



MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE
ALIMENTARI E FORESTALI



INDAGINE SULL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE AGROALIMENTARI ITALIANE

ANALISI NORMATIVA

SEZIONE III

LUGLIO 2011

L'AGRICOLTURA A BENEFICIO DI TUTTI



Documento prodotto nell'ambito della Rete Rurale Nazionale

Gruppo di lavoro sulla competitività

MIPAAF – COSVIR II

Dirigente: **Graziella Romito**

Vice Coordinatore: **Roberto D'Auria**

Responsabile del progetto: **Loredana Pittiglio**

Autore: **Paolo Romano Marini**

Impaginazione: **Aysce Eskin**

Sommario

| | |
|--|-----------|
| 1.PREMESSA..... | 4 |
| 2.CONSIDERAZIONI SULLE ETICHETTE DEI PRODOTTI ALIMENTARI OGGETTO DELLA RILEVAZIONE CURATA DALL'ISMEA IN VARI PAESI COMUNITARI | 6 |
| 2.1. PREMESSA..... | 6 |
| 2.2. PASTA | 7 |
| 2.3. MOZZARELLA..... | 9 |
| 2.4. PARMIGIANO | 10 |
| 2.5. MASCARPONE..... | 11 |
| 2.6. MORTADELLA | 11 |
| 2.7. PROSCIUTTO..... | 11 |
| 2.8. ALTRI SALUMI | 12 |
| 2.9. SALSE – SUGHI..... | 12 |
| 2.10. PRODOTTI VARI | 13 |
| 3.CONSIDERAZIONI SU DEFINIZIONE E TUTELA DEL “MADE IN ITALY” NEL SETTORE ALIMENTARE | 15 |
| 4.CONSIDERAZIONI SULLE PROSPETTIVE DI EVOLUZIONE DEL QUADRO NORMATIVO | 22 |

1. Premessa

A supporto dei risultati emersi nella Store check, è stato ritenuto utile un pur sommario esame della conformità delle etichette di alcuni prodotti alla normativa applicabile; ciò allo scopo di valutare taluni aspetti delle problematiche connesse all'utilizzazione di riferimenti al made in Italy.

In uno scenario comunque contraddistinto dal relevantissimo ruolo della Grande Distribuzione, è emersa, accanto a etichette palesemente non conformi sia alla direttiva sull'etichettatura sia alla direttiva sulle pratiche commerciali sleali, l'esistenza di una sorta di estesa "zona grigia" nella presentazione dei prodotti favorita anche dalle rilevanti incertezze, che sotto vari profili interessano nell'applicazione e nell'interpretazione di alcune fondamentali disposizioni.

Da quanto sopra potrebbe scaturire

- l'opportunità di sottoporre alcune etichette ritenute "critiche" all'esame dell'autorità competente degli stati membri in cui i relativi prodotti vengono commercializzati. Ciò al fine di conoscerne i criteri di valutazione in tema di etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari, direttive sulle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno;
- valutare, rispetto alle suddette etichette, l'atteggiamento delle organizzazioni dei consumatori operanti nei paesi in cui sono state effettuate le rilevazioni, organizzazioni che dovrebbero essere interessate alla lealtà della comunicazione, realizzata anche con l'etichettatura dei prodotti alimentari.

Dai risultati della rilevazione condotta dall'Ismea scaturisce anche l'esigenza di valutare l'implementazione di forme concrete e ragionevolmente innovative di tutela del "Made in Italy" alimentare, in assenza delle quali potrebbe essere piuttosto difficile migliorare la situazione in atto o comunque sottrarre spazio alle ambiguità della comunicazione in quella definita "zona grigia".

Considerate le difficoltà di una definizione del Made in Italy alimentare, si potrebbe considerare l'utilizzabilità di alcune risorse derivanti dalla regolamentazione, risorse che allo stato attuale non sono state sufficientemente valorizzate, probabilmente perché richiedono l'attivazione di un approccio "volontario" al problema di una definizione e soprattutto di una gestione del Made in Italy alimentare. Si pensi in particolare al d. lgs 146/2007 che ha attuato in Italia la direttiva comunitaria 2005/29 relativa alle pratiche commerciali sleali, disciplinando tra l'altro, la materia dei codici di condotta.

