

6

L'etichettatura dei prodotti

Premessa

La recente liberalizzazione degli scambi commerciali e la creazione del Mercato Unico europeo hanno richiesto la definizione di regole precise che favoriscano, da un lato, la necessaria flessibilità delle transazioni economiche e dall'altro, la tutela dei consumatori da fenomeni di contraffazione e dalla diffusione di prodotti pericolosi per la salute. La fabbricazione e la commercializzazione di prodotti contraffatti, la diffusione di opere dell'ingegno riprodotte illecitamente e di prodotti pericolosi o recanti indicazioni fallaci relativamente all'origine geografica o alla loro provenienza che, se immessi sul mercato, possono costituire non solo un grave elemento distorsivo dell'economia, ma addirittura una minaccia alla salute pubblica, vengono sempre con maggior vigore contrastate dagli organismi deputati al controllo, al fine di tutelare i consumatori finali e assicurare il rispetto delle regole predisposte a garanzia del corretto funzionamento dei mercati. Il grado di ricercatezza raggiunto da abili contraffattori è diventato sempre più elevato e l'attenzione della criminalità organizzata si è spostata su prodotti che sovente, pur non riportando marchi di fabbrica o segni distintivi contraffatti, riescono comunque (con elementi riprodotti in modo fallace) a costituire elemento di richiamo per il consumatore.

L'associazione di determinate caratteristiche di qualità del prodotto e rappresentazioni figurative, simboliche o di richiamo, consente a soggetti economici, quantomeno sleali, di trarre in inganno i consumatori, sfruttando suggestioni o evocazioni e ponendo sul mercato prodotti completamente difformi rispetto ad altri aventi i prescritti requisiti qualitativi, dissimulati sotto una parvenza di legalità.

CONSIDERAZIONI GENERALI SULLA SFERA DI OPERATIVITÀ DELLA FATTISPECIE PREVISTA DALL'ART. 517 C.P.

Il catalogo delle norme incriminatrici previste dal codice penale a tutela dei segni distintivi si completa con la fattispecie prevista dall'art. 517 c.p., nel contesto della quale assume rilevanza, oltre all'impiego di marchi mendaci, anche quello di nomi o segni distintivi idonei ad ingannare i consumatori su alcune caratteristiche del prodotto particolarmente significative nella formazione della volontà negoziale dei consumatori.

L'art. 517 c.p. punisce con la reclusione **fino a 2 anni o con la multa fino a 20.000,00 €** "chiunque pone in vendita o mette altrimenti in circolazione opere dell'ingegno o prodotti industriali con nomi, marchi o segni distintivi nazionali o esteri, atti ad indurre in inganno il compratore sull'origine, provenienza o qualità dell'opera o del prodotto".

Si tratta di una fattispecie incriminatrice sussidiaria e di chiusura del sistema delle incriminazioni a tutela dei marchi e dei segni distintivi previste dal codice penale che, in forza della clausola di riserva, può trovare applicazione solamente quando non vi siano gli estremi per l'applicazione di quella di cui all'art. 474 c.p..

Difatti, mentre l'art. 474 c.p. è diretto a reprimere le condotte di contraffazione e alterazione del marchio, quella prevista dall'art. 517 c.p. può trovare applicazione, a prescindere dalla sussistenza di una vera e propria contraffazione o alterazione del marchio, tutte le volte in cui il prodotto industriale o l'opera dell'ingegno reca un segno idoneo a indurre in inganno il compratore sull'origine, la provenienza o la qualità del prodotto.

In altre parole, mentre il pericolo di inganno nel contesto della fattispecie prevista dall'art. 474 c.p. deve trovare causa esclusivamente nella contraffazione o nell'alterazione del marchio, nell'ambito della fattispecie prevista dall'art. 517 c.p. la sussistenza del pericolo di inganno va valutata avendo riguardo non solo al marchio ma al complesso dei segni che si trovano sul prodotto e che sono funzionali alla sua identificazione.

Così, ad esempio, nella fattispecie incriminatrice di cui all'art. 517 c.p. anche una mal riuscita imitazione del marchio altrui può assumere rilevanza se, unitamente ad altri segni che si trovano sul prodotto, è comunque in grado di indurre in errore i consumatori circa l'origine, la provenienza o la qualità dello stesso.

Quindi il mendacio ingannevole, nel contesto della fattispecie prevista dall'art. 517 c.p., può essere integrato da quel complesso di segni, forme, immagini, diciture, emblemi, fregi che insieme ai marchi e ai nomi concorrono a giocare un ruolo decisivo nell'identificazione del prodotto e nella formazione della volontà negoziale del consumatore. Pertanto l'idoneità ingannatoria della condotta nel contesto della fattispecie prevista ex art. 517 c.p. può essere desunta da elementi, per così dire **interni** al prodotto, e diversi dal marchio contraffatto o alterato, ma deve sempre incorporarsi nei segni presi in considerazione dalla norma incriminatrice, ovvero marchi (registrati o no), nei nomi o nei segni distintivi (esempio: etichetta adesiva apposta sul sottopiede/ suola della calzatura con l'indicazione "vero cuoio" "vera pelle").

