

Recensioni

Geographical Origin and Olive Oil

di Ángel Martínez Gutiérrez

Editoriale Scientifica, 2020, pp. 153, ISBN 978-88-9391-950-0

L'Olio di oliva

La disciplina della produzione e della commercializzazione dell'olio di oliva ha conosciuto, negli ultimi venti anni, rilevanti innovazioni, tanto nella dimensione dell'Unione Europea che in quella nazionale.

Da ultimo, la crescente globalizzazione delle catene di distribuzione, oltre ad incidere sulle pratiche commerciali e sulla stessa dimensione dei mercati con una quota crescente di vendite a distanza, ha fatto emergere nuove domande di garanzia, sul versante dell'origine, della qualità, della comunicazione, con l'introduzione di nuove regole e di nuovi sistemi di controllo, e la crescente attenzione a profili anche etici legati alla valorizzazione di canoni di *autenticità del prodotto*.

Ne è risultata per l'Olio di oliva una disciplina in movimento, che richiede una lettura complessiva delle regole oggi applicabili.

Il volume di Ángel Martínez Gutiérrez, professore di diritto commerciale nell'Università di Jaen che da oltre un decennio studia i temi legati alla disciplina dell'olio di oliva, muove dalla consapevolezza delle persistenti incertezze applicative e ricostruttive, sia a livello europeo che a livello nazionale (come l'A. sottolinea nel primo capitolo, in cui dà conto dell'occasione della ricerca).

Le numerose decisioni degli Uffici preposti alla registrazione dei segni di proprietà industriale, in Spagna e nell'Unione Europea, non hanno consentito il superamento delle richiamate incertezze. E la stessa giurisprudenza, nazionale e della Corte di giustizia, non ha enunciato linee guida chiare e condivise in argomento.

D'altro canto, il legislatore europeo, a far tempo

dal Regolamento 22 dicembre 1998, n. 2815/98, della Commissione, relativo alle norme commerciali dell'olio d'oliva, è più volte intervenuto in argomento con una serie di regolamenti esecutivi.

L'ambito applicativo di questi regolamenti di settore si interseca con le novità introdotte, sul piano più generale, dal Regolamento (EU) n. 1169/2011 sulla fornitura di informazioni al consumatore di prodotti alimentari, e dal Regolamento (UE) n. 1151/2012 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari.

Da ciò l'interesse sull'uso di indicazioni geografiche descrittive degli oli di oliva, e sulla possibile registrazione ed utilizzazione di marchi geografici per tali prodotti.

Così definita l'area di indagine, il secondo capitolo del volume analizza le linee emergenti nel mercato degli oli di oliva e le risposte adottate dal legislatore comunitario, a partire dalla prima OCM materie grasse, Regolamento (CE) n. 136/66/EEC sino alle ultime OCM uniche del 2007 e del 2013, e parallelamente con le direttive in tema di etichettatura e pubblicità ingannevole. Nell'indagine, peculiare attenzione è assegnata alla vicenda che ha visto contrapposti l'Italia e la Commissione Europea in esito all'emanazione della Legge italiana n. 313 del 3 agosto 1998 che ha introdotto "Disposizioni per la commercializzazione dell'olio extravergine di oliva, dell'olio di oliva vergine e dell'olio di oliva"; vicenda che nell'arco di pochi mesi ha portato all'adozione del nuovo ed originale Regolamento 22 dicembre 1998, n. 2815/98, della Commissione. L'A. pone in rilievo come si sia trattato di un'esperienza esemplare di interazione fra iniziativa legislativa nazionale e normazione comunitaria. Il capitolo dà poi conto delle ulteriori novità legislative che si sono susseguite in sede europea nei primi anni di questo secolo.

Il terzo capitolo esamina le linee evolutive emerse a far tempo dal Regolamento (CE) n. 1019/2002, sottolineando la crescente attenzione assegnata

anche in sede europea al tema dell'origine dell'olio di oliva vergine ed extravergine, ed il passaggio da indicazioni volontarie ad indicazioni obbligatorie. Anche in questo caso peculiare attenzione è data alle vicende che hanno visto l'emergere di ulteriori conflitti fra la Commissione Europea ed il Governo italiano sui temi relativi all'origine di un prodotto, l'olio di oliva, connotato da una forte caratterizzazione identitaria e territoriale. Il risultato di questa serie di interventi e modifiche disciplinari, peraltro, non è esente da tensioni – come sottolinea Ángel Martínez Gutiérrez – nella misura in cui si confrontano nel mercato produttori che hanno interesse a segnalare l'origine del loro olio come segno di eccellenza rivolto ai consumatori, ed imbottigiatori o rivenditori che puntano a proporre l'olio da essi venduto come avente un'origine diversa da quella reale. Esempio paradigmatico, riferito nel volume, è quello di olio spagnolo, venduto da imbottigiatori disinvolti in Europa e fuori dall'Europa come *Made in Italy*.

