

LA DISCIPLINA RELATIVA ALLA SICUREZZA, AL TRACCIAMENTO
E ALLA RINTRACCIABILITÀ DEI PRODOTTI DEL SETTORE OLIVICOLO
E IN PARTICOLARE DELL'OLIO D'OLIVA *

Marco Gjomarkaj **

SOMMARIO: 1. Il ruolo della tracciabilità e dell'informazione business to consumer nel mercato agroalimentare – 2. La normativa europea sulla commercializzazione dell'olio di oliva – 2.1 La disciplina europea sull'etichettatura dell'olio di oliva – 2.2 Il ruolo delle informazioni geografiche – 3. La normativa interna: allineamento dell'ordinamento italiano al regolamento (UE) n. 1169/2011 – 3.1 Regole per la rintracciabilità nella filiera olivico-olearia in Italia – 4. Alcuni dati sul mercato olivico-oleario siciliano.

1. – In un mercato ampio, rapido e industrializzato, in cui gli alimenti vengono messi in commercio a chilometri di distanza dai luoghi di *produzione e/o trasformazione*, il ruolo dell'informazione *business to consumer* assume assoluta centralità, nella fase della commercializzazione dei prodotti agroalimentari, per la ripartizione del valore e delle rispettive responsabilità tra gli operatori dell'intera *catena* agroalimentare.

In questo settore l'informazione B2C che accompagna i prodotti nella fase della commercializzazione è chiamata a svolgere più di una fondamentale funzione.

Innanzitutto, quella di fornire agilmente ai consumatori tutte quelle informazioni che, come vedremo, la legge impone di comunicare e che riguardano gli ingredienti che compongono l'alimento, tutte le informazioni poste a tutela della *salute* dei consumatori e, altresì, quelle relative alla *rintracciabilità* dei soggetti che sono intervenuti lungo le fasi della produzione e successive (c.d. *funzione informativa*).

* Ricerca finanziata con i fondi del progetto SMOOL –Smart Olive Oil Traceability”, CUP G79J18000710007, codice Caronte SI_1_31368, presentato a valere sull'Azione 1.1.5 “Sostegno all'avanzamento tecnologico delle imprese attraverso il finanziamento di linee pilota e azioni di validazione precoce dei prodotti e di dimostrazione su larga scala” del PO FESR 2014/2020.

** Dottore di ricerca in Diritto agrario e alimentare.



Il regolamento UE n. 178/2002 (*General Food Law*), che pone le basi normative per la sicurezza alimentare nel mercato europeo, sancisce all'articolo 3, n. 15, che con il termine *rintracciabilità* si intende *la possibilità di ricostruire e seguire il percorso di un alimento, di un mangime, di un animale destinato alla produzione alimentare o di una sostanza destinata o atta ad entrare a far parte di un alimento o di un mangime attraverso le fasi della produzione, della trasformazione e della distribuzione*.

Questa definizione consente, da una parte, di attribuire a ciascun soggetto che ha contribuito ai singoli processi di produzione (o precedenti) una porzione del valore – espresso in termini qualitativi – che è destinato a manifestarsi sotto forma di incremento del prezzo di vendita del prodotto stesso, e, dall'altra, di ripercorrere *a posteriori* tutte le fasi della catena agro-alimentare da cui proviene un determinato prodotto, in modo da poter individuare i responsabili di eventuali violazioni o false rappresentazioni agli occhi dei consumatori della realtà produttiva aziendale.

La seconda funzione che l'informazione ai consumatori è chiamata a svolgere è certamente quella di pubblicizzare i prodotti immessi sul mercato, evidenziandone le *qualità*, nel rispetto della normativa *antitrust* (c.d. *funzione persuasiva*).

Gli effetti di questa vengono esplicitati da un fascio di informazioni c.d. *volontarie* che il legislatore europeo consente di comunicare sia visivamente che testualmente, nel rispetto dei limiti di cui si dirà *infra*.

Infine, è indubbio che oggi le priorità giuridico-programmatiche per l'intero comparto agroalimentare europeo (si vedano i regolamenti della PAC 2023/27¹ e tutti gli atti preparatori agli stessi²) mirano alla c.d. *transi-*

¹ Reg. 2115/2021 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 2 dicembre 2021, recante norme sul sostegno ai piani strategici che gli Stati membri devono redigere nell'ambito della politica agricola comune (piani strategici della PAC) e finanziati dal Fondo europeo agricolo di garanzia (FEAGA) e dal Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR) e che abroga i reg. 1305/2013 e 1307/2013; Reg. 2116/2021 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 2 dicembre 2021, sul finanziamento, sulla gestione e sul monitoraggio della politica agricola comune e che abroga il reg. 1306/2013; Reg. 2117/2021 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 2 dicembre 2021, che modifica i reg. 1308/2013 recante organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli, 1151/2012 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari, 251/2014 concernente la definizione, la designazione, la presentazione, l'etichettatura e la protezione delle indicazioni geografiche dei prodotti vitivinicoli aromatizzati e 228/2013 recante misure specifiche nel settore dell'agricoltura a favore delle regioni ultraperiferiche dell'Unione.

² Tra i quali, ovviamente, il c.d. *New Green Deal – COM(2019) 640 final, Bruxelles, dell'11 di-*

zione verso la sostenibilità delle produzioni.

Sulla base della considerazione che le scelte di acquisto costituiscono il motore dei mercati e in un settore come quello agro-alimentare sono, oggi più che mai, le scelte dei consumatori a orientare quelle della produzione (che segue delle logiche prettamente economiche), emerge un'ulteriore funzione attribuibile alla comunicazione B2C in generale, e cioè quella della responsabilizzazione dei consumatori verso scelte alimentari sostenibili (c.d. *funzione performativa o educativa*³).

Con l'evoluzione delle tecnologie agricole e delle tecniche informatiche, che consentono oggi di *incamerare* e di *amministrare* enormi quantità di dati relativi alla gestione delle produzioni agricole, è indubbio che l'applicazione di piattaforme informatiche in grado di fornire per i singoli prodotti – per ogni singola bottiglia di olio – un efficace quadro di etichettatura circa la *tracciabilità* e *rintracciabilità* in modo da ripercorrere, a ritroso, tutte le tappe della catena agroalimentare sottesa, può avere importanti e positive ricadute sia guardando all'efficacia sulle funzioni attribuite alla comunicazione B2C, ma altresì con riguardo agli effetti diretti nei confronti dei consumatori – destinatari dell'informazione – la cui responsabilizzazione verso scelte di acquisto più sostenibili costituisce un obiettivo fondamentale perseguito dalle Istituzioni europee e nazionali ormai da diversi anni.

cembre 2019, Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato Economico e Sociale e al Comitato delle Regioni, "Il Green Deal europeo" – e le annesse strategie farm to fork e EU biodiversity strategy 2030.]Rispettivamente, Comunicazione del 20 maggio 2020 [COM(2020) 381 final, *Una strategia Dal produttore al consumatore, per un sistema alimentare equo, sano e rispettoso dell'ambiente*, Bruxelles, Comunicazione del 20 maggio 2020 [COM(2020)] 380 final, *Strategia dell'UE sulla biodiversità per il 2030*, Bruxelles. Per una riflessione più approfondita cfr. M. Alabrese, *Politiche climatiche, politiche agricole e il bisogno di coordinamento*, in *Riv. Dir. Agr.* n. 3, 2020, 639; H. Schebesta, J. J. L. Candel, *Game-changing potential of the EU's Farm to fork Strategy*, in *Nature food*, n. 1, 2020, 586; H. Schebesta, N. Bernaz, C. Macchi, *The European union Farm to fork strategy: sustainability and responsible business in the food supply chain*, in *European food and feed law review*, n. 15, 2020, 420; P. Lattanzi, *Il "New Green Deal", la Pac 2021-2027 e la sostenibilità nelle produzioni alimentari*, in *Tratt. dir. al. it. e dell'Unione europea*, a cura di P. Borghi, I. Canfora, A. Di Lauro, L. Russo, Giuffrè editore, Milano, 2021, 705; F. Venturi, *The Farm to Fork Strategy. A Comprehensive but Cautious Approach to "Multidimensional" Food Sustainability*, in *Riv. quadrimestrale di diritto dell'ambiente* n. 1, 2021, 70.

³ Cfr. S. Bolognini, *Il consumatore nel mercato agro-alimentare europeo fra scelte di acquisto consapevoli e scelte di acquisto sostenibili*, in *Riv. dir. agr.* n. 1, 2019, 615.

2. – Il quadro normativo che guarda al mercato dell'olio d'oliva – nelle dimensioni europea, nazionale e regionale – regola sia gli aspetti strettamente e direttamente connessi alla fase della commercializzazione del prodotto, che quelli relativi alla disciplina giuridica delle informazioni ai consumatori che accompagnano questi alimenti durante la vendita al dettaglio.

A livello unionale, la materia della commercializzazione dei prodotti della filiera olivicolo-olearia è contenuta nel regolamento (UE) n. 1308/2013⁴ recante l'organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli (OCM), così come integrata dal regolamento delegato (UE) n. 2104/2022⁵ relativo alle norme di commercializzazione dell'olio di oliva, e dal regolamento di esecuzione (UE) n. 2105/2022⁶ che ha introdotto delle norme per la verifica della conformità dei prodotti alle caratteristiche stabilite per le diverse categorie d'olio di oliva nel regolamento ultimo citato. La disciplina generale europea che regola il flusso di informazioni rivolte ai consumatori che accompagnano i prodotti nel settore agroalimentare è contenuta nel regolamento (UE) n. 1169/2011⁷, nel regolamento (UE) 1308/2013 cit., nel regolamento delegato (UE) n. 2104/2022 cit. e nelle norme che singolarmente regolano i disciplinari di certificazione della *qualità* dei prodotti commercializzati (ci si riferisce, ad esempio, alle singole norme che disciplinano, in termini generali, il funzionamento dei marchi di matrice europea: per le indicazioni geografiche il recente regolamento (UE) n. 1143/2024⁸, ovvero, per il marchio di pro-

⁴ Reg. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, recante organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli e che abroga i reg. 922/72, 234/79, 1037/2001 e 1234/2007 del Consiglio. G.U. L. 347 del 20/12/2013.

⁵ Reg. del. 2104/2022 della Commissione del 29 luglio 2022 che integra il reg. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda le norme di commercializzazione dell'olio di oliva e che abroga il reg. 2568/91 della Commissione e il reg. es. 29/2012 della Commissione. G.U. L. 284 del 4/11/2022.

⁶ Reg. es. 2105/2022 della Commissione del 29 luglio 2022 che stabilisce norme relative ai controlli di conformità delle norme di commercializzazione dell'olio di oliva e ai metodi di analisi delle caratteristiche dell'olio di oliva. G.U. L. 284 del 4/11/2022.

⁷ Reg. 1169/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, che modifica i reg. 1924/2006 e 1925/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio e abroga la dir. 250/87 della Commissione, la dir. 496/90 del Consiglio, la dir. 10/1999 della Commissione, la dir. 13/2000 del Parlamento europeo e del Consiglio, le dir. 67/2002 e 5/2008 della Commissione e il reg. 608/2004 della Commissione Testo rilevante ai fini del SEE. G.U. L. 304 del 22/11/2011.

⁸ Reg. 1143/2024 del Parlamento Europeo e del Consiglio, dell'11 aprile 2024, relativo alle in-

duzione biologico il regolamento (UE) n. 848/2018 ⁹).

La normativa generale per la commercializzazione dei prodotti nella maggior parte dei settori del mercato agroalimentare è contenuta nel Titolo II del regolamento (UE) n. 1308/2013.

In apertura di questa sezione sono elencate le categorie di prodotti o di settori produttivi, tra i quali, per primo, quello dell'*olio di oliva e olive da tavola* (articolo 75, lett. a), la cui commercializzazione è condizionata al rispetto di norme minime ¹⁰.

Inoltre, con l'obiettivo di prendere in considerazione le aspettative dei consumatori e migliorare le condizioni economiche della produzione e della commercializzazione nonché la qualità dei prodotti agricoli, al paragrafo 2 dell'articolo 75, del regolamento (UE) n. 1308/2013, il legislatore ha conferito il potere alla Commissione di adottare atti delegati, conformemente con quanto previsto all'articolo 227 del medesimo regolamento, in tutte le fasi della commercializzazione, *nonché sulle deroghe ed esenzioni a tali norme per adeguarsi alla costante evoluzione delle condizioni del mercato e della domanda dei consumatori e agli sviluppi delle pertinenti norme internazionali, nonché per evitare di ostacolare l'innovazione nella produzione.*

Analoga la previsione di cui all'articolo 78, paragrafo 2, che invece rinvia all'Allegato VII del regolamento per le *definizioni, le designazioni e le denominazioni di vendita* che possono essere utilizzate a livello UE per la commercializzazione dei prodotti (tra cui *l'olio di oliva e le olive da tavola*, paragrafo 1, lett. g), i quali, a loro volta, dovranno rispettare gli *standard* qualitativi fissati al presente regolamento e da quelli integrativi della Commissione europea ¹¹.

dicazioni geografiche dei vini, delle bevande spiritose e dei prodotti agricoli, nonché alle specialità tradizionali garantite e alle indicazioni facoltative di qualità per i prodotti agricoli, che modifica i reg. 1308/2013, 2019/787 e 1753/2019 e che abroga il reg. 1151/2012.