Non pare invece che nella base fattuale di valutazione della capacità ingannatoria delle condotte tipiche possano assumere rilevanza

elementi, per così dire **esterni** al prodotto, come le modalità di vendita o altri comportamenti realizzati in occasione della vendita del prodotto. Così, ad esempio, un prodotto di pelle sintetica che venga messo in vendita in un esercizio commerciale e presentato al pubblico come di pelle naturale, non fa sussistere il delitto di vendita di prodotti con segni mendaci se il pericolo dell'inganno non discende dai segni incorporati nel prodotto ma dalle modalità di vendita o dal comportamento fraudolento del commerciante. Analoghe considerazioni debbono essere effettuate qualora il mendacio consista in affermazioni ingannevoli contenute nel materiale pubblicitario che accompagna il prodotto.

Infine, con riferimento al rapporto tra il segno mendace e il prodotto industriale o l'opera dell'ingegno, emerge che la fattispecie incriminatrice descritta all'art. 517 c.p. non pone alcuna rilevanza alla stretta connessione fisica tra segno mendace e prodotto. Quindi, il segno mendace può assumere rilevanza anche se non apposto direttamente sul prodotto, a condizione però che sia in grado di indurre in errore il consumatore.

Passando ora alla condotta tipica del delitto previsto dall'art. 517 c.p., si evidenzia che la norma punisce la vendita e prima ancora la messa in circolazione di prodotti con segni mendaci.

Per quanto riguarda la condotta della messa in vendita, essa non presenta problemi interpretativi e secondo l'opinione prevalente risulta integrata dalla giacenza della merce con segni mendaci nei locali destinati alla vendita, come i magazzini o i depositi destinati alla vendita, mentre è da escludere quando è detenuta in luoghi non accessibili al pubblico.

Infatti, per la sussistenza della condotta tipica, occorre che vi sia un contatto almeno potenziale con il pubblico dei consumatori. Più problematica, è invece l'individuazione degli esatti confini della condotta di messa altrimenti in circolazione che ricomprende tutte le attività di movimentazione della merce falsamente contrassegnata e finalizzate alla vendita (esempio: operazioni di immagazzinamento, trasferimento della merce dal grossista al dettagliante). Oggetto di esame da parte della giurisprudenza è stata la riconducibilità nella condotta di messa in circolazione dell'ipotesi di presentazione della merce in dogana per lo sdoganamento. Sul punto si è delineato un vero e proprio contrasto giurisprudenziale risolto dall'art. 4 comma 49 della legge 24 dicembre 2003 n. 350 (finanziaria 2004), che con riferimento ad analoghe condotte stabilisce che esse si consumano "*fin dalla presentazione della merce in dogana della merce recante false o fallaci indicazioni di provenienza*".

Nello schema previsto dall'art. 517 c.p. il mendacio assume rilevanza solamente quando riguarda aspetti salienti del prodotto considerati generalmente determinanti nella formazione della volontà negoziale

dei consumatori come l'origine, la provenienza e la qualità del prodotto.

1) Il mendacio sulla qualità si ha quando il prodotto reca segni che evocano falsamente una particolare qualità del prodotto, (esempio: segni che indicano che il prodotto è di vero cuoio o di vera pelle ed invece è di un'altra qualità).

2) Per il mendacio sulla provenienza, sono essenzialmente tre le ipotesi ad esso riconducibili.

A) c.d. *delit de remplissage* che si ha in due diverse ipotesi:

- quando il soggetto agente in genere il produttore o un commerciante utilizza involucri (recipienti, bottiglie, ecc.) contrassegnati da un marchio o da un segno distintivo di un altro imprenditore per ricoprire e per accompagnare un prodotto diverso da quello genuino (esempio: mozzarella di bufala, invece all'interno c'è la mozzarella di pecora).
- quando il soggetto agente appone il proprio contrassegno su prodotti provenienti da altri imprenditori *delit de remplissage alla rovescia*.

B) in secondo luogo, il mendacio sulla provenienza del prodotto si ha quando il marchio non registrato è contraffatto o alterato e non può trovare applicazione la fattispecie prevista dall'art. 474 c.p. che riguarda solamente i marchi registrati.