Il quarto capitolo discute la complessa relazione fra la generale disciplina in tema di marchi e la speciale disciplina dettata dai regolamenti comunitari quanto alla designazione di origine degli oli di oliva vergini ed extravergini. L'analisi mette in evidenza la contraddittorietà di tali disposizioni e l'incertezza che ne è risultata in sede applicativa, sia in sede comunitaria che nella dimensione nazionale, come confermato da una serie di decisioni giudiziali esaminate nel capitolo. Un'interpretazione sistematica, condotta nel rispetto dei canoni fissati dall'art. 3 (1) del codice civile spagnolo (il cui testo sotto molti profili richiama quanto dispone l'art. 12 delle disp. prel. al codice civile italiano), porta l'A. a concludere per un'originale lettura delle norme contenute nel regolamento della Commissione UE sulla designazione di origine dell'olio di oliva, tale da evitare che queste norme vengano intese come ostative all'attuale registrazione di marchi geografici in riferimento a tali prodotti.

Il quinto capitolo investe la questione, che ha assunto rilievo crescente negli ultimi anni, dell'indicazione di origine dell'olio di oliva utilizzato come ingrediente di prodotti composti. L'A. sotto-

linea l'interesse commerciale degli operatori economici a porre in rilievo non tanto il luogo in cui il prodotto composto è stato elaborato, quanto piuttosto il luogo di origine degli ingredienti "così da far beneficiare il prodotto finale della reputazione collegata alle qualità e proprietà dell'ingrediente". Le disposizioni in argomento contenute nel Regolamento (UE) n. 1169/2011 sulla comunicazione al consumatore di prodotti alimentari hanno fornito alcuni elementi disciplinari, affidando alla Commissione UE il compito di definire nel dettaglio tale regolazione. Il Regolamento (UE) di esecuzione della Commissione 2018/775 non ha contribuito a definire esattamente il quadro di regole applicabili al caso dell'utilizzazione dell'olio di oliva quale ingrediente primario, nella misura in cui ha introdotto una serie di possibili canoni di origine diversi da quelli specifici previsti dai regolamenti in tema di indicazione di origine degli oli di oliva vergine ed extravergine. Problemi interpretativi ed applicativi si pongono anche per l'uso di oli di oliva DOP o IGP quali ingredienti. Il risultato di questa irrisolta complessità e sovrapposizione di disposizioni e testi legislativi è il paradosso di una *iperprotezione*, che nei fatti può tradursi in una protezione negata, come osserva l'A. esaminando le Raccomandazioni della Commissione in argomento e la recente decisione della Corte di giustizia nel caso *Champagner Sorbet*.

Le conclusioni sintetizzano in dieci punti i risultati dell'analisi svolta. Il *fil rouge* che ne emerge, a fronte della pluralità dei provvedimenti normativi a vario titolo intervenuti, e del perdurante confronto fra assetti regolatori differenziati, è quello che valorizza la collocazione della speciale disciplina sull'etichettatura dell'olio di oliva vergine ed extravergine all'interno del più generale impianto di regole del mercato: dai principi di leale concorrenza alla protezione della proprietà industriale nelle sue diverse declinazioni, comprendente nomi geografici, denominazioni di origine, e marchi commerciali.

La ricerca si propone così quale occasione di originale rilettura, in prospettiva comparativa, di un'area disciplinare cruciale, centrata sulla tutela dell'*origine dell'olio di oliva* come essenziale ele-

mento di autenticità di tale prodotto nel mercato. L'utilizzazione della lingua inglese come lingua veicolare favorisce la condivisione di tale ricerca anche con lettori, studiosi ed operatori, di altri ordinamenti. Sicché il volume, oltre ad offrire una compiuta analisi sistemica della disciplina applicabile ai diversi livelli, europeo e nazionale, risulta strumento operativo di grande utilità nella pratica

professionale di chi opera nel settore, specie in Paesi, quali la Spagna e l'Italia, nei quali la produzione di olio di oliva di qualità ha radici profonde e risalenti.

Ferdinando Albisinni