⁹ Reg. 848/2018 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 30 maggio 2018, relativo alla produzione biologica e all'etichettatura dei prodotti biologici e che abroga il reg. 834/2007 del Consiglio.

¹⁰ La regola generale fissata all'articolo 74 sancisce che *“i prodotti per i quali sono state stabilite norme di commercializzazione per settore o per prodotto conformemente alla presente sezione possono essere commercializzati nell'Unione solo se conformi a tali norme”*.

¹¹ Nell'Allegato VII (*Denominazioni, designazioni e denominazioni di vendita dei prodotti di cui all'articolo 78*) del reg. 1308/2013 è previsto che *“ai fini del presente regolamento, si intende per “denominazione di vendita” il nome col quale è venduto un prodotto alimentare, ai sensi dell'articolo 5, paragrafo 1, della direttiva 2000/12/CE, o il nome del prodotto alimentare, ai sensi dell'articolo 7 del rego-*

In esecuzione della suddetta delega la Commissione ha emanato, dapprima, il regolamento di esecuzione (UE) n. 29/2012¹², oggi abrogato dal regolamento delegato (UE) n. 2104/2022 della Commissione, del 29 luglio 2022, che integra il regolamento (UE) n.1308/2013 per quanto riguarda le norme di commercializzazione dell'olio d'oliva, e dal regolamento di esecuzione (UE) n. 2105/2022 che stabilisce norme concernenti i controlli di conformità alle norme di commercializzazione per gli oli di oliva, la cooperazione e l'assistenza tra le autorità competenti per quanto riguarda i controlli di conformità, i registri che devono essere tenuti dagli operatori che producono o detengono olio di oliva e l'approvazione dei c.d. impianti di condizionamento, e i metodi di analisi per determinare le caratteristiche dell'olio di oliva.

Nel complesso i due regolamenti del 2022 sono concepiti nell'ottica di semplificare il quadro normativo e, altresì, di incrementare le tutele nei confronti dei consumatori assicurando un'alta qualità dei prodotti europei e promuovendo una concorrenza leale tra gli imprenditori agricoli, attraverso l'eliminazione di competitor che non rispettano i *target* minimi fissati a livello europeo¹³.

Più in particolare, la *Parte III* dell'Allegato VII del regolamento (UE) n. 1308/2013 fornisce la classificazione delle designazioni e definizioni degli oli di oliva e di sansa di oliva obbligatorie per la commercializzazione di tali prodotti nell'Unione e per l'esportazione verso i Paesi terzi, cui rinvia anche il regolamento delegato (UE) n. 2104/2022 (articolo 2 e Allegato I, punti 1-8).

Nel categorizzarli l'Allegato VII, parte VIII, del regolamento (UE) n.1308/2013, dispone che possono essere commercializzati al dettaglio esclusivamente le seguenti categorie: *olio extravergine di oliva, olio di oliva vergine, olio di oliva composto di oli di oliva raffinati e oli di oliva vergini e olio di sansa di oliva*¹⁴.

lamenteo (UE) n. 1169/2011". Nella *Parte III*, rubricata *designazioni e definizioni degli oli di oliva e degli oli di sansa di oliva* viene fatta una elencazione

¹² Reg. es. 29/2012 della Commissione, del 13 gennaio 2012, relativo alle norme di commercializzazione dell'olio d'oliva.

¹³ Si legga al riguardo il primo considerando del reg. del. 2104/2022, ove è disposto che "*l'olio di oliva possiede determinate proprietà organolettiche e nutritive che, tenuto conto dei costi di produzione, gli permettono di avere accesso a un mercato a un prezzo relativamente elevato rispetto alla maggior parte degli altri grassi vegetali. Alla luce di questa situazione di mercato è opportuno stabilire norme di commercializzazione per gli oli di oliva che garantiscano la qualità del prodotto e combattano efficacemente la frode. Inoltre il controllo delle norme di commercializzazione deve essere reso più efficace. A tal fine è opportuno dunque stabilire specifiche disposizioni*".

¹⁴ Le ulteriori categorie di oli classificate nel Allegato VII, Parte VIII, del reg. 1308/2013 che

I primi due (*olio extravergine di oliva* e *olio di oliva vergine*) appartengono entrambi alla categoria degli *oli di oliva vergini*, e cioè quelli *ottenuti dal frutto dell'olivo soltanto mediante processi meccanici o altri processi fisici, in condizioni che non causano alterazioni dell'olio, e che non hanno subito alcun trattamento diverso dal lavaggio, dalla decantazione, dalla centrifugazione e dalla filtrazione, esclusi gli oli ottenuti mediante solvente o con coadiuvanti ad azione chimica o biochimica, o con processi di riesterificazione e qualsiasi miscela con oli di altra natura*¹⁵.

L'olio di oliva composto di oli di oliva raffinati e oli di oliva vergini, invece, è costituito dall'olio di oliva ottenuto dal taglio di olio di oliva raffinato con olio di oliva vergine diverso dall'olio lampante, con un tenore di acidità libera, espresso in acido oleico, non superiore a 1 g per 100 g e avente le altre caratteristiche conformi a quelle previste dalla Commissione ai sensi dell'articolo 75, paragrafo 2, per questa categoria.

Infine, l'olio di sansa di oliva è composto dall'olio di oliva ottenuto dal taglio di olio di sansa di oliva raffinato e di olio di oliva vergine diverso dall'olio di oliva lampante, con un tenore di acidità libera, espresso in acido oleico, non su-

però, a differenza dei quattro summenzionati, non posso essere oggetto di commercializzazione al dettaglio, sono costituite dall'olio di oliva lampante (v. nota successiva); l'olio di oliva raffinato (olio di oliva ottenuto dalla raffinazione dell'olio di oliva vergine, con un tenore di acidità libera, espresso in acido oleico, non superiore a 0,3g per 100g e avente le altre caratteristiche conformi a quelle previste dalla Commissione ai sensi dell'articolo 75, paragrafo 2, per questa categoria); l'olio di sansa di oliva greggio (olio ottenuto dalla sansa di oliva mediante trattamento con solventi o mediante processi fisici, oppure olio corrispondente all'olio di oliva lampante, fatte salve talune specifiche caratteristiche, escluso l'olio ottenuto attraverso la riesterificazione e le miscele con oli di altra natura, e avente le altre caratteristiche conformi a quelle previste dalla Commissione ai sensi dell'articolo 75, paragrafo 2, per questa categoria); e l'olio di sansa raffinato (olio di oliva ottenuto dal taglio di olio di sansa di oliva raffinato e di olio di oliva vergine diverso dall'olio di oliva lampante, con un tenore di acidità libera, espresso in acido oleico, non superiore a 1 g per 100 g e avente le altre caratteristiche conformi a quelle previste dalla Commissione ai sensi dell'articolo 75, paragrafo 2, per questa categoria)".

¹⁵ V. Reg. 1308/2013 cit., Allegato I, Parte VIII, n.1, lett. a, b. In particolare, si intende per *Olio di oliva extra vergine* l'olio di oliva vergine la cui acidità libera, espressa in acido oleico, è al massimo di 0,8 g per 100 g e avente le altre caratteristiche conformi a quelle previste per questa categoria dalla Commissione in conformità dell'articolo 75, paragrafo 2; mentre l'*olio di oliva vergine* è l'olio di oliva vergine la cui acidità libera, espressa in acido oleico, è al massimo di 2 g per 100 g e avente le altre caratteristiche conformi a quelle previste per questa categoria dalla Commissione in conformità dell'articolo 75, paragrafo 2. La terza tipologia di *olio di oliva vergine* è costituita dall'*olio di oliva lampante* (lett. c), e cioè l'*olio di oliva vergine la cui acidità libera, espressa in acido oleico, è al massimo di 2 g per 100 g e avente le altre caratteristiche conformi a quelle previste per questa categoria dalla Commissione in conformità dell'articolo 75, paragrafo 2*".

periore a 1 g per 100 g e avente le altre caratteristiche conformi a quelle previste dalla Commissione ai sensi dell'articolo 75, paragrafo 2, per questa categoria.

Tali dati normativi che incidono sulle caratteristiche intrinseche del prodotto commercializzato, come già detto, sono oggi schematizzati nelle Tabelle di cui all'Allegato I del regolamento delegato (UE) n. 2104/2022¹⁶, in cui le caratteristiche dell'olio di oliva sono suddivise in *caratteristiche di qualità* (Tabella A) e *caratteristiche di purezza* (Tabella B).

Tali previsioni sono determinate in conformità a quanto previsto nell'Allegato I al regolamento di esecuzione (UE) n. 2105/2022 della Commissione (v. anche l'articolo 7 del medesimo regolamento).

In particolare, il regolamento di esecuzione n.2105/2022, dopo aver regolamentato la verifica delle caratteristiche degli oli di oliva all'articolo 9, anche sotto il profilo temporale, come anticipato, istituisce all'articolo 10 un panel di assaggiatori riconosciuti dagli Stati membri per valutare sul loro territorio le caratteristiche organolettiche degli oli di oliva vergini stabilite nell'allegato I del regolamento delegato n. 2104/2022.

Qualora si constati che le norme stabilite nel regolamento delegato n.2104/2022 non siano rispettate, *gli Stati membri applicano sanzioni effettive, proporzionate e dissuasive stabilite in base alla gravità della irregolarità accertata*¹⁷.

2.1. – Prima ancora di analizzare le disposizioni *speciali* in materia di etichettatura dell'olio di oliva dal regolamento delegato (UE) n. 2104/2022, occorre trattare brevemente della disciplina *generale* prevista dal regolamento (UE) n. 1169/2011, relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori.

Riprendendo quanto detto in apertura del presente lavoro, oltre alla naturale funzione di *pubblicizzare* i prodotti immessi sul mercato attraverso informazioni che agiscono sulla sfera personale del consumatore, specialmente nel mercato agroalimentare, l'informazione ai consumatori svolge il fondamentale compito di *informare* gli acquirenti circa tutta una serie di indicazioni che riguardano la *sicurezza* di quel prodotto, utilizzando messaggi chiari e completi, tali da garantire ai consumatori di *conoscere* ciò che acquistano,

¹⁶ Oltre che disciplinati, per esteso, nell'Allegato VII, del reg. 1308/2013, cui rimanda espressamente l'art. 2 del reg. del. 2104/2022 della Commissione.

¹⁷ Art. 13, par. 1, reg. es. 2105/2022. La norma sancisce, al par. 2, che Entro il 31 maggio di ogni anno gli Stati membri comunicano alla Commissione, conformemente al reg. del. 2017/1183, le misure adottate a tal fine e notificano immediatamente ogni modifica a tali misure.

trattandosi peraltro di *beni necessari* al sostentamento dell'intera popolazione¹⁸. In altri termini, in questo settore il legislatore è chiamato a individuare il giusto compromesso tra la necessità di attrarre – al pari di quanto accade nel settore commerciale (non alimentare) – il maggior numero di consumatori attraverso il messaggio *business to consumer* da una parte e, dall'altra, l'esigenza di dare risposte concrete alle istanze dei consumatori, divenute negli anni sempre più incalzanti¹⁹.

Si comprende quindi la rilevanza di una disciplina di armonizzazione della materia²⁰ relativa alla *fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori*

¹⁸ Cfr. S. Masini, *Corso di diritto alimentare*, VI ed., Giuffrè editore, Milano, 2022, 221. Cfr. anche N. Lucifero, voce *Etichettatura degli alimenti*, in *Dig. Disc. Priv., Sez. Civ., Agg.*, tomo 4, Torino 2009, 2010; R. Saja, A. Tommasini, *La disciplina giuridica dell'etichettatura degli alimenti*, in *Tratt. dir. agr.*, a cura di L. Costato, A. Germanò, E. Rook Basile, vol. III, *Il diritto agroalimentare*, Milano, 2011, 493; L. Costato, *Le etichette alimentari nel nuovo reg. (UE) n.1169/20112*, in *Riv. dir. agr.*, 2011, I, 658; S. Bolognini, *La disciplina della comunicazione business to consumer nel mercato agro-alimentare europeo*, Giappichelli editore, Torino, 2012, in cui l'A. evidenzia il carattere *ambivalente* della disciplina della comunicazione B2C nel mercato agroalimentare, che si estrinseca nel suo essere, al tempo stesso, uno strumento *di strutturazione e di funzionamento del mercato e di tutela del consumatore*.; ID., *La fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori*, in *Nuove leggi civ. comm.*, 2012, 613; A. Jannarelli, *La fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori nel nuovo reg. n. 1169/2011 tra l'onnicomprendività dell'approccio e l'articolazione delle tecniche performative*, in *Riv. dir. agr.*, 2012, I, 38; L. Russo, *Deleghe normative e atti di esecuzione nel reg. Ue n. 1169/2011*, in *Riv. dir. agr.*, 2012, I, 47; F. Albisinni, *La comunicazione al consumatore di alimenti, le disposizioni nazionali e l'origine dei prodotti*, in *Riv. dir. agr.*, 2012, I, 66; I. Canfora, *La responsabilità degli operatori alimentari per le informazioni sugli alimenti*, in *Riv. dir. agr.*, 2012, I, 114; A. Germanò, *Sull'etichetta degli alimenti*, in *Riv. dir. agr.*, 2012, I, 207; S. Masini, *Informazioni e scelte del consumatore*, in *Tratt. dir. al. It. dell'Unione europea*, a cura di P. Borghi, I. Canfora, A. Di Lauro, L. Russo, Giuffrè editore, Milano, 2021, 293.