C) infine, il mendacio sulla provenienza risulta integrato quando il marchio registrato, pur non essendo contraffatto o alterato, per il modo in cui è concepito, per come è apposto sul prodotto o per l'aspetto complessivo del prodotto, è tuttavia idoneo ad ingenerare nei consumatori una falsa rappresentazione in ordine alla reale provenienza del prodotto (esempio: manifatture italia, creato in italia, tradizione italiana, ecc.).

Più problematica è l'individuazione del mendacio sulla provenienza nei casi di delocalizzazione della produzione.

Difatti le aziende al fine di trovare condizioni economiche più vantaggiose dal punto di vista dei costi, manodopera, condizioni fiscali, sempre più frequentemente puntano sulla delocalizzazione della produzione industriale.

In questi casi, secondo quanto verrà illustrato oltre, non è ravvisabile il mendacio sulla provenienza del prodotto anche nel caso in cui il marchio genuino venga apposto su prodotti che non sono fabbricati negli stabilimenti dell'imprenditore titolare del marchio, ma in quelli di un altro imprenditore commissionario/terzista.

Tale interpretazione è strettamente legata alla funzione che il marchio svolge nel contesto economico e giuridico nel quale è chiamato ad operare.

Difatti **CDI (codice della proprietà industriale) ci spiega all'art. 23** che il vincolo di inscindibilità tra marchio ed azienda è oramai definitivamente caduto.

Conseguentemente la funzione distintiva della provenienza svolta originariamente dal marchio ha mutato morfologia e contenuti. Più precisamente nel nuovo contesto normativo il marchio non svolge più la funzione di indicarle la provenienza del prodotto da una fonte di produzione aziendale che rimane sempre costante nel tempo e quindi non garantisce più che il prodotto contrassegnato proviene da stabilimenti produttivi che rimangono sempre costanti, ma garantisce l'affidamento dei consumatori nel fatto che i prodotti contrassegnati possiedono determinate caratteristiche qualitative che rimangono costanti nel tempo.

Quindi da questo punto di vista il mendacio in questo ambito potrebbe essere realizzato nel caso in cui i prodotti siano stati realizzati in difformità degli standard qualitativi contrattualmente stabiliti dal titolare del marchio.

Nessuno spazio per il mendacio invece se il titolare del marchio ha controllato la produzione delocalizzata nel rispetto degli standard qualitativi.

3) Diverso dal mendacio sulla provenienza è quello dall'origine geografica del prodotto, che si realizza tutte le volte in cui i segni mendaci del prodotto forniscono una falsa indicazione sull'origine geografica dello stesso.

Il mendacio sull'origine geografica assume rilevanza a prescindere dal fatto che dall'origine geografica falsamente evocata dal segno mendace dipenda la qualità del prodotto, potendo l'origine del prodotto incidere sulla formazione della volontà negoziale dell'acquirente anche quando da essa non dipendono le caratteristiche qualitative del prodotto.

LA TUTELA PENALE DEL MADE IN ITALY E LA FATTISPECIE PREVISTA DALL'ART. 4, COMMA 49, DELLA LEGGE 24 DICEMBRE 2003, N. 350

In una prospettiva di tutela diversa da quella nella quale si colloca la fattispecie prevista dall'art. 517 c.p. si pone quella prevista dall'art. 4 comma 49 della Legge 24 dicembre 2003, n. 350 (legge finanziaria 2004), volta alla tutela della produzione nazionale.

In effetti, la globalizzazione dei mercati ed il processo di liberalizzazione del commercio mondiale hanno determinato il fenomeno della delocalizzazione della produzione in paesi dove il costo della produzione consente alle imprese di essere più competitive sul mercato.

Questo fenomeno si è rilevato particolarmente dirompente per il Made in Italy, e cioè per le imprese che hanno mantenuto gli stabilimenti

produttivi all'interno del territorio nazionale e che rischiano di perdere competitività nel mercato globale.

Proprio nella prospettiva della tutela e promozione della produzione nazionale, di fronte al proliferare del fenomeno della delocalizzazione della produzione, nella Legge 350 del 2003 il legislatore ha introdotto all'art. 4 comma 49 una fattispecie incriminatrice che punisce con la pena prevista dall'art. 517 c.p.: *“L'importazione e l'esportazione a fini di commercializzazione ovvero la commercializzazione o la commissione di atti diretti in modo non equivoco alla commercializzazione di prodotti recanti false o fallaci indicazioni di provenienza o di origine costituisce reato ed è punita ai sensi dell'articolo 517 del codice penale”*.

In particolare, la disposizione di nuovo conio considera falsa indicazione la stampigliatura “Made in Italy” su prodotti e merci non originari dall'Italia ai sensi della normativa europea sull'origine e per fallace indicazione, l'uso di segni, figure o quant'altro possa indurre il consumatore a ritenere che il prodotto o la merce sia di origine italiana, anche qualora sia indicata l'origine e la provenienza estera dei prodotti o delle merci, nonché, a seguito della novella introdotta con la Legge 296/2006 (finanziaria per il 2007), anche l'uso fallace o fuorviante di marchi aziendali ai sensi della disciplina sulle pratiche commerciali ingannevoli.

