

M. GHINELLI, R. BARANI¹

Viaggio tra le marche delle acque minerali naturali (o come perdersi... in un bicchier d'acqua)

PROGRESS IN NUTRITION
VOL. 13, N. 1, 3-II, 2011

TITLE

Travel between the brands of natural mineral waters in Italy (or how to drown... in an inch of water)

KEY WORDS

Natural mineral water, labelling, quality, safety, appellation

PAROLE CHIAVE

Acqua minerale naturale, etichettatura, qualità, sicurezza, denominazione

Dottore di ricerca e ¹Dottorando in disciplina nazionale ed europea sulla produzione ed il controllo degli alimenti, Università degli Studi di Parma, Dipartimento di Salute Animale, Sezione Ispezione Alimenti di Origine Animale, Coordinatore della Sezione Prof. Franco Brindani

Indirizzo per la corrispondenza:
Dr. Marco Ghinelli
Università degli Studi di Parma
Via Università 12
43121 Parma
E-mail: marco.ghinelli@unipr.it

Summary

On the Italian national territory the outstanding number of natural mineral water sources is prime factor of natural quality and wholesomeness of waters so recognized; their individual genuineness is characterized by the uniqueness of the place whence waters flow and its distance from the place of exploitation. In relation to their native purity, mineral and trace element content and possible functional qualities, the peculiar characteristics of these waters, which are often quite diversified according to the each different brand, require strict control since their catchment to the retail phases. Consumers' trust in the attributes of this natural product is protected not only by hygienic standards during production to preserve the risks of potential pollution and contamination, but also by adopting specific criteria during labelling. Concerning this last aspect, special rules are applied about naming and denominations to be provided, also useful to a proper identification of waters origin. In this paper we try to introduce an overview of our national situation about these appellations, with reference to European and national regulations. It was noticed that to the broad available offer does not correspond a clarity of the informations provided, which is not completely free from ambiguities that can affect the transparency about origin, quality and safety of the water product.

Riassunto

La ricchezza sul territorio nazionale di sorgenti di acque minerali è un fattore primario dell'originaria qualità e salubrità delle acque così designate e la loro individuale genuinità è contraddistinta dall'unicità del luogo in cui sgorga e dalla prossimità di questo al punto di raccolta. Le peculiari caratteristiche delle acque, spesso ben diversificate tra le varie marche, in ordine alla originaria purezza, ai contenuti oligominerali ed alle eventuali qualità funzionali esigono rigidi controlli dalla loro captazione alla commercializzazione al dettaglio. L'affidabilità che il consumatore ripone nei requisiti naturali di tale prodotto è tutelata, oltre che dalle norme d'igiene nella produzione a protezione degli eventuali inquinamenti e contaminazioni, anche da un'etichettatura specifica. In questo ambito vige una particolare disciplina per i nomi e le denominazioni apposte, utili anche alla corretta individuazione della sua provenienza. Con

il presente lavoro si è cercato di delineare un quadro della situazione nazionale in relazione a tali menzioni alla luce della disciplina comunitaria ed interna. Si è osservato che nell'ampia scelta sul mercato alle volte la chiarezza delle indicazioni fornite non è del tutto scevra da una qualche ambiguità che rischia di porre a repentaglio la certezza circa la provenienza e le proprietà del prodotto.

Le acque minerali in Italia

Di acque minerali naturali nazionali si contano quasi 400 marche ricorrorrenti sul mercato interno, e poche altre di provenienza europea. Oltre ad esserne grandi produttori in Europa, dopo Germania con oltre 800 denominazioni ma prima di Spagna, Ungheria, Regno Unito con oltre il centinaio, e Francia, Polonia, Romania con circa 70, gli italiani ne sono fra i maggiori consumatori.

Caratteristico di questo settore merceologico è tra l'altro il fatto che un decina di grandi gruppi industriali, titolari delle autorizzazioni di oltre la metà delle marche in commercio, detengono quasi il 70% della produzione, ricoprendo l'80% del mercato.

La loro utilizzazione e commercializzazione è disciplinata dal decreto legislativo n. 105 del 25/01/1992, come modificato dal d.lgs 339/1999 (concernente anche le acque di sorgente).

Il decreto dà attuazione alla direttiva comunitaria n. 80/777, oggi

sostituita dalla recente direttiva n. 2009/54/CE del 18/6/2009, non ancora recepita in Italia.

In fatto di etichettatura e pubblicità queste norme, poste su due livelli, compendiano in via specifica i requisiti generali fissati dalla direttiva 2000/13/CE e dal decreto legislativo 109/92.

Per quanto riguarda la questione delle denominazioni le due norme comunitarie succedutesi sono sostanzialmente identiche.

Il provvedimento nazionale le definisce come quelle "che, avendo origine da una falda o giacimento sotterraneo, provengono da una o più sorgenti naturali o perforate e che hanno caratteristiche igieniche particolari e, eventualmente, proprietà favorevoli alla salute".

La provenienza sotterranea, al riparo dagli inquinanti atmosferici, rende intatte fin dall'origine la purezza microbiologica e il tenore dei composti oligominerali che le contraddistinguono dalle altre acque ordinarie da bere. Elementi che devono essere nel tempo mantenuti costanti o almeno entro i

parametri stabiliti. Possono avere, ma non necessariamente, proprietà funzionali in termini nutrizionali o salutistici per l'uomo, pur essendo impedito loro di vantare in etichetta capacità preventive, curative e di guarigione.

Un'acqua minerale naturale può essere ottenuta:

1. utilizzando acqua di una sola sorgente per imbottigliare una marca;
2. utilizzando acque di più sorgenti, opportunamente miscelate, per imbottigliare una marca;
3. utilizzando acque di più sorgenti, miscelate in quantità diverse, per imbottigliare più marche.

Su istanza del titolare di una concessione mineraria, il suo riconoscimento ufficiale avviene con decreto del Ministero della Salute, nel quale sono indicati, tra le altre cose, la denominazione dell'acqua, il nome della sorgente ed il luogo di utilizzazione della stessa.

Lo sfruttamento vero e proprio della fonte, cioè la messa in produzione, abbisogna di una ulteriore autorizzazione regionale, a verifica

della conformità dell'impiantistica dello stabilimento dall'estrazione all'imbottigliamento.

A livello comunitario viene pubblicata in Gazzetta Ufficiale U.E. una lista, periodicamente aggiornata, di tutte le acque minerali riconosciute, sulla base delle comunicazioni obbligatorie di ogni paese membro.

I "nomi" nell'etichettatura

In relazione alle "denominazioni" si possono distinguere secondo il decreto quattro indicazioni che devono obbligatoriamente apparire sull'etichetta delle bottiglie o di altri contenitori:

- la denominazione di vendita (*sales description*), ossia la designazione legale del tipo merceologico di prodotto, che è "acqua minerale naturale", integrata, se del caso, da altre menzioni riguardanti il livello di gasatura ("naturalmente gassata", "effervescente...", "degassata", ecc.);
- un nome proprio dell'acqua, la "marca" che lo distingue nettamente da tutte le altre acque (quale *Rugiada, Hidria, San Giorgio, Mitica*). La relazione tra appellativo e prodotto è caratterizzato dall'unicità, in quanto è fatto divieto assoluto di dare denominazioni diverse alla stessa acqua;
- il nome della sorgente (*name of source*), che individua il punto in

cui l'acqua scaturisce dal terreno, attraverso una fuoriuscita naturale (es. pozzo artesiano) o artificiale che raggiunga il bacino sotterraneo;

- il nome del luogo di sfruttamento (*place of exploitation name*), ovvero dove si trova lo stabilimento di trattamento e imbottigliamento, che deve necessariamente trovarsi "in prossimità" della sorgente. Il requisito della "vicinanza", determina che la nozione di "origine e provenienza del prodotto" sia qui riferibile tanto al luogo di fabbricazione quanto alla zona da cui proviene la materia prima.

Un'ulteriore informazione, ma facoltativa, può consistere in una "designazione commerciale" (*trade description*) diversa dalla marca dell'acqua (quale *Sorgesana, Pureland, Alisea*). Può contenere un riferimento geografico esclusivamente se vi è reale corrispondenza tra luogo richiamato e quello di estrazione dell'acqua, e non sia ingannevole su tale aspetto per l'acquirente.

Nome dell'acqua e sito di produzione, questo solo qualora non già insito in quello commerciale, devono essere apposti con caratteri di altezza e larghezza pari almeno a una volta e mezzo il carattere più grande usato per l'indicazione commerciale eventuale.

Come per l'appellazione dell'acqua, al produttore non è consenti-

to far uso di più nomi commerciali per un'acqua sgorgante dalla stessa emergenza.

Si deve rilevare fin da subito che la "denominazione dell'acqua" obbligatoria e la "designazione commerciale" facoltativa hanno identica natura prettamente commerciale, possono essere entrambe di fantasia e slegate da qualsiasi riferimento reale. Per chiarezza espositiva ed evitare confusione, però, si premette che nel proseguo si utilizzerà il termine di nome o marca "commerciale" riferendosi all'indicazione facoltativa, in contrapposizione a quello "dell'acqua". La particolare cura con cui vengono trattati gli appellativi apponibili sulle confezioni non è casuale, ma segno di un'evidente attenzione che si è voluto loro riservare, proprio in ragione della funzione legata non solo ad un'utilità estetica o mercantile.

La finalità primaria dell'etichetta sugli alimenti in generale è certo quella della corretta informazione merceologica all'acquirente, oltre all'interesse pubblico di omogeneizzare l'etichettatura per consentire e garantire la libera circolazione delle merci a livello comunitario. Non di meno alcune diciture investono anche aspetti inerenti alla qualità e sicurezza degli alimenti. Come quelle circa le corrette modalità di uso: l'assunzione previa cottura di un cibo preconfezionato di carne fresca deve essere

indicata in maniera chiara e comprensibile, per evitare che da un'inopportuna ingestione allo stato crudo, se contaminato anche al momento della preparazione domestica, possa derivarne nocimento. Così è anche per gli ingredienti: secondo la loro natura possono essere veicolo di benefici alla salute per alcuni assuntori, ma di fenomeni di intolleranza o allergenicità per altre categorie di persone sensibili.

Non è errato dunque affermare che quella della etichettatura è una funzione composita e complessa.

Questo vale anche per le acque minerali, se si considera che all'atto di riconoscimento di ogni marca l'autorità sanitaria concede o meno la possibilità di far figurare espressioni a contenuto sanitario o salutistico, quali i possibili effetti "diuretici" e "ipouricemizzanti", "favorisce la digestione" e le funzioni epatobiliari o quelle concernenti l'alimentazione del neonato o anche le eventuali controindicazioni.

Difficilmente sono disgiungibili le varie informazioni, ossia da un lato quelle a carattere solo commerciale e dall'altro quelle che riguardano qualità e sicurezza alimentare. Tanto più che un nome o una marca una volta conosciuti dal consumatore sono per lui garanzia di determinate caratteristiche organolettiche e nutrizionali o, per molte acque, funzionali contenute

nel prodotto. Difficilmente si andrà a verificare tutti i giorni le proprietà oligominerali perché a buon ragione ci si fiderà della marca, divenuta assicurazione delle altre informazioni. Se così non fosse per riempire un carrello di spesa, si dovrebbe passare in bottega un'intera mezza giornata.

La designazione dell'acqua o della fonte assume allora la duplice importante funzione di individuazione di un certo prodotto con determinate proprietà e di distinzione netta da tutti gli altri.

Tale valenza è innegabile, considerati i seguenti aspetti. Il nome di un'acqua può essere mutato solo tramite un provvedimento ministeriale. E ancor più: devono essere trascorsi 20 anni dalla cessazione della vendita di una marca per poterla riutilizzare per un'altra acqua. Tant'è che una ditta, per modificare il nome della sua acqua, riprendendo una denominazione da lei stessa registrata pochi anni prima e poi variata con l'attuale, ha dovuto comprovare all'autorità, non essendo ancora trascorso il ventennio di mancato uso di cui alla legge, di non averne mai fatto uso nella pratica commerciale.

In etichetta e pubblicità non possono essere evocati tramite alcun tipo di espressione, compresi i marchi di fabbrica o di commercio, riferimenti fuorvianti il consumatore circa l'origine del prodotto.

Le sanzioni

Un uso improprio delle "denominazioni" configura una violazione alle disposizioni relative alle non conformità nell'etichettatura delle acque, punita con il pagamento di una sanzione amministrativa tra i 15.494 e i 46.481 EUROs, salvo che il fatto non costituisca reato. Così il produttore che ometta un'indicazione obbligatoria sulla propria acqua commetterà un'illecito amministrativo, mentre il venditore che consegni una bottiglia con un'etichetta sostituita con un'altra marca potrà incorrere nel delitto di frode in commercio, punito con la reclusione o la multa (art. 515 c.p.).

Queste disposizioni trovano nella pratica uno specifico "rafforzativo" nel precetto contenuto nel D.M. 03/12/2001 che vieta negli esercizi pubblici la vendita previo frazionamento, cosicché la bottiglia deve essere presentata integra all'avventore o perlomeno aperta al momento del consumo.

Le espressioni, mediante qualsiasi forma di pubblicità, idonee a fuorviare l'acquirente circa il luogo in cui trova la fonte o la sua appellazione incorrerà invece nella pena pecuniaria, sempre di carattere amministrativo, da 2.582 a 15.494 EUROs.

Elementi incerti nelle norme

A differenza della norma italiana, le due direttive europee, susseguite nel tempo, non prevedono la “marca dell’acqua” tra le informazioni obbligatorie, bensì contemplano solo le denominazioni legale di vendita, della sorgente e del luogo di lavorazione, oltreché facoltativamente quella commerciale.

In ambito nazionale è invece tenuto distinto l’elemento obbligatorio della “marca dell’acqua” dalla “marca commerciale” facoltativa, salvo poi che l’autorità ministeriale per le Attività Produttive, in un opuscolo per il pubblico, associ completamente le due menzioni, citando quella “commerciale” solo come dicitura obbligatoria.

Tra il disposto comunitario e quello nazionale vi è un’ulteriore discordanza: mentre il primo fissa il limite dimensionale dei caratteri per la dicitura commerciale nei confronti della sorgente e del luogo di lavorazione, il secondo, lo pone riguardo alla marca d’acqua e al sito di lavorazione, ma non anche alla fonte.

In Italia le designazioni commerciali eventuali, peraltro, pur dovendo essere inserite nelle domande di riconoscimento, non sono solitamente oggetto di menzione nelle susseguenti autorizzazioni. Non è dunque semplice per il consumatore verificarne la conformità. D’altra parte, in quanto oggetto

di alcune limitazioni, sono poco utilizzate, a favore della più duttile marca dell’acqua che non incontra particolari vincoli.

Non si comprende appieno la necessità di una duplicazione delle menzioni di carattere commerciale, ma si rileva che da essa può conseguire un *escamotage* mercantescio: se la limitazione “grafica” delle scritte, come accennato prima, è a carico solo della dicitura facoltativa nei confronti del luogo di lavorazione e dell’appellazione dell’acqua, quest’ultima non ha limiti e può figurare in caratteri ben più grandi rispetto alla fonte e al sito di imbottigliamento. Non solo, anche la menzione volontaria può essere raffigurata in modo più visibile di quella del pozzo, nonostante la rilevanza centrale di questo in merito all’identificazione delle singole acque. Ciò senza incorrere in alcuna violazione, almeno in relazione alla lettera delle norme, poiché riguardo alla *ratio* qualche dubbio parrebbe legittimo. E se non del precetto nazionale quantomeno di quello comunitario.

Nei riconoscimenti, inoltre, è citata non sempre la sorgente, ma più sovente il nome della concessione mineraria o del “permesso di ricerca” nell’ambito di cui si svolge la captazione. Tra l’altro all’interno della zona, più o meno vasta, di sfruttamento minerario possono incidere uno come molteplici poz-

zi, che rimangono così non identificati, almeno per il consumatore.

Fino al 2009 l’elenco comunitario ufficiale delle acque minerali presentava a sua volta un’imprecisione “formale”. Avrebbe dovuto fornire al pubblico i dati di ogni prodotto suddivisi per designazione commerciale, sorgente e luogo di sfruttamento. Però, forse per una “svista” o un’errata interpretazione, il titolo della prima colonna della tabella recita “denominazione di vendita” (*Sales description* nella versione inglese, *Dénomination de vente* in francese, etc.), cioè quella legale di “acqua minerale naturale”, anche se poi sotto di essa erano riportate correttamente le “designazioni commerciali” (*Trade descriptions, Désignation commerciale*, etc.). Nella versione spagnola è ora invece formulato il corretto termine *Denominación comercial*. In quella in lingua italiana l’imprecisione permane ancora oggi. La “meticolosità” di queste pubblicazioni non è certo encomiabile e non aiuta a far chiarezza.

Oltretutto delle acque italiane sono riportati sotto tale rubrica esclusivamente i nomi propri delle acque e non quelli commerciali facoltativi.

Tale discrasia non sussiste per i prodotti esteri in quanto non è generalmente contemplato nelle norme interne degli altri paesi UE l’uso di “appellativi propri” delle acque: si parla solo di diciture

commerciali facoltative, come a monte reca la direttiva comunitaria, che, nella prassi, combaciano in gran parte con la sorgente.

Le inesatte informazioni al consumatore

Sebbene la disciplina delle denominazioni sia alquanto dettagliata al fine di assicurare la corrispondenza tra una determinata acqua e una sola marca, è possibile rinvenire nella pratica alcune anomalie, certune “venali” ma altre più gravi. Tra le prime, si osservano le prassi, tutto sommato legittime, che tendono a dare maggior rilievo alla menzione di commercio nei confronti di quella dell’acqua, provocandone così l’impressione a prima vista del suo offuscamento. Lo si può ottenere rilegando l’appellativo proprio in un “angolo” dell’etichetta anziché nel campo principale o integrando l’uno con l’altro. Ad esempio, la *Levissima* viene venduta anche come *Levissima Allegra*, *Levissima Issima* e *Levissima Sportissima*, che pur avendo tutte la stessa origine, differiscono la prima per un diverso tasso di effervescenza rispetto a quella frizzante di base, mentre le altre due hanno semplicemente un condizionamento particolare e diverso dalla bottiglia “tipo”.

Parimenti, maggior visibilità si tende a conferire all’indicazione

dell’acqua rispetto alle ben più importanti sorgente e luogo di raccolta. Ciò avviene pure a favore dei marchi di fabbrica e di commercio.

Si gioca sulla grafica, di modo che i richiami commerciali risaltino grazie ad effetti cromatici, allo stile, al posizionamento. In relazione alle dimensioni dei caratteri, spesso mentre è rispettata la proporzione in altezza non la è di gran lunga in larghezza, o viceversa.

Sorgente e origine di produzione sono sovente scritte “in trasparenza” o sovrapposte ad altri segni e menzioni, rendendole di fatto del tutto illeggibili.

Fin qui comunque, a parte un po’ di confusione di fatto, nulla si può eccepire in merito alla stretta conformità legale. Ma addentrandoci nei meandri delle marche presenti sul mercato, con la consueta pazienza dei numerosi collezionisti di etichette di acque minerali, ci si rende conto che può aumentare l’intrico e di rimando l’incertezza per il consumatore.

In alcune occasioni si modificano lievemente o scambiano i richiami dell’acqua o della sorgente, più per un “abbellimento” che altro, ma in modo che risulta difficile reperire il corretto riferimento autorizzativo: da “sorgente San Baldo” ad acqua “Sanbaldo”.

Oppure a quello autorizzato si aggiunge un epiteto di fantasia, non rinvenibile nel riconoscimento uf-

ficiale, e che nella pubblicità mediatica appare da solo assumendo valore di simbolo del prodotto. Alcune marche, forti della loro fama, vengono pubblicizzate come vere e proprie fonti, le quali, reale patrimonio, fanno le spese della notorietà di tali “segni”, usuali fattori di riconoscibilità e di fidelizzazione.

Capita che una medesima acqua serva ad imbottigliare due prodotti, uno con il più noto nome dell’acqua che finisce nella distribuzione nazionale e uno con quello della sorgente, meno conosciuta, rivolta al consumo locale. Il motivo può essere la differenza del prezzo offerto. Al contrario, una stessa designazione commerciale, non reperibile nell’elenco comunitario, viene sfruttata per due acque diverse.

Qualcuno, variata la vecchia appellazione con una nuova, continua in certi periodi ad etichettare con entrambe, al riparo del fatto che i “due” prodotti sono venduti al dettaglio da soggetti diversi. Differente e legittimo è, invece, che una ditta continui per un tempo definito il commercio di ambedue fino ad esaurimento delle scorte.

Non è da confondere, poi, la situazione ordinaria di un fabbricante che ottenga tanti prodotti quante sono le fonti, di cui sia titolare, ubicate nella medesima zona: *Fonte Delicata*, *Guizza*, *Fonte del Bucaneve*, *San Benedetto*, site tutte a

Scorzè, appartengono ad un'unica società.

D'altro canto, l'espansione dei mercati che reca evidenti vantaggi anche al consumatore, può riservare qualche incidente di percorso.

Potrebbe succedere di trovare e ordinare in una piccola stazione turistica a centinaia di chilometri da casa la "nostra" acqua, bevuta quotidianamente poiché apprezzata per le caratteristiche e scaturente da quella fonte meta di tante passeggiate fin da piccoli. Dopo una sorsata fresca e dissetante, potremmo rimanere alquanto sconcertati scoprendo dall'etichetta che si tratta di un'acqua completamente diversa, in quanto proveniente da tutt'altra località a noi sconosciuta. L'interpellato cameriere confermerà che sgorga sulle locali colline poco distanti. L'acqua è dunque un'altra, eppure la marca è la stessa e identici sono gli elementi grafici dei caratteri, colori, dimensioni. Ma è successo che il titolare di quella bottiglia a noi nota abbia acquisito un lontano stabilimento per espandere il proprio mercato in tali zone, per giunta sostenendo costi di ammodernamento e ampliamento dei vecchi impianti esistenti. Peccato però che abbia poi imbottigliato il nuovo prodotto con la stessa marca dell'altro suo pozzo, anziché con quella corretta autorizzata dall'autorità.

A ben guardare, l'etichetta scorretta, reca le indicazioni anche in lin-

gua straniera, segno che il prodotto viene esportato all'estero, dove senz'altro il consumatore avrà maggior difficoltà a percepire l'inganno. Nella lista U.E., ben inteso, corrispondono due diverse diciture.

La sorgente, il vero bene bistrattato

Senza arrivare ad un qualche raro quanto eclatante caso giudiziario in relazione alla estrazione e vendita di acqua da sorgente diversa da quella per la quale si era ottenuto il regolare permesso, perseguito a titolo di veri e propri delitti di truffa (art. 640 c.p) o furto (art. 624 c.p), gli esempi che sviliscono il valore centrale della fonte non sono infrequenti.

Lo stesso appellativo, rappresentato con grafica identica, viene utilizzato per due acque da due distinti produttori. Ma tutto parrebbe in regola: nel primo caso si tratta del nome del titolare dello sfruttamento, nel secondo di una sorgente! Eppure, se le due ditte tollerano tale utilizzo e paiono non soffrire la sleale concorrenza generabile dall'evidente ambiguità, (forse per una "partecipazione" dell'una nell'altra?) la medesima affermazione non può certo valere per gli acquirenti finali.

A volte la concessione mineraria viene designata al posto del pozzo, non indicato nel provvedimento

nazionale, e così riportata tra le acque comunitarie.

Non è infrequente che la marca dell'acqua (es. "Giunone") assurga al ruolo di sorgente, affiancando semplicemente la parola "fonte" e divenendo così "Fonte Giunone", mentre emerge in realtà dalla "Sorgente Pasqualina" che non appare in etichetta. Con il lecito dubbio che non si tratti di quella estrazione che l'autorità sanitaria abbia voluto concedere a seguito dei controlli chimico-organici.

L'espedito viene utilizzato anche per sopperire alla mancata segnalazione ufficiale della fonte, ove risulti unicamente la concessione. Oppure per mere ragioni "estetiche", allorquando la designazione tecnica del pozzo è pubblicitariamente impresentabile o viene differenziata da una serie di omonimi, insistenti sulla stessa area, mediante una sigla o un numero: "Billa 3" o "Med 4" diverranno meglio "Fonte Billa" o "Sorgente Meda", oppure più semplicemente l'emergenza verrà completamente omessa a favore della marca.

Non a caso importanti produzioni, le quali vantano in pubblicità indicibili proprietà salutari, menzionano la loro origine come da un'unica sorgente, tramite il richiamo scorretto della concessione, sorvolando del tutto sul fatto che per contro sono una miscela di acque estratte da differenti pozzi. Mescolanza lecita poiché ineccepibile

in ordine al processo produttivo e riconosciuta dall'autorità sanitaria, ma senz'altro con un impatto commerciale sul pubblico non troppo favorevole, per la tendenza di questo ad attribuire al concetto di genuinità l'unicità dell'origine, poco compatibile secondo le sue limitate conoscenze tecniche con un miscuglio di materie prime di diversa provenienza.

Ci si imbatte anche in due marche imbottigliate nell'ambito della stessa concessione mineraria, di cui non si citano i rispettivi punti di emergenza.

O ancora, stesso pozzo più marche, di cui una ufficiale, mentre delle altre non vi è traccia nelle autorizzazioni nazionali e nell'elenco comunitario. Le bottiglie con le diciture improprie lasciano il territorio nazionale, ove più facilmente pizzicabili, e si dirigono su altri mercati europei magari con una bella bandierina italiana in etichetta a chiaro riconoscimento dell'origine. Non un gran esempio di *Made in Italy!* Chiaro che le difformità non risultano nella pubblicazione U.E.

I marchi industriali e commerciali sulle bottiglie

La loro apposizione è ormai consueta soprattutto da parte dei grandi produttori e distributori, in quanto strumento di fidelizzazio-

ne del cliente ben più diretto ed immediato rispetto ad altre informazioni. Nulla da eccepire quando ciò si svolge nel rispetto dei limiti stabiliti, tra gli altri le dimensioni grafiche delle scritte. Ma alcune osservazioni si impongono.

Sebbene in generale il marchio non abbia giuridicamente il fine di garantire direttamente il livello di qualità e di impedire al suo titolare variazioni qualitative della merce prodotta o distribuita, ciò parrebbe trovare un limite proprio nelle acque minerali naturali.

I requisiti di originalità e costanza delle proprietà igieniche e qualitative della materia prima coincidono per via naturale nel prodotto finito senza rilevante apporto del processo produttivo, salvo i blandi trattamenti permessi. La distinzione tra le varie acque è conseguenza semplice ed immediata del provenire da una fonte anziché un'altra. Il valore aggiunto che può essere apportato dalle tecniche e conoscenze dell'operatore pressoché in tutti gli alimenti e bevande, compresi quelli ad origine protetta, è pressoché inesistente nell'acqua minerale. In essa i punti di emergenza e di lavorazione, necessariamente prossimi, sono gli unici fattori attivi in gioco. Il produttore e la sua tecnologia rappresentano il fattore di garanzia della continuità delle precipe caratteristiche della merce, ciclicamente controllate dall'autorità

sanitaria. In tale logica, le denominazioni apposte individuano in maniera univoca i singoli fattori della produzione.

Correttamente il pubblico dovrebbe poter abbinare a tali marchi, qualora utilizzati in determinate circostanze, la convinzione di una certa qualità dell'acqua così contraddistinta e l'aspettativa che essa resti costante nel tempo.

Sovente in etichetta e pubblicità la denominazione di vendita "acqua minerale naturale" appare subito sotto o sopra il marchio della ditta concessionaria, già di per sé quasi sempre a caratteri cubitali, a fronte dell'offuscamento delle altre informazioni. Tale abbinamento in un'unica sorta di logo, di per sé non vietato, può ingenerare nel pubblico l'opinione dell'esistenza di una determinata acqua con specifici requisiti, che corrisponda a tale segno. Ma ciò può essere falso sotto un duplice aspetto. Qualora si tratti del titolare di più estrazioni, a quella menzione, per un verso, non corrisponderà una sola acqua e tanto meno un'unica sorgente, dall'altro, facilmente si accommunerebbero prodotti di fatto diversi per provenienza e qualità.

D'altra parte è fenomeno corrente che gruppi della distribuzione, avvalendosi della lecita produzione in conto terzi (in etichetta si legge "prodotto da ... per conto di" o simili), esponcano sui propri banchi di vendita la "loro" acqua,

solitamente a larga diffusione per il prezzo concorrenziale. Potrebbe accadere però che tali catene, operando su ampio mercato, con approvvigionamenti decentrati sui punti vendita, acquistino più acque di diverse zone. Sulle diverse piazze potrebbero rinvenirsi così bottiglie tutte con il loro marchio, sebbene l'acqua contenuta possa non esser la stessa.

Per l'acquirente il loro simbolo può divenire il riferimento ad un prodotto preciso e distinto da altri, cosa che però non è in sé e per sé. L'affidamento rispetto ad una certa acqua griffata con tali segni commerciali non potrà essere costante nel tempo, poiché il destino del bene seguirà l'evoluzione dei contratti di fornitura tra diversi produttori e distributori.

Mediante siffatte associazioni si può indurre il cliente a percepire il complesso di segni come una sorta di marchio misto, figurativo e descrittivo insieme, che svolge due funzioni tipiche, da una parte, di "segno distintivo" che permette di differenziare un'acqua dalle altre presenti sul mercato e, dall'altro, di indicatore della provenienza del bene da una fonte unitaria di produzione.

Ma proprio la possibile inesistenza in tale appellativo di questi due fattori, distinzione e continuità produttiva, portano a far sospettare dell'ingannevolezza originata dalla combinazione di tali nomi.

Osservazioni conclusive

I descritti utilizzi impropri delle menzioni in etichetta farebbero propendere a giudicarli di valenza decettiva, ossia capaci ed idonei ad ingannare il pubblico in particolare sulla provenienza geografica o sulla qualità originaria.

Se la veridicità di un'informazione può essere qui considerata funzione della relazione tra significato in essa racchiuso, da un lato, e provenienza e qualità della bevanda così contrassegnata, dall'altro, è possibile incorrere in una sorta di decettività sopravvenuta nei casi di variazione di uno dei due parametri in assenza della presenza o chiarezza delle indicazioni obbligatorie per legge: uso di uno stesso nome per più acque provenienti da fonti diverse; medesima acqua indicata con diverse designazione; marchi misti; e così via...

Gli appellativi perdono in tal modo la loro funzione di individuare un certa bevanda garantendone i requisiti naturali.

Se per la direttiva comunitaria obiettivi primari in materia di acque minerali naturali, da perseguire anche tramite le discipline nazionali, sono la protezione della salute del consumatore, il preservarlo dagli inganni e la garanzia della lealtà delle operazioni commerciali, si osserva che nella prassi inerente alle denominazioni tali principi non trovano costante riscontro.

L'utilizzo non conforme impedisce che l'acquisto avvenga con la piena consapevolezza delle caratteristiche intrinseche del bene.

A fronte di numerosi operatori virtuosi, alcuni produttori più che alla ricerca di un approccio leale e trasparente verso l'acquirente finale, sembrano dediti ad un'opera di accaparramento di clientela con i vari mezzi della persuasione pubblicitaria.

A differenza di molti altri alimenti e bevande, tale produzione, in cui la mano dell'uomo risulta fattore secondario, è caratterizzata dall'unicità della provenienza della materia prima. Ed è scontato che la conformità delle informazioni circa la sua effettiva origine siano garanzia anche delle sue proprietà.

A tal fine è stato predisposto l'elenco aggiornato e accessibile a tutti i cittadini comunitari. Probabilmente un monitoraggio più diretto delle acque nazionali con diffusione ad uso pubblico da parte di un organismo ufficiale sarebbe forse opportuno.

Attualmente, muniti di carrello della spesa, qualora non si adoperi una metodica analitica di osservazione delle marche offerte, il nostro viaggio tra i banchi di un supermercato rischierà proprio di portarci ... a perderci in un bicchier d'acqua.

Bibliografia a disposizione presso gli autori