¹⁹ Cfr. in tal senso S. Bolognini, *“La disciplina della comunicazione business to consumer nel mercato agro-alimentare europeo”*, cit., 60.

²⁰ Cfr. S. Bolognini, *La disciplina della comunicazione business to consumer nel mercato agro-alimentare europeo*, cit., 93 e 102, in cui l'A., preso atto che il reg. 1160/2011 incorpora in se sei direttive e un regolamento (disponendone contestualmente l'abrogazione) e che trattasi di (quasi) la totalità delle disposizioni orizzontali in materia di etichettatura dei prodotti agro-alimentari, dispone che tale normativa, *“nonostante non abbandoni del tutto l'impostazione sino ad ora adottata, continuando ad ammettere la presenza anche di disposizioni e di normative a carattere verticale, come tali applicabili solo a determinate categorie di prodotti specificamente individuate, laddove segue un approccio completo ed evolutivo, fondato, in particolare, sul recepimento della necessità di stabilire definizioni, principi, requisiti e procedimenti comuni, contribuisce a rendere il sistema più coerente e razionale”*. Cfr. anche L. Russo, *Deleghe normative e atti di esecuzione nel reg. (UE) n. 1169/2011*, cit., 47, in cui l'A. sottolinea che la disciplina di cui al reg. (UE) n. 1169/2011 abbia operato una evidente semplifica-

che, a garanzia di questa duplice finalità della comunicazione B2C nel settore agroalimentare, tra le altre cose, ha imposto di inserire in etichetta le c.d. *informazioni obbligatorie*²¹ (denominazione dell'alimento, elenco degli ingredienti, allergeni, quantità, termine minimo di conservazione, condizioni di conservazione, nome e indirizzo dell'operatore del settore alimentare, istruzioni per l'uso/consumo, titolo alcolemico volumico, dichiarazione nutrizionale), ha definito i requisiti linguistici²² e dimensionali²³ minimi che devono osservare le *informazioni obbligatorie* in etichetta, ha previsto la rintracciabilità di tutti co-

zione, non soltanto avendo racchiuso in un unico atto normativo i sette previgenti, *“ma anche avendo reso più stringente il contenuto della disciplina, con conseguente riduzione degli spazi di manovra lasciati agli Stati membri”*.

²¹ L'art. 4 del reg. 169/2011 suddivide le informazioni obbligatorie in tre categorie: *i.* le informazioni sull'identità e la composizione, le proprietà o altre caratteristiche dell'alimento; *ii.* le informazioni sulla protezione della salute dei consumatori e sull'uso sicuro dell'alimento (tali informazioni riguardano in particolare: gli attributi collegati alla composizione del prodotto che possono avere un effetto nocivo sulla salute di alcune categorie di consumatori; la durata di conservazione, le condizioni di conservazione e uso sicuro; l'impatto sulla salute, compresi i rischi e le conseguenze collegati a un consumo nocivo e pericoloso dell'alimento); *iii.* le informazioni sulle caratteristiche nutrizionali che consentano ai consumatori, compresi quelli che devono seguire un regime alimentare speciale, di effettuare scelte consapevoli. Inoltre, l'art. 9 del regolamento fornisce, al comma primo, un elenco di indicazioni da indicare obbligatoriamente in etichetta: *“a) la denominazione dell'alimento; b) l'elenco degli ingredienti; c) qualsiasi ingrediente o coadiuvante tecnologico elencato nell'allegato II o derivato da una sostanza o un prodotto elencato in detto allegato che provochi allergie o intolleranze usato nella fabbricazione o nella preparazione di un alimento ancora presente nel prodotto finito, anche se in forma alterata; d) la quantità di taluni ingredienti o categorie di ingredienti; e) la quantità netta dell'alimento; f) il termine minimo di conservazione; g) le condizioni particolari di conservazione e le condizioni d'impiego; h) il nome o la ragione sociale e l'indirizzo dell'operatore del settore alimentare di cui all'articolo 8, paragrafo 1; i) il paese d'origine o il luogo di provenienza ove previsto dall'articolo 26; j) le istruzioni per l'uso, per i casi in cui la loro omissione renderebbe difficile un uso adeguato dell'alimento; k) per le bevande che contengono più di 1,2% di alcol in volume, il titolo alcolemico effettivo; l) una dichiarazione nutrizionale”*.

²² Il riferimento va all'art. 15 del reg. 1169/2011 (*requisiti linguistici*) il quale prevede, al primo comma, che *“fatto salvo l'articolo 9, paragrafo 3, le informazioni obbligatorie sugli alimenti appaiono in lingua facilmente comprensibile da parte dei consumatori degli Stati membri nei quali l'alimento è commercializzato”*.

²³ Il riferimento va all'art. 13 del reg. 1169/2011 (*presentazione delle indicazioni obbligatorie*) ove è sancito, al primo comma, che *“fatte salve le misure nazionali adottate ai sensi dell'articolo 44, paragrafo 2, le informazioni obbligatorie sugli alimenti sono apposte in un punto evidente in modo da essere facilmente visibili, chiaramente leggibili ed eventualmente indelebili. Esse non sono in alcun modo nascoste, oscurate, limitate o separate da altre indicazioni scritte o grafiche o altri elementi suscettibili di interferire”*.

loro che hanno contribuito alla realizzazione del prodotto finale e ha coordinato, quanto più possibile, le disposizioni inerenti alla responsabilità per la fornitura di informazioni sugli alimenti con quelle relative alle pratiche commerciali sleali poste in essere nei confronti dei consumatori.

Allo stesso tempo, ha mantenuto aperta al gioco della concorrenza la comunicabilità, sotto forma di *informazioni volontarie*, degli impegni ulteriori assunti dalle imprese su base facoltativa per adeguare le produzioni agli *standard* inseriti nei relativi disciplinari di certificazione, pubblici o privati (si pensi a quelli che esprimono il legame prodotto-territorio, a quelli relativi ai metodi di produzione, etc.²⁴).

Le *informazioni obbligatorie* devono necessariamente figurare in etichetta facilmente visibili e comprensibili da parte di tutti i consumatori (articoli 13 e 15 del regolamento (UE) n. 1169/2011), invece le *informazioni facoltative* possono figurare indistintamente sull'*etichetta* o su un supporto esterno di *etichettatura* del relativo prodotto – entrambi i concetti trovano definizione nel regolamento²⁵ – purché non inducano in errore il consumatore, non ri-

²⁴ La comunicazione al consumatore di questi ulteriori impegni adottati nella produzione, attraverso l'utilizzo di segni distintivi, loghi o marchi facilmente individuabili, ovvero attraverso più dettagliati sistemi di *etichettatura* che rimandano a descrizioni contenute in supporti esterni, consente all'imprenditore di attribuire un valore economico alle proprie scelte produttive e, conseguentemente, di essere ripagato degli sforzi precedentemente compiuti, sotto forma di incremento del prezzo di vendita dei propri prodotti, che saranno caratterizzati per una maggiore *qualità* rispetto a quelli realizzati nel rispetto dei limiti minimi legalmente fissati.

²⁵ Il reg. 1169/2011, disciplina la comunicazione B2C nel settore agroalimentare quale concetto ampio, comprensivo tanto delle informazioni obbligatorie quanto quelle volontarie. Ciò emerge, come evidenziato in S. Bolognini, *La disciplina della comunicazione B2C nel mercato agro-alimentare europeo fra scelte di acquisto consapevoli e scelte di acquisto sostenibili*, in *Cibo e diritto. Una prospettiva comparata (Atti del XXIV Colloquio Biennale dell'Associazione Italiana di Diritto Comparato, Parma, 23-25 maggio 2019)*, innanzitutto dal tenore dell'art. 2, par. 2, lett. a), che ha accolto una definizione molto ampia di "informazioni sugli alimenti", comprensiva di "tutte le informazioni concernenti un alimento e messe a disposizione del consumatore finale mediante un'etichetta, altri materiali di accompagnamento o qualunque altro mezzo, compresi gli strumenti della tecnologia moderna o la comunicazione verbale", ma altresì dalla previsione di cui all'art. 7, par. 4, che ha previsto l'applicazione delle disposizioni sulle "pratiche leali d'informazione alla pubblicità e alla presentazione degli alimenti, in particolare forma, aspetto o imballaggio, materiale d'imballaggio utilizzato, modo in cui sono disposti o contesto nel quale sono esposti". Con riguardo, in particolare, alla disciplina relativa alle informazioni volontarie occorre fare riferimento all'art. 36, in apertura del Capo V, il quale dispone al secondo comma che "le informazioni sugli alimenti fornite su base volontaria soddisfano i seguenti requisiti: a) non inducono in errore il consumatore, come descritto nell'articolo 7; b) non sono ambigue né confuse per

sultino ambigue o confuse, siano basate (ove possibile) su basi scientifiche pertinenti, e non occupino lo spazio disponibile in *etichetta* per le informazioni obbligatorie.

Precisamente, secondo quanto disposto rispettivamente alle lettere *i*) e *j*) dell'articolo 2 del regolamento in parola, per *etichetta* si intende *qualunque marchio commerciale o di fabbrica, segno, immagine o altra rappresentazione grafica scritto, stampato, stampigliato, marchiato, impresso in rilievo o a impronta sull'imballaggio o sul contenitore di un alimento o che accompagna detto imballaggio o contenitore*; invece per *etichettatura* si intende *qualunque menzione, indicazione, marchio di fabbrica o commerciale, immagine o simbolo che si riferisce a un alimento e che figura su qualunque imballaggio, documento, avviso, etichetta, nastro o fascetta che accompagna o si riferisce a tale alimento*.

Occorre altresì ricordare che tra le *informazioni facoltative* possono figurare i c.d. *claims* nutrizionali e/o salutistici – si pensi, ad esempio, alle diciture “a basso contenuto calorico”, “a basso contenuto di sale”, etc. – la cui utilizzazione per il tramite dell'etichettatura è precipuamente disciplinata dal regolamento (CE) n. 1924/2006²⁶.

Per *claim* si intende *qualunque messaggio o rappresentazione non obbligatorio in base alla legislazione comunitaria o nazionale, comprese le rappresentazioni figurative, grafiche o simboliche in qualsiasi forma, che affermi, suggerisca o sottintenda che un alimento abbia particolari caratteristiche* (articolo 2, paragrafo 2, n. 1).

La presenza di un *claim* impone l'esposizione della *dichiarazione nutrizionale* e che il valore della sostanza oggetto dell'indicazione nutrizionale e/o salutistica sia riportato conformemente a quanto previsto all'articolo 7 del regolamento in parola.

Le indicazioni che possono essere fornite attraverso un *claim* possono essere di due categorie, *nutrizionali* o *sulla salute* dei consumatori, ove per le

il consumatore e c) sono, se del caso, basate su dati scientifici pertinenti”. Inoltre è previsto, al terzo comma, che “*la Commissione adotta atti di esecuzione sull'applicazione dei requisiti di cui al paragrafo 2 del presente articolo per le seguenti informazioni volontarie sugli alimenti: a) informazioni relative alla presenza eventuale e non intenzionale negli alimenti di sostanze o prodotti che provocano allergia o intolleranza; b) informazioni relative all'idoneità di un alimento per vegetariani o vegani; e c) indicazione delle assunzioni di riferimento per gruppi specifici di popolazione oltre alle assunzioni di riferimenti di cui all'allegato XIII*”.

²⁶ Reg. 1924/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 dicembre 2006, relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui prodotti alimentari.

prime si intende *qualunque indicazione che affermi, suggerisca o sottintenda che un alimento abbia particolari proprietà nutrizionali benefiche dovute: all'energia (valore calorico) e/o alle sostanze contenute (nutritive o di altro tipo)*; mentre per le seconde *qualunque indicazione che affermi, suggerisca o sottintenda l'esistenza di un rapporto tra una categoria di alimenti, un alimento o uno dei suoi componenti e la salute*²⁷.

Il regolamento (CE) n. 1924/2006 fornisce i principi generali applicabili a tutte le categorie di informazioni, e le condizioni specifiche da aggiungersi ai requisiti generali, che variano a seconda che si tratti di *indicazioni nutrizionali*²⁸ o di *indicazioni sulla salute*²⁹.

Chiusa questa premessa generale, possiamo quindi procedere con l'analisi delle più rigorose previsioni relative all'etichettatura dell'olio di oliva di cui al regolamento delegato (UE) n. 2104/2022.

Le norme relative alle indicazioni da fornire obbligatoriamente in etichet-

²⁷ Per una disamina degenerale della disciplina cfr. P. Borghi, *Le dichiarazioni nutrizionali e sulla salute. Lo stato dell'arte dell'attuazione della disciplina, ruolo dei nutrient profiles e ritardi nella loro realizzazione, prospettive di evoluzione normativa*, Università degli Studi di Ferrara, 10 dicembre 2018, disponibile all'indirizzo web www.unife.it.

²⁸ Le indicazioni nutrizionali sono ammesse soltanto se rispettano le condizioni generali di utilizzo previste dalla normativa e, inoltre, se rientrano tra quelle indicate nell'Allegato del reg. 1924/1006 e s.m.i. Le indicazioni nutrizionali che non sono esplicitamente previste nell'Allegato non sono ammesse. Sono ammesse *ex art. 9* le c.d. *indicazioni nutrizionali comparative* a condizione che il confronto sia effettuato tra alimenti della stessa categoria merceologica, prendendo in considerazione una gamma di alimenti (es. olio di oliva vergine) e nella stessa quantità. A riguardo, l'AGCM in diverse sentenze ha chiarito che quando viene in evidenza una indicazione nutrizionale comparativa è necessario esplicitare il riferimento alla fonte da cui emergono i dati utilizzati per elaborare il confronto. Mentre invece i dettagli possono essere specificati, ad esempio, sul sito internet.

²⁹ Le indicazioni sulla salute sono consentite soltanto se rispondono ai principi generali e specifici previsti dal reg. 1924/2006 e s.m.i. e se rientrano tra quelle riportate nell'elenco delle indicazioni autorizzate, consultabile sul sito dell'EFSA. Le indicazioni sulla salute sono consentite solo se nell'etichettatura è presente: una dicitura che richiama l'importanza di una dieta varia ed equilibrata e di uno stile di vita sano; l'indicazione della quantità dell'alimento e delle modalità di consumo necessarie per ottenere l'effetto benefico indicato; eventualmente, l'indicazione relativa alle persone che dovrebbero evitare di consumare l'alimento; un'appropriata avvertenza per i prodotti che potrebbero presentare un rischio per la salute se consumati in quantità eccessive. Inoltre, l'art. 12 prevede che non sono permesse le indicazioni sulla salute che: suggeriscono che la salute potrebbe risultare compromessa dal mancato consumo dell'alimento; fanno riferimento alla percentuale o all'entità della perdita di peso; fanno riferimento al parere di un singolo medico o altro operatore sanitario.

ta – in aggiunta a quelle generali previste all'articolo 9, paragrafo 1, del regolamento (UE) n. 1169/2011 – per la commercializzazione dell'olio di oliva sono contenute negli articoli da 6 a 9 del regolamento delegato (UE) n. 2104/2022, e riguardano rispettivamente: *denominazione legale ed etichettatura di categorie di oli; condizioni particolari di magazzinaggio; luogo di origine; numero di impianto di condizionamento.*

Più nel dettaglio, il legislatore all'articolo 6 (*denominazione legale ed etichettatura di categorie di oli*), dopo aver chiarito al paragrafo 1 che la descrizione degli oli di cui all'articolo 1, lettera *b*), è considerata la loro *denominazione legale* di cui all'articolo 2, paragrafo 2, lettera *n*) del regolamento (UE) n. 1169/2011, prevede al secondo paragrafo che nell'etichetta di questi prodotti sia presente *una marcatura chiara e indelebile* di specifiche informazioni per ogni categoria di olio commercializzabile al dettaglio. Invero, per l'*olio extra vergine di oliva* è prevista l'aggiunta della dicitura *olio di oliva di categoria superiore ottenuto dalle olive e unicamente mediante procedimenti meccanici* (lett. *a*); per l'*olio di oliva vergine* la descrizione *olio di oliva ottenuto direttamente dalle olive e unicamente mediante procedimenti meccanici* (lett. *b*); per l'*olio di oliva composto da oli di oliva raffinati e da oli di oliva vergini* l'indicazione *olio contenente esclusivamente oli di oliva che hanno subito un processo di raffinazione e oli ottenuti direttamente dalle olive* (lett. *c*); infine per l'*olio di sansa di oliva* è previsto alternativamente l'utilizzo della dicitura *olio contenente esclusivamente oli derivati dalla lavorazione del prodotto ottenuto dopo l'estrazione dell'olio di oliva e oli ottenuti direttamente dalle olive*, oppure, *olio contenente esclusivamente oli provenienti dal trattamento della sansa di oliva e oli ottenuti direttamente dalle olive.*

L'articolo 7 prevede invece che per i medesimi prodotti del settore olivicolo le informazioni sulle loro condizioni particolari di magazzinaggio, al riparo dalla luce e dal calore, debbano figurare sul recipiente o sulle etichette ad esso apposte. Un'analoga previsione si rinviene all'articolo 9 con riguardo alla comunicazione del numero identificativo alfanumerico dell'impianto di condizionamento riconosciuto conformemente all'articolo 6 del regolamento di esecuzione (UE) n. 2105/2022.

Di assoluto interesse risultano le previsioni di cui all'articolo 8 del regolamento delegato (UE) n. 2104/2022, che disciplina l'etichettatura relativa al *luogo di origine* degli oli europei.

In particolare, spingendosi nuovamente oltre le previsioni della disciplina

generale precedentemente descritta, il primo paragrafo dell'articolo prevede, esclusivamente per le categorie *olio extra vergine di oliva* e *olio di oliva vergine*, la menzione obbligatoria in etichetta del luogo di origine.

Tale menzione può essere costituita esclusivamente tra tre tipologie di indicazioni: *i.* nel caso di oli di oliva originari di uno Stato membro o di un Paese terzo, un riferimento allo Stato membro, all'Unione ovvero al Paese terzo, a seconda dei casi³⁰; nel caso di miscele di oli di oliva originari di più di uno Stato membro o paese terzo, una delle indicazioni di cui alla lettera *b*, dell'articolo 8, comma terzo, del regolamento delegato (UE) n. 2104/2022³¹; *iii.* infine, un'indicazione del luogo di origine obbligatoria per gli oli extra vergine e vergine di oliva più specifica e territorialmente circoscritta, rispetto a quella dell'intero Paese, può essere fornita attraverso una *denominazione di origine protetta* (DOP) o una *indicazione di origine protetta* (IGP) *conformemente al regolamento (UE) n. 1151/2012*³², oggi abrogato dal regolamento (UE) n. 1143/2024³³.

Con riguardo a quest'ultime, si rinvia al successivo sottoparagrafo (3.2) per un approfondimento sul tema, in quanto le indicazioni geografiche certificate costituiscono, come detto, l'unico mezzo, tra quelli da indicare obbligatoriamente nell'etichetta dell'olio extra vergine e vergine di oliva, idoneo a comunicare informazioni più precise ai consumatori, sia con riguardo alla località di produzione (circoscritta spesso a un'area ristretta rispetto all'indicazione generica della Regione o del Paese di provenienza), che altresì riguardo al metodo di produzione a seguito delle modifiche introdotte nell'aprile 2024.

³⁰ "Il luogo di origine che indica uno Stato membro o l'Unione corrisponde alla zona geografica in cui le olive sono state raccolte e in cui è situato il frantoio nel quale è stato estratto l'olio. Qualora le olive siano state raccolte in uno Stato membro o un paese terzo diverso da quello in cui è situato il frantoio nel quale è stato estratto l'olio, il luogo di origine reca la dicitura seguente: *olio di oliva (extra) vergine ottenuto in [nell'Unione o in (denominazione dello Stato membro interessato)] da olive raccolte [nell'Unione o in (denominazione dello Stato membro interessato)]*" (art. 8, commi 6 e 7, reg. 2104/2022).

³¹ In particolare, a seconda dei casi possono essere utilizzate le seguenti indicazioni: *i.* *miscela di oli di oliva originari dell'Unione europea* oppure un riferimento all'Unione; *ii.* *miscela di oli di oliva non originari dell'Unione europea* oppure un riferimento all'origine esterna all'Unione; *iii.* *miscela di oli di oliva originari dell'Unione europea e non originari dell'Unione* oppure un riferimento all'origine interna ed esterna all'Unione.

³² Reg. (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 21 novembre 2012, sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari.

³³ [V. nota 8.](#)

Per completare la disanima della normativa europea relativa all'etichettatura dell'olio di oliva, occorre guardare alla disciplina delle *informazioni volontarie* prevista agli articoli 10 e 11 del regolamento delegato (UE) n. 2104/2022.

In termini generali, l'Allegato IV del regolamento (UE) n. 1308/2013 fornisce l'elenco delle diciture *facoltative* che possono accompagnare tutte le categorie di oli di oliva (e non esclusivamente le quattro commercializzabili al dettaglio di cui all'articolo 1, lett. *b*, del regolamento delegato (UE) n. 2104/2022)³⁴.

L'articolo 10 del regolamento delegato (UE) n. 2104/2022, che seleziona le diciture *favoltative* che possono figurare nelle *etichette* degli oli oggetto di commercializzazione al dettaglio, dispone che: *a) l'indicazione "prima spremitura a freddo" è riservata agli oli di oliva extra vergini o vergini ottenuti a meno di 27° con la prima spremitura meccanica della pasta di olive, mediante un sistema di estrazione di tipo tradizionale con presse idrauliche; b) l'indicazione "estratto a freddo" è riservata agli oli di oliva extra vergini o vergini ottenuti a meno di 27 °C con un processo di percolazione o centrifugazione della pasta di olive; c) le indicazioni delle caratteristiche organolettiche relative al gusto o all'odore possono figurare unicamente per gli oli di oliva vergini e extra vergini. Sull'etichetta possono figurare solo le caratteristiche organolettiche definite nell'allegato IX del regolamento (UE) n. 1308/2013 e solo se sono basate su una valutazione eseguita seguendo il metodo di cui all'allegato I, punto 5, del regolamento di esecuzione (UE) 2022/2105 della Commissione. Le definizioni e gli intervalli di risultati, che consentono l'indicazione di tali caratteristiche organolettiche, sono definiti nell'allegato II del presente regolamento; d) l'indicazione dell'acidità massima prevista alla data del termine minimo di conservazione di cui all'articolo 9, paragrafo 1, lettera f), del regolamento (UE) n. 1169/2011 può figurare unicamente se accompagnata dalla menzione, in caratteri delle stesse dimensioni e nello stesso campo visivo, dei valori massimi dell'indice di perossidi, del tenore in cere e dell'assorbimento nell'ultravioletto, determinati a norma del regolamento di esecuzione (UE) 2022/2105 della Commissione, previsti alla stessa data.*

L'articolo 11 prevede – esclusivamente per l'olio di oliva vergine ed extra vergine – la possibilità di recare in etichetta l'indicazione della *campagna di*

³⁴ "Prima spremitura a freddo; estratto a freddo; acidità; piccante; fruttato (maturo o verde); amaro; intenso; medio; leggero; ben equilibrato; olio dolce" (All. IV, reg. 1308/2013).

raccolta. La campagna di raccolta può figurare soltanto quando tutto il contenuto del recipiente proviene da tale raccolta ed è indicata sull'etichetta sotto forma della relativa campagna di commercializzazione a norma dell'articolo 6, lettera f), del regolamento (UE) n. 1308/2013, oppure sotto forma del mese e anno della raccolta, in quest'ordine (il mese corrisponde al mese dell'estrazione dell'olio dalle olive).

Infine, per completezza, l'articolo 12 del regolamento delegato (UE) n. 2104/2022 regola le indicazioni della presenza di olio di oliva al di fuori della lista degli ingredienti in miscele e prodotti alimentari. A tal uopo dispone, al paragrafo 1, che *se la presenza di oli di cui all'articolo 1, lettera b), in una miscela con altri oli vegetali è riportata nell'etichetta al di fuori della lista degli ingredienti, attraverso termini, immagini o simboli grafici, la miscela in questione reca la seguente descrizione commerciale: "miscela di oli vegetali (o nomi specifici degli oli vegetali) e di olio di oliva", seguita immediatamente dall'indicazione della percentuale di tali oli nella miscela*³⁵.

2.2. – Abbiamo visto come per la commercializzazione dell'*olio extra vergine e vergine di oliva* l'articolo 8 del regolamento delegato (UE) n. 2104/2022 preveda la comunicazione *obbligatoria* in etichetta – in deroga alla disciplina generale che inquadra come *facoltative* queste categorie di informazioni – del luogo di origine di questi prodotti. Tra le possibili diciture indicate al riguardo al paragrafo 3, l'imprenditore potrà scegliere di adottare una indicazione geografica certificata secondo quanto previsto dal regolamento (UE) n. 1143/2024³⁶.

La comunicazione ai consumatori di queste informazioni era inizialmente regolata da specifiche discipline differenti per ogni Stato, successivamente, l'Unione ha unificato il quadro giuridico con il regolamento (UE) n. 1151/2012³⁷ sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari contenente la disciplina delle denominazioni di origine protetta e delle indicazioni

³⁵ Inoltre, il paragrafo 3 prevede che *"ad eccezione dei prodotti alimentari solidi conservati esclusivamente in olio di oliva, in particolare i prodotti di cui ai regolamenti (CEE) n. 2136/89 (12) e (CEE) n. 1536/92 del Consiglio (13), e se la presenza di oli di cui all'articolo 1, lettera b), del presente regolamento è evidenziata nell'etichetta, al di fuori della lista degli ingredienti, attraverso termini, immagini o simboli grafici, la denominazione del prodotto alimentare è seguita direttamente dall'indicazione della percentuale di olio rispetto al peso netto totale del prodotto alimentare"*.

