

Qualità e trasparenza della filiera degli oli di oliva vergini (commentario breve della l. 14 gennaio 2013, n. 9)

di STEFANO MASINI

1. Mercato degli oli di oliva vergini: criticità e proposte di tutela. - 2. Indicazione dell'origine e classificazione. - 3. Trasparenza e tutela del consumatore. - 4. Funzionamento del mercato e concorrenza. - 5. Contrasto delle frodi. - 6. Ridefinizione delle relazioni di filiera.

1. - La libertà di scambio nel settore degli oli vergini di oliva ha richiesto, nel tempo, l'abolizione di ostacoli all'integrazione del mercato, rimuovendo pretesi svantaggi competitivi per i produttori, in una logica economico-efficientistica, che ha finito con il provocare un'erosione delle tutele riconosciute ai consumatori, se non in termini di potenzialità lesive della salute, per quanto riguarda, invece, l'affidabilità dei prodotti in ragione della mancata corrispondenza tra quanto atteso e percepito, da un lato e quanto occultato con frodi e contraffazioni al consumatore, dall'altro lato.

Per quanto sia disponibile un sistema informativo molto articolato, in ragione di un elevato grado di integrazione tra le norme sull'etichettatura, sulla pubblicità e sui segni distintivi che ha portato con facilità all'accesso di rimedi in sede processuale (1), un flusso continuo e aggiornato di innovazioni tecnologiche ha dimostrato di poter modificare composizione e qualità dei prodotti in esame destinati al consumo di massa.

Di fronte alle difficoltà della politica, del tutto evidenti sul piano regolativo ma pure rappresentative, nel compito di selezione delle domande sociali, si è da ultimo, sostenuto che non sarebbe per essa opportuno rincorrere una impossibile legislazione, composta da un inventario di norme ordinate a consolidare un modello di relazioni economiche e giuridiche all'inseguimento di qualsiasi novità, in quanto «operazione incompatibile con i tempi parlamentari e destinata a perdere l'insostenibile sfida con quel mutamento continuo che può far risultare superata una norma nel momento stesso in cui viene approvata» (2).

Una prima ricognizione della l. 14 gennaio 2013, n. 9 *Norme sulla qualità e la trasparenza della filiera degli oli di oliva vergini* – che può solo ambire a formulare un abbozzo di riflessione assai sintetico – tradisce, non di meno, l'interesse a tener conto delle *chances* di effettivo *enforcement* per quanto riguarda le finalità e l'efficienza delle singole previsioni rispetto alla regolazione delle dinamiche assunte dai processi e dai protagonisti della competizione nel settore al confronto con le ben note sofferenze dei cittadini-consumatori (3).

In effetti, rispetto all'iniziale impostazione è da registrare subito un sostanziale svuotamento dei contenuti proposti a presidio della correttezza delle operazioni della filiera, tenuto conto che il d.l. 22 giugno 2012, n. 83 convertito, con modificazioni, con l. 7 agosto 2012, n. 134 *Misure urgenti per la crescita del Paese* ha già anticipato la scelta di sistema attraverso la messa a fuoco di due strumenti essenziali alla correzione delle distorsioni che si vanno da tempo consumando nel settore.

Non vi è dubbio, però, che l'approccio scelto per la riscrittura della filiera degli oli di oliva non solo fa i conti ma dà prova di dilatare decisamente i confini dell'innovazione giuridica, il cui vitalismo è da tempo evocato per connotare la traiettoria di sviluppo della intera materia dell'alimentare (4).

Lo stimolo normativo si pone, in effetti, ben al di là di una semplice razionalità strumentale posta a servizio del pieno dispiegamento degli strumenti recentemente abbozzati e contiene un'ampia congerie di previsioni per molti aspetti inedite ed espressione di un disegno di piena valo-

(1) Per una rassegna ordinata, si veda ALBISINI F., voce *Olio di oliva*, in *Banca dati on line Diritto alimentare. Mercato e sicurezza*, diretta dallo stesso A., www.leggiditaliaprofessionale.it, 1 e ss.

(2) In questi termini, si legga RODOTÀ S., *Il diritto di avere diritti*, Roma-Bari, 2012, 60.

(3) Le ragioni dell'opportunità dell'intervento legislativo sono formulate, in termini generali, nella relazione al disegno di legge n. 3211 d'iniziativa dei senatori Mongiello ed altri comunicato alla Presidenza del Senato della Repubblica il 20 marzo 2012 *Norme sulla qualità e la*

trasparenza della filiera degli oli di oliva vergini: «l'esigenza di ostacolare la commissione di attività fraudolente e pratiche commerciali scorrette nell'ambito della filiera degli oli di oliva vergini richiede, a tutela dei consumatori e della leale concorrenza tra le imprese, l'introduzione di norme che preservino l'autenticità del prodotto e la trasparenza delle informazioni fornite sia in etichetta che nell'ambito delle pratiche commerciali».

(4) Sul tema, si vedano le anticipate e generali osservazioni di ALBISINI F., *Strumentario di diritto alimentare europeo*, Torino, 2009, 3.

rizzazione degli oli di oliva vergini (5) attraverso l'utilità che un mercato regolamentato è in grado di assicurare sul piano di una offerta di qualità.

Il trapianto di una serie di regole apparentemente disomogenee in un testo organizzato non senza difetti di unità ma rivolto, con obiettiva coerenza, alla disciplina del settore in vista della rimozione degli *scostamenti* che l'attuale realtà concorrenziale segnala come veicolo di ripetuti abusi nella trasparenza di comportamenti e nella affidabilità degli operatori ne fanno, dunque, un provvedimento corredato di una significativa robustezza pratica e, insieme, simbolica, lasciando intendere che il diritto non è il *seguito* dell'economia.

2. - Il capo I (*Norme sulla indicazione dell'origine e classificazione degli oli di oliva vergini*) fa i conti con l'esigenza di disciplinare, in modo tendenzialmente completo, istituti che già risultano caratterizzati da una precisa opzione d'intervento, da parte del legislatore, *recente*, nei limiti della temporaneità, ma *bloccata* nel suo pieno dispiegarsi.

Con la previsione dell'art. 1 (*Modalità per l'indicazione di origine*) l'attenzione si spinge subito verso il concreto vissuto del consumatore affinché, dopo aver ottenuto – a seguito della propensione interventista dello Stato e della successiva adesione europea alla oggettiva valenza della indicazione obbligatoria dell'origine (6) – la *conquista* del diritto, non debba andar disgiunta da una effettiva considerazione delle modalità del suo esercizio.

Del resto, il 'considerando' 26 del nuovo regolamento europeo in materia di fornitura delle informazioni sugli alimenti ai consumatori (7) stante la rilevanza di appositi studi ha anticipato, testualmente, che «la buona leggibilità costituisce un elemento importante per far sì che l'informazione contenuta nell'etichetta possa influenzare al massimo il pubblico e che le informazioni illeggibili sul prodotto sono una delle cause principali dell'insoddisfazione dei consumatori nei confronti delle etichette alimentari».