“Costituisce falsa indicazione la stampigliatura “made in Italy” su prodotti e merci non originari dall'Italia ai sensi della normativa europea sull'origine; costituisce fallace indicazione, anche qualora sia indicata l'origine e la provenienza estera dei prodotti o delle merci, l'uso di segni, figure, o quant'altro possa indurre il consumatore a ritenere che il prodotto o la merce sia di origine italiana (Finanziaria 2004) incluso l'uso fallace o fuorviante di marchi aziendali ai sensi della disciplina sulle pratiche commerciali ingannevoli” (Finanziaria 2007).

Le fattispecie sono commesse sin dalla presentazione dei prodotti o delle merci in dogana per l'immissione in consumo o in libera pratica e sino alla vendita al dettaglio. La fallace indicazione delle merci può essere sanata sul piano amministrativo con l'asportazione a cura ed a spese del contravventore dei segni o delle figure o di quant'altro induca a ritenere che si tratti di un prodotto di origine italiana. La falsa indicazione sull'origine o sulla provenienza di prodotti o merci può essere sanata sul piano amministrativo attraverso l'esatta indicazione dell'origine o l'asportazione della stampigliatura “made in Italy”.

Per quanto riguarda la condotta tipica, l'ambito di essa risulta un po' più ampio rispetto a quella di cui all'art. 517 c.p. solamente per la presenza degli *“atti diretti alla commercializzazione di prodotti*

recanti false o fallaci indicazioni di provenienza o di origine”, fattispecie introdotta dalla Legge 248/2005 e riconducibile a quella di porre in vendita o mettere altrimenti in circolazione previste dall'art. 517 c.p..

Per quanto riguarda l'oggetto materiale, l'art. 517 c.p. fa riferimento solamente a prodotti industriali ed alle opere dell'ingegno, mentre il comma 49 della finanziaria 2004 fa riferimento ai prodotti *tout cour*, quindi anche quelli agricoli.

CORRETTA INDICAZIONE D'ORIGINE E TUTELA DEL “MADE IN ITALY”

L'indicazione “made in Italy” veniva inizialmente utilizzata dai produttori nazionali per indicare l'origine geografica del prodotto, tuttavia, nel corso degli ultimi anni, grazie agli ingenti investimenti effettuati dall'intero sistema imprenditoriale ed alla continua cura posta dagli operatori economici italiani nella ricerca sempre di più elevati standard di qualità, l'indicazione “made in Italy” ha assunto un valore suggestivo, perdendo la funzione di mero indicatore di origine geografica per diventare testimonianza di valori estetici e di qualità connessi alle produzioni italiane.

Per garantire adeguata tutela alle produzioni italiane, negli ultimi anni il legislatore nazionale è intervenuto ripetutamente emanando disposizioni stringenti per disciplinare l'apposizione del “made in Italy” sui prodotti, con l'intento di trasmettere un segnale forte da parte dello Stato e per tentare di risolvere, almeno in parte, le problematiche che hanno messo in crisi diversi settori dell'industria nazionale. Al fine di analizzare compiutamente la normativa a tutela del “made in Italy”, occorre, dopo aver illustrato i risvolti penali dell'etichettatura derivanti dalla configurazione di condotte illecite in sede di immissione in commercio di prodotti recanti indicazioni fuorvianti o mendaci, esaminare quella che coinvolge sul piano giuridico i profili civilistici (relativamente al marchio e alla concorrenza sleale) e amministrativi (per le prescrizioni inerenti agli obblighi di etichettatura e la configurazione di illeciti amministrativi connessi all'apposizione di etichette ingannevoli).

Innanzitutto, occorre chiarire il concetto di “marchio”, distinguendo altresì l'indicazione della “provenienza” dall'attestazione dell'“origine” (o made in) del prodotto.

Il “marchio” è quel simbolo che consente di individuare il produttore di un bene su cui è apposto, garantendone la qualità, a prescindere dall'origine geografica del medesimo.

In proposito, l'Amministrazione doganale ha provveduto a chiarire che *“le funzioni di tale indicazione (il marchio di fabbrica) è volta*

essenzialmente a garantire al consumatore che il prodotto viene da una specifica organizzazione e, quindi, che il prodotto stesso ha determinate caratteristiche qualitative e non anche a certificare il luogo della sua effettiva produzione”.

