

DISEGNO DI LEGGE

d'iniziativa del senatore CHABOD

COMUNICATO ALLA PRESIDENZA L'8 APRILE 1960

Istituzione di un marchio di genuinità per olii e vini

ONOREVOLI SENATORI. — Il bisogno, di una efficace garanzia preventiva della genuinità ed autenticità dei prodotti alimentari, è generalmente sentito.

« La repressione — è stato autorevolmente scritto — che è compito specifico dello Stato, potrà e dovrà essere potenziata, poichè la sua azione è insostituibile e, dentro certi limiti, indubbiamente efficace. Ma non ci si può aspettare da essa il miracolo della eliminazione di tutte le frodi e neppure di quelle più nocive.

« Come si è già accennato, molti, troppi sono gli inciampi che si frappongono alla azione repressiva, non ultima la difficoltà, dovuta a molteplici ragioni, di chi ha individuato la frode a convincere il magistrato della fondatezza delle sue affermazioni.

« Occorre dunque rovesciare la situazione. Occorre fare in modo che diventi interesse del produttore dimostrare la genuinità del suo prodotto, chiedendone il riconoscimento e sottoponendosi, per questo, volontariamente, ad un accurato, continuo ed impersonale controllo.

« Questo sistema, che è ad azione preventiva, non può essere attuato dallo Stato (perchè si ricadrebbe fatalmente nelle difficoltà, che rendono incerta l'azione di repressione), ma dai consumatori stessi che, mediante le loro organizzazioni, finalmente entrerebbero come forza indipendente e qualificata a determinare l'equilibrio naturale delle forze economiche.

« I produttori onesti non avrebbero nulla da temere, chè anzi troverebbero nei consumatori i migliori alleati e propagandisti, anzichè, come spesso avviene oggi, titubanti clienti che s'accostano al prodotto perchè spinti dalla necessità ».

Si tratta, dunque, di trovare ed elaborare il mezzo tecnicamente più efficace e chiaro per una simile garanzia preventiva, atta a rassicurare non soltanto sulla genuinità del prodotto, ma anche sulla sua conformità al dichiarato, e così a combattere drasticamente tutte le possibili adulterazioni e frodi alimentari.

È sembrato al proponente che tale scopo possa essere raggiunto, relativamente ad olii e vini confezionati all'origine, mediante la apposizione di un marchio, da concedersi a quei produttori che ne facciano richiesta sottoponendosi volontariamente agli occorrenti preventivi rigorosi controlli.

È probabile, per non dire certo, che il disegno di legge all'uopo approntato contenga imperfezioni ed errori dovuti alla insufficiente preparazione tecnica del proponente: il quale rivendica soltanto la sua innegabile qualità di consumatore e la conseguente sua legittima aspirazione alla « certezza » che il disegno vorrebbe assicurare a tutti i consumatori di olii e vini italiani. Imperfezioni ed errori potranno però essere eliminati, nel corso della elaborazione legislativa, mediante gli opportuni emendamenti. All'unica grave obiezione di fondo: « anche il proposto marchio di genuinità potrà essere contraffatto o comunque indebitamente usato, per cui la auspicata certezza è irraggiungibile », è agevole rispondere:

a) che la contraffazione di un marchio è assai più difficile e pericolosa della pura e semplice sofisticazione o frode, risolvendosi in una attività sicuramente accertabile e punibile. Anche il falso nummario resta pur sempre teoricamente possibile, ma offre tuttavia tali difficoltà e pericoli da presentarsi come impresa assolutamente sconsigliabile;

b) che data la dimostrata insufficienza della sola repressione, è necessario compiere almeno un serio tentativo di prevenzione, nell'interesse sia dei consumatori, sia degli stessi produttori, e così nell'interesse di tutto il Paese: le cui splendide risorse naturali chiedono soltanto di essere intelligentemente sfruttate, in un campo in cui intelligenza si-

gnifica anzitutto onestà e lealtà di produzione e di commercio.

Le singole disposizioni del disegno di legge non richiedono ampio commento. L'articolo 1 prevede l'istituzione del marchio, gli articoli 2, 3 e 4 disciplinano la procedura della sua autorizzazione e approvazione.

Per gli olii e per i vini « consorziati » a termini della legge 10 luglio 1930, n. 1164, è sembrato che le dichiarazioni dovessero essere soltanto quelle previste dalla legislazione vigente (vini) o in corso di approvazione (olii). Restava il problema dei vini tipici prodotti in zone ristrette, in cui, mentre manca da un lato la possibilità della costituzione di un consorzio volontario — per il limitato numero e le modeste risorse dei singoli produttori — il Ministro dell'agricoltura non può dall'altro valersi della facoltà di intervento concessagli dall'articolo 8 comma 2 della suddetta legge 10 luglio 1930, perchè detta facoltà può essere esercitata soltanto nel caso di « un determinato vino tipico di notevole importanza per l'economia nazionale ». È sembrato che tale problema possa essere risolto attribuendo alle Camere di commercio la facoltà di determinare le caratteristiche e le denominazioni dei suddetti vini tipici, non consorziati perchè di modesta produzione, ma cionondimeno degni dell'istituendo marchio, anche perchè non vadano perdendosi preziosi vini di produzione « artigianale ».

Gli articoli 5, 6, 7 e 8 contengono le disposizioni penali, necessariamente gravi per le ragioni sopra accennate e quindi richiamanti le sanzioni previste dal vigente Codice penale per il falso nummario.

DISEGNO DI LEGGE

Art. 1.

È istituito un marchio di genuinità e conformità alle dichiarazioni per i vini e gli olii confezionati all'origine in bottiglie, fiaschi o lattine, con suggello di garanzia.

Art. 2.

Il marchio ha le dimensioni e caratteristiche uniformemente fissate, con decreto del Ministro dell'industria e del commercio, per l'intero territorio della Repubblica.

La sua apposizione è autorizzata dalle Camere di commercio, industria ed agricoltura, previo accertamento della naturale genuinità e della rigorosa corrispondenza del contenuto alle dichiarazioni apposte sul contenente.

Art. 3.

Le dichiarazioni relative agli olii possono essere soltanto quelle previste dalla legge sulla classificazione e la vendita degli olii di oliva.

Le dichiarazioni relative ai vini per i quali siansi costituiti i consorzi previsti dalla legge 10 luglio 1930, n. 1164, possono essere soltanto quelle proprie di ciascun consorzio.

Per gli altri vini sono d'obbligo, sulle etichette e fatture, le seguenti indicazioni:

a) Comune di produzione e nome del produttore;

b) titolo alcolico;

c) contenuto delle bottiglie e dei fiaschi, a meno che esso non figuri in rilievo su tutti i vetri;

d) millesimo, esattamente corrispondente all'età reale del vino;

e) estremi del provvedimento di autorizzazione alla apposizione del marchio.

Sono consentite soltanto le seguenti aggiunte:

a) denominazione tipica del vino, semprechè essa sia stata determinata a termini del successivo articolo 4;

b) nome del podere, quando il vino provenga esclusivamente da un determinato podere, senza alcuna aggiunta di uve, mosti o vini provenienti da altri fondi, vicini o lontani;

c) eventuale marchio commerciale del produttore;

d) stemma araldico del luogo di produzione.

Art. 4.

Ciascuna Camera di commercio determina, per i vini non consorziati a termini della legge 10 luglio 1930, n. 1164, le caratteristiche, le zone di produzione e le denominazioni dei vini tipici della propria provincia.

Sono considerati vini tipici i vini genuini pregevoli speciali, i quali, avendo origine accertata per località di produzione, per terreno, per vitigni e per sistemi di preparazione, abbiano caratteri organolettici costanti e tali da conferire loro particolare finezza e bontà.

Qualora uno stesso vino tipico venga prodotto in più province vicine, le sue caratteristiche, la sua denominazione e le zone di sua produzione vengono determinate d'intesa fra le relative Camere di commercio: nel caso di mancata intesa, sono determinate con decreto del Ministro dell'agricoltura e delle foreste, di concerto con quello dell'industria e del commercio.

Art. 5.

Chiunque contraffà il marchio di genuinità ovvero, non essendo concorso nella contraffazione, fa uso di tale marchio contraffatto, è punito con la reclusione da 3 a 12 anni e con la multa da lire 500.000 a lire 5 milioni.

Art. 6.

È punito con la reclusione da 2 a 10 anni e la multa da lire 400.000 a lire 4 milioni:

LEGISLATURA III - 1958-60 — DISEGNI DI LEGGE E RELAZIONI - DOCUMENTI

a) chiunque concede od ottiene indebitamente l'apposizione del marchio di genuinità;

b) chiunque, avendo ottenuto legittimamente l'apposizione del marchio, ne fa indebito uso apponendolo su prodotti non genuini o non corrispondenti alle dichiarazioni apposte sul contenente.

Art. 7.

Fuori dei casi di concorso nei delitti previsti dagli articoli precedenti, chiunque vende o pone in vendita bottiglie, fiaschi o lattine contrassegnate col marchio di genuinità

senza averne diritto, per difetto di genuinità o di conformità del contenuto alle dichiarazioni apposte sul contenente, è punito per ciò solo con l'arresto da tre mesi a tre anni e con l'ammenda da lire 100.000 a lire 1.000.000.

Art. 8.

Nei casi di condanna per taluno dei reati previsti dalla presente legge è sempre ordinata la confisca della merce, a chiunque essa appartenga, e la pubblicazione della sentenza a termini dell'articolo 36 del Codice penale.