Viene, dunque, precisato che l'indicazione dell'origine degli oli di oliva vergini disciplinata dal d.m. 10 novembre 2009 *Disposizioni nazionali relative alle norme di commercializzazione*, che figura attraverso la menzione del nome dello Stato, dell'Unione europea o di un Paese terzo, debba essere indicata in modo da risultare facilmente visibile e, cioè, evidenziata con una dicitura che non si *disperda* tra le altre informazioni oltre che chiaramente leggibile, nel campo visivo anteriore dell'imballaggio o dell'etichetta appostavi, utilizzando caratteri non troppo piccoli, di colore adeguato rispetto allo sfondo e non deformabili.

Si dispone, inoltre, che la stessa dicitura posta nel campo dedicato sia stampata in caratteri la cui parte mediana sia pari o superiore a 1.2 mm, così da presentare un significativo contrasto tra la scrittura e lo sfondo, anticipando l'applicazione delle modalità di presentazione delle indicazioni obbligatorie sugli alimenti introdotte, in via generale, dal regolamento n. 1169 cit.

I caratteri riservati all'indicazione dell'origine degli oli

di oliva vergine possono, comunque, essere stampati, con libera scelta della comunicazione commerciale, da parte del confezionatore, in dimensioni uguali a quelle utilizzate per la denominazione di vendita, all'interno dello stesso campo visivo e con uguale rilevanza cromatica.

Per evidenziare la diversità di composizione dei prodotti in quanto ottenuti attraverso l'assemblaggio di partite trasformate in altre zone geografiche, europee o meno, è, infine, previsto che l'indicazione dell'origine sia immediatamente preceduta dall'indicazione della dicitura *miscela* stampata secondo le alternative modalità geografiche sopra precisate ma con differente e più marcata evidenza cromatica rispetto allo sfondo, alle altre informazioni ed alla stessa denominazione di vendita.

L'art. 2 (*Comitato di assaggiatori*) traduce, a sua volta, l'esigenza di rendere pienamente operativa la disciplina europea in ordine ai così detti *panel test*.

Com'è noto, il regolamento (CEE) 11 luglio 1991, n. 2568 della Commissione *relativo alle caratteristiche degli oli di oliva e degli oli di sansa d'oliva nonché ai metodi ad essi attinenti* considera la necessità di distinguere i vari tipi di olio in base alle caratteristiche fisico-chimiche di ciascuno e, al fine di garantire la qualità e la purezza degli oli vergini, introduce l'ulteriore definizione delle caratteristiche organolettiche in funzione dell'intensità dei difetti percepiti, del *flavour* fruttato e degli altri attributi positivi.

Il *Metodo del consiglio oleicolo internazionale per la valutazione organolettica degli oli d'oliva vergini* contenuto nell'allegato XII del regolamento precisa attraverso uno specifico vocabolario tali attributi, sia positivi (*fruttato, amaro, piccante*) che negativi (ad esempio: *riscaldamento, muffa-umidità, avvinato-agro, metallico, rancido*), mentre provvede alla verifica della corrispondenza di un olio di oliva vergine, sotto il profilo delle sue caratteristiche, alla categoria dichiarata, un apposito *panel di assaggiatori*, riconosciuto da ogni singolo Stato membro, la cui decisione resta suscettibile di revisione mediante incarico ad altri comitati di assaggio, in modo da confermare la classificazione secondo le risultanze combinate delle controanalisi.

Al fine di assicurare la piena funzionalità di tali comitati risulta, quindi, completata la disciplina di organizzazione e di funzionamento della verifica delle predette caratteristiche contenuta nel d.m. 28 febbraio 2012 *Criteri e modalità per il riconoscimento dei panel di assaggiatori ai fini della valutazione e del controllo delle caratteristiche organolettiche degli oli di oliva vergini di cui al regolamento (CEE) n. 2568/91, nonché per l'iscrizione nell'elenco nazionale di tecnici ed esperti degli oli di oliva vergini ed extravergini*.

Appare chiaro, per quanto interessa approfondire in ordine all'obiettivo di una corretta funzionalità dei comitati di assaggio, che la minuziosa descrizione di mansioni, competenze e procedure dell'esame tenda all'affermazione della neutralità dell'esito dell'analisi, in quanto se bene – come si è detto – sia utilizzato ai fini della ricognizione delle caratteristiche organolettiche per confermare la classificazione merceologica degli oli di oliva vergini è sul piano

(5) Per oli di oliva vergini si intendono gli oli di oliva di cui all'allegato XVI punto I del regolamento (CE) n. 1234/2007 del Consiglio del 22 ottobre 2007 *recante organizzazione comune dei mercati agricoli e disposizioni specifiche per taluni prodotti agricoli (regolamento unico OCM)*.

(6) Per una sommaria ricognizione della successione delle fonti europee e domestiche, si rinvia al mio *Corso di diritto alimentare*, Milano, 2011, 204-207. In dottrina, ancora, oltre al mio *Etichettatura dell'olio di oliva (Osservazioni alla l. 3 agosto 1998, n. 313)*, in *Riv. dir. agr.*, 1998, 491, si vedano *amplius* ALBISINI F., *La Commissione europea e l'etichettatura dell'olio di oliva*, *ivi*, 1998, 465; *Id.*, *Ma l'Europa è dalla parte dei consumatori? Il caso della legge sull'etichettatura dell'olio d'oliva*, in questa *Riv.*, 1999, 73; *Id.*, *Lavar la testa all'asino o la designazione d'origine dell'olio di oliva vergine ed extravergine*, in *Riv. dir. agr.*, 2001, I, 77 non

che COSTATO L., *L'olio vergine di oliva tra diritto interno e diritto comunitario*, *ivi*, 1998, I, 553 e *Id.*, *Etichettatura dell'olio di oliva*, in questa *Riv.*, 2001, 135.

(7) Cfr. regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio del 25 ottobre 2011 *relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, che modifica i regolamenti (CE) n. 1924/2006 e (CE) n. 1925/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio e abroga la direttiva 87/250/CEE della Commissione, la direttiva 90/496/CEE del Consiglio, la direttiva 1999/10/CE della Commissione, la direttiva 2003/13/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, le direttive 2002/67/CE della Commissione e il regolamento (CE) n. 608/2004 della Commissione*, su cui si veda GERMANÒ A., *Le indicazioni in etichetta (e la loro natura) e i segni degli alimenti*, in *Riv. dir. agr.*, 2012, I, 207.

processuale che il *panel* non è stato, fino ad ora, impiegato al fine di risolvere in sede contenziosa le non conformità dei risultati di verifica.

Rimosse le smagliature operative e considerato lo strumento necessario per la messa in commercio di oli di caratteristiche conformi può, perciò, trovare applicazione la recente previsione contenuta nell'art. 43, comma 1 *ter*, d.l. 22 giugno 2012, n. 83 convertito, con modificazioni, con l. 7 agosto 2012, n. 134 *Misure urgenti per la crescita del Paese* che attribuisce alla verifica dei comitati di assaggio, istituiti sia su iniziativa della pubblica amministrazione che di enti o di associazioni professionali e riconosciuti, il valore probatorio di test.

Ai fini della conferma della classificazione proposta in commercio degli oli il ricorso all'esame organolettico si presenta, del resto, uno strumento complementare di indubbia utilità, nel confronto con alcuni parametri analitici.

