporale dell'emergenza e può subire eventuali modifiche sulla base della evoluzione della posizione a livello UE.

Rimane fermo che la notifica va effettuata quando la modifica non è più transitoria ed emergenziale, ma diventa strutturale.

Si invita a dare la massima divulgazione alla presente nota.

IL DIRETTORE GENERALE
Dott. Massimo CASCIELLO

Referente:
Valeria Dusolina Di Giorgi Gerevini

Firmato digitalmente da: CASCIELLO MASSIMO
Luogo: Roma
Data: 14/03/2022 17:12:32

Libri.

Casi e materiali per un corso di politiche europee per il turismo. Un percorso pratico tra il diritto e la soft law dell'Unione europea in materia di turismo.

CRISTIANA FIORAVANTI – SAMUELE BARBIERI

Collana del Dottorato di ricerca in Diritto dell'Unione europea e ordinamenti nazionali, Università degli Studi di Ferrara.

Pacini giuridica, Pisa, 2022, ISBN: 9788833794563, Pagine: XV-304, brossura.

L'opera "*Casi e materiali per un corso di politiche europee per il turismo. Un percorso pratico tra il diritto e la soft law dell'Unione europea in materia di turismo*" di Cristiana Fioravanti e Samuele Barbieri costituisce un ottimo strumento per l'approfondimento di una materia che negli anni è stata profondamente plasmata dall'integrazione europea, pur se ricompresa in un ambito di competenza sostanzialmente privo di quelle capacità regolatorie che hanno reso possibile l'armonizzazione di tanti altri settori di interesse europeo.

Com'è noto il turismo ha trovato un primo riconoscimento formale a livello europeo con il Trattato di Maastricht, nell'ambito del quale non godeva, tuttavia, di una esplicita base giuridica per la costruzione di adeguate normative.

La materia si è, così, dipanata per molti anni fra interventi specifici ancorati alla clausola di flessibilità contenuta nell'art. 308 TCE (oggi 352 TFUE) e riconoscimenti (soprattutto giurisprudenziali) di diritti dei cittadini nell'ambito delle libertà fondamentali e della politica sui consumatori.

Nel 2009 il Trattato di Lisbona ha, finalmente, indicato una base giuridica esplicita su cui poter costruire interventi normativi, peraltro limitati al "completamento" delle politiche nazionali (cfr. l'art. 195 TFUE).

Da qui l'interessante ispirazione del taglio del volume, che dedica ampio spazio e attenzione alla "*soft law*" e al metodo che ha consentito comunque di intervenire in modo significativo su molteplici fronti: Comunicazioni, Raccomandazioni e interventi mirati di coordinamento, cui si aggiungono abbondanti spunti giurisprudenziali e altrettante normative di fondamentale importanza per ricostruire la traiettoria del percorso descritto.

Il volume si divide in tre capitoli:

I – Le nozioni fondamentali di diritto dell’Unione europea. La competenza dell’Unione europea in materia di turismo;

II – Le norme di diritto dell’Unione europea in materia di turismo;

III – Le politiche europee di turismo nella soft law dell’Unione europea.

La struttura evidenzia bene la natura complessa del settore di riferimento e accompagna il lettore in un percorso di ricostruzione di una traccia unitaria e coerente a una serie di atti che, altrimenti, potrebbero sfuggire alla individuazione nel contesto di un *telos* comune.

Il volume costituisce, dunque, un ottimo strumento didattico sia per chi si voglia avvicinare per la prima volta alla materia per ragioni professionali, sia per gli studenti che la studino nell’ambito dei diversi corsi di laurea specialistici delle Università italiane, per i quali risulterà preziosa anche la parte introduttiva che richiama le nozioni giuridiche di base del diritto U.E. onde assicurare una adeguata comprensione degli aspetti specifici trattati nei capitoli II e III.

V.R.

Notizie sugli autori.

Daniele Bianchi, Consigliere-Senior expert della Commissione europea, professore a contratto dell'Università Paris1-Pantheon-Sorbonne e Univ. François Rabelais, Tours; daniele.bianchi@ec.europa.eu;

Stefano Senatore, Avvocato del Foro di Trento, consulente e docente in legislazione alimentare e vitivinicola, Studio legale Senatore – Cibuslex; senatore@cibuslex.it;

Marco Ginanneschi, Dottore di Ricerca, Consulente aziendale e ricercatore indipendente in strategia e analisi di trend; marco.ginanneschi@finanzafutura.it;

Daniele Fabris, Business Lawyer in Milan; Dottore di ricerca in IP and Competition Law nell'Università degli Studi di Pavia; daniele90fabris@gmail.com;

Massimiliano Valcada, Avvocato del foro di Savona; Dottore di ricerca in Diritto dell'Unione europea; mvalcada@hotmail.com;

Rossana Pennazio, RTD-A in diritto agrario, Università del Piemonte Orientale; rossana.pennazio@uniupo.it;

Giorgio Remotti, Assegnista di ricerca in diritto dell'Unione europea, Università del Piemonte Orientale; giorgio.remotti@uniupo.it;

Giovanni Stangoni, esperto di legislazione alimentare, co-amministratore del gruppo FB CAFLA – Corso di Alta Formazione in Legislazione Alimentare, jonstan@libero.it.

Si ringraziano per la collaborazione nella revisione degli articoli e impaginazione della Rivista gli studenti **Mattia Manfredi e Silvia Costantini**.

Finito di stampare nel mese di marzo 2022
presso la *Grafica Elettronica* - Napoli