³⁶ V. nota 8.

³⁷ V. nota 32.

geografiche protette, in modo da assicurare ai produttori e ai consumatori europei di recepire i messaggi di qualità in maniera chiara e non decettiva³⁸. Tale disciplina, come anticipato, è stata abrogata nell'aprile 2024 a seguito dell'emanazione del regolamento (UE) n. 1143/2024.

Le indicazioni relative al luogo di produzione esprimono il *collegamento, al nome del prodotto, delle proprietà organolettiche impresse al prodotto da un particolare terreno e da un particolare clima, proprietà che il consumatore si aspetta di ritrovare nei prodotti indicati con quel nome geografico*³⁹.

Nel dettaglio, rilevano ai fini del presente studio le c.d. *Denominazioni di origine protette* (DOP) e le *indicazioni geografiche protette* (IGP). L'articolo 46 del regolamento (UE) n. 1143/2024, che ne descrive i contenuti, dispone al paragrafo 1 che la *denominazione di origine* (DOP) di un prodotto agricolo è un nome che identifica un prodotto *originario di un luogo, regione o, in casi eccezionali, di un paese determinati; la cui qualità o le cui caratteristiche sono dovute essenzialmente o esclusivamente a un particolare ambiente geografico e ai suoi naturali e umani intrinseci; e le cui fasi di produzione si svolgono nella zona geografica delimitata*. Sancisce inoltre, al secondo paragrafo, che l'*indicazione geografica* (IGP) di un prodotto agricolo è un nome che identifica un prodotto *originario di un luogo, di una regione o di un paese determinati; dalla cui origine geografica sono essenzialmente attribuibili una data qualità, la reputazione o altre caratteristiche; e la cui produzione si svolge, per almeno una delle sue fasi, nella zona geografica delimitata*⁴⁰.

³⁸ Cfr. A. Di Lauro, *Le denominazioni d'origine protette e le indicazioni geografiche protette di fronte alla sfida dello sviluppo sostenibile*, in *Riv. dir. agr.*, I, 2018, 381; M. Goldoni, *Denominazioni di origine*, in *Dig. Civ.*, vol. V, Torino, 1989, 190; L. Costato, *La protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine e le attestazioni di specificità*, in *Riv. dir. agr.*, I, 1995, 488; E. Rook Basile, *I segni distintivi dell'impresa e dei prodotti agricoli*, a cura di L. Costato, *Tratt. breve dir. agr. it. com.*, Padova, 2004, 735; N. Lucifero, *La comunicazione simbolica nel mercato agroalimentare: marchi e segni del territorio*, a cura L. Costato, A. Germanò, E. Rook Basile, in *Tratt. dir. agr.*, vol. 3, *Il diritto agroalimentare*, Torino, 2011, 321; A. Germanò, V. Rubino, *La tutela dell'origine dei prodotti alimentari in Italia, nell'Unione europea e nel commercio internazionale*, Milano, 2015; L. Salvi, *Le DOP, le IGP (e le STG): il regolamento (UE) n.1151/2012 sul regime di qualità degli alimenti*, a cura di L. Costato, P. Borghi, S. Rizzoli, V. Paganizza, L. Salvi, in *Compendio di diritto alimentare*, 9ª ed., Milano, 2019, 287.

³⁹ Cfr. A. Germanò, *Diritto agroalimentare. Le regole del mercato degli alimenti e dell'informazione alimentare*, II ed., Giappichelli editore, Torino, 2019, 141.

⁴⁰ Oltre ai marchi di qualità DOP e IGP il reg. 1143/2024 disciplina anche le c.d. *specialità tradizionali garantite* (STG) al Titolo III, artt. 51 ss. In particolare, un nome è ammesso a beneficiare

Dalla lettura di queste definizioni emergono due dati essenziali.

Il primo riguarda la profonda diversità – intesa in termini *qualitativi* – esistente tra le certificazioni delle produzioni DOP e rispetto a quelle registrate IGP, in quanto soltanto con riguardo alle prime la certificazione garantisce che l'intera catena agroalimentare di quel prodotto si sia svolta nell'area territoriale indicata, mentre nel caso della IGP la garanzia è circoscritta esclusivamente a una o più fasi che precedono la vendita.

Il problema legato alla certificazione IGP non riguarda però i riferimenti normativi, i quali appaiono piuttosto chiari circa la reale portata delle *indicazioni geografiche protette*, ma assume rilevanza se si considera che i consumatori, spesso, non sono adeguatamente informati sulle norme/disciplinari che regolano le certificazioni alimentari, comprese quelle relative all'origine, e talvolta rischiano di non considerare il dislivello *qualitativo* esistente tra un prodotto certificato DOP e uno IGP.

In altri termini, seppure il sistema legislativo dia per scontato che i soggetti ai quali si rivolge (produttori e consumatori) siano informati sulle normative esistenti, spesso i consumatori sono erroneamente convinti che acquistando un prodotto IGP stiano sostenendo un mercato locale che, indagando meglio, di *territoriale* potrebbe avere esclusivamente la fase dell'imbottigliamento dell'olio (e importare, invece, il prodotto primario anche dall'estero).

Questo meccanismo, peraltro, si riflette sulle scelte della produzione, in quanto gli imprenditori, piuttosto che fregiare i propri prodotti di una DOP (che indubbiamente risulterebbe più impegnativa dal punto di vista economico), punteranno sulle certificazioni IGP – così come sta accadendo con la *IGP Sicilia* per gli oli siciliani – le quali risulteranno meno onerose e comunque idonee a tenere in attivo il rapporto costi/benefici a seguito di un'errata percezione dei consumatori.

Tale dinamica sembra essere ulteriormente incentivata se si considera che l'articolo 8 del regolamento delegato (UE) n. 2104/2022, che come abbiamo visto mira a innalzare l'asticella della rintracciabilità dell'olio prevedendo

della registrazione come *specialità tradizionale garantita* se designa un prodotto: *ottenuto con un metodo di produzione, trasformazione o una composizione che corrispondono a una pratica tradizionale per tale prodotto; oppure ottenuto da materie prime o ingredienti utilizzati tradizionalmente. Affinché un nome sia registrato come specialità tradizionale garantita, esso deve: essere stato utilizzato tradizionalmente in riferimento al prodotto; oppure designare il carattere tradizionale del prodotto*" (art. 53, par. 1 e 2).

l'obbligatorietà delle indicazioni del luogo di origine dei prodotti, in fin dei conti, pone sullo stesso piano indicazioni qualitative di alto livello come la DOP con le certificazioni IGP e, addirittura, con l'indicazione generica del Paese di provenienza dell'olio.

La seconda considerazione che emerge dalle definizioni di cui all'articolo 46 del regolamento (UE) n. 1143/2024 riguarda il fatto che, oggi più che mai, certificare l'origine dei prodotti agroalimentari non significa esclusivamente informare i consumatori circa i luoghi di produzione di quel determinato bene alimentare, ma altresì fornire al pubblico delle informazioni che riguardano altresì le modalità della catena produttiva che rispecchiano le caratteristiche naturali e umane dei luoghi di origine, con la possibilità di guardare anche alla *sostenibilità* delle relative produzioni.

Con riguardo a questo aspetto, il Parlamento europeo ha rimarcato l'importanza del ruolo che le indicazioni geografiche possono svolgere per la sostenibilità, anche nel settore dell'economia circolare, accrescendone così il valore di patrimonio culturale e rafforzandone il peso nel quadro delle politiche nazionali e regionali al fine di conseguire gli obiettivi del *Green Deal* europeo. Ciò nella consapevolezza che la Commissione – nella Comunicazione del 2021 rubricata *Una visione a lungo termine per le zone rurali dell'UE: verso zone rurali più forti, connesse, resilienti e prospere entro il 2040*⁴¹ – ha espressamente riconosciuto alle indicazioni geografiche un ruolo chiave tra le iniziative che promuovono zone rurali prospere, per via del loro contributo alla diversificazione economica delle zone rurali e della forte associazione tra un prodotto e la sua origine territoriale.

Proprio la necessità di aprire la disciplina generale delle indicazioni geografiche alla possibilità di comunicare anche ulteriori impegni assunti nelle fasi che precedono la commercializzazione dei beni alimentari ha giustificato la riforma del 2024⁴² che, oltre a unificare nel medesimo testo la disciplina relativa alle indicazioni dei vini, delle bevande spiritose e dei prodotti agricoli, nonché alle specialità tradizionali garantite e alle indicazioni facoltative di

⁴¹ Comunicazione del 30 giugno 2021 [COM(2021)] 345 final, *Una visione a lungo termine per le zone rurali dell'UE: verso zone rurali più forti, connesse, resilienti e prospere entro il 2040*, Bruxelles.

⁴² Sul punto si consenta di rinviare a M. Gjomarkaj, *Il diritto agroalimentare in transizione*, in *Le transizioni e il diritto – Atti delle giornate di studio 21-22 settembre 2023*, a cura di S. Franca, A. Porcari, S. Sulmicelli, Quaderni della facoltà di giurisprudenza, Università di Trento, n. 86, 2024, 61.

qualità dei prodotti agricoli, ha attribuito, ai sensi dell'articolo 7, a un *gruppo di produttori* (o a un *gruppo di produttori riconosciuto*) la possibilità di *concordare pratiche sostenibili da rispettare nella produzione del prodotto designato da un'indicazione geografica o nello svolgimento di altre attività soggette a uno o più obblighi previsti dal disciplinare*⁴³.

Questa previsione, sebbene, in un primo momento, possa apparire ambiziosa proprio perché queste pratiche mirano ad applicare norme di sostenibilità (ambientale, economica e sociale) più rigorose di quelle prescritte dal diritto europeo o nazionale, rischia di essere affetta da un certo grado di indeterminazione nella parte in cui prevede (paragrafo 2) che per *“pratica sostenibile” si intende una pratica che contribuisce a uno o più obiettivi sociali, ambientali o economici elencati*⁴⁴, quando invece, le *produzioni sostenibili* – per definizione – assumono i caratteri della *eterogeneità* e della *onnicomprensività*⁴⁵.

Invero, stando alla lettera della norma, anche l'adesione a un solo obiettivo

⁴³ Art. 7, par. 1, reg. 1143/2024. Qualora il gruppo di produttori, o il gruppo di produttori riconosciuto, se tale gruppo esiste, decida che le pratiche sostenibili di cui al paragrafo 1 sono obbligatorie per tutti i produttori del prodotto interessato, tali pratiche sono incluse nel disciplinare secondo la procedura di registrazione o di modifica (par. 3).

⁴⁴ Il par. 2, dell'art. 7, reg. 1143/2024, dispone che le “pratiche sostenibili” di cui al par. 1 contribuiscono a uno o più dei seguenti obiettivi sociali, ambientali o economici, quali: “a) *mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento agli stessi; uso sostenibile e protezione del paesaggio, delle acque e dei suoli; transizione verso un'economia circolare, compresa la riduzione degli sprechi alimentari; prevenzione e riduzione dell'inquinamento; e protezione e ripristino della biodiversità e degli ecosistemi; b) produzione di prodotti agricoli con modalità che riducano l'uso di pesticidi e gestiscano i rischi derivanti da tale uso, o che riducano il pericolo di resistenza antimicrobica nella produzione agricola; c) benessere degli animali; d) reddito equo per i produttori, diversificazione delle attività, promozione della produzione agricola locale e valorizzazione del tessuto rurale e dello sviluppo locale; e) mantenimento dell'occupazione nel settore agricolo attirando e sostenendo i giovani produttori e i nuovi produttori di prodotti che beneficiano di un'indicazione geografica protetta; f) miglioramento delle condizioni di lavoro e di sicurezza delle attività agricole e di trasformazione”.*

⁴⁵ G. Pisciotto Tosini, *Il difficile innesto della sostenibilità nei disciplinari Dop e Igt secondo le regole del nuovo regolamento 1143 del 2024: l'esperienza nell'ambito del progetto Prin Pnrr INWINE*, intervento al Convegno *AIDA Le identità del vino*, ospitato dall'Università di Campobasso l'8 e il 9 novembre 2024, pubblicato in *Riv. dir. alimentare* 1, 2025, 14, in cui l'A. afferma che “*basta, dunque, che nel disciplinare sia inserita soltanto una pratica di sostenibilità che contribuisca ad uno degli obiettivi (sociali, ambientali o economici) perché l'indicazione geografica possa essere certificata come “sostenibile”.* Ciò comporta, ancora una volta, un problema per i consumatori che in virtù di tale “generica” affermazione accostata ad una indicazione geografica potrebbero essere indotti a considerare il prodotto con marchio DOP o IGP “sostenibile” con riguardo a tutte le accezioni di sostenibilità e, cioè, sostenibile dal punto di vista ambientale, sociale ed economico”.

di cui all'articolo 7, paragrafo 2, del regolamento (UE) n. 1143/2024, se previsto in un disciplinare di certificazione di una DOP (sostenibile) o di una IGP (sostenibile), consentirà all'imprenditore di comunicare ai consumatori anche la tracciabilità di questi ulteriori impegni assunti (molto spesso) a monte della produzione e di etichettarli quali impegni per la sostenibilità.