In specie, ai fini della rintracciabilità di oli così detti *deodorati* – e, cioè, sottoposti ad operazioni di tecnologia alimentare mediante trattamento termico idoneo ad eliminare sentori sgradevoli – è riscontrabile come, al termine del procedimento, non siano di norma percepibili i difetti organolettici, ma resta, comunque, elevato il limite di alchil esteri, così che sia lecito presupporre che la partita sia stata fraudolentemente manipolata.

Invero, il contenuto di metil esteri degli acidi grassi in base al parere degli esperti chimici e in conformità dei lavori svolti nell'ambito del consiglio oleicolo internazionale è stato, di recente, aggiornato dal regolamento (CE) della Commissione del 24 gennaio 2011, n. 61 *che modifica il regolamento (CEE) n. 2568/91 relativo alle caratteristiche degli oli di oliva e degli oli di sansa d'oliva nonché ai metodi d'analisi ad essi attinenti* e stabilito in corrispondenza a 75 mg/kg (8).

Tali composti, che si formano a causa della combinazione tra acidi grassi liberi, alcol metilico ed etilico sono riconducibili ai processi fermentativi in atto nella fase di conservazione delle olive o in quella antecedente della relativa trasformazione a gradi di maturazione avanzata per l'inveterata consuetudine di procedere alla raccolta a terra.

Si ritiene per tanto, che «un alto valore di alchil esteri è, come lo sono l'acidità libera e la presenza di difetti sensoriali, un indice di filiera che evidenzia una scarsa attenzione verso le corrette pratiche agronomiche e tecnologiche di produzione, che male si concilia con la qualità che dovrebbe avere un olio extravergine di oliva» (9).

La circostanza accennata che, negli oli di buona qualità, il contenuto di alchil esteri sia trascurabile e che, invece, aumenti nei prodotti ottenuti a partire da olive che abbiano subito accentuati fenomeni fermentativi di degradazione ha portato, dunque, a contemplare un valore-limite diverso, pari a 25 mg/kg, per gli oli di oliva di categoria superiore – e, cioè, extravergini – nell'art. 43, comma 1 *bis*, d.l. n. 83 del 2012.

È da sottolineare, però, come non sia vietata la commercializzazione di oli che presentino un contenuto di alchil esteri superiore a tale ridotto parametro quando sia, comunque, conforme al diverso contenuto misurato a livello europeo poiché – com'è evidente – un limite alla

circolazione derivante da una regola nazionale diversa prefigurerebbe una inaccettabile violazione della disciplina di mercato.

In realtà, la rivisitazione del parametro riguarda esclusivamente gli oli di oliva extravergini che sono etichettati con la dicitura *Italia* o *italiano* o che, comunque, evocano una provenienza nazionale ai sensi della disciplina precitata, senza alcun effetto discriminatorio o restrittivo per la circolazione degli oli aventi una diversa caratterizzazione analitica, prodotti in altri Stati membri.

Il superamento determina, piuttosto, l'avvio di un *piano di sorveglianza* che consiste in un'intensificazione dei controlli, da parte delle autorità competenti, sia di natura documentale che fisica, nei confronti dell'impresa responsabile della produzione e della immissione in commercio del prodotto *irregolare*, in modo da verificare, rispetto all'origine designata in etichetta, le cause che ne hanno compromesso la qualità attesa.

Degli accertamenti condotti a partire dalla tracciabilità dell'olio sono, quindi, resi noti gli esiti, a cura delle stesse autorità di controllo, tramite la pubblicazione e l'aggiornamento in una sezione dedicata del portale *internet* del Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali, introducendo, per questa via, modalità inedite di informazione diretta grazie alla tecnologia della rete, che attiva un messaggio *interattivo e partecipativo* con i consumatori.

Si assegna, infatti, all'opinione dei consumatori un'effettività diversa da quella tradizionalmente sperimentata con la fornitura delle informazioni in etichetta delle caratteristiche di qualità degli alimenti, in quanto la messa in rete delle analisi degli oli di cui sia accertato il superamento del valore-soglia di alchil esteri, sembra configurare una vera e propria *sanzione informale* capace di indurre gli operatori del settore a considerare necessaria, per la propria azione economica, una riconversione spontanea delle tecniche di produzione.

La valutazione comparativa dell'accertamento finisce, cioè, per risolversi, di fronte all'offerta ancora conforme alla disposta classificazione categoriale, in una *disapprovazione*, da parte dei consumatori, traducibile, in ultima istanza, nella rinuncia consapevole all'acquisto di prodotti che rivestono un valore diverso in base ad una esperienza ottimale di acquisto.

3. - La conferma dell'abbandono di una logica astratta per spingere il livello di tutela al concreto vissuto delle condizioni del consumatore, si rintraccia anche nella struttura del Capo II (*Norme sulla trasparenza e sulla tutela del consumatore*) che introduce una disciplina articolata diretta a rimuovere il *deficit* informativo nella dimensione negoziale.

Non ostante l'affinarsi della strumentazione giuridica conseguenza dell'elaborazione di parametri di valutazione e di apprezzamento di comportamenti contrattuali scorretti in riferimento proprio agli oli vergini (10), si può ben dire che non sia stato, ancora, messo a punto un sistema di effettiva garanzia per i consumatori oltre che per qualche smagliatura nell'operato dei giudici anche per la configurazione di questo segmento di mercato come arena inesorabilmente condizionata da elementi soprafattori di *marketing*.

(8) Si vedano, in argomento, MARIANELLA R.M. - FABERI A. - DI CICCO M.G., *Un nuovo parametro di qualità per gli oli extra vergini di oliva: gli alchil esteri*, in *Alimenta*, 2011, 53.

(9) COSÌ SERVILI M., *Osservazioni sul contenuto in alchil esteri degli oli extravergini di oliva*, Parere *pro veritate* formulato a Confederazione nazionale coltivatori diretti, Perugia, 4 ottobre 2012.

(10) Cfr. Cons. Stato, Sez. VI 6 marzo 2001, n. 1254, in questa Riv., 2001, 396, con nota di ALBISINNI F., *Anche per il Consiglio di Stato l'origine*

dell'olio è quello delle olive non che Trib. Torino, Sez. IX Civ. 9 dicembre 2004, n. 36282/04, *ivi*, 2005, 665, con richiamo ad ALBISINNI F., *Dall'etichetta al marchio: origine degli alimenti ed origine della materia prima in un caso di diritto industriale*, *ivi*, 621; Trib. Alba 20 giugno 2005, n. 270, *ivi*, 2006, 259, con una mia nota, *Liceità della concorrenza e origine dell'olio: prassi economica ed esperienza sociale* non che Cass. Sez. III Pen. 7 aprile 2006, n. 12452, Grassi, *ivi*, 2006, 525, con nota di ALBISINNI F., *Anche per la Corte di cassazione l'origine dell'olio è quella delle olive*.

Uno dei risvolti positivi della legge in esame può, sotto questo profilo, allacciarsi all'obiettivo di ridisegnare con nettezza il quadro di regole già utilizzabili dal consumatore per la verifica dell'opportunità di giocare le proprie carte sul mercato senza indebito condizionamento, superando le incertezze, i vuoti o i silenzi che accompagnano quella misura di *normalità* risultante dalla media statistica dei comportamenti, estranea ad ogni logica di confronto con la variabilità individuale e sociale.

Può trovare, così, conferma l'ispirazione di fondo dell'innovazione legislativa: il consumatore astratto scompare e cede alla concretezza dell'individuo che, di fronte allo scaffale, nelle scelte quotidiane di consumo, percepisce il bisogno di un'effettiva conoscenza delle caratteristiche del prodotto, a partire dalla sua origine, senza che possa più considerarsi sufficiente il soccorso offerto dalla serie di riferimenti a cui rinvia il *filtro* dell'etichettatura.

L'art. 4 (*Divieto di pratiche commerciali ingannevoli*) codifica, in specie, il criterio di identificazione dell'origine degli oli vergini con il territorio di raccolta delle olive, così da ritenere mendace l'affermazione attraverso diciture, immagini e simboli della provenienza da una diversa zona geografica perché suscettibile di veicolare l'erroneo convincimento che il prodotto possiede determinate caratteristiche (11).

Deve conseguentemente presumersi che anche la relativa omissione di indicazioni rilevanti circa la zona geografica di origine possa indurre in errore il consumatore circa la provenienza territoriale delle olive, alterando la reale percezione.

Costituisce un ulteriore pressione atta a limitare notevolmente la capacità decisionale del consumatore di oli di oliva – diversi da quelli extravergini – anche la indicazione di valutazioni organolettiche riconducibili alla lista degli attributi positivi enumerati nel regolamento (CEE) n. 2568 del 1991, in quanto idonea a generare un effetto confusorio sul contenuto reale del prodotto nel termine di raffronto con la tipologia commerciale di qualità superiore.

Poiché nella prospettiva del controllo delle attività economiche la comunicazione della provenienza geografica rappresenta uno strumento in grado di influenzare da sola il collocamento dei prodotti anche quando coincida con il marchio di impresa l'art. 5 (*Illiceità dei marchi*) interviene, a sua volta, a chiarirne la funzione significativa.

La precisazione presenta un'indubbia utilità posto che, non ostante un indirizzo che sembrava consolidato, volto ad ammettere la decettività del marchio inclusivo di un'indicazione geografica capace di confondere il consumatore sulla vera origine dell'olio, il giudice amministrativo ha, da ultimo, escluso l'ingannevole rappresentazione del messaggio pubblicitario con riferimento alla diversa provenienza delle olive (12).

Per gli stessi motivi, si dispone che il vizio sopra descritto precludente il valido costituirsi del segno ne faccia venir meno la protezione, in ragione della sopravvenuta carenza della condizione di localizzata provenienza delle olive dall'area geografica che forma oggetto del marchio.

Il rinvio alla procedura che disciplina l'azione diretta ad ottenere la dichiarazione di decadenza prevista dall'art. 122 del *codice della proprietà industriale* fonda, quindi, la legittimazione di chiunque abbia interesse ovvero del pubblico ministero, in contraddittorio di tutti coloro che sono annotati nel registro quali aventi diritto in quanto titolari del marchio e dispone l'annotazione della decisione nello stesso a cura dell'*Ufficio italiano brevetti e marchi*.

Nel caso in cui sia dichiarata la decadenza del segno distintivo è previsto, inoltre, che sia assicurata la conoscibilità attraverso la pubblicazione della notizia almeno su due quotidiani a diffusione nazionale anche in ragione del non trascurabile periodo concesso ai fini del completamento delle operazioni di ritiro dei prodotti.

Sempre per rafforzare la struttura competitiva del mercato degli oli di oliva vergine, contrastando la veicolazione di informazioni riconducibili all'uso del marchio, da parte del titolare o del licenziatario, con modalità tali da fuorviare il processo volitivo del consumatore in base alla provenienza italiana, viene prevista, a carico del contravventore, la penalizzazione del reato. Ai sensi dell'art. 6 (*Ipotesi di reato connesse alla fallace indicazione nell'uso del marchio*) si configura, infatti, in forza del collegamento operato all'art. 4, comma 49 *bis*, della l. 24 dicembre 2003, n. 350 *Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge finanziaria 2004)* una fallace indicazione nell'uso del marchio con modalità tali da indurre il consumatore a ritenere che il prodotto sia di origine italiana, da determinarsi – per quanto sopra detto – non solo in riferimento alla località di molitura (il frantoio), ma in riferimento anche al luogo di raccolta delle olive (l'oliveto).

Per altro, dopo aver proposto la più intensa tutela dell'indicazione *Made in Italy* per gli oli prodotti integralmente nel territorio nazionale, è disposta, nel caso di violazione, una previsione sanzionatoria di nuovo conio, con il rinvio all'art. 517 c.p., in luogo dell'addebito della mera sanzione amministrativa pecuniaria.

Una grave carenza riscontrata dal legislatore nei confronti della comunicazione ai consumatori delle caratteristiche essenziali degli oli di oliva inerenti alla garanzia della buona conservazione sotto il profilo igienico-sanitario, in modo da evitare i pericoli di degradazione o alterazione, concerne, ancora, ai sensi dell'art. 7 (*Termine minimo di conservazione e presentazione degli oli di oliva nei pubblici esercizi*) l'accertamento di una data entro la quale è consigliata la consumazione.

(11) Cfr. Autorità garante della concorrenza e del mercato, provv. n. 1078 (Rif. PI/42) 21 aprile 1993, Turri/Oleificio Viola, in *Boll.*, n. 8/1993; provv. n. 2488 (PI370) 23 novembre 1994, Turri olio, *ivi*, 12 dicembre 1994, n. 47; provv. n. 4150 (PI804) 9 agosto 1996, Consorzio tutela olio del Garda, *ivi*, 29 agosto 1996, n. 32-33; provv. n. 4970 (PI1230) 30 aprile 1997, Bertolli Lucca, *ivi*, 19 maggio 1997, n. 18; provv. n. 5168 (PI1378) 3 luglio 1997, Frantoio Calmasino olive, *ivi*, 21 luglio 1997, n. 27; provv. n. 5563 (PI1518) 18 dicembre 1997, Olio Carli, *ivi*, 7 gennaio 1997, n. 51; provv. n. 5564 (PI1519) 18 dicembre 1997, Olio Monini, *ivi*; provv. n. 5562 (PI1517) 18 dicembre 1997, Olio Carapelli, *ivi*; provv. n. 5890 (PI1743) 15 aprile 1998, Oleificio sociale Bardolino, *ivi*, 4 maggio 1998, n. 16; provv. n. 5713 (PI1589) 19 febbraio 1998, Olearia del Garda, *ivi*, 9 marzo 1998, n. 8; provv. n. 5932 (PI1742) 23 agosto 1998, Frantoio per olive veronesi, *ivi*, 11 maggio 1998, n. 17; provv. n. 7619 (PI2570) 13 ottobre 1999, Cooperativa agricola Trevi, *ivi*, 2 novembre 1999, n. 41. In relazione ai precedenti citati il T.A.R. Lazio, Sez. I 26 giugno 2004, n. 6292, in questa Riv., 2005, 258, con nota di MINELLI M., *L'olio Chianti è solo quello del Chianti*, ha dichiarato illegittima l'archiviazione disposta dalla stessa Autorità garante della con-

correnza e del mercato per manifesta infondatezza di fattispecie analoga (commercializzazione di olio extra vergine di oliva in bottiglie contrassegnate dal marchio *Azienda olearia del Chianti* senza che il prodotto sia ottenuto dalla lavorazione di olive raccolte nella zona del Chianti) anziché dare avvio al procedimento di verifica in contraddittorio per gli approfondimenti del caso. La tutela delle qualità e delle caratteristiche del prodotto in relazione alla effettiva provenienza, è stata confermata anche in sede di appello (cfr. Cons. Stato, Sez. VI 17 febbraio 2006, n. 660, *ivi*, 2007, 131, con nota di RAUSEO N., *Pubblicità ingannevole ed uso illecito dell'indicazione geografica nel commercio dell'olio extravergine d'oliva*) non che nel provvedimento n. 15770 (PI5289), Azienda Olearia del Chianti, deliberato dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato, *ivi*, 2007, 418, con una mia nota, *Perseverare non è (sempre) diabolico: l'origine dell'olio resta quella delle olive*.

(12) Cfr. Cons. Stato, Sez. VI 23 febbraio 2012, n. 1012, in questa Riv., 2012, 203, con una mia nota, *La logica del precedente, l'arbitrio del giudice e l'inganno del consumatore: ancora sull'origine dell'olio e delle olive*.

I termini temporali rilevano oltre che per indicare con sufficiente certezza la conservazione delle caratteristiche di qualità del prodotto anche al fine di dimostrare che gli oli vergini, negli esercizi di somministrazione al pubblico, non siano proposti con etichetta alterata o sostituita, così da prevedere la dotazione di uno specifico dispositivo di chiusura dell'imballaggio.

L'obbligo di utilizzare il così detto *tappo anti rabbocco* risponde, infatti, alla necessità che, nei pubblici esercizi, non si possa procedere alla vera e propria sostituzione dell'olio contenuto senza che l'imballaggio sia aperto o alterato, evitando una violazione di quei doveri minimi di lealtà indispensabili nell'offerta commerciale ma comunemente compromessi dai gestori di ristoranti o bar (13).

Sotto questo profilo non sembra, quindi, convincente la previsione alternativa della semplice menzione, nell'etichettatura del prodotto, della dicitura dell'origine geografica ovvero del lotto di produzione che, invece di svolgere una funzione di riassicurazione dell'identità e dello stato di conservazione nei confronti dei consumatori, sembra avere una diversa utilità nel contrasto alle frodi ove sia utilizzata con valore indiziario in sede di specifici controlli.

4. - L'obiettivo di integrare le misure di tutela dei consumatori con l'operatività della disciplina riguardante il processo competitivo è realizzato nel capo III, dedicato alle *Norme sul funzionamento del mercato e della concorrenza*, che riflette una visione di *policy* convergente (14).

L'accertamento di fenomeni di artificiosa concentrazione del potere economico nel settore ha spinto il legislatore con l'art. 8 (*Poteri dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato in materia di intese restrittive nel mercato degli oli di oliva vergini*) al rafforzamento della vigilanza per evitare comportamenti abusivi o lesivi della sicurezza e dell'interesse generale.

In particolare, è previsto uno specifico intervento dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato con finalità di monitoraggio delle dinamiche dei prezzi alla produzione ed al consumo degli oli di oliva vergini non che di repressione di illeciti (abuso di posizione dominante o intese) incompatibili con un funzionamento concorrenziale del mercato.

Al fine di garantire agli operatori idonee condizioni competitive e correggere le distorsioni che possono essere prodotte specialmente attraverso il flusso delle importazioni che si registrano dai Paesi dell'area mediterranea (15) è prerogativa dell'Autorità il coordinamento degli indirizzi di regolazione degli scambi sulla base delle informazioni rese disponibili dall'Agenzia delle dogane riguardo alle anomalie del valore di transazione dichiarato al momento delle importazioni.

L'art. 9 (*Ammissione al regime di perfezionamento attivo per gli oli di oliva vergini*) procede, quindi, a subordinare la richiesta di ammissione al regime doganale speciale relativo agli oli di oliva vergini ad una procedura rafforzata di verifica che coinvolge, insieme all'autorità amministrativa competente ad esaminare l'osservanza delle condizioni previste per la sospensione o il rimborso dei dazi doganali, il comitato di coordinamento costituito dall'art. 6 del d.l. 18

giugno 1986, n. 282 convertito, con modificazioni, con l. 7 agosto 1986, n. 462 *Misure urgenti in materia di prevenzione e repressione delle sofisticazioni alimentari*.

Le misure tariffarie riconosciute alle imprese del settore hanno, infatti, largamente favorito l'approvvigionamento da Paesi non facenti parte del territorio doganale dell'Unione europea di partite di oli destinate ad essere *tagliate* o semplicemente confezionate per essere riesportate, al di fuori del mercato interno, sotto forma di prodotti compensatori.

Le distorsioni di mercato, che hanno determinato un'evadente svantaggio competitivo per le imprese concorrenti, richiede, per tanto, che il controllo delle operazioni di perfezionamento attivo – che trovano il proprio inquadramento nel regolamento (CE) n. 450/2008 del parlamento europeo e del Consiglio del 23 aprile 2008 *che istituisce il codice doganale comunitario (Codice doganale aggiornato)* – accanto all'accertamento del presupposto di esenzione delle obbligazioni doganali abbia riguardo alle specifiche varianti operative, come il *traffico triangolare*, in cui la dichiarazione dei prodotti per il perfezionamento attivo sia presentata ad un'autorità doganale diversa da quella, situata in un altro Stato membro, attraverso la quale è avvenuta l'esportazione anticipata dei prodotti compensatori. A seguito dello scambio di posizione doganale, l'operatore che esporta prodotti equivalenti può essere, infatti, un soggetto diverso da quello che procede alla successiva importazione degli oli in regime di perfezionamento, interessato alla relativa *sostituzione*, ai fini della immissione in libera pratica nel territorio europeo.

Per quanto non necessario in ragione del generale rinvio alla normativa doganale viene, comunque, richiesta l'integrazione della procedura di autorizzazione anche per le operazioni di lavorazione per conto di committenti stabiliti in Paesi non facenti parte dell'Unione europea, destinate facilmente ad eludere la disciplina sulla designazione di origine attraverso la sostituzione delle partite di olio sulla base delle relazioni tra imprese, di norma, costituite in forma societaria anonima, ma, pur conservando la loro autonoma soggettività giuridica, capaci di agire secondo una logica economica comune.

La *ratio* dell'art. 10 (*Norme contro il segreto delle importazioni alimentari*) si spiega considerando, da un lato, l'area degli scambi che neutralizza le differenze concernenti l'origine e introduce la presunzione di equivalenza sulla quale si regge l'accesso al mercato e, dall'altro lato, la comune percezione della irriducibilità di alcune caratteristiche dipendenti dalle tecniche di produzione e dal radicamento nella tradizione di una comunità oltre che della rilevanza della relativa reputazione, trasformando l'origine in un canone di identità.

