

Finanziamento BEI, *italian sounding* e denominazioni generiche evocative

1. Il caso. - 2. Il programma europeo di finanziamento dell'agricoltura bioeconomica. - 3. La «mozzarella» irlandese e i fenomeni di *italian sounding* nel settore lattiero-caseario. - 4. Evocazioni nei mercati di prossimità.

1. - Il caso. Il gruppo irlandese *Carbery*, impegnato nel settore lattiero-caseario, ha ottenuto nel 2019 dalla Banca Europea degli Investimenti (BEI) 35 milioni di euro destinati ad innovazione ed internazionalizzazione agroalimentare. Il finanziamento consentirà di diversificare la produzione di mozzarella destinata all'esportazione nei mercati internazionali. Il prestito è stato assegnato durante una visita nel West Cork alla sede centrale della società di Andrew McDowell, vicepresidente della BEI, responsabile di agricoltura e di operazioni di prestito in Irlanda anche per affrontare le incertezze legate alla *Brexit*.

Questo strumento di sostegno rappresenta il primo diretto della BEI rivolto ad un gruppo cooperativo irlandese del settore lattiero-caseario nell'ambito del programma di finanziamento agricolo semplificato. Il programma di finanziamento di agricoltura e bio-economia è garantito dal Fondo europeo per gli investimenti strategici.

Il Gruppo Carbery con sede a *Ballineen*, nella contea di Cork è di proprietà di quattro cooperative irlandesi (*Bandon, Barryroe, Drinagh e Lisavaird*) con circa 700 dipendenti. La *Carbery* ha nove sedi sparse oltre che in Irlanda nel Regno Unito, negli Stati Uniti, in Brasile, Tailandia ed anche in Italia¹. La sede italiana ha permesso di acquisire il *know how* necessario a realizzare un prodotto tipico soprattutto nel sud della penisola, quale è appunto la mozzarella. L'Irlanda, d'altra parte, vanta caratteristiche ambientali e climatiche che le permettono di avere pascoli e allevamenti adeguati per realizzare prodotti lattiero-caseari di alta qualità.

2. - Il Programma europeo di finanziamento dell'agricoltura e della bio-economia. L'interesse crescente per la bio-economia agricola dimostrato dalla Commissione, oltre che da industrie e società europee, ha fornito alla BEI l'opportunità di migliorare ulteriormente il suo impatto nel settore.

La bio-economia agricola, infatti, è una chiave importante per contribuire a migliorare la crescita economica delle zone rurali e costiere del mondo. La gestione sostenibile ed intelligente delle catene di valore basate sul biologico assume, inoltre, un ruolo vitale nella sicurezza alimentare in termini di alimenti accessibili e sostenibili, dieta sana e resilienza ai cambiamenti climatici. Allo stesso modo è in grado di produrre *input* preziosi per le industrie a base biologica che sono fondamentali per rendere più ecologica l'economia e per ridurre la dipendenza da combustibili fossili.

L'operazione di investimento della BEI si concentra su progetti di investimento ammissibili posti in essere da cooperative e società private che operano all'interno del territorio UE utilizzando metodi sostenibili, biologici nel rispetto dei parametri di sicurezza alimentare. Gli investimenti possono variare da aggiornamento o sostituzione di beni fisici che non soddisfano più le *best practices* internazionali, miglioramento dell'uso di risorse come energia, calore e acqua, gestione o valorizzazione della qualità dei prodotti alimentari².

3. - La «mozzarella» irlandese e i fenomeni di italian sounding nel settore lattiero-caseario. L'Irlanda, nel territorio di West Cork, ha già ottenuto un premio internazionale (*International Cheese & Dairy Awards*) per la produzione di mozzarella di bufala³.

¹ Per un approfondimento v. www.eib.org/en (2019, *eur 35 million for carbery group, innovation and internationalisation*).

² Sul punto v. www.eib.org/en/projects.