Con riguardo alle comunicazioni *business to consumer* che si riferiscono genericamente alla *sostenibilità* è peraltro recentemente intervenuta la direttiva (UE) n. 825/2024, la quale, modificando la disciplina sulle *pratiche commerciali sleali e sui diritti dei consumatori* di cui alle direttive 2005/29/CE⁴⁶ e 2011/83/UE⁴⁷, ha vietato l'apposizione in *etichetta/etichettatura* di indicazioni generiche di sostenibilità in quanto integranti una forma di *greenwashing*, fatta eccezione per quelle sorrette da un sistema di certificazione o per quelle provenienti da un'Autorità pubblica.

In particolare, tra le *azioni ingannevoli* vietate ai sensi dell'articolo 6, paragrafo 2, della direttiva 2005/29/CE – che fornisce l'elenco delle pratiche commerciali che, nella fattispecie concreta, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, inducano a siano idonee a indurre il consumatore medio ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso – sono stati inseriti i punti *d.* ed *e.* (ai sensi dell'articolo 1 della direttiva (UE) n. 825/2024) che prevedono rispettivamente: *la formulazione di un'asserzione ambientale relativa a prestazioni ambientali future senza includere impegni chiari, oggettivi, pubblicamente disponibili e verificabili stabiliti in un piano di attuazione dettagliato e realistico che includa obiettivi misurabili e con scadenze precise come pure altri elementi pertinenti necessari per sostenerne l'attuazione, come l'assegnazione delle risorse, e che sia verificato periodicamente da un terzo indipendente, le cui conclusioni sono messe a disposizione dei consumatori; e la pubblicazione come vantaggi per i consumatori di elementi irrilevanti che non derivano dalle caratteristiche del prodotto o dell'impresa*⁴⁸.

⁴⁶ Dir. 29/2005 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e che modifica la dir. 450/84 del Consiglio e le dir. 7/97, 27/98 e 65/2002 del Parlamento europeo e del Consiglio e il reg. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio («direttiva sulle pratiche commerciali sleali»).

⁴⁷ Dir. 83/2011 del Parlamento europeo e del consiglio, del 25 ottobre 2011, sui diritti dei consumatori, recante modifica della dir. 93/13 del Consiglio e della dir. 44/1999 del Parlamento europeo e del Consiglio e che abroga la dir. 577/85 del Consiglio e la dir. 7/97 del Parlamento europeo e del Consiglio.

⁴⁸ Sin dai considerando della dir. 825/2024 emerge l'intenzione di “vietare l'esibizione di marchi di sostenibilità che non sono basati su un sistema di certificazione o che non sono stati stabiliti da autorità

Previsioni di tal tipo, peraltro, avvalorano ulteriormente l'apertura posta nel regolamento (UE) n. 1143/2024 verso la possibilità di inserire nei disciplinari DOP e IGP, redatti da parte di gruppi di produttori (o gruppo di produttori certificati), ulteriori impegni legati alla sostenibilità dei metodi di produzione (o, per meglio dire, legati a *uno o più* aspetti di sostenibilità).

3. – La normativa nazionale che integra e specifica le previsioni europee sulla commercializzazione, etichettatura e tracciabilità dell'olio di oliva, co-

pubbliche includendo tali pratiche nell'elenco di cui all'allegato I della direttiva 2005/29/CE, al fine di garantire la trasparenza e la credibilità dei marchi di sostenibilità che, come abbiamo visto, possono riguardare molte caratteristiche di un prodotto, di un processo o di un'impresa" (considerando 7). Continua il considerando (7) disponendo che "prima di esibire un marchio di sostenibilità, l'operatore economico dovrebbe garantire che, secondo i termini del sistema di certificazione disponibili al pubblico, tale marchio soddisfi condizioni minime di trasparenza e credibilità, compresa l'esistenza di un controllo obiettivo della conformità ai requisiti del sistema. Tale monitoraggio dovrebbe essere effettuato da un terzo la cui competenza e indipendenza sia dal titolare del sistema che dall'operatore economico siano garantite sulla base delle norme e delle procedure internazionali, dell'Unione o nazionali, ad esempio dimostrando la conformità alle pertinenti norme internazionali, quali la norma ISO 17065 "Valutazione della conformità – Requisiti per gli organismi di certificazione di prodotti, processi e servizi" o attraverso i meccanismi di cui al regolamento (CE) n. 765/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio. L'esibizione di marchi di sostenibilità è possibile in assenza di un sistema di certificazione quando il marchio è stabilito da un'autorità pubblica o in caso di forme di espressione e presentazione supplementari degli alimenti utilizzate in conformità dell'articolo 35 del regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio. Esempi di marchi di sostenibilità stabiliti dalle autorità pubbliche sono i loghi assegnati per la conformità ai requisiti dei regolamenti (CE) n. 1221/2009 (6) o (CE) n. 66/2010 (7) del Parlamento europeo e del Consiglio. Alcuni marchi di certificazione, quali definiti all'articolo 27 della direttiva (UE) 2015/2436 del Parlamento europeo e del Consiglio (8), possono fungere anche da marchi di sostenibilità se promuovono un prodotto, un processo o un'impresa con riferimento, ad esempio, alle sue caratteristiche ambientali o sociali o a entrambe. L'operatore economico dovrebbe poter esibire tali marchi di certificazione solo se sono stabiliti da autorità pubbliche o basati su un sistema di certificazione. Tale norma integra l'allegato I, punto 4, della direttiva 2005/29/CE, che vieta di asserire che un operatore economico, le sue pratiche commerciali o un prodotto sono stati approvati, accettati o autorizzati da un organismo pubblico o privato quando ciò non sia avvenuto o senza rispettare le condizioni dell'approvazione, dell'accettazione o dell'autorizzazione ricevuta. Le norme volontarie pubbliche e le norme volontarie basate sul mercato per le obbligazioni verdi e sostenibili non si rivolgono principalmente agli investitori al dettaglio e sono soggette a discipline legislative specifiche. Per tali motivi, tali norme non dovrebbero essere considerate marchi di sostenibilità a norma della presente direttiva. È importante che le autorità pubbliche promuovano, per quanto possibile e nel rispetto del diritto dell'Unione, misure volte ad agevolare l'accesso ai marchi di sostenibilità per le piccole e medie imprese. Inoltre il considerando (8) dispone che nei casi in cui l'esibizione di un marchio di sostenibilità comporti una comunicazione commerciale che suggerisce o dà l'impressione che il prodotto abbia un impatto positivo o nullo sull'ambiente oppure sia meno dannoso

me vedremo, è rimasta temporalmente ancorata alla legislazione vigente prima della emanazione dei regolamenti del 2022 nn. 2014 e 2105. Ma prima ancora di addentrarci nell'analisi delle fonti che riguardano specificamente il settore olivicolo-oleario, poniamo un breve riferimento ai decreti legislativi del 2017 nn. 145 e 231 che chiariscono e adattano all'ordinamento interno la disciplina generale delle informazioni ai consumatori di alimenti di cui al regolamento (UE) n. 1169/2011, con particolare riferimento all'etichettatura degli *alimenti preimballati*.

La definizione di *alimento preimballato* sancita ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 2, lett. l, del regolamento (UE) n.1169/2011, cui fa esplicito riferimento il d.lgs del 15 settembre 2017, n. 145 – *l'unità di vendita destinata a essere presentata come tale al consumatore finale e alle collettività, costituita da un alimento e dall'imballaggio in cui è stato confezionato prima di essere messo in vendita, avvolta interamente o in parte da tale imballaggio, ma comunque in modo tale che il contenuto non possa essere alterato senza aprire o cambiare l'imballaggio* – ci consente di ricavare un quadro base per la categoria, pur nella consapevolezza che la disciplina speciale dettata per l'*olio extra vergine e vergine di oliva* prevede specifiche modalità informative circa la *provenienza* del prodotto spesso, che ovviamente, qualora dovessero sovrapporsi, dovranno essere preferite rispetto alle previsioni di base che veniamo a illustrare.

Il d.lgs. del 15 settembre 2017, n.145 (*disciplina dell'informazione obbligatoria nell'etichetta della sede e dell'indirizzo dello stabilimento di produzione o, se diverso, di confezionamento, ai sensi dell'articolo 5 della legge 12 agosto 2016, n. 170 "legge di delegazione europea 2015"*) reca disposizioni relative alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori conformemente al regolamento (UE) 1169/2011, a garanzia della corretta e completa informazione al consumatore e della rintracciabilità dell'alimento da parte degli organi di controllo, nonché per la tutela della salute⁴⁹.

A integrazione delle regole europee in materia di *informazioni obbligatorie*, l'articolo 3, d.lgs. n. 145/2017, prevede che i *prodotti alimentari preim-*

per l'ambiente rispetto ai prodotti concorrenti, tale marchio di sostenibilità dovrebbe inoltre essere considerato come un'asserzione ambientale.

⁴⁹ L'art. 1, comma secondo, d.lgs. n. 145/2017 tiene ferme *"le disposizioni recate dall'articolo 119 del regolamento (UE) n. 1308/2013, in materia di etichettatura e presentazione obbligatorie dei prodotti elencati nell'allegato VII, parte II, punti da 1 a 11 e punti 13, 15 e 16, commercializzati nell'Unione europea o destinati all'esportazione"*.

ballati destinati al consumatore finale o alle collettività *devono riportare sul preimballaggio o sull'etichetta ad esso apposta l'indicazione della sede dello stabilimento di produzione o, se diverso, di confezionamento, fermo restando quanto disposto dagli articoli 9 e 10 del regolamento (UE) n. 1169/2011* ⁵⁰. La sede dello stabilimento di produzione è rappresentata dall'indirizzo dello stesso, e tale indicazione potrà essere omessa esclusivamente nei casi in cui: la sede dello stabilimento di produzione o, se diverso, di confezionamento coincida con quella già fornita ai sensi dell'articolo 9, paragrafo 1, lett. *h*, del regolamento (UE) n. 1169/2011; i prodotti alimentari preimballati riportino il marchio di identificazione di cui al regolamento (CE) n. 853/2004 ⁵¹, o la bollatura sanitaria ai sensi del regolamento (CE) n. 854/2004 ⁵²; ovvero il marchio contenga l'indicazione della sede dello stabilimento (articolo 4).

L'articolo 5, invece, salvo che il fatto costituisca reato, prevede una sanzione amministrativa pecuniaria del pagamento di una somma da 2.000 a 15.000 euro a carico di chiunque, in violazione dell'articolo 3 del decreto legislativo medesimo, non riporti sull'imballaggio o sull'etichetta l'indicazione della sede dello stabilimento di produzione (o, se diverso, di confezionamento dei prodotti alimentari preimballati).

Quanto invece al d.lgs. del 15 dicembre 2017, n. 231 (*disciplina sanzionatoria per la violazione delle disposizioni del regolamento (UE) n. 1169/2011, relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori e l'adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del medesimo regolamento (UE) n. 1169/2011 e della direttiva 2011/91/UE, ai sensi dell'articolo 5 della legge 12 agosto 2016, n. 170 "legge di delegazione europea"*), la norma determina la disciplina sanzionatoria per la violazione delle singole disposizioni di cui al regolamento (UE) n. 1169/2011.

Oltre a prevedere sanzioni amministrative, salvo che il fatto costituisca rea-

⁵⁰ Il secondo comma dell'art. 3 prevede che anche "*i prodotti alimentari preimballati destinati alle collettività per essere preparati, trasformati, frazionati o tagliati, nonché i prodotti preimballati commercializzati in una fase precedente alla vendita al consumatore finale, possono riportare l'indicazione di cui al comma 1 sui documenti commerciali, purché tali documenti accompagnino l'alimento cui si riferiscono o siano stati inviati prima o contemporaneamente*".

⁵¹ Reg. (CE) n. 853/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 29 aprile 2004, che stabilisce norme specifiche in materia di igiene per gli alimenti di origine animale

⁵² Reg. (CE) n. 854/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 29 aprile 2004, che stabilisce norme minime per l'organizzazione di controlli ufficiali sui prodotti di origine animale destinati al consumo umano.

to, nei casi di inottemperanza alla totalità delle previsioni sulle indicazioni in etichetta di cui alla disciplina europea (comprese quelle *facoltative*), il d.lgs. n. 231/2017 riprende all'articolo 2 la definizione di *soggetto responsabile*, che risulta essere l'OSA (Operatore del Settore Alimentare) così come definito all'articolo 8 del regolamento (UE) n. 1169/2011, con il cui nome o con la cui ragione sociale è commercializzato il prodotto o il cui nome o la cui ragione sociale siano riportati in un marchio depositato o registrato. Questa definizione chiarisce il criterio di attribuzione della responsabilità, che risulta strettamente connesso con la titolarità del marchio. Se l'OSA non è stabilito a livello unionale, il *soggetto responsabile* sarà l'importatore che ha sede nell'Unione.