L'INDICAZIONE DI PROVENIENZA

L'obbligo di apposizione della corretta indicazione di “provenienza”, che consente di individuare l'impresa, rappresentata dal suo marchio, dalla quale proviene il prodotto immesso sul mercato, è sancito dalle norme di carattere penale ed amministrativo così come ampiamente illustrate nel primo paragrafo.

L'INDICAZIONE DELL'ORIGINE DEI PRODOTTI

Per quanto riguarda la disciplina dell'“origine” dei prodotti occorre far riferimento alla normativa comunitaria contenuta nel Codice Doganale Comunitario Reg. CE n. 2913/1992 e nelle relative disposizioni di attuazione, che definiscono regole specifiche per i beni interamente ottenuti in un unico paese e per quelli alla cui produzione abbiano concorso imprese localizzate in paesi differenti. Inoltre, il legislatore comunitario ha inteso distinguere le disposizioni relative all'origine delle merci, a seconda che si tratti dell'origine “non preferenziale” o “preferenziale” dei prodotti.

L'ORIGINE NON PREFERENZIALE

L'origine “non preferenziale” determina la provenienza geografica dei prodotti, alla quale in genere non è legata un'agevolazione tariffaria da parte della Comunità europea. L'art. 23 del Reg. CE n. 2913/1992 (Codice Doganale Comunitario) e modificato dal Reg. CE n. 450 del 23 aprile 2008, prevede che debbano essere considerate “originarie” di un paese le merci interamente ottenute in tale paese.

Quando il processo produttivo è stato realizzato in più paesi, ai fini dell'individuazione dell'origine (non preferenziale) occorre individuare il paese in cui è avvenuta l'ultima trasformazione o lavorazione sostanziale, economicamente giustificata ed effettuata in un'impresa attrezzata a tale scopo, che si sia conclusa con la fabbricazione di un prodotto nuovo od abbia rappresentato una fase importante del processo di fabbricazione.

L'ORIGINE PREFERENZIALE

L'origine “preferenziale” a differenza dell'origine non preferenziale, comporta il riconoscimento di un trattamento tariffario agevolato da parte della Comunità Europea in relazione a merci che sono o possono essere considerate originarie di taluni paesi o aree geografiche. L'origine preferenziale si applica a quelle merci per cui l'Unione Europea ha siglato accordi di libero scambio, in virtù dei quali vengono concessi trattamenti tariffari agevolati (riduzione o esenzione daziaria). L'origine preferenziale segue le regole previste dai diversi accordi stretti con i Paesi associati all'UE (PECO, EFTA, ACP) e varia da prodotto a prodotto e da accordo ad accordo. L'origine per fini tariffari, ovvero l'origine “preferenziale” in senso tecnico, consente, ad esempio, di accordare agevolazioni tariffarie (vale a dire, esenzione da dazi ovvero pagamento dei dazi in misura ridotta) a quelle merci provenienti da paesi, o gruppi di paesi, con i quali l'Unione Europea ha sottoscritto specifici accordi di cooperazione economica.

In conclusione, da una compiuta disamina della normativa relativa all'origine preferenziale e non preferenziale delle merci, si rileva che non è possibile rivendicare l'origine italiana di beni per i quali una parte rilevante del processo produttivo è stato realizzato all'estero; laddove infatti venga individuata in un paese straniero l'ultima lavorazione sostanziale, che non consiste nel mero assemblaggio, nell'etichettatura o nel confezionamento dei prodotti, non sarà possibile apporre in etichetta l'indicazione “made in Italy” o altre indicazioni “fallaci” relative all'origine o alla provenienza dei prodotti.

LE NOVITÀ APPORTATE DAL D.L. 135/2009 ART. 16 RECANTE DISPOSIZIONI A TUTELA DEL “MADE IN ITALY” E CONVERTITO NELLA LEGGE 166/2009

Nel Supplemento Ordinario n. 215/L alla G.U.R.I. - Serie generale n. 274 del 24/11/2009 è stata pubblicata la Legge 166/2009, di conversione del DL 135/2009 (obblighi comunitari) in vigore dal 25 novembre 2009, che all'art. 16 reca la disciplina del “Made in Italy” per prodotti interamente italiani.

Tale disposizione ha praticamente riscritto, non senza perplessità di cui si accennerà nelle conclusioni, la disciplina dell'etichettatura sull'origine delle merci e la possibilità di applicazione della stampigliatura “Made in Italy”.

Il testo approvato dalla Commissione è incentrato sulla commercializzazione di prodotti tessili, della pelletteria e calzaturieri. In particolare, il provvedimento è volto ad assicurare la **tracciabilità dei prodotti** di tali settori, introducendo un sistema di etichettatura obbligatoria che evidenzia il luogo di origine.

Inoltre, si consente l'uso della denominazione **“Made in Italy”** esclusivamente per i prodotti dei suindicati settori le cui fasi di lavorazione, come individuate dallo stesso provvedimento, abbiano avuto luogo esclusivamente nel territorio italiano.

Infine, si prevedono sanzioni amministrative pecuniarie e il sequestro e la confisca delle merci nel caso di violazione delle disposizioni del provvedimento.

In particolare la norma così recita:

1. *Si intende realizzato interamente in Italia il prodotto o la merce, classificabile come made in Italy ai sensi della normativa vigente, e per il quale il disegno, la progettazione, la lavorazione ed il confezionamento sono compiuti esclusivamente sul territorio italiano.*
2. *Con uno o più decreti del Ministro dello sviluppo economico, di concerto con i Ministri delle politiche agricole alimentari e forestali, per le politiche europee e per la semplificazione normativa, possono essere definite le modalità di applicazione del comma 1.*
3. *Ai fini dell'applicazione del comma 4, per uso dell'indicazione di vendita o del marchio si intende la utilizzazione a fini di comunicazione commerciale ovvero l'apposizione degli stessi sul prodotto o sulla confezione di vendita o sulla merce dalla presentazione in dogana per l'immissione in consumo o in libera pratica e fino alla vendita al dettaglio.*
4. *Chiunque fa uso di un'indicazione di vendita che presenti il prodotto come interamente realizzato in Italia, quale «100% made in Italy», «100% Italia», «tutto italiano», in qualunque lingua espressa, o altra che sia analogamente idonea ad ingenerare nel consumatore la convinzione della realizzazione interamente in Italia del prodotto, ovvero segni o figure che inducano la medesima fallace convinzione, al di fuori dei presupposti previsti nei commi 1 e 2, è punito, ferme restando le diverse sanzioni applicabili sulla base della normativa vigente, con le pene previste dall'articolo 517 del codice penale, aumentate di un terzo.*
5. *All'articolo 4, comma 49, della legge 24 dicembre 2003, n. 350, dopo le parole: «pratiche commerciali ingannevoli» sono inserite le seguenti: «fatto salvo quanto previsto dal comma 49-bis.».*
6. *Dopo il comma 49 dell'articolo 4 della legge 24 dicembre 2003, n. 350, sono aggiunti i seguenti:
“49-bis - Costituisce fallace indicazione l'uso del marchio, da parte del titolare o del licenziatario, con modalità tali da indurre il consumatore a ritenere che il prodotto o la merce sia di origine italiana ai sensi della normativa europea sull'origine, senza che gli stessi siano accompagnati da indicazioni precise ed evidenti sull'origine o provenienza estera o comunque sufficienti ad evitare qualsiasi fraintendimento del consumatore sull'effettiva origine del prodotto, ovvero senza essere accompagnati da attestazione, resa da parte del titolare o del licenziatario del marchio,*

circa le informazioni che, a sua cura, verranno rese in fase di commercializzazione sulla effettiva origine estera del prodotto. Il contravventore è punito con la sanzione amministrativa pecuniaria da euro 10.000 ad euro 250.000.

49-ter. È sempre disposta la confisca amministrativa del prodotto o della merce di cui al comma 49-bis, salvo che le indicazioni ivi previste siano apposte, a cura e spese del titolare o del licenziatario responsabile dell'illecito, sul prodotto o sulla confezione o sui documenti di corredo per il consumatore”.

7. *Le disposizioni di cui ai commi 5 e 6 si applicano decorsi quarantacinque giorni dalla data di entrata in vigore del presente decreto.*
8. *L'articolo 17, comma 4, della legge 23 luglio 2009, n. 99, è abrogato.*

I primi tre commi dell'articolo si propongono di rendere effettivo, in funzione di tutela della corretta informazione dei consumatori, il divieto di fornire indicazioni incomplete o inesatte sull'origine dei prodotti posti in commercio. Si assiste, infatti, comunemente alla collocazione sul mercato di merci che vengono presentate ai consumatori come interamente prodotte in Italia - attraverso indicazione di vendita varie, quali “100% Made in Italy”, “100% prodotto italiano” o simili - in assenza di una regolamentazione della materia e spesso facendo leva sulle sole condizioni che, ai sensi della normativa doganale, consentono l'apposizione dell'indicazione “Made in Italy”, le quali condizioni non garantiscono che tutte le fasi del processo produttivo o, comunque, quelle qualificanti in relazione alle diverse categorie merceologiche (quali l'ideazione, il disegno, la progettazione, la lavorazione ed il confezionamento), siano effettivamente compiute, per intero, sul territorio italiano.

Il comma 1 dell'articolo in esame individua, pertanto, le condizioni alle quali il prodotto o la merce possono essere qualificati come “Made in Italy”, prevedendo che il disegno, la progettazione, la lavorazione ed il confezionamento dei prodotti e delle merci siano compiuti esclusivamente sul territorio italiano.

Il comma 2 rinvia a successivi decreti interministeriali l'eventuale precisazione delle modalità di applicazione del comma 1. Tali previsioni appaiono in linea con le indicazioni della Corte di giustizia della Comunità europea, che, mentre ha costantemente ritenuto contrarie al Trattato le previsioni obbligatorie che esigano l'indicazione di origine di determinate merci, ancorché indistintamente applicabili alle merci nazionali e a quelle comunitarie, giacché tali previsioni hanno l'effetto di consentire al consumatore di distinguere fra queste due categorie di prodotti, il che può indurlo a dare la preferenza alle merci nazionali, ha, sin dagli anni ottanta, riconosciuto meritevole di tutela l'interesse del produttore ad indicare di propria iniziativa l'origine nazionale del

prodotto, salva la tutela del consumatore rispetto a indicazioni inesatte (si confronti, ad esempio, sentenza 25 aprile 1985, causa C-207/83, Commissione/Regno Unito, punto 21: “(...) nei casi in cui l'origine nazionale della merce suggerisce ai consumatori determinate qualità, i produttori hanno interesse ad indicarlo di loro iniziativa sui prodotti o sugli imballaggi, senza che sia necessario obbligarveli”). In questo caso, la tutela dei consumatori è adeguatamente garantita dalle norme che consentono di far vietare l'uso di indicazioni d'origine false, norme che il Trattato lascia intatte.

In attuazione di tali principi il quarto, il quinto ed il sesto comma modificano la disciplina dell'articolo 4 della legge 24 dicembre 2003, n. 350, novellata dall'art.17 comma 4 della legge 23 luglio 2009, n. 99, recante disposizioni per lo sviluppo e l'internazionalizzazione delle imprese, nonché in materia di energia.

In particolare, il quarto comma vieta, comminando le pene di cui all'articolo 517 c.p., aumentate fino ad un terzo, l'uso di un'indicazione di vendita che presenti il prodotto come interamente realizzato in Italia o che sia idonea ad ingenerare nel consumatore la convinzione della realizzazione interamente in Italia del prodotto, o l'uso di segni o figure che inducano la medesima fallace convinzione, ove non ricorrano i presupposti previsti nei commi 1 e 2.

Il quinto e sesto comma integrano l'art. 49 della legge 24 dicembre 2003, n. 350, sanzionando la condotta del produttore e del licenziatario che maliziosamente omettano di indicare l'origine estera dei prodotti pur utilizzando marchi naturalmente riconducibili a prodotti italiani.

Tale condotta, pure essendo astrattamente riconducibile alla norma previgente, di fatto era rimasta priva di sanzione per insuperabili limiti interpretativi. La precedente natura di reato poi, per la necessità di configurare l'elemento soggettivo del dolo, rendeva assai oneroso l'accertamento della violazione.

Con la novella oltre a specificare la condotta, superando così i precedenti limiti, si qualifica la violazione come illecito amministrativo di più facile accertamento, con una significativa sanzione amministrativa pecuniaria da Euro 10.000 a Euro 250.000; al fine di assicurare una tutela efficace e reale per i consumatori, si accompagna a detta sanzione la confisca amministrativa del prodotto o della merce, salvo che le indicazioni necessarie siano apposte, a cura e spese del titolare o del licenziatario responsabile dell'illecito, sul prodotto o sulla confezione o sui documenti di corredo per il consumatore.

INDICAZIONI OPERATIVE E CIRCOLARE ESPLICATIVA DEL MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO N. 124899 DEL 9 NOVEMBRE 2009

Il Ministero dello Sviluppo Economico, con la circolare esplicativa n. 124899 del 9 novembre 2009, detta le prime istruzioni operative circa l'obbligo di indicazione dell'origine del prodotto.

Il nuovo articolo 4, comma 49-bis, introdotto dall'art. 16, comma 6 del decreto legge n. 135/09, ha stabilito che costituisce fallace indicazione l'uso del marchio, da parte del titolare o del licenziatario, con modalità tali da indurre il consumatore a ritenere che il prodotto sia di origine italiana, ai sensi della normativa europea sull'origine.

La norma prevede l'obbligo in sintesi, per i soggetti interessati, di accompagnare i prodotti con:

- indicazioni precise ed evidenti sull'origine o provenienza estera o comunque sufficienti ad evitare qualsiasi fraintendimento del consumatore sull'effettiva origine del prodotto;
- un'attestazione, circa le informazioni, che gli stessi soggetti renderanno in fase di commercializzazione sull'effettiva origine estera di prodotti o merci.

Quindi, la Circolare del Ministero prevede la possibilità di accompagnare il prodotto con un'appendice informativa che comprende le diciture come, per esempio:

- prodotto fabbricato in _____
- prodotto fabbricato in paesi extra UE;
- prodotto importato da Paesi extra UE;
- prodotto non fabbricato in Italia.

Il Ministero precisa che le indicazioni dell'origine non italiana dei prodotti dovranno essere apposte sul prodotto o sulla confezione dove trovano abitualmente posto le indicazioni sulla qualità e le caratteristiche dei prodotti stessi e comunque in modo conforme alla prassi di settore.

Nel caso in cui il titolare del marchio o il licenziatario non provvede a precisare l'origine della merce in fase anteriore alla commercializzazione in quanto materialmente impossibile (esempio prodotti alla rinfusa), è possibile far ricorso ad una specifica autocertificazione, con cui si impegna a rendere, in fase di commercializzazione, le informazioni ai consumatori sull'effettiva origine estera della merce.

La normativa non viene applicata ai prodotti che sono già in negozi e a quelli che sono già stati realizzati e contrassegnati dal marchio prima della applicabilità della nuova norma, ossia prima del 10 novembre 2009.

Alla luce di quanto sopra esposto si può qui di seguito illustrare sinteticamente quali sono gli obblighi per i produttori: nel caso in cui sul prodotto viene apposto un segno distintivo, al momento dell'importazione non occorrerà indicare il paese di origine, ma non potrà essere indicato "Made in Italy", "100% Italia", "Italianissimo" o altro segno distintivo o dicitura che possa trarre in inganno il consumatore sull'origine italiana del prodotto (esempio, bandiera italiana, o Italia stilizzata, o "Italian style", "tempo Italiano" "produzione italiana", ecc.) e ciò vale sia per la fase di importazione che per la successiva commercializzazione del prodotto.

Nel caso in cui sul prodotto venga apposto un marchio registrato in Italia, occorre distinguere tra la fase di importazione e la fase di commercializzazione dei prodotti. In fase d'importazione, qualora non sia materialmente possibile l'apposizione dell'appendice informativa/ indicazione d'origine volta ad evitare qualsiasi fraintendimento del consumatore sull'origine del prodotto, sarà possibile per l'importatore (titolare o licenziatario del marchio), al momento della presentazione della merce in dogana, attestare che al momento della commercializzazione fornirà tutte le informazioni necessarie per evitare l'inganno del consumatore sull'esatta origine della merce. Un modello di attestazione da presentare all'importazione è stato comunicato dal Ministero dello Sviluppo Economico con circolare n. 124898 del 9 novembre scorso.

Al momento della commercializzazione, invece, andrà apposta obbligatoriamente sul prodotto, con etichetta o in altro modo evidente, una delle informazioni circa l'origine o la provenienza suggerite a titolo esemplificativo da Ministero: *prodotto fabbricato in_____*; *prodotto fabbricato in paesi extra UE*; *prodotto importato da Paesi extra UE*; *prodotto non fabbricato in Italia*, pur in presenza del marchio registrato dell'azienda italiana.

Per il rispetto della norma quindi è considerato sufficiente che l'origine non italiana sia specificata al consumatore in sede di commercializzazione.

Quanto disposto per la commercializzazione ovviamente è valido solo per l'Italia, dal momento che la legge che ha disposto la nuova regolamentazione del *Made in* è italiana e quindi valida solo sul territorio nazionale.

Il Dipartimento Politiche Comunitarie ha pubblicato di recente una guida che contiene il testo di legge, i destinatari del provvedimento, i benefici della nuova normativa per le aziende e la lotta alla contraffazione.

CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE E DUBBI INTERPRETATIVI

In questa sede appare opportuno chiarire a tutti gli operatori che su alcuni punti della Legge 166/2009, persistono ancora, nonostante la circolare sopra in commento, dubbi interpretativi ed orientamenti contrastanti.

Difatti parte degli operatori sostengono la creazione di una categoria assolutamente inedita di "made in Italy" il c.d. "interamente italiano" ossia un *super made in Italy* contrassegnato dalla stampigliatura "100% Italia", "tutto italiano", ecc. e riservato ai prodotti per i quali "il disegno la progettazione, la lavorazione e il confezionamento sono compiuti esclusivamente sul territorio italiano".

Quindi a parere di alcuni la "classica" indicazione "made in Italy" può, legittimamente e come sempre, essere apposta su tutti i prodotti che in Italia, ai sensi del Codice Doganale Comunitario, hanno subito l'ultima trasformazione sostanziale.

Altri dubbi interpretativi permangono poi sulla possibilità, per tutti i prodotti e non solo per quelli su cui è materialmente impossibile l'apposizione, il ricorso alla dichiarazione.

Alla luce di quanto sopra esposto si auspica un intervento chiarificatore di fonte istituzionale.