³ Grazie all'attività svolta nell'allevamento «*Macroom Buffalo*», di J. Lynch. La mozzarella ivi prodotta è venduta nella catena Aldi

Nonostante la capacità di distinguersi nel mercato per prodotti lattiero-caseari di alta qualità non sono mancati in Irlanda comportamenti scorretti nel tentativo di irridere la produzione italiana di mozzarella di bufala⁴.

Ci sono stati, difatti, casi in cui produttori irlandesi di mozzarella hanno tentato di spregiare l'italianità pur utilizzando immagini nel *packaging* o parole e suoni nella comunicazione pubblicitaria (*spot*) di evocazione per richiamare provenienza e qualità. Sicuramente l'Irlanda vanta un territorio in grado di produrre buon latte e ottima carne. Tuttavia, vi è stato un istinto parassitario teso ad acquisire proprietà volendo dimostrare un falso abbassamento di *standard* nel confronto ingannevole con il prodotto irlandese.

La mozzarella è consumata in tutto il mondo, ma il *nome* «mozzarella» richiama, in quanto parola italiana, il territorio di provenienza.

In alcuni fenomeni di *italian sounding* le parole utilizzate nelle denominazioni sono modificate per suonare italiano (vedi le ipotesi *parmesan* o *gambozola*). Nel caso che si tratta, invece, la parola resta italiana (mozzarella) come può succedere in altre occasioni (come per es. per «pizza» o «pasta»⁵). Nel primo caso (nell'esempio di parmigiano e gorgonzola), si tutelano le denominazioni di origine protetta (DOP) e quindi si è costretti ad alterare la parola per non incorrere in una palese violazione; si aggiungono però bandiere italiane o altre immagini che richiamano il *Bel Paese* per accaparrarne i pregi.

Il termine «mozzarella» – pur essendo parola italiana che richiama un prodotto dell'Italia meridionale – quando usato in modo «generico» senza riferirsi ad una specifica DOP⁶ può essere liberamente utilizzato salvo verificarne nel caso concreto l'impiego in grado di evocare italianità scorrettamente o in modo sleale⁷.

Nel caso dell'allevamento *Macroom Buffalo* nel territorio di Cork si richiama la mozzarella di bufala. Pur non essendo evocata direttamente la «*mozzarella di bufala campana - DOP*» oggetto di tutela specifica a livello europeo, come noto, si pone in essere un comportamento scorretto riconducibile al fenomeno di *italian sounding*, nonché sleale e lesivo della concorrenza. Nello *spot*, difatti, utilizzato in Irlanda per promuovere il prodotto di bufala venduto poi attraverso la catena di grande distribuzione *Aldi* si usano immagini che ricordano l'italianità del prodotto⁸.

Il finanziamento europeo a favore del Gruppo irlandese Carbery che del tutto lecitamente rientra nei programmi di sostegno a favore della bio-economia agricola, di fatto, rafforza i comportamenti connotati da scorrettezza e slealtà che si sono consumati nel territorio di Cork i cui contorni sono stati appena richiamati.

Dopo Grana Padano e Parmigiano Reggiano, secondo i dati del 6° *Rapporto agromafie sui crimini agroalimentari in Italia*⁹ la mozzarella è il prodotto italiano più imitato con evidenti danni di immagini per il

in tutta l'Irlanda. L'Irlanda d'altronde vanta ottimi pascoli che garantiscono produzioni di latte (ed anche di carne) di ottima qualità (anche il filetto di Angus ha ottenuto, sempre distribuito per la catena Aldi, un premio internazionale nel 2019, il c.d. *World Steak Challenge 2019*).

⁴ V. caso pubblicità *Macroom Buffalo*.

⁵ V. in proposito per la pasta, PS11383 - *Pasta De Cecco - Italian Sounding*, Provv. n. 28056; PS11384 - *Pasta Cocco - Italian Sounding*, Provv. m. 28057; PS11385 *Pasta Auchan - Italian Sounding*, Provv. n. 28058; PS11387 - *Pasta Lidl - Italian Sounding*, Provv. n. 28059; PS11416 - *Pasta Divella - Italian Sounding*, Provv. n. 28061, in Bollettino n. 2/2020, www.agcm.it

⁶ Anche nell'ipotesi della mozzarella STG su cui a breve torneremo.

⁷ Per un approfondimento sul rapporto fra nome generico e tutela DOP: L. PAOLONI, *Nomi generici e denominazione d'origine: il caso della mozzarella di bufala*, in questa Riv., 2007, 295 ss. l'A. si occupa di un caso dal quale affiorano distorsioni nella disciplina sulle designazioni protette dei prodotti agricoli e di quelle specifiche concernenti la mozzarella di bufala campana. Il caso in esame nella nota riguarda un'impresa molisana a cui è contestato l'uso irregolare della denominazione «mozzarella di bufala» riportata in etichetta concernente il formaggio posto in commercio.

⁸ https://twitter.com/aldi_ireland/status/868859422163951617. Post: *Discover our authentic, award winning Buffalo Mozzarella made in Macroom, courtesy of Johnny «Buffalo Man» Lynch! Molto bene Johnny!*

⁹ 6° *Rapporto agromafie sui crimini agroalimentari in Italia*, Roma, 2019, 34. Dati raccolti da *Eurispes* in coordinamento con *Coldiretti* e *Osservatorio sulla criminalità nell'agricoltura e sul sistema agroalimentare*.

Paese. Quello caseario è il settore maggiormente esposto alle contraffazioni che comportano bassi *standard* qualitativi dei prodotti commercializzati con possibili connessi pericoli per la salute dei consumatori¹⁰.

A livello europeo, pertanto, in cui si valorizzano le eccellenze e si svolgono azioni di sostegno del settore agroalimentare è opportuno compiere attività di controllo e di coordinamento per garantire sia il legittimo uso di denominazioni in grado di evocare la provenienza geografica – anche quando non assurgano a DOP o IGP – sia, ad ogni modo, la lealtà negli scambi commerciali. È, tra l'altro, quanto già accaduto, nelle relazioni *extra* UE, in occasione dell'accordo siglato dalla Commissione UE con il Giappone in seguito al caso di evocazione della mozzarella di bufala campana DOP. Il consorzio di tutela, difatti, nel 2019 ha denunciato la presenza a Tokyo di un caseificio dedito alla produzione di mozzarelle vaccine commercializzate con l'etichetta «*mu mu mozzarella Tokyo DOP*» unitamente al marchio dell'impresa raffigurante una testa di bufala in grado di richiamare palesemente la mozzarella di bufala campana DOP oggetto di tutela europea. L'accordo commerciale UE-Giappone entrato in vigore il 1° febbraio 2019 ha permesso di garantire maggiore protezione dei diritti di proprietà industriale comprese le DOP registrate nell'UE¹¹.

Il paradosso che si riscontra nel settore caseario riguarda il fatto che persino i produttori italiani per riuscire a mantenere una porzione di mercato internazionale si trovano, talvolta, costretti a cedere al *folklore* per offrire al consumatore straniero ciò che si aspetta di trovare in etichetta. Soprattutto nel commercio interessato dalla grande distribuzione, alcuni produttori lattiero-caseari italiani si sono organizzati per connotare con un po' di italianità l'etichetta dei prodotti perché i consumatori esteri potessero riconoscerne la provenienza italiana (ad es. sono state rinnovate alcune confezioni con scritte in italiano o con immagini tricolore)¹².

La mozzarella, anche nel caso di quella di bufala campana DOP del Consorzio di tutela non può essere marchiata sulla superficie (come avviene, invece, ad es. nel caso del prosciutto di Parma, del Grana Padano o del Parmigiano Reggiano). Ciò determina un problema consistente di riconoscimento poiché è molto diffusa la vendita di prodotti sfusi, non originali, e per di più si lascia credere al consumatore che la mozzarella confezionata – garantita dal consorzio con il segno DOP apposito – sia peggiore di quella sfusa. E così basta definire nelle azioni di vendita, una qualunque mozzarella come «mozzarella di latte di bufala» per non sottostare alle regole del disciplinare di produzione fissate dal consorzio che impone l'utilizzo di latte fresco proveniente da Campania, basso Lazio e Provincia di Foggia e poter utilizzare anche latte congelato dal Sud America o dall'Europa dell'Est, latte concentrato, in polvere o semilavorati che non danneggiano la salute ma certamente ledono l'immagine della denominazione protetta.

Problema ancora più grave riguarda il fatto che come i nomi pizza o pasta, che caratterizzano il nostro Paese nel mondo, possono essere usati in modo generico, è del tutto legittimo utilizzare il nome «*mozzarella cheese*» o «*mozzarella buffalo*» (come nelle ipotesi sopra descritte da parte di imprese di

¹⁰ Per un approfondimento su strumenti di intervento contro la contraffazione dei prodotti alimentari con particolare riguardo al caso della mozzarella di bufala campana contaminata da diossina v. A. ARTOM, *La contraffazione dei prodotti alimentari*, in *Riv. dir. alim.*, 2009, 4 ss.

¹¹ Per un approfondimento v. *Europeand Food Agency*, in v. *www.efanews.eu*.

¹² Una Catena di distribuzione francese ha chiesto ai produttori del comparto lattiero-caseario di connotare di italianità le etichette di alcuni formaggi italiani per permettere ai consumatori stranieri di riconoscerne la provenienza. Come ricorda il Presidente di *Assolatte*, Giuseppe Ambrosi, v. *Lo chiamano italian sounding: altro che musica, è il falso gastronomico*, in *www.italiantaste-certification.com*. Per fortuna non è sempre così considerando che ha avuto molto successo il progetto *italianmade.com*, realizzato dall'*Italian Trade Agency* (Agenzia ICE). Un progetto digitale rivolto ai consumatori di USA e Canada e inserito all'interno della strategia di internazionalizzazione voluta dal Governo italiano per contrastare i fenomeni della contraffazione e dell'*italian sounding*. Il progetto si è sviluppato attraverso una campagna di comunicazione ideata per superare il divario tra la crescente domanda di prodotti italiani di qualità nel mondo e la scarsa conoscenza delle reali caratteristiche distintive delle nostre produzioni di qualità, in particolar modo dei prodotti agroalimentari DOP e IGP. Grande spazio è stato dedicato proprio alla mozzarella di bufala campana DOP, di cui è stata raccontata la storia ed esaltata la ricetta di preparazione.

allevamento irlandesi) nel commercio internazionale¹³. Del resto al di fuori dei casi di mozzarella DOP richiamati, la tutela della mozzarella STG non ha avuto molto successo. L'aggiunta del segno «STG» dovrebbe significare che la mozzarella è stata prodotta in conformità alle ricette tradizionali normalmente seguite per produrla, ma qualunque produttore, in qualunque Paese d'Europa potrebbe, in tal caso, utilizzare il segno «STG» per il proprio prodotto caseario. Il valore aggiunto sarebbe, quindi, minimo e nessun operatore del settore avrebbe interesse ad usare la denominazione. Il risultato è stato che pur sussistendo il diritto di impiegare dal 1998 la denominazione «Mozzarella STG» solo in tre casi, in tutta Europa, è stato utilizzato, con l'apparenza dell'evidente insuccesso¹⁴.

4. - Evocazioni nei mercati di prossimità. Mentre nelle ipotesi di imitazione che avvengono al di fuori dei Paesi Europei le questioni di scorrettezza sono risolte con l'ausilio di strumenti negoziali ovvero mediante accordi (si pensi all'intesa con il Giappone a valle del caso «*mu mu mozzarella Tokyo DOP*» o all'accordo CETA con il Canada); nell'ipotesi in cui l'atto di imitazione sleale avvenga ad opera di Paesi europei, nei mercati di prossimità, il problema di scorrettezza si risolve con l'intervento sanzionatorio del giudice europeo anche se mediante sentenze caratterizzate da diplomazia e garbatezza (si pensi, ad esempio, ai casi *Parmesan* e *Cambozola*).

I casi richiamati riguardano imitazioni di DOP o comunque di denominazioni tutelate. Si potrebbe, ad ogni modo, pensare ad una sanzione anche nelle ipotesi dei comportamenti scorretti posti in essere da Paesi *extra* europei perché, come noto, DOP e IGP possono, in base al principio di reciprocità, essere utilizzate da Paesi terzi.

Il problema rimane nel caso di uso scorretto di denominazioni generiche, come nell'ipotesi della «mozzarella» quando attraverso un'operazione di finanziamento europeo legittimamente adottata si rafforzano comportamenti ed azioni scorrette della specie di quelli segnalati (nel caso di specie in Irlanda, *Cork*). Per gestire tali evenienze servirebbe un intervento di coordinamento e di controllo da parte delle Istituzioni europee.

Anche perché il caso «*mozzarella*» fa emergere che questa, pur essendo una denominazione generica, è in grado di evocare italianità in modo inequivocabile (al pari di quanto accade pensando a termini come «pizza» o «pasta»); non sarebbero altrimenti comprensibili tutti i tentativi di imitazioni che tra l'altro abbiamo richiamato nella trattazione ad opera in questo caso dell'Irlanda, riguardanti proprio la parola «mozzarella» – come «*mozzarella cheese*» o «*mozzarella buffalo*» perché a prescindere dalla tutela della denominazione (mozzarella di bufala campana DOP, ad esempio) questi sono in grado di richiamare italianità e quindi qualità del prodotto.

Anche nelle ipotesi di denominazioni *generiche* ma espressive di *italianità* sarebbe, pertanto, opportuno un intervento sanzionatorio del pari incisivo al caso delle DOP attraverso l'azione giurisdizionale, considerando tra l'altro che il settore lattiero caseario coinvolto è uno fra i più colpiti da atti di imitazione e contraffazione non solo a livello internazionale ma anche a livello europeo.

L'intervento di coordinamento delle Istituzioni europee per l'ipotesi di *denominazioni generiche evocative* servirebbe proprio a gestire la prossimità dei mercati affinché la vicinanza culturale e geografica rimanga un valore da rispettare anche mediante lo scambio di idee, di conoscenze, di competenze realizzabile con la libera circolazione delle persone, delle merci e la libertà di stabilimento delle imprese¹⁵.

¹³ Vi è stato inoltre un caso a Shangai di mozzarella di bufala confezionata con il tricolore italiano e la dizione ingannevole in etichetta «*italian technology*», v. *Lo chiamano italian sounding: altro che musica, è il falso gastronomico*, in www.italiantaste-certification.com.

¹⁴ P. BORGHI, *Sovrapposizioni fra ordinamenti e «fantasia» del legislatore in tema di segni di qualità dei prodotti alimentari: entropia e storytelling*, in *Riv. dir. alim.*, 2015, 12. Inoltre, in merito alla mozzarella e le sue varianti, nel confronto fra tutela DOP e STG v. S. MASINI, *Formaggi freschi a pasta filata: caratteristiche di qualità e della trasparenza delle denominazioni*, in questa Riv., 2013, 367 ss.

¹⁵ In tema di denominazioni generiche cfr. G. FLORIDIA, *I marchi di qualità, le denominazioni di origine controllata e le qualificazioni merceologiche nel settore alimentare*, in *Riv. dir. ind.*, 1990, 5 ss.; L. SORDELLI, *L'identificazione dei prodotti agricoli sul mercato (marchi, indicazioni geografiche e denominazioni di origine)*, *ivi*, 1994, 471 ss.; A. VANZETTI, *Marchi e segni di uso comune*, in *Riv. dir. civ.*, 2002, 895 ss.