3.1. – Posto il quadro generale, ai fini della tracciabilità della filiera dell'olio di oliva rilevano particolarmente le seguenti fonti interne: il decreto del Ministro delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali (MIPAAF) del 10 novembre 2009, pubblicato nella gazzetta ufficiale n. 12 de 16 gennaio 2016, che regola le modalità applicative nazionali della disciplina relativa alla commercializzazione dell'olio di oliva, con particolare riferimento alla designazione dell'origine; la legge 14 gennaio 2013, n. 9, che pone le *norme sulla qualità e trasparenza della filiera degli oli di oliva* (in stretta continuità con il precedente d.m.); e il d.lgs. 23 maggio 2016, n. 103 contenente la disciplina sanzionatoria sulle violazioni della disciplina europea sulla commercializzazione dell'olio di oliva, originariamente disciplinata dal regolamento di esecuzione (UE) n. 29/2012, oggi abrogato dal regolamento delegato (UE) n. 2104/2022.

L'articolo 3 del d.m. del 10 novembre 2009, con riguardo al confezionamento, prevede che *gli oli di oliva o degli oli di sansa di oliva commestibili destinati al consumatore finale sono presentati preconfezionati in recipienti ermeticamente chiusi di capacità massima non superiore a cinque litri*, tali recipienti sono provvisti, inoltre, di un sistema di chiusura che perde la sua integrità dopo la prima utilizzazione (commi 1 e 3).

La disciplina relativa alla *designazione dell'origine* per gli oli extra vergine e vergine di oliva è disposta all'articolo 4 e fa perno sulle disposizioni di cui al regolamento (CE) n. 1019/2002 della Commissione del 13 giugno 2002, come modificato dal regolamento (CE) n. 182/2009 della Commissione del 6 marzo 2009, rispettando così l'impianto del d.m. che era concepito

nell'ottica di adeguare e allineare la disciplina nazionale a quella dettata dai regolamenti appena citati.

In termini estremamente sintetici, l'articolo 4 del d.m. del 10 novembre 2009 prevede che la designazione obbligatoria dell'origine per l'olio extra vergine e vergine di oliva figura attraverso l'indicazione sull'etichetta del nome geografico di uno Stato membro o della Comunità o di un Paese terzo secondo le disposizioni di cui al paragrafo 1 e al paragrafo 2, lettera a) dell'art. 4 del regolamento (CE) n. 1019/2002, tra i quali figura (come già detto con riguardo ai più recenti interventi normativi sul piano europeo) la possibilità utilizzare un più accurato marchio locale DOP o IGP, con gli effetti (positivi e negativi) di cui si è detto precedentemente.

Inoltre, il paragrafo 3, articolo 4, del d.m. 10 novembre 2009, sancisce che in caso di miscele di oli di oliva (sia extra vergini che vergini) non estratti in un unico Stato membro o Paese terzo, la designazione dell'origine figura a seconda dei casi attraverso l'indicazione sull'etichetta di: *miscela di oli di oliva comunitari; miscela di oli di oliva non comunitari; miscela di oli di oliva comunitari e non comunitari*. Oggi tali diciture sono aggiornate ex articolo 8, paragrafo 3, lett. b), del regolamento delegato (UE) n. 2104/2022 in: *miscela di oli di oliva originari dell'Unione europea* oppure un riferimento all'Unione; *miscela di oli di oliva non originari dell'Unione europea* oppure un riferimento all'origine esterna all'Unione; *miscela di oli di oliva originari dell'Unione europea e non originari dell'Unione* oppure un riferimento all'origine interna ed esterna all'Unione.

L'articolo 1 della legge del 14 gennaio 2013, n. 9 – rubricato *modalità per l'indicazione di origine* – dispone al riguardo che *l'indicazione dell'origine degli oli di oliva vergini prevista dall'articolo 4 del decreto del Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali 10 novembre 2009, deve figurare in modo facilmente visibile e chiaramente leggibile nel campo visivo anteriore del recipiente, in modo da essere distinguibile dalle altre indicazioni e dagli altri segni grafici*. Continua, al secondo paragrafo, *l'indicazione dell'origine di cui al comma 1 è stampata sul recipiente o sull'etichetta ad esso apposta, in caratteri la cui parte mediana è pari o superiore a 1,2 mm, ed in modo da assicurare un contrasto significativo tra i caratteri stampati e lo sfondo*.

Sempre con riguardo alla disciplina della designazione dell'origine dell'olio, l'articolo 4 del d.lgs. 23 maggio 2016, n. 103, regola gli aspetti sanzionatori conseguenti alla violazione delle dette norme. In particolare, l'arti-

colo 4 sancisce al primo paragrafo che *salvo che il fatto costituisca reato, chiunque non indica nell'etichetta degli «oli extra vergini di oliva» e degli «oli di oliva vergini» preimballati e nei documenti commerciali di detti oli, sia preimballati che allo stato sfuso, la designazione dell'origine o indica la designazione dell'origine difformemente da quanto previsto dall'articolo 4 del regolamento (UE) n. 29/2012 (oggi contenuta nell'articolo 8 del regolamento delegato (UE) n. 2104/2022), ovvero riporta segni, figure o illustrazioni in sostituzione della designazione dell'origine o che possono evocare un'origine geografica diversa da quella indicata, è soggetto alla sanzione amministrativa pecuniaria del pagamento di una somma da euro 2.000 a euro 12.000.*

Tornando, per completare, alla normativa di cui al d.m. 10 novembre 2009, per la tutela delle indicazioni di origine in etichetta di cui all'articolo 4 del medesimo decreto, è previsto all'articolo 5 un obbligo di registrazione per le imprese di condizionamento in un apposito elenco, tenuto nell'ambito del Sistema informativo agricolo nazionale (SIAN). Anche per i frantoi è previsto l'obbligo di registrazione nel SIAN ai sensi dell'articolo 3 del decreto 4 luglio 2007.

Ai controlli ufficiali provvede l'Ispettorato Centrale della tutela della Qualità e Repressione Frodi dei prodotti agroalimentari (ICQRF) – Titolo II, d.m. 10 novembre 2009 – mediante la previsione di uno specifico piano annuale dei controlli che riguarda tutte le fasi della filiera⁵³. L'articolo 10 del d.lgs. 23 maggio 2016, n.103 designa il Dipartimento ICQRF quale *autorità competente all'applicazione delle sanzioni amministrative pecuniarie previste dal presente decreto, prevedendo modalità organizzative che assicurino la separazione*

⁵³ Dal *Report attività 2023, prospettive 2024* del Dipartimento dell'Ispettorato centrale della tutela della Qualità e Repressione Frodi dei prodotti agroalimentari, disponibile all'indirizzo web www.qualivita.it, è emerso che, complessivamente, sono stati effettuati 54.658 controlli totali, ispettivi e analitici. I controlli totali ispettivi e analitici DOP e IGP sono stati invece 15.796 e 5.763. Le sanzioni irrogate sono state 2.204, per un importo totale di euro 21.418.395. con riguardo al settore dell'olio i controlli effettuati nell'anno 2023 sono stati complessivamente 8.673, hanno interessato 5270 operatori, di cui il 16,7% è risultato irregolare, relativamente ai prodotti sottoposti a controllo è risultato irregolare l'11,9%. Il tutto ha prodotto 16 notizie di reato, 1.163 contestazioni amministrative, 1.250 diffide e ben 71 sequestri per oltre tre milioni di chili di olio sequestrato per un valore commerciale di quasi quindici milioni di euro. Tra i principali illeciti accertati: olio extravergine di oliva risultato di categoria inferiore all'analisi chimica e/o organolettica, o ottenuto da miscela con olio di semi; violazioni delle norme in materia di etichettatura; irregolare utilizzo delle informazioni facoltative; mancata o irregolare tenuta dei registri telematici degli oli di oliva; mancata o irregolare indicazione dell'origine geografica in olio extravergine di oliva.

tra le funzioni di accertamento e quelle di irrogazione della sanzione⁵⁴.

Al fine di agevolare l'operato dell'ICQRF, l'articolo 7 prevede che i frantoi, le imprese di condizionamento e i commercianti di olio sfuso sono obbligati alla tenuta di un registro per ogni stabilimento e deposito, nel quale sono annotati le produzioni, i movimenti e le lavorazioni dell'olio extra vergine di oliva e dell'olio di oliva vergine. Nel caso di lavorazione per conto di terzi, i registri sono tenuti da chi procede materialmente alla lavorazione.

Venendo adesso alla legge 14 gennaio 2013, n. 9, dopo aver disposto al Capo I le norme sulla indicazione dell'origine e classificazione degli oli di oliva vergini, al Capo II disciplina le norme sulla trasparenza e sulla tutela del consumatore. In particolare, l'articolo 4 ribadisce il divieto di pratiche commerciali ingannevoli, intendendosi con tale locuzione – in conformità agli articoli 21 e seguenti del codice del consumo – *indicazioni che, anche attraverso diciture, immagini e simboli grafici, evocano una specifica zona geografica di origine degli oli vergini di oliva non corrispondente alla effettiva origine territoriale delle olive*. Continuano, i commi secondo e terzo, *è altresì ingannevole la pratica commerciale che, omettendo indicazioni rilevanti circa la zona geografica di origine degli oli di oliva vergini, può ingenerare la convinzione che le olive utilizzate siano di provenienza territoriale diversa da quella effettiva; è ingannevole attribuire valutazioni organolettiche agli oli di oliva diversi dagli oli extravergini e comunque indicare attributi positivi non previsti dalla legge*.

Parimenti, con riguardo ai marchi, l'articolo 5 impone un divieto di registrazione come marchio d'impresa per i segni *idonei ad ingannare il pubblico sulla provenienza geografica delle materie prime degli oli di oliva vergini*, e, altresì, prevede la decadenza per illiceità sopravvenuta per i marchi registrati per i quali sopravvivono le dette caratteristiche⁵⁵.

⁵⁴ “Il 50 per cento dei proventi derivanti dal pagamento delle sanzioni amministrative pecuniarie affluiti sul predetto capitolo dell'entrata del bilancio statale è riassegnato ad apposito capitolo dello stato di previsione del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali per essere assegnato al Dipartimento dell'Ispettorato centrale della tutela della qualità e della repressione frodi dei prodotti agroalimentari per le attività di controllo e di vigilanza nel settore oleario” (art. 10, comma 3, d.lgs. 23 maggio 2016, n.103).

⁵⁵ “I marchi registrati per i quali sopravvivono le caratteristiche di cui al comma 1 decadono per illiceità sopravvenuta ai sensi dell'articolo 26 del codice della proprietà industriale, di cui al decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30. La decadenza è dichiarata con le procedure di cui al citato decreto legislativo n. 30 del 2005” (articolo 5, comma secondo, l. n. 9/2013). “Il titolare di un marchio decaduto ai sensi del presente articolo deve avviare immediatamente le procedure per ritirare dal mercato i prodotti

Quanto al termine minimo di conservazione, l'articolo 7 dispone che il termine entro il quale gli oli di oliva vergini conservano le loro proprietà specifiche in adeguate condizioni di trattamento *non può essere superiore a diciotto mesi dalla data di imbottigliamento* e va indicato con la dicitura *da consumarsi preferibilmente entro*, seguita dalla data ⁵⁶.

Il Capo III della legge 14 gennaio 2013, n. 9, regola le norme sul funzionamento del mercato e della concorrenza (articoli da 8 a 11).

In materia di intese restrittive nel mercato degli oli di oliva vergini, l'articolo 8 riconosce all'Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCM) il potere di vigilare sull'andamento dei prezzi e adottare atti idonei a impedire le intese o le pratiche concordate tra imprese che hanno per oggetto o per effetto di ostacolare, restringere o falsare in maniera consistente la concorrenza all'interno del mercato nazionale degli oli di oliva vergini attraverso la determinazione del prezzo di acquisto o di vendita del prodotto ⁵⁷.

Agli articoli 10 e 11 sono regolate, rispettivamente, le norme contro il segreto delle importazioni agroalimentari (che, a tutela del funzionamento del mercato e dell'agilità degli accertamenti penali e amministrativi, impone agli uffici di sanità marittima, aerea e di frontiera di rendere accessibili a tutti gli organi di controllo e alle amministrazioni interessate le informazioni a propria disposizione concernenti l'origine degli oli di oliva vergini e delle olive) e la disciplina – restrittiva – sulla vendita sottocosto degli oli di oliva extravergini (per la quale è regolato un apposito *iter* autorizzativo, oltre che un serrato limite temporale (può essere effettuata solo una volta nel corso dell'anno)).

Di assoluta rilevanza per la presente analisi sulla tracciabilità e rintracciabilità nella filiera olivicolo-olearia risulta, inoltre, la previsione di cui all'articolo 16, Capo IV (*norme sul contrasto delle frodi*) della legge n.9/2013, che *al fine di garantire* (appunto) *la piena rintracciabilità delle produzioni destinate al commercio e di prevenire eventuali frodi, è obbligatorio, per tutti i produttori*

contrassegnati dal marchio medesimo, assicurandone il completo ritiro entro un anno dalla dichiarazione di decadenza" (comma quarto).

⁵⁶ La violazione del divieto di cui al comma 1 comporta l'applicazione al titolare del pubblico esercizio di una sanzione amministrativa da euro 1.000 a euro 1.800 e la confisca del prodotto (art. 7, comma terzo).

⁵⁷ In conformità ai poteri a essa conferiti dalla l. 10 ottobre 1990, n. 287. Inoltre, l'AGCM svolge il detto potere di vigilanza sulla base di informazioni fornite dall'Agenzia delle dogane e presenta annualmente al Parlamento una propria relazione (comma secondo).

di oli vergini, extravergini e lampanti, costituire e aggiornare il fascicolo aziendale, ai sensi del regolamento di cui al decreto del Presidente della Repubblica 1° dicembre 1999, n. 503, e del decreto legislativo 29 marzo 2004, n. 99. In caso di mancata ottemperanza a tale adempimento le produzioni non possono essere destinate al commercio. Nei successivi commi sono previste delle sanzioni amministrative per i casi di inottemperanza a tale adempimento.

Infine, l'articolo 12, Capo IV (*norme sul contrasto delle frodi*) della legge n.9/2013 sancisce la responsabilità degli enti per gli illeciti amministrativi dipendenti da reato nei seguenti termini: *gli enti che operano nell'ambito della filiera degli oli vergini di oliva sono responsabili, in conformità al decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231, per i reati di cui agli articoli 440, 442, 444, 473, 474, 515, 516, 517 e 517-quater del codice penale, commessi nel loro interesse o a loro vantaggio da persone: a) che rivestono funzioni di rappresentanza, di amministrazione o di direzione dell'ente o di una sua unità organizzativa dotata di autonomia finanziaria e funzionale, ovvero che esercitano, anche di fatto, la gestione e il controllo dello stesso; b) sottoposte alla direzione o alla vigilanza di uno dei soggetti di cui alla lettera a).*

4. – Guardando alla produzione mondiale di olio d'oliva, quella italiana si pone al secondo posto con un'incidenza media sulla produzione totale del 15%, dopo la produzione spagnola che si assesta intorno al 46%, ma l'Italia è altresì il Paese con il più alto tasso di importazione dell'olio d'oliva e di sansa (33%)⁵⁸, in quanto incapace di soddisfare la domanda interna di olio d'oliva, con un bilancio nettamente negativo tra *import* ed *export*⁵⁹.

Da uno studio dell'Istituto regionale del vino e dell'olio della Regione siciliana⁶⁰, pubblicato nell'ottobre 2024, emerge che pur registrandosi uno spostamento della massa di produzioni olivicole dal sud verso regioni settentrionali a seguito del cambiamento climatico, la Sicilia rimane tutt'oggi la terza Regione produttrice italiana (da scheda di settore Ismea aprile 2024), con una incidenza

⁵⁸ Nel 2020 le importazioni di olio vergine ed extravergine di oliva hanno rappresentato il 2,7% del totale delle importazioni italiane.

⁵⁹ Cfr. CREA, Oleareo. *Dove l'Italia lascia il segno, L'olivicoltura in Italia, schede didattiche*, 2022, disponibile all'indirizzo web www.oleario.crea.gov.it.

⁶⁰ Cfr. Regione Siciliana, Istituto Regionale del vino e dell'olio, *Il settore olivicolo-oleario in Sicilia*, a cura di F. Salvia, Osservatorio Viti-vinicolo ed Olivicolo-oleario IRVO, 8 ottobre 2024, disponibile all'indirizzo web www.irvo.it.

sulla produzione nazionale di circa il 12% (dopo la Puglia 51% e la Calabria 13%)⁶¹. Nel territorio siciliano la provincia di Agrigento è la più grande produttrice regionale, con una incidenza media di circa il 33/35%, seguita da Trapani (22/23%), Palermo (14/16%) e Catania (7/8%) (dati SIAN/AGEA).

Guardando quindi alle certificazioni di qualità degli oli siciliani, sono state riconosciute sei DOP (*Monte Etna, Monti Iblei, Val di Mazzara, Valdemone, Valle Belice, Valli Trapanesi*) e una IGP (*IGP Sicilia*).

In particolare, negli ultimi anni si è registrata una crescita esponenziale della *IGP Sicilia*, la quale, pur costituendo un marchio piuttosto *giovane* essendo stata istituita nel 2015, è divenuta la terza denominazione nazionale per quantitativi certificati, con il 12% della produzione totale nazionale di OEVO DOP/IGP, dopo la DOP *Terra di Bari* (37%) e la IGP *Toscana* (14%). I tre marchi citati, insieme alla DOP *Val di Mazzara* che costituisce la quarta denominazione nazionale per quantitativi prodotti e certificati, rappresentano il 74% della produzione italiana di olio certificata DOP/IGP.

Le medesime considerazioni circa la portata delle suddette denominazioni di origine valgono anche con riguardo al valore generato dalla produzione olivicolo-olearia da queste certificate.

I controlli ufficiali sono affidati a un'autorità pubblica – IRVO (Istituto Regionale del Vino e dell'Olio) – incaricata dal Ministero di effettuare i controlli e le certificazioni per gli oli extravergine di oliva per la IGP *Sicilia* e per la DOP *Valdemone* (che però al momento ha certificato quantitativi ben ridotti rispetto alla prima). Inoltre l'IRVO, che ha svolto anche attività di promozione degli OEVO siciliani⁶², nel 2016, ha avuto riconosciuto dal Ministero dell'Agricoltura un proprio Comitato di Assaggio (Panel) per le certificazioni degli OEVO, sottoposto annualmente a Ring Test curati dal CREA.

Con riguardo alle DOP/IGP – sulle quali torneremo più avanti quando tratteremo della disciplina giuridica della commercializzazione dell'olio vergine ed extravergine di oliva sui piani unionale e interno – occorre precisare

⁶¹ Le prime tre regioni produttrici, insieme, rappresentano quindi circa il 75% della produzione nazionale.

⁶² Cfr. Regione Siciliana, Istituto Regionale del vino e dell'olio, *Il settore olivicolo-oleario in Sicilia*, cit., in cui è riportato che l'IRVO ha recentemente curato l'organizzazione della partecipazione di aziende olearie siciliane a importanti eventi nazionali e internazionali (*"Olio capitale"* a Trieste nel marzo 2023 e marzo 2024, *"Horeca-Gastrofood"* a Cracovia nel novembre 2023 e novembre 2024 ed *"Evoluzione"* presso il museo MAXXI a Roma nel gennaio 2024).

sin da subito che dalla *Scheda di settore 2024*⁶³ di ISMEA si evidenzia un più che notevole squilibrio tra i prezzi delle DOP/IGP dell'Italia settentrionale e centrale rispetto al valore economico delle denominazioni meridionali e delle Isole. Basti pensare che nel 2024 la DOP *Brisighella* originaria delle zone di Ravenna, Forlì e Cesena ha un valore di 25,2 euro/chilo e la IGP *Sicilia* e la DOP *Val di Mazzara* rispettivamente di 9,3 e 9,4 euro/chilo.

Su questo dato occorre riflettere se si considera che dall'analisi SWOT avanzata dall'IRVO nel 2024⁶⁴ (cit.) risulta che i punti di forza della produzione olivicola della nostra Regione sono proprio *l'antichissima tradizione olivicola-olearia (reperti archeologici e antiche fonti letterarie); l'elevato valore storico, culturale, antropologico, paesaggistico ed ambientale degli oliveti siciliani; la vocazionalità ambientale; la variabilità climatico-ambientale; il ricco patrimonio varietale; l'ampia gamma di tipologie produttive per variabilità climatica, pedologica e genetica; la qualità media elevata degli oli siciliani; la sanità della produzione per ridotta necessità di ricorso a fitofarmaci per clima sinora caldo-arido; la buona immagine della Sicilia o del Made in Sicily; e i claim salutistici.*

Dalla lettura di questi dati salta all'evidenza che uno dei principali fattori che generano differenze sul prezzo tra gli oli certificati DOP o IGP del nord Italia rispetto a quelli meridionali sia legato a una scarsa e inefficace informazione nei confronti dei consumatori di questi prodotti. Invero, tra le criticità evidenziate dall'analisi SWOT avanzata dall'IRVO emergono quelle legate alla *scarsa conoscenza del prodotto da parte dei consumatori e degli operatori HORECA, alla scarsa utilizzazione della certificazione DOP/IGP e alla scarsa infrastruttura digitale* (intesa anche nel senso di arretratezza nella comunicazione digitale delle informazioni ai consumatori).

In particolare, con riguardo al basso interesse dei consumatori siciliani verso oli di oliva certificati e di qualità occorre precisare che tale dato si pone in linea con il trend nazionale dimostrato da ISMEA in più di una indagine pubblicata⁶⁵, che attesta una piuttosto scarsa conoscenza del prodotto e del settore a livello nazionale. Si precisa altresì che il consumo generale di olio in Italia ha

⁶³ Cfr. ISMEA, *Scheda di Settore 2024 e L'olio di oliva italiano alla vigina di una nuova campagna*, a cura di T. Sarnari, 11 settembre 2024.

⁶⁴ Regione Siciliana, Istituto Regionale del vino e dell'olio, *Il settore olivicolo-oleario in Sicilia*, cit., tabella di sintesi.

⁶⁵ Cfr. tra le altre ISMEA, *Scheda di settore: olio di oliva*, giugno 2021, disponibile all'indirizzo web www.ismeamercati.it.

subito negli ultimi anni profondi cambiamenti, anche in relazione a ciò che il consumatore oggi si attende a livello qualitativo dal prodotto stesso, ma, nel contempo, i consumatori mostrano ancora profonde incertezze nei confronti del “prodotto olio”, non riuscendo ancora a differenziare con chiarezza le varie tipologie di olio (vergine, extravergine, etc.) o, appunto, a identificarne l'origine e/o la provenienza dei prodotti grezzi che lo compongono.

Il fatto che, come detto, la scarsa conoscenza dei consumatori verso le tipologie e le origini dei diversi oli commercializzati abbia ricadute negative sui prezzi di vendita degli oli certificati (i prezzi di mercato delle IG in molti casi non si discostano di molto dal prezzo dell'olio convenzionale), a sua volta disincentiva gli operatori a investire nella certificazione dei propri prodotti.

Un altro elemento di debolezza per la produzione olivicola siciliana è costituito dalla scarsa utilizzazione della certificazione biologica che, seppure costituisca circa il 25% della superficie biologica nazionale, rappresenta soltanto il 10% del volume di olio biologico prodotto sul totale nazionale.

Un fattore che indubbiamente incide negativamente su questo dato è quello legato al fatto che spesso le olive provenienti da produzioni biologiche vengono conferite presso frantoi non certificati in biologico. Inoltre, la tradizione consumeristica siciliana di acquistare l'olio di oliva poche volte l'anno e direttamente presso i frantoi, a seguito del rapporto di fiducia che si instaura con la dimensione locale, dal punto di vista economico, non consente di remunerare adeguatamente le aziende, anch'esse locali, che si sono impegnate a certificare la qualità o la genuinità dei propri oli.

In altri termini, quello della rintracciabilità nella filiera olivicola Siciliana – così come in quella nazionale – mostra ancora notevoli segni di arretratezza che, come visto, impattano duramente sui livelli dei prezzi degli oli certificati siciliani e, oltretutto, penalizzano (quasi sino ad annientarle) le funzioni *persuasiva* e *performativa* tipiche dell'informazione B2C.

Peraltro, a differenza del passato in cui i vertici politici e istituzionali europei propendevano per l'elevata specializzazione, meccanizzazione e standardizzazione delle produzioni per l'ammodernamento del settore olivicolo-oleario e, in generale, per l'intero settore agroalimentare europeo, negli ultimi anni si è operata un'inversione di marcia in tal senso. La nuova Politica Agricola comune (PAC 2023/27) pone al centro dello sviluppo del comparto agroalimentare i temi della sostenibilità (ambientale, economica e sociale),

dello sviluppo sostenibile, della tutela ambientale, della valorizzazione della biodiversità, delle diversità territoriali e produttive e, soprattutto, della responsabilizzazione dei consumatori verso scelte alimentari che assecondino la *transizione ecosostenibile* in atto ⁶⁶.

Il settore olivicolo-oleario siciliano, come già detto, presenta numerosissime potenzialità di sviluppo in questo senso, basti pensare alla varietà di olivi coltivati e all'importanza storico-culturale di tantissimi oliveti secolari: elementi questi strettamente connessi al territorio e caratterizzanti anche le proprietà chimico-fisiche dei relativi prodotti.

⁶⁶ Si vedano al riguardo gli obiettivi generali e specifici sanciti agli artt. 5 e 6 del reg. (UE) n. 2115/2021.

Abstract

Il contributo analizza la disciplina relativa alla tracciabilità e alla rintracciabilità dell'olio di oliva nelle dimensioni unionale, nazionale e siciliana. Oggetto di indagine sono sia le regole che più strettamente ineriscono alla sicurezza dei prodotti e alla individuazione dei c.d. soggetti responsabili, sia la disciplina delle informazioni da indicare (obbligatoriamente o volontariamente) in etichetta che, nel settore olivicolo-oleario, richiede l'adempimento di specifici oneri informativi con particolare riguardo alla commercializzazione dell'olio vergine ed extravergine di oliva.

The paper analyses the discipline relating to the traceability and tracking of olive oil in the Union, national and Sicilian dimensions. The subject of the investigation are both the rules that are more strictly inherent to product safety and the identification of the so-called responsible subjects, and the discipline of the information to be indicated (mandatory or voluntary) on the label that, in the olive-oil sector, requires the fulfillment of specific information obligations with particular regard to the marketing of virgin and extra virgin olive oil.