Ammesso che la concorrenza sia, comunque, un elemento cruciale per la costruzione e la salvaguardia del mercato così che sarebbe arbitrario introdurre qualsiasi segmentazione territoriale resta, non di meno, essenziale per non pregiudicare il suo svolgimento disporre di un sistema di dati inerenti alla tracciabilità degli oli di oliva che le autorità competenti possono, prima di tutto, organizzare a beneficio dell'efficacia del monitoraggio dei flussi.

Poiché gli Uffici di sanità marittima, aerea e di confine (16) operativi con personale dipendente dal Ministero della salute

(13) Si sottolinea, per altro, che già un'apposita circolare del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali del 9 giugno 2006, rubricata L. 11 marzo 2001, n. 81, art. 4, comma 4 quater, *conversione in legge con modificazioni del d.l. 10 gennaio 2006, n. 2, proposta al consumo di olio di oliva da parte dei pubblici esercizi* aveva stabilito l'esclusione della «possibilità di utilizzare le cosiddette "oliere" o altri contenitori riempiti direttamente dall'esercente, sia pure muniti delle indicazioni fornite dal produttore».

(14) Significativa è la lettura dei contributi presentati alla tavola rotonda dal titolo *Market freedoms and consumer protection: two conflicting aims?* da parte di Autori vari e raccolti in *Merc. conc. reg.*, 2009, n. 2, 381 e ss.

(15) Il rinvio è alle analisi dei flussi commerciali contenute in *Agromafie. 1° Rapporto sui crimini agroalimentari in Italia*, direzione scientifica FARA G.M. - CEGLE D. - MASINI S., Roma, 2012, 84-86.

(16) Si ritiene opportuno rinviare alla disciplina contenuta nel d.p.r. 21 luglio 1980, n. 614 *Ristrutturazione e potenziamento degli uffici di sanità marittima, aerea e di frontiera e degli uffici veterinari di confine, di porto, di aeroporto e di dogana interna* (art. 7 della legge n. 833/1978) non che nel d.m. 22 maggio 1985 *Direttive alle Regioni e alle Province autonome di Trento e Bolzano in materia di profilassi internazionale e di sanità pubblica*.

sono incaricati di svolgere negli ambiti portuali, aereoportuali e di confine terrestre compiti inerenti alla profilassi internazionale e alla sanità pubblica anche attraverso il controllo documentale viene regolato l'accesso alle informazioni in modo da escludere l'eventuale configurazione di disvelamenti distorsivi per la concorrenza e per il funzionamento del mercato e, al di fuori delle ipotesi coperte da segreto istruttorio, si predispongono anche gli strumenti necessari per il controllo sociale delle informazioni detenute attraverso l'accesso disciplinato a banche dati elettroniche.

La garanzia che la concorrenza, nel settore degli oli di oliva, si svolga in modo leale e fisiologico richiede, infine, di attivarsi in corrispondenza di iniziative commerciali dirette a promuovere, presso il pubblico dei consumatori, condizioni particolari di offerta come nella vendita sottocosto a cui si riferisce l'art. 11 (*Disciplina sulla vendita sottocosto degli oli di oliva extra vergini*).

Per rintracciare la definizione occorre far riferimento al d.lgs. 31 marzo 1998, n. 114 *Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'art. 4, comma 4, della l. 15 marzo 1997, n. 59* che, nell'ambito delle vendite straordinarie in cui l'operatore commerciale offre condizioni favorevoli, reali ed effettive, di acquisto, contempla il trasferimento di prodotti ad un prezzo inferiore a quello risultante dalle fatture di acquisto maggiorato dell'imposta sul valore aggiunto.

Al fine di censurare eventuali condotte *predatorie*, tenuto conto specialmente delle difficoltà di effettuare un'ideale verifica comparativa dell'effettivo costo di produzione degli oli vergini di oliva, in ragione della frammentazione della filiera e delle tecnologie di assemblaggio di partite aventi caratteristiche non omogenee, si stabilisce, anzi tutto, un procedimento – per altro *alleggerito* di oggetti intralci – che coinvolge la pubblica amministrazione, funzionale al controllo dei vincoli imposti ed espressione della domanda sociale di trasparenza.

Ogni operatore alimentare può, infatti, porre in essere vendite sottocosto di oli di oliva di categoria superiore mediante un'unica offerta annuale per non estendere abusivamente la sua posizione in altri mercati potenzialmente concorrenziali e con il limite imposto dal controllo di una quota superiore al dieci per cento della superficie di vendita complessiva computabile nella circoscrizione provinciale in cui ha sede l'esercizio, al fine di rimuovere ambiti di monopolio o di scoraggiare l'ingresso di nuovi concorrenti.

5. - Non solo in termini di ausilio alla conservazione di un efficiente assetto concorrenziale del mercato vanno, infine, considerate le *Norme sul contrasto delle frodi* contenute nel capo IV, in gran parte estranee al tradizionale bagaglio repressivo applicato nella materia alimentare ed espressive di una forza di coesione capace di compattare, in modo originale ed attuale, istituti giuridici diversi (17).

L'art. 12 (*Responsabilità degli enti per gli illeciti amministrativi dipendenti da reato*) prevede ad estendere l'ambito del d.lgs. 8 giugno 2001, n. 231 *Disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità giuridica, a norma dell'art. 11 della l. 29 settembre 2000, n. 300* agli enti che operano nell'ambito della filiera degli

oli vergini di oliva con riguardo ad una lista di nuovi reati presupposto.

Le fonti della normativa da cui dipende la responsabilità dell'ente che sia operativo in una o più fasi della produzione, trasformazione, commercializzazione e distribuzione rinviano, per altro, alle più significative fattispecie espressive della criminalità dell'impresa alimentare contenute nel codice penale tra i delitti contro l'incolumità pubblica (artt. 440, 442 e 444), contro la fede pubblica (473 e 474) non che contro l'economia pubblica, l'industria e il commercio (515, 516 e 517 *quater*).

La norma riproduce la differenziazione della responsabilità dell'ente secondo il ruolo aziendale svolto dall'autore del reato a seconda, cioè, che sia un soggetto in posizione apicale ovvero sottoposto all'altrui direzione, evitando, per altro, che sia utilizzato come schermo dietro al quale agiscono soggetti che utilizzano la compagine sociale come semplice strumento per fini personali.

In ogni caso, l'ente risponde anche quando l'autore del reato non è stato identificato e non è imputabile per non aver predisposto quell'insieme di accorgimenti preventivi idonei ad evitare l'imputazione dell'illecito realizzato nel suo ambito operativo.

Dalla disciplina generale discende, ancora, l'esclusione della responsabilità dell'ente che, in chiave preventiva, abbia adottato ed efficacemente applicato un modello organizzativo gestionale idoneo a prevenire reati della specie di quello verificatosi, nel senso che, solo nel caso in cui la disfunzione organizzativa ne abbia agevolato la commissione e i difetti del modello predisposto abbiano avuto efficacia causale, l'ente è chiamato a rispondere (18).

Quanto ai contenuti del modello di organizzazione concretamente adottato è evidente che occorre tener conto delle diversificazioni imposte dalle specificità operative e strutturali degli enti che sono tenuti all'osservanza di prassi operative rispondenti alla prevenzione di illeciti tipicamente configurabili nelle diverse fasi della filiera.

In particolare, frantoi, imprese di condizionamento e commercianti di olio sfuso sono obbligati ai sensi dell'art. 7 del d.m. 10 novembre 2009 – citato con riferimento alla disciplina della designazione dell'origine – alla tenuta di un registro per ogni stabilimento e deposito, nel quale annotare le produzioni, i movimenti e le lavorazioni.

Per permettere ai consumatori di essere messi a conoscenza delle condotte illecite *ex art. 517 quater c.p.* viene, quindi, prevista all'art. 13 (*Sanzioni accessorie alla condanna per il delitto di contraffazione di indicazioni geografiche o denominazioni di origine dei prodotti agroalimentari*) la pubblicazione della sentenza a spese del condannato, su almeno due quotidiani a diffusione nazionale, in modo da modulare il presidio repressivo in un disegno razionale di politica punitiva.

Consapevole è, infatti, l'aggravamento della sanzione prevista in ragione dell'esposizione degli assalti dei *mass media*, dei quali la logica del sistema impone un uso sempre più aggressivo in termini di *marketing*, facendo leva con enfasi sui consumatori per riorientarne il comportamento di acquisto una volta compromessa la fiducia rispettata all'esito del controllo giudiziario.

Dalla condanna comminata negli stessi casi di contraffazione delle indicazioni geografiche o delle denominazioni

(17) Spunti, in questa direzione, si rinvencono nella *Relazione sulla contraffazione nel settore agroalimentare. Relazione della Commissione parlamentare di inchiesta sui fenomeni della contraffazione e della pirateria in campo commerciale* (Doc. XXII-bis n. 2). Approvato dalla Commissione nella seduta del 6 dicembre 2011, XVI legislatura, Camera dei Deputati, 2012.

(18) Soprattutto, nella materia dell'alimentare, è, in realtà, individuata una linea di tendenza che PELISSERO M., *La progressiva espansione dei reati - presupposto*, in *Giur. it.*, 2009, IV, 1836, registra con «la presenza

di linee di spostamento dalla *responsabilità per l'evento (il reato non impedito)*, alla *responsabilità per la condotta (prescrizioni del modello non adottate)*, segnale di una anticipazione del meccanismo punitivo ben «al di qua» della soglia del reato commesso dalla persona fisica, segnale forse, da un lato, della eccessiva complessità dell'attuale meccanismo di corresponsabilizzazione dell'ente e, dall'altro lato, di quella logica di anticipazione che a volte si giustifica in relazione agli interessi da tutelare, altre volte è figlia di una politica non sempre razionale di estensione dello strumento punitivo».

di origine degli oli di oliva vergine discende, ancora, il divieto di instaurare, per un congruo periodo, modalità o tecniche di comunicazione commerciale o di attività pubblicitaria preordinate anche indirettamente alla promozione di oli di oliva vergini, con ciò arrestando il rilancio della crescita dell'impresa attraverso la conquista di nuove quote di mercato senza che si ricostituisca prima quel rapporto di fiducia – a cui si è fatto cenno – alla base del contesto di mercato.

Preso atto dell'inadeguatezza dell'attuale modello di intervento l'art. 14 (*Rafforzamento degli istituti processuali ed investigativi*) si impone all'attenzione per la ricostruzione tipologica dell'adulterazione o della frode di oli di oliva vergini come comportamenti eventualmente frutto di un disegno criminale di vasto respiro riconducibile all'organizzazione di cui all'art. 416 *bis* c.p.

Dalla descrizione della condotta accompagnata dalla rilevanza di precisi requisiti strutturali idonei a realizzare gli obiettivi criminosi presi di mira con effetti estremamente perniciosi per l'ordine economico e la tutela dei consumatori trova conferma sia la richiamata sospensione dei termini delle indagini preliminari stabilita dalla l. 7 ottobre 1969, n. 742 *Sospensione dei termini processuali nel periodo feriale* sia la determinazione della durata massima delle stesse indagini – che non può, comunque, superare venti mesi – in deroga all'art. 407 c.p.p.

Anche la risposta sanzionatoria è, inoltre, inasprita dalla previsione di un efficace strumento ablativo dei beni e delle disponibilità economico-finanziarie dei responsabili, la così detta confisca *per sproporzione*, la cui applicazione scaturisce automaticamente dalla sentenza di condanna ovvero dall'applicazione della pena su richiesta delle parti e, cioè, in epilogo al patteggiamento conseguente all'accertamento definitivo del reato di associazione per delinquere.

Tale misura di sicurezza patrimoniale disciplinata dall'art. 12 *sexies* del d.l. 8 giugno 1992, n. 306 convertito, con modificazioni, con l. 7 agosto 1992, n. 356 *Modifiche urgenti al nuovo codice di procedura penale e provvedimenti di contrasto alla criminalità organizzata* consiste, in specie, in un provvedimento ablatorio con cui sono devolute allo Stato le somme di denaro e qualsiasi altra utilità materiale di cui il condannato non possa giustificare la provenienza o di cui, anche per interposta persona risulti essere titolare o avere la disponibilità a qualsiasi titolo, in misura sproporzionata rispetto al reddito percepito e all'attività economica o professionale svolta, così da ritenere che esista, comunque, una correlazione diretta con il reato accertato.

Senza un programma di tutela capace di mettere in campo strumenti adeguati al contrasto di pratiche commerciali avvertite con sempre più allarme dalla comunità rimarrebbe, infatti, priva di sufficiente efficacia, nei confronti di strutture organizzate che operino con disponibilità di mezzi adeguati per la necessaria commissione di una serie reiterata di condotte illecite, la scelta di garantire le condizioni per un assetto equilibrato e trasparente di mercato.

Completa l'intervento del legislatore – al di fuori della peculiare connotazione degli illeciti perseguiti nel settore degli oli vergini di oliva – l'estensione dell'ammissibilità di intercettazioni di conversazioni o comunicazioni telefoniche nei procedimenti relativi ai reati di *Commercio di sostanze alimentari nocive* (art. 444 c.p.), *Contraffazione, alterazione o uso di segni distintivi di opere dell'ingegno o di prodotti industriali* (art. 473 c.p.), *Introduzione nello*

Stato e commercio di prodotti con segni falsi (art. 474 c.p.), *Frode nell'esercizio del commercio* (art. 515 c.p.), *Vendita di sostanze alimentari non genuine* (art. 516 c.p.) operata con l'inserimento di un'apposita lettera nell'elenco dei delitti contemplati dall'art. 266 c.p.p.

Si riconosce, per altro, in linea con la prevalente dottrina (19), come si tratti di un istituto del tutto avulso dal sistema processuale penale, tenuto conto della reale funzione dello strumento investigativo che, essendo legato esclusivamente ad una fase di prevenzione, non può avere alcuna incidenza, per quanto indiretta, sull'attività di indagine che si avvia dopo la commissione di un fatto di reato.

Per altro, incontestabili sono le potenzialità investigative insite nelle intercettazioni telefoniche, pure a prescindere dall'esistenza di una *notizia criminis* e dall'obiettivo di raccogliere prove utilizzabili in giudizio, essendo legate – come si è detto – ad una fase di prevenzione in cui lo svolgimento di operazioni resta ancorato all'esistenza di sospetti e può ricevere impulso, a fini esplorativi, prima di avviare le necessarie indagini.

Si sottolinea, in ogni caso, la necessità del concorso di due presupposti rappresentati, da un lato, dai gravi indizi di reato per il quale sia giustificata l'intercettazione e, dall'altro lato, dall'assoluta indispensabilità della stessa ai fini della prosecuzione delle indagini.

La condanna definitiva per le svariate forme di offesa alla fede pubblica ed all'ordine economico determina, ancora, ai sensi dell'art. 15 (*Sanzioni accessorie in caso di condanna per il delitto di adulterazione e contraffazione*) un rilevante condizionamento delle scelte produttive delle imprese che, nel settore degli oli di oliva vergini, non possono né risultare destinatarie del rilascio di singoli strumenti procedurali che assicurino, a qualsiasi titolo, l'avvio o il potenziamento dell'attività né avere accesso a contributi, finanziamenti o mutui agevolati o altre erogazioni pubbliche di fonte europea, nazionale o regionale.

Collocato in ultimo, nella sistemazione del capo, è l'art. 16 (*Obbligo di costituzione e aggiornamento del fascicolo aziendale*) che stabilisce, a carico degli imprenditori agricoli, al fine di garantire la piena rintracciabilità delle produzioni di oli vergini immesse sul mercato, l'obbligo di costituzione e di aggiornamento del fascicolo aziendale elettronico come integrato ai sensi dell'art. 13, d.lgs. 29 marzo 2004, n. 99 *Disposizioni in materia di soggetti e attività, integrità aziendale e semplificazione amministrativa in agricoltura, a norma dell'art. 1, comma 2, lettere d), f), g), l), ee) della l. 7 maggio 2003, n. 38*.

L'estensione della previsione è rivolta, infatti, a colmare la lacuna nel sistema di rilevazione dei dati che i titolari dei frantoi e gli altri operatori di filiera devono formare in base alle richiamate disposizioni per la tutela delle indicazioni dell'origine in etichetta, posto che gli *olivicoltori* sono stati, fino ad ora, esonerati da qualsiasi adempimento per l'immissione in commercio di prodotti sfusi o confezionati, ottenuti esclusivamente dalle olive provenienti da impianti aziendali, molite presso il proprio frantoio o di terzi, in quanto l'obbligo si intendeva assolto dall'insieme delle informazioni disponibili nel sistema informativo geografico (GIS), operativo nell'ambito del sistema informativo agricolo, non che da quelle desumibili dalla relativa documentazione commerciale ed amministrativa.

Si è, pertanto, consolidata, da parte degli olivicoltori, privi di alcun interesse alla diretta commercializzazione degli oli, la prassi di conferire al frantoio intere partite di

(19) Sulla funzione di prevenzione e scoperta degli illeciti penali delle intercettazioni di comunicazione, si vedano FILIPPI L. - CORTESI

M.F., voce *Intercettazione preventiva di comunicazione*, in *Enc. giur.*, Agg., 2003, 6.

olive, senza che ne risultasse documentata la provenienza delle superfici dichiarate di origine, con facilità di sostituzione con prodotti aventi differenti caratteristiche nella fase successiva della commercializzazione.

6. - A parte il profilo di invarianza degli oneri a carico della finanza pubblica, che l'unica previsione contenuta nel capo V (*Norme finali*) introduce, sembra riassuntivamente dover riproporre, in esito ad un esame del tutto sommario e privo di ogni profilo di completezza, il valore, che il provvedimento riveste, di schema ordinato attraverso la tessitura, pragmatica e concettuale, di norme capaci di abbozzare una nitida fisionomia del mercato degli oli di oliva vergini.

La messa a fuoco di una trama coerente, a fronte del mutato apprezzamento sociale del rango degli interessi in gioco e del grado di un'eventuale offesa, ci mette al riparo dagli effetti provocati da una pretesa ipertrofia legislativa determinata dal particolarismo dell'oggetto inaugurando, piuttosto, il sostegno, nei singoli ambiti del diritto alimentare, ad un'efficiente e proporzionata riorganizzazione in risposta a bisogni collettivi di fiducia e di sicurezza.

Sopra tutto, con riguardo alle prospettive ed aperture, sotto il profilo politico-criminale, di nuove forme di tutela degli interessi coinvolti sembra che sia proposta un'attuazione, per così dire *sperimentale*, in vista di valutarne la portata e l'efficacia, nell'ambito della produzione e del commercio degli oli vergini di oliva, prima di procedere alla relativa estensione all'intero settore agro-alimentare, con effetti sicuramente più incisivi sul piano della comprensione delle opzioni metodologiche sottese.

Ad un'analisi finale dell'intero impianto regolativo non può restare, in ogni caso, estranea la segnalazione del fatto che la regolarità degli scambi e il funzionamento del merca-

to sono accompagnati dal *ribaltamento* delle relazioni tra i diversi soggetti portatori di interessi, talvolta, antagonisti lungo la filiera (20).

L'insistito riferimento alla provenienza geografica nell'intrecciarsi delle pratiche commerciali, con la dilatazione dell'areale delle transazioni supportate dall'insediamento delle nuove tecnologie della comunicazione, ha richiesto, in realtà, di rendere effettiva la tutela del canone territoriale e del suo potenziale *generativo* di valore per la componente agricola della filiera, di contro alla neutralità congeniale all'esercizio, in forma anonima, delle successive fasi di trasformazione e commercializzazione.

La possibilità di prospettare sanzioni attraverso il filtro dell'autorità giudiziaria e di esigere la trasparenza dei comportamenti, da parte di soggetti che frequentano il mercato al riparo di regole adeguate – comportamenti giudicati, ormai, socialmente inaccettabili per la sottrazione ad un obbligo di *verità* dirompente in una società onnivora di informazioni – hanno, però, la loro profonda ragione nel consapevole ripensamento della fisionomia del consumatore: persona reale, con pretese giustificabili di gusto e di conoscenza di tutti i dati identificativi degli alimenti oltre che di igiene e di sicurezza.

Nella rappresentazione corretta della concorrenza misurata con una logica finalmente diversa da quella *darwiniana* è il consumatore ad essere dotato di un arsenale di strumenti che riflettono l'interesse a compiere scelte informate e consapevoli in ordine alle caratteristiche di qualità ed alla origine degli oli vergini di oliva, individuando con maggiore concretezza le condizioni di fatto in cui tale interesse possa, invece, entrare in una situazione di consistente e manifesta *sofferenza*, così da richiedere la più adeguata risposta sanzionatoria. □

(20) Per una visione sistematica del *conflitto* nella disciplina delle relazioni agroalimentari, si veda *amplius* JANNARELLI A., *Cooperazione e conflitto*

to nel sistema agro-alimentare, in *Riv. dir. giur.*, 2008, I, 328.