In tale prospettiva si dovrebbe guardare al made in Italy alimentare come a una pratica (meglio sarebbe dire: un complesso di pratiche commerciali) che caratterizza un "sistema" operativo che, a sua volta, dovrebbe valutare la possibilità di dotarsi di uno strumento come l'appena citato codice di condotta.

Il codice di condotta dovrebbe prevedere procedure costantemente orientate alla ricognizione delle materie in relazione alle quali si determinano incertezze rilevanti e significative nelle pratiche operative basate su un made in Italy alimentare inteso in senso particolarmente lato e comprensivo dunque anche dei riferimenti allo stile, alla tradizione e al know how alimentare italiani. A tale riguardo il codice dovrebbe essere in grado di fornire risposte conformi alla normativa applicabile in un quadro volto a conseguire la lealtà della competizione concorrenziale.

Al sistema del made in Italy basato sul codice di condotta dovrebbero aderire gli operatori del settore alimentare (eventualmente attraverso le loro organizzazioni), ovunque dislocati (in Italia e quanto meno negli altri paesi comunitari) e nelle singole filiere (si pensi al ruolo delle catene distributive), interessati al conseguimento di un'effettiva lealtà operativa della pratica commerciale per loro rilevante nell'ambito del made in Italy.

2. CONSIDERAZIONI SULLE ETICHETTE DEI PRODOTTI ALIMENTARI OGGETTO DELLA RILEVAZIONE CURATA DALL'ISMEA IN VARI PAESI COMUNITARI

2.1. Premessa

Un approfondito esame di un'etichetta di un prodotto alimentare richiederebbe la disponibilità di una "scheda tecnica" del tipo di quella che normalmente viene richiesta dalla catene distributive. Una sorta di "scheda tecnica" viene anche realizzata, ad esempio, nell'ambito delle procedure di certificazione. Normalmente in questo documento sono contenute informazioni (che possono spaziare, ad esempio, in un'area che ricomprende i dati sull'origine/provenienza del prodotto, i riferimenti alle disposizioni applicabili nonché a eventuali marchi depositati) che motivano le scelte operate nell'etichettatura (ad esempio in relazione alle indicazioni volontarie utilizzate, alla denominazione adottata ecc.). In tale prospettiva assume rilievo anche la conoscenza delle prassi di commercializzazione normalmente seguite nel Paese in cui il prodotto considerato viene posto in vendita.

L'analisi che segue deve considerarsi pertanto meramente indicativa di alcuni aspetti che emergono dal solo esame dell'etichetta dei prodotti, e che possono essere tenuti presenti al fine di operare valutazioni e approfondimenti di carattere generale su alcune problematiche relative alla commercializzazione dei prodotti alimentari nei Paesi della U.E. Va precisato che, a quanto consta, tutte le forme di etichettatura qui considerate non hanno subito contestazioni di sorta nei Paesi di commercializzazione né da parte degli organi di controllo, né da parte delle organizzazioni dei consumatori né da parte di imprese concorrenti.

Per ciò che riguarda la definizione di "origine" e di "provenienza" si è tenuto conto di quanto sostenuto dalla giurisprudenza (ad esempio la sentenza della Corte di Cassazione sulla macedonia)

Salvo qualche eccezione, l'esame delle etichette oggetto della rilevazione curata dagli esperti incaricati dall'Ismea non ha evidenziato problemi diversi rispetto a quelli che era abbastanza agevole prevedere e che risiedono essenzialmente nella correttezza o meno dei riferimenti all'"italianità" (evidentemente nella persistente incertezza che accompagna, sul piano operativo, la definizione del "made in Italy") e a caratteristiche particolari o superiori dei prodotti.

Sono in effetti questi problemi ben presenti – e di cui si parla spesso – anche sul mercato italiano; né può dirsi che siano problemi recenti, dato che la discussione su di essi è in corso da anni (ma forse si potrebbe dire da decenni).

Qui di seguito, distinguendo le diverse aree di prodotti cui si riferiscono le etichette oggetto della rilevazione, vengono posti in evidenza alcuni aspetti emersi dal suddetto esame.

2.2. Pasta

In relazione ad alcune confezioni di pasta occorrerebbe valutare quanto meno l'effettiva "italianità" commerciale dell'impresa.

Le etichette (talora con l'apposizione del tricolore e l'utilizzazione della lingua italiana) enfatizzano in alcuni casi i riferimenti all'Italia e potrebbero essere considerate non conformi alle disposizioni applicabili, in relazione sia alla direttiva etichettatura sia alla direttiva sulle pratiche commerciali sleali, se l'"italianità", quanto meno commerciale, non sussistesse e i riferimenti all'Italia fossero stati operati al solo fine di fare leva sulla tradizione italiana della pasta e per fare apparire in una luce migliore (prodotto italiano) un prodotto non italiano nemmeno in senso commerciale.

Questa precisazione è importante perché una rilevante parte della pasta italiana è tale non perché sia italiana la materia prima bensì perché italiane sono normalmente considerate la "ricetta", la tradizione operativa ecc. Del resto alcuni prodotti qui esaminati, non sono di realizzazione particolarmente difficile. Pertanto la possibile non conformità, come sopra rilevata, parrebbe riguardare essenzialmente l'insussistenza della provenienza commerciale italiana.

In altri casi non si parla di origine italiana delle materie prime né di provenienza commerciale italiana. È invece esplicito il riferimento esclusivamente allo "stile italiano" (che potrebbe riguardare ad esempio la semola di grano duro); una tale impostazione probabilmente potrebbe essere agevolmente difesa, in caso di contestazione, nei Paesi di commercializzazione; ciò in considerazione delle prassi del controllo ufficiale formatesi a tale riguardo, prassi che non registrano, a quanto consta, censure relative a tale forma di etichettatura. La giurisprudenza italiana non ammette formulazioni come "tipo ..", ma negli altri Paesi comunitari non è evidentemente scontata un'analoga sensibilità. Andrebbe tuttavia valutata, in tutti i casi in cui viene operato un riferimento allo "stile italiano" del tipo di quello in esame, l'applicabilità della disposizione della direttiva etichettatura che obbliga all'indicazione dell'origine o della provenienza effettiva del prodotto, laddove la sua omissione possa determinare confusione nel consumatore. Si vedano peraltro sul punto, le considerazioni svolte nel cap. 2.

È esplicitamente indicata, in altri casi, l'"ispirazione italiana" e, ammesso che il prodotto sia conforme a quanto dichiarato (composizione ecc.), sembra doversi ripetere quanto appena detto per lo "stile italiano".

Non mancano riferimenti più specifici, ad esempio alla "carbonara", seppure con una ricetta che pare non aderire a quella tradizionale. Tuttavia non sembra agevole la difesa della "carbonara" in sé intesa se non basandosi sulla diversità della ricetta proposta in queste etichette rispetto a quella notoriamente tradizionale.

In altri casi, i pur sussistenti riferimenti all'Italia (denominazione di vendita; indicazione "al dente") potrebbero anche non sconfinare nell'ingannevolezza sebbene, innegabilmente, possano di per sé accrescere l'evocazione all'"italianità" dell'origine e della provenienza. In altre etichette di italiano appare anche il marchio, ma per il resto non sono operati ulteriori riferimenti all'Italia nella descrizione del prodotto per cui le etichette stesse difficilmente potrebbero non essere considerate corrette nei Paesi di commercializzazione considerate le prassi del controllo ufficiale al riguardo. Andrebbe tuttavia valutata l'applicabilità della disposizione della direttiva etichettatura che obbliga all'indicazione quanto meno della provenienza effettiva del prodotto, laddove la sua omissione possa determinare confusione nel consumatore.

Certo che, pur mancando i suddetti riferimenti espliciti all'Italia, è stata regolarmente rilevata l'utilizzazione della denominazione di vendita "pasta" in lingua italiana che comunque comporta un'intrinseca evocatività, peraltro connessa all'uso ormai universalmente radicato del termine.

Analoga considerazione deve formularsi nei casi in cui oltre alla denominazione di vendita (ad esempio "spaghetti" termine anch'esso ormai acquisito a un uso universale) è utilizzato anche un marchio in lingua italiana; nel richiamare le considerazioni già svolte, dovrebbe concludersi per la difficile censurabilità di tali etichette - considerate le prassi in atto nei Paesi di commercializzazione - anche in assenza di una effettiva provenienza italiana del prodotto (che peraltro potrebbe in vari casi sussistere); in altri casi andrebbe comunque valutata l'applicabilità della norma che obbliga all'indicazione quanto meno della provenienza effettiva del prodotto, laddove la sua omissione possa determinare confusione nel consumatore.

Vi sono casi in cui la qualità della pasta è dichiarata "superiore" e occorrerebbe valutare quale parametro sia stato utilizzato per questa comparazione anche nell'ambito di presentazioni in cui l'"italianità" è variamente evocata (marchio, denominazione). Anche in questi casi andrebbe valutata l'applicabilità della norma che obbliga all'indicazione dell'origine o della provenienza effettiva del prodotto, laddove la sua omissione possa determinare confusione nel consumatore, nonché della normativa sulle pratiche commerciali sleali. Va sempre ricordato comunque, quanto già osservato e cioè che in larga parte anche la pasta italiana non è realizzata con materie prime italiane.

In altre etichette l'utilizzazione di una denominazione di vendita italiana unita all'apposizione del "tricolore" realizza un chiaro riferimento all'Italia; per cui, in assenza di un'"italianità" quanto meno della provenienza commerciale, sarebbe ipotizzabile la non conformità delle etichette in questione alla direttiva etichettatura e ai principi di cui alla normativa sulle pratiche commerciali sleali.

È stato anche rilevato il riferimento (che comunque appare problematico) al carattere "artigiano" della pasta combinato con la dichiarazione di origine italiana; in tali casi occorrerebbe accertare, come accennato in precedenza, se la pasta in questione sia stata effettivamente importata dall'Italia.

Vari, peraltro, sono i casi in cui non sembrano esserci riferimenti di sorta all'Italia e, sempre che i prodotti risultino conformi al dichiarato, le etichette appaiono corrette. È stata anche rilevata la presenza di etichette, anch'esse corrette, relative a prodotti IGP.

La pasta, come ingrediente, è utilizzata in preparazioni (zuppe) insieme ad altri ingredienti (pesto, pomodoro) fortemente evocative, anche nelle combinazioni cromatiche, di una forma di italianità. Vanno richiamate le considerazioni sui riferimenti allo stile (o ispirazione ecc.) italiano; talora, però, la raffigurazione di celebri monumenti italiani tende a enfatizzare anche l'origine di un prodotto che, se non ottenuto in Italia, potrebbe realizzare in relazione all'origine e provenienza del prodotto stesso un'etichettatura non conforme in riferimento sia alla direttiva etichettatura sia alla direttiva sulle pratiche commerciali sleali.

In relazione ad altre preparazioni con utilizzazione della pasta come ingrediente (insieme a tonno ecc.) i pur sussistenti riferimenti all'Italia non si coniugano tuttavia a più impegnative ed esplicite dichiarazioni di origine/provenienza. Non di meno anche in questi casi andrebbe valutata l'applicabilità della norma che obbliga all'indicazione quanto meno della provenienza effettiva del prodotto, laddove la sua omissione possa determinare confusione nel consumatore.

2.3. Mozzarella

La denominazione mozzarella, deve osservarsi, non ha, ad esempio, una versione in altre lingue, per cui l'utilizzazione della denominazione stessa, non potrebbe essere considerato di per sé un riferimento all'Italia. Ovviamente sarebbe comunque necessario accertare che allorché si utilizza la denominazione "mozzarella" sussista un'effettiva conformità ad essa (disciplinare s.t.g.).

Non mancano riferimenti alla "freschezza" della mozzarella che tuttavia non potrebbe non essere "fresca" per via delle disposizioni ad essa applicabili; per cui il riferimento in questione potrebbe realizzare un richiamo a una caratteristica comune a tutta la gamma, non consentito dalla direttiva etichettatura.

Ovviamente, allorché è evocata la provenienza vaccina della mozzarella, essa deve anche essere dimostrabile.

Ricorrente appare l'evocazione italiana realizzata attraverso combinazioni cromatiche (ad esempio bianco della mozzarella, rosso del pomodoro, verde del basilico) In altri casi, oltre alla combinazione cromatica di cui sopra, di italiano c'è anche il marchio Andrebbe valutata, anche in questi casi, l'applicabilità della norma che obbliga all'indicazione dell'origine o della provenienza effettiva del prodotto, laddove la sua omissione possa determinare confusione nel consumatore.

Varie etichette di mozzarella appaiono peraltro prive di riferimenti all'Italia e, sempre che ovviamente vi sia conformità del prodotto alla denominazione, non pongono problematiche di conformità di sorta.

Sempre in presenza di una conformità alla denominazione, non paiono censurabili alcune particolari presentazioni della mozzarella (ad esempio "cubetti" o simili) stante l'assenza, in questi casi, di espliciti riferimenti all'origine italiana, anche se l'utilizzazione della lingua italiana riguarda la stessa denominazione descrittiva (appunto i "cubetti").

In alcune etichette appare la denominazione "mozzarella di bufala" (peraltro non in lingua italiana e senza riferimenti all'"italianità"); essa non pare problematica ove ovviamente il prodotto sia conforme a tale denominazione.

Né appare problematica l'apposizione, in talune confezioni, del tricolore francese, in caso di prodotto effettivamente ottenuto in Francia (consta che vi sia una certa limitata produzione di mozzarella anche in Francia).

Deve invece dirsi che la mozzarella grattata o grattugiata non pare certo rientrare nella tipica presentazione di questo prodotto; anche l'"italian inspiration", al di là delle considerazioni già formulate al riguardo, pare poco correlabile a una mozzarella grattugiata che per essere sottoposta a tale lavorazione dovrebbe essere secca e non, come previsto nel disciplinare, ad alto contenuto di umidità. Per cui occorrerebbe anche valutare se si tratti effettivamente di una mozzarella conforme a questa denominazione.

Potrebbe inoltre apparire parimenti inappropriato il riferimento alla bruschetta operato in relazione a una mozzarella. Ciò potrebbe indurre a ritenere utile un accertamento sulla reale natura del prodotto (è effettivamente una mozzarella conforme a questa denominazione?).

Non pare chiara, poi, la dicitura "elaborato in Italia" talora utilizzata; è possibile che si intenda

tale termine come sinonimo di “prodotto”, conformemente al lessico della regolamentazione comunitaria in lingua francese. Se non fosse così vi potrebbe essere una non conformità in riferimento sia alla direttiva etichettatura sia alla direttiva sulle pratiche commerciali sleali, in particolare allorché il tutto sia proposto insieme a una combinazione cromatica che potrebbe evocare il tricolore italiano.

In altre etichette appare più marcata l'utilizzazione della lingua italiana, non limitata alla denominazione ma estesa anche alla presentazione e alle caratteristiche del prodotto (ad esempio con il termine “fresco” per il quale si rinvia alle considerazioni già svolte). Tale più marcata utilizzazione della lingua italiana potrebbe far pensare a una origine/provenienza italiana del prodotto di cui andrebbe accertata l'effettiva sussistenza, in difetto della quale potrebbe ipotizzarsi la non conformità dell'etichettatura in riferimento sia alla direttiva etichettatura sia alla direttiva sulle pratiche commerciali sleali.

Non mancano casi (ripetutamente segnalati anche in altre rilevazioni) in cui il termine “mozzarella” viene sostituito con un altro simile scaturente da una sorta di gioco di parole. In tali casi varrebbe la pena di valutare se il prodotto sia effettivamente mozzarella, posto che comunque, se non lo fosse, parrebbe emergere un carattere confusorio e ingannevole della denominazione adottata; peraltro se il prodotto fosse effettivamente “mozzarella”, ebbene dovrebbe utilizzarsi questa denominazione che non può essere sostituita, ai sensi della direttiva comunitaria sull'etichettatura, con una denominazione comunque di fantasia. Il significato di “classic” riferito a una mozzarella, per giunta presentata con una denominazione di fantasia, parrebbe quanto meno incongruo.

2.4. Parmigiano

Deve essere utilizzata la denominazione “Parmigiano” e non quella di “Parmesan” frequentemente rilevata nella consueta, censurabile utilizzazione confusoria e in violazione del disciplinare d.o.p. La denominazione di vendita del prodotto va comunque riportata nella lingua originale se non c'è una traduzione ufficiale equivalente.

Sono vari i casi in cui sembra esservi una palese non conformità ai principi fissati dalla regolamentazione volta a tutelare le d.o.p e dalla direttiva sulle pratiche commerciali sleali; ciò in primo luogo, comunque, per l'utilizzazione di termini, anche diversi da “Parmesan”, che potrebbero confondersi con “Parmigiano”.

L'insussistenza della sovente vantata origine italiana di questi prodotti, poi, determinerebbe per tali etichette un ulteriore profilo di non conformità in riferimento alla direttiva etichettatura e alla direttiva sulle pratiche commerciali sleali.

Talora vengono operati anche riferimenti alla tradizione, requisito che certo non sembrerebbe poter connotare i prodotti che si presentano con termini diversi da “Parmigiano” bensì in forme tali che con esso potrebbero, come si è detto, confondersi.

Altre etichette non evocano il parmigiano bensì particolari presentazioni (ad esempio “grattugiato”) talora connesse a un'assai enfatizzata “italianità”. In tali casi dovrebbe essere italiana almeno la provenienza del prodotto; diversamente della presentazione apparirebbe non conforme in riferimento sia alla direttiva etichettatura sia alla direttiva sulle pratiche commerciali sleali.

Sono peraltro state rilevate presentazioni corrette del “Parmigiano reggiano”; il riferimento all’utilizzazione del simbolo della protezione comunitaria in alcune è correttamente visibile e in altre meno

2.5. Mascarpone

“Mascarpone” non è termine protetto. Anche in relazione alle etichette di questo prodotto si ripropone la questione dell’arte italiana nel settore alimentare non legata, come in numerosi casi esaminati, a una esplicita dichiarazione dell’“italianità” dell’origine e/o della provenienza, per cui si rinvia a quanto già detto a tale riguardo.

In altri casi i riferimenti all’Italia sono, se non assenti, piuttosto marginali per cui, se il prodotto fosse conforme alla denominazione tradizionalmente attribuitagli, le etichette sarebbero corrette.

2.6. Mortadella

In taluni casi è direttamente vantata l’origine italiana della mortadella per cui le etichette potrebbero essere considerate corrette se tale dichiarazione di origine risultasse fondata; ovviamente si dovrebbe pervenire a una valutazione diversa in caso di insussistenza dell’origine italiana della mortadella, anche considerato quanto, in taluni casi, l’origine stessa risulta enfatizzata (tricolore italiano, esplicita dichiarazione dell’origine italiana)

Talora la mortadella – quella “Bologna”, va ricordato, è un prodotto i.g.p. – è proposta con l’indicazione di origini regionali italiane anche non particolarmente connotate da una tradizione legata a questo prodotto. Andrebbe, in tali casi, accertata l’origine effettiva del prodotto che anche quando fosse italiana potrebbe essere presentata con una origine regionale solo in caso di effettiva sussistenza di quest’ultima. In difetto tali etichette dovrebbero essere considerate non conformi in riferimento sia alla direttiva etichettatura sia alla direttiva sulle pratiche commerciali sleali.

La mortadella di Bologna è, come detto, un’IGP; ebbene sono state rilevate alcune etichette di mortadella che richiamano uno “stile” Bologna ma non l’“IGP Bologna”. Ciò pare in contrasto con le disposizioni comunitarie poste a tutela dei prodotti cui è accordata la protezione. Lo stesso riferimento allo “stile” e non anche all’origine bolognese, nel caso in esame, non gioverebbe alle etichette di cui sopra, considerata la portata in particolare dell’art. 13, par. 1 lett. a) b) c) d) del reg. Ce 510/2006.

Varie altre etichette appaiono conformi, non presentando riferimenti all’Italia, salvo che per la denominazione riportata sovente anche in italiano.

2.7. Prosciutto

La rilevazione ha interessato vari casi di prosciutto presentato come italiano; l’effettiva sussistenza di tale origine e la conformità alle regole dettate in Italia (ad es. stagionatura), renderebbero corrette tali presentazioni. Va osservato che frequentemente i riferimenti all’origine italiana sono espliciti e la stessa denominazione è in italiano.

Va invece ricordato, in relazione a varie etichette in cui vengono indicate stagionature di varia durata, che la norma italiana prevede stagionatura di 12 mesi e la denominazione legale “prosciutto crudo stagionato”. Vantare l’italianità di un prosciutto crudo stagionato 9 mesi non pare corretto.

2.8. Altri salumi

Non mancano etichette di questi prodotti prive di riferimenti all’Italia e in relazione ai quali al più sarebbero interessanti approfondimenti sulla conformità di talune indicazioni (ad esempio “pur porc”).

Accanto ad esse, tuttavia, si registra anche in questa area merceologica una certa presenza di etichette recanti riferimenti all’arte italiana nel settore alimentare, in relazione ai quali va richiamato quanto già considerato per lo stile o l’ispirazione italiani.

In taluni casi, accanto all’evocazione della tradizione, dello stile ecc. compaiono diciture che realizzano una chiara indicazione di origine italiana (vistosi tricolori italiani, raffigurazioni di tipici paesaggi italiani) anche con riferimenti, nel caso di alcune preparazioni, all’ingrediente “parmesan”, termine di cui si è già detto e in relazione al quale, in questo caso, potrebbe essere richiesta l’indicazione del “quid” (ingrediente caratterizzante evidenziato). Occorrerebbe anche chiarire l’effettiva origine del “salami” nonché la sua provenienza commerciale. In difetto di un’“italianità” almeno di una delle due, le etichette di cui sopra non parrebbero conformi ai principi fissati dalla normativa comunitaria, tanto quella sull’etichettatura quanto quella volta a reprimere le pratiche commerciali sleali.

Resta da dire che dovrebbero comunque essere approfondite le modalità di utilizzazione del termine “salami” dato che esso è oggetto di una compiuta disciplina.

2.9. Salse – Sughì

In alcune etichette si ripropone il consueto riferimento allo stile italiano ecc., fondato essenzialmente su una ricetta presentata come tradizionale, ma non vengono tuttavia operati riferimenti espliciti all’origine per cui si rinvia alle considerazioni già svolte al riguardo. dello “stile italiano” Talora si fa riferimento alla carne quale ingrediente della salsa, senza tuttavia specificare la tipologia.

In vari casi le ricette evocate coniugano notorietà e semplicità di preparazione (ad esempio pomodoro e basilico) in un quadro sostanzialmente privo di qualsivoglia protezione. Tali etichette paiono difficilmente censurabili in considerazione delle prassi in atto nei paesi di commercializzazione.

Nella presentazioni delle salse, la cucina tradizionale bolognese, quella napoletana ma anche quella siciliana sono frequentemente evocate e al riguardo vanno ancora una volta richiamate le considerazioni già svolte sui richiami all’ispirazione, alle ricette, allo stile italiani. Tuttavia nel caso di una forte enfasi nei riferimenti alle tradizioni regionali italiane, andrebbe anche valutata l’effettiva sussistenza dell’adesione alle tradizioni stesse nonché la conformità ad esse, ad esempio, degli ingredienti utilizzati; analoga considerazione deve formularsi nei casi in cui il riferimento più specifico viene operato al “gusto”(ad esempio: salsa al gusto bolognese).

Nell'insussistenza di tale conformità si potrebbe determinare la violazione della direttiva sulle pratiche commerciali sleali.

Più articolate e problematiche appaiono altre presentazioni in cui si tende a una sintesi non priva di ambiguità tra l'origine locale (bolognese) della salsa e caratteristiche nutrizionali tanto che si arriva anche a definire "light" (termine che dovrebbe alludere a un ridotto contenuto calorico) il prodotto e ciò per una salsa "bolognese" pare realizzare una alquanto incongrua combinazione.

Talora appaiono diciture come "no artificial" che sembrano fare riferimento a una non consentita esaltazione di una caratteristica comune a tutti i prodotti.

In altri casi andrebbe valutata attentamente la sussistenza di un'origine o di una provenienza italiana per preparazioni che attraverso varie modalità (raffigurazioni e diciture) operano visti-si richiami all'Italia per prodotti che non paiono legati alle tradizioni alimentari italiane anche sotto il profilo degli ingredienti utilizzati.

Talora, poi, sia il marchio che la ricetta sono italiani; inoltre compaiono impegnative dichiarazioni di origine italiana "controllata" (e questo termine forse potrebbe esser ritenuto evocativo di una insussistente protezione) che fanno pensare a un'effettiva origine italiana del prodotto che, ove insussistente, determinerebbe una non conformità in relazione alle direttive sull'etichettatura e sulle pratiche commerciali sleali.

Non mancano salse con una preparazione più complessa, ad esempio con l'utilizzazione del pesto. Il pesto è normalmente percepito come prodotto italiano ma in talune etichette, accanto al tricolore italiano appaiono indicazioni sulla produzione francese del pesto. La denominazione "pesto" di per sé non è protetta a livello comunitario (potrà diventarlo quella di "pesto genovese"); comunque, i riferimