



Cristina La Corte
avvocato dello studio legale
Avv. Gaetano Forte

“La denominazione dell’alimento e la designazione «decongelato»”

Corre l’obbligo di integrare la disall Reg. 1169/2011 relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, applicabile dal 13 dicembre 2014, interessa gli OSA in tutte le fasi della catena e si applica a tutti gli alimenti destinati al consumatore finale, compresi quelli forniti dalla collettività e quelli destinati alla fornitura delle collettività. Per collettività, è bene ricordare, si intende: qualunque struttura (compreso un veicolo o un banco di vendita fisso o mobile), come ristoranti, mense, scuole, ospedali e imprese di ristorazioni in cui, nel quadro di un’attività imprenditoriale, sono preparati alimenti destinati al consumo immediato da parte del consumatore finale. Tra le indicazioni obbligatorie in etichetta vi è la denominazione dell’alimento. L’art. 17 del Reg. 1169/2011 specifica che la denominazione dell’alimento è la denominazione legale, in mancanza è la sua denominazione usuale e, ove non esista o non sia utilizzata una denominazione usuale, è fornita una denominazione descrittiva.

L’allegato VI del Regolamento stabilisce, inoltre, alcune indicazioni specifiche e obbligatorie che devono accompagnare la denominazione. Tra queste risulta di particolare rilevanza la designazione “DECONGELATO” per i prodotti che sono stati congelati prima della vendita. Più precisamente è espressamente previsto che la denominazione dell’alimento comprenda o sia accompagnata da un’indicazione dello stato fisico nel quale si trova il prodotto o dello specifico trattamento che esso ha subito (es. “in polvere”, “ricongelato”, “liofilizzato”, “surgelato”, “concentrato”, “affumicato”), nel caso in cui l’omissione di tale informazione potrebbe indurre in errore l’acquirente. Tale disposizione non ha una grossa portata innovativa per gli operatori essendo già prevista, a livello nazionale, dall’art. 4, comma 3, del D. lgs. 109/92 riguardante l’etichettatura. La vera novità è, infatti, costituita dalla specificazione seguente: «nel caso di alimenti che sono stati congelati prima della vendita e sono venduti decongelati, la denominazione dell’alimento è accompagnata dalla designazione “decongelato”». Tale indicazione, già prevista per i prodotti ittici - oggetto di una specifica Circolare del 2 agosto 2007 recante appunto “indicazioni in materia di conservazione dei prodotti ittici per la loro vendita al dettaglio congelati o decongelati” che prevede l’esposizione del prodotto ittico decongelato in banchi e settori separati da quello fresco, nonché l’identificazione dello stesso attraverso alcune diciture quali, ad esempio, “pesce decongelato, da consumarsi entro le 24 ore, da non ricongelare” -, viene disposta per tutti gli alimenti che sono stati congelati e poi venduti decongelati, al fine di evitare di indurre in inganno il consumatore che potrebbe, al momento dell’acquisto, ritenere il prodotto “fresco”.

L’obbligo della designazione del prodotto come “decongelato”, tuttavia, non si applica:

- a) agli ingredienti presenti nel prodotto finale;
- b) agli alimenti per il quale il congelamento costituisce una fase tecnologicamente necessaria del processo di produzione (ad es. per il sushi);
- c) agli alimenti sui quali lo scongelamento non produce effetti negativi in termini di sicurezza o qualità (categoria decisamente ampia e poco definita, che farà sicuramente discutere a livello interpretativo della norma).

La disposizione, contenuta nel nuovo Regolamento sull’etichettatura, è tutt’altro che superflua o ridondante, dal momento che è assai ricca la casistica di frodi in commercio (violazione dell’art. 515 c.p.) per prodotti “spacciati” come freschi, ma in realtà decongelati. Le inchieste penali in tal senso riguardano non solo i produttori o la distribuzione, ma nelle cronache risultano sempre più spesso coinvolti anche i ristoratori, che utilizzano prodotti decongelati (in particolare pesce) non qualificandoli come tali nei propri menù. L’attenzione e la perizia richiesta agli OSA è, dunque, sempre maggiore; tali incombenti sono del resto controbilanciati da una sempre più accurata informazione fornita ai consumatori, divenuti certamente più attenti all’etichettatura degli alimenti.