

Dop e Igp L'evocazione è (quasi) sempre illecita

Riflessioni su una recente sentenza della Cassazione

di Carlo Correra

Avvocato ed Esperto di Legislazione degli Alimenti

***Il Consorzio fra i Caseifici
Altopiano di Asiago
può utilizzare
la dicitura "Asiago"
sulle confezioni
del formaggio "comune"
di sua produzione.
Il preuso del marchio
rispetto al riconoscimento
della Dop Asiago,
insieme alla buona fede,
è, infatti, riconosciuto
elemento sufficiente
a non dare luogo
ad alcuna evocazione
della Dop***

Si infittiscono ormai di mese in mese le pronunce delle alte Corti giudiziarie, nazionali e comunitarie, in tema di abusi ai danni delle denominazioni Dop e di quelle Igp. In particolare, si è da tempo delineato un preciso, quanto rigoroso in verità, orientamento interpretativo su quella particolare forma di "abuso" costituita dall'"evocazione" di una Dop o di una Igp.

La Corte di Giustizia UE e la Corte di Cassazione italiana stanno, invero, mettendo a fuoco le disposizioni (da ultime quelle di cui all'articolo 13 del vigente regolamento (UE) 1151/2012) in materia e lo fanno con sentenze che meritano una riflessione da parte degli operatori del settore alimentare (Osa) e dei professionisti giuridici del settore.

Lo spunto di riflessione ci viene offerto questa volta da una recente sentenza – la n. 27194, pubblicata il 23 ottobre scorso dalla Corte di Cassazione, Sezione penale I – che ha definito un procedimento per illecito amministrativo riguardante un presunto abuso "evocativo" ai danni della Dop "Asiago".

Ad opera dei "controllori ufficiali" dell'Ispettorato centrale della Tutela della qualità e Repressione frodi dei prodotti agroalimentari (Icqrf) era stata, infatti, contestata la violazione dell'articolo 2, comma 2, del decreto legislativo 297/2004 al legale rappresentante del produttore "Consorzio fra i Caseifici dell'Altopiano di Asiago", reo di aver impiegato – sugli imballaggi di formaggio "comune" da lui prodotto – la dicitura "Altopiano di Asiago", espressione ritenuta "evocativa" della Dop "Asiago" e, quindi, secondo gli organi di controllo, "traendo in tal modo in inganno il consumatore".

Contro l'ordinanza ministeriale, comminante una sanzione amministrativa di 2.000 euro, l'Osa in questione proponeva opposizione al Tribunale di

Venezia, che però la rigettava con la sentenza del 18 maggio 2012.

L'azienda di Asiago proponeva, quindi, appello, ma la Corte di Appello di Venezia a sua volta lo rigettava con la sentenza del 19 maggio 2014. Seguiva, quindi, il ricorso per Cassazione e questa Corte lo ha finalmente accolto con la suindicata sentenza n. 27194 del 23 ottobre 2019.

Lo ha accolto, però, con una motivazione che non ha escluso la sussistenza dell'"evocazione", ma ha applicato una, per così dire, "causa di non punibilità", rappresentata dalla preesistenza di un "marchio registrato", scriminante prevista espressamente dalla stessa normativa comunitaria. Da qui l'opportunità di questa nostra particolare riflessione da dedicare a quest'ultima sentenza.

La nozione di "evocazione"

Come già altre volte abbiamo illustrato ai nostri Lettori¹, questa dell'"evocazione" è categoria giuridica estremamente delicata da determinare nella casistica concreta e questo per la sua "genericità",



©www.shutterstock.com

quasi al limite dell'evanescenza, ovvero perché riferita ad una vacuità di condotta (evocativa) che – a nostro giudizio – pone più di un dubbio sul rispetto del "principio di tipicità dell'illecito", ovvero su uno dei principi fondanti del nostro ordinamento costituzionale e, pertanto, quell'"evocazione" così generica fa dubitare della costituzionalità della norma stessa.

"Evocazione" è una categoria giuridica al limite dell'evanescenza

Norma da considerare, peraltro, non è solo quella nazionale del decreto legislativo 297/2004, ma è anche quella comunitaria del regolamento (CE) 510/2006 (articolo 13): la disposizione che si assume violata nella vicenda in esame.

Ciò doverosamente premesso, chiariamo subito che – a nostro giudizio – non vi è dubbio che, proprio nel caso del prodotto riportante in etichetta la dicitura "Altopiano di Asiago", l'"evocazione" è – a dir poco – pacifica. Anzi, se si vuole, si può ben dire che si è al cospetto di un oggettivo utilizzo della parola "Asiago" (riconosciuta come Dop) come frammento della più ampia dicitura "Altopiano di Asiago".

Sennonché, questa dicitura trova a sua volta un'onesta e lecita spiegazione nella circostanza per cui il produttore di questo formaggio "comune" – ovvero un formaggio simile a quello Dop, ma non Dop – ha come marchio quello di "Consorzio fra i Caseifici dell'Altopiano di Asiago" ed ha in Asiago la sede del suo stabilimento di produzione. Ragion per cui, ai sensi delle norme comunitarie, oltre che di quelle italiane sull'etichettatura, sorge per l'Osa, più che la facoltà, l'obbligo giuridico di riportare in etichetta la menzione del termine "Asiago" per le indicazioni – obbligatorie – del produttore e della sede dello stabilimento.

Certo, come puntualizzano i giudici della Cassazione, è ormai ben noto che la giurisprudenza della Corte di Giustizia UE abbia ravvisato l'"evocazione":

¹ Si veda l'articolo "Evocazione illecita di una Dop. La Corte UE fa chiarezza", pubblicato sul n. 5/2019 (giugno 2019) alle pagine 21-25.

- non solo in caso di *“somiglianze fonetiche ed ottiche”*, come nel caso *“Parmesan > Parmigiano Reggiano”* (vedi la sentenza del 26 febbraio 2008, nella causa C-132/05),
- ma anche nel ricorso a *“segni figurativi”* evocativi di testi letterari a loro volta riconducibili a territori legati ad una Dop, come nel caso spagnolo del *“Queso Manchego”* (vedi la sentenza del 2 maggio 2019, nella causa C-614/17), oppure a frammenti (appena tre lettere: *“dos”*) di una Dop (*“Calvados”*) riprodotti nella denominazione (*“Verlados”*) di una bevanda spiritosa *“comune”*, come nel caso *“Verlados > Calvados”* (vedi la sentenza 21 gennaio 2016, nella causa C-75/15).

A maggior ragione, concludono i giudici della Cassazione, l’*“evocazione”* può e deve essere ravvisata in un caso, come questo in esame, in cui – nell’etichettatura di un formaggio *“comune”* – nell’indicare il produttore con il marchio *“Consorzio fra i Caseifici dell’Altopiano di Asiago”* viene riportata per intero la denominazione di una Dop (*“Asiago”*).

Peraltro, va tenuto ulteriormente presente che la disciplina comunitaria vigente all’epoca dei fatti, ovvero il regolamento (CE) 510/2006 (e ricordiamo che, però, negli stessi termini sostanzialmente si esprime anche la successiva disciplina del regolamento (UE) 1151/2012, articolo 13, ancora fino ad oggi in vigore), in sede di articolo 13, al paragrafo 1, lettera b), ha espressamente previsto la sua censura contro *«qualsiasi [...] evocazione anche se l’origine vera del prodotto è indicata [...]»*. Passaggio normativo, questo, che – nel caso in esame – paradossalmente verrebbe a censurare proprio quella *“indicazione di origine vera”* (*“Altopiano di Asiago”*) nella quale è presente il riferimento testuale alla parola *“Asiago”*, termine in cui consiste, e per intero, la Dop in questione.

Tra l’altro, messa in questi termini ovvero riconosciuta pacificamente l’*“evocazione”* della Dop *“Asiago”*, nel nostro caso diventa, in pratica, irrilevante il secondo requisito richiesto per la censurabilità dell’*“evocazione”* ovvero il requisito della *“ingannevolezza”* ai danni di un *«consumatore medio, normalmente informato e ragionevolmente attento»*. Requisito, quest’ultimo, richiamato dalla Corte di Giustizia CE in varie sentenze e, tra le più

recenti, nella sentenza del 7 giugno 2018 (causa C-44/17 *“Scotch Whisky Association”*) e nella sentenza del 2 maggio 2019 (causa C-614/17 *“Queso Manchego”*).

La scriminante del *“marchio registrato”*

Sennonché, il ricorso alla Cassazione da parte dell’Osa (il Consorzio fra i Caseifici dell’Altopiano di Asiago) ha trovato accoglimento in virtù del disposto di cui all’articolo 14, paragrafo 2, del regolamento (CE) 510/2006, che così testualmente prevede:

«2. Nel rispetto del diritto comunitario, l’uso di un marchio corrispondente ad una delle situazioni di cui all’articolo 13, depositato, registrato o, nei casi in cui ciò sia previsto dalla normativa pertinente, acquisito con l’uso in buona fede sul territorio comunitario, anteriormente alla data di protezione della denominazione d’origine o dell’indicazione geografica nel Paese d’origine, o precedentemente al 10 gennaio 1996, può proseguire, nonostante la registrazione di una denominazione d’origine o di un’indicazione geografica, qualora il marchio non incorra nella nullità o decadenza per i motivi



previsti dalla prima direttiva 89/104/CEE, sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri in materia di marchi d'impresa o dal regolamento (CE) 40/94, sul marchio comunitario».

Come si può notare, il regolamento (CE) 510/2006 ha previsto una vera e propria "scriminante" per i casi in cui l'evocazione consista nell'uso di un "marchio registrato" in epoca anteriore al riconoscimento della Dop e contenente uno o più termini, ovvero una qualche loro forma di alterazione o "evocazione" di una Dop (o di una Igp) successivamente riconosciuta.

In tal modo, vengono tutelati gli interessi di chi in buona fede abbia fatto uso di un marchio depositato o registrato anteriormente alla protezione della Dop o dell'Igp. Tale appunto è stato il caso del formaggio "Asiago di tipo comune" prodotto dal "Consorzio fra i Caseifici dell'Altopiano di Asiago", produttore il cui marchio venne registrato nel 1982 ovvero ben prima del riconoscimento della Dop "Asiago", riconoscimento avvenuto ad opera del regolamento (CE) 1107/1996 ovvero ben quattordici anni dopo.

La Corte di Cassazione nella sentenza in esame si è, inoltre, richiamata anche a conformi pronunce della Corte di Giustizia europea, citando, per tutte, la sentenza 2 luglio 2009, riferita all'uso del termine "Bavaria" in relazione all'Igp "Bayerisches Bier". Ha pertanto concluso riconoscendo la legittimità del preuso del marchio suddetto da parte dell'Osa di Asiago ed osservando, peraltro, che la liberalizzazione del termine "Asiago" per un prodotto non Dop è stata confermata paradossalmente dallo stesso Ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali (Mipaaf), ovvero dallo stesso Ministero che con l'ordinanza sanzionatoria del 21 settembre 2011 ha dato avvio all'intera vicenda in esame. Il suddetto Ministero, infatti, ha emanato un decreto che, elencando i prodotti riconosciuti come "tradizionali" per le varie Regioni italiane, nella parte di elenco che riguarda il Veneto, alla posizione n. 120 ha inserito il "formaggio Caciotta di Asiago" e questo nonostante – osserva la Cassazione – "l'esistenza della Dop "Asiago"".

In tal modo, il Mipaaf ha avallato un uso "tradizionale" quanto legittimo della parola "Asiago" anche per un formaggio non Dop: esattamente quello prodotto dall'Osa in questione.

A questo punto non può sfuggire, al nostro attento Lettore, che si è aperto un preciso varco nella diga eretta da quell'interpretazione di "evocazione" da noi definita "rigorosa" all'inizio di questo approfondimento. Infatti, se l'espressione «qualsiasi [...] evocazione» sembrava – proprio in forza di quel "qualsiasi" – legittimare un'interpretazione di inflessibile chiusura anche verso la "evocazione" non ingannevole (come appunto nel caso del produttore "Consorzio fra i Caseifici dell'Altopiano di Asiago"), invece i due varchi sopra da noi qui illustrati – quello generale del "marchio registrato" prima del riconoscimento Dop e quello specifico del prodotto "tradizionale" "Formaggio Caciotta di Asiago" – consentono di reputare ammessa una certa "flessibilità" nella censura all'"evocazione" di cui all'articolo 13 suddetto. Ci consentono, cioè, di sostenere che ad essere proibita e sanzionata non è qualsiasi forma di "evocazione", ma solo quella "ingannevole" ovvero solo quella suscettibile di indurre in errore un "consumatore medio", "medio" secondo il profilo delineato dalle sentenze della Corte di Giustizia comunitaria sopra ricordate. Ed a sostegno di questa nostra soluzione interpretativa ci richiamiamo all'espressione adottata dall'articolo 13, paragrafo 1, lettera d), del regolamento (UE) 1151/2012, laddove si chiarisce che:

«Articolo 13

Protezione

I nomi registrati sono protetti contro:

- a) [...]; b) [...]; c) [...];
- d) qualsiasi altra pratica che possa indurre in errore il consumatore sulla vera origine del prodotto».

Invero, la dicitura «qualsiasi altra pratica che possa indurre in errore» lascia chiaramente intendere che le "pratiche" illustrate sotto le lettere precedenti – tra cui la pratica della "evocazione" di cui alla lettera b) – in tanto sono vietate in quanto possano "indurre in errore", da qui – a nostro giudizio – la conclusione interpretativa secondo cui sono vietate solo quelle forme di "evocazione" idonee ad "indurre in errore" il consumatore.

Una conclusione interpretativa, questa, che ci appare, in verità, ben più equa e ragionevole di quella che vuole, invece, sanzionare anche l'evocazione "sincera" ovvero "non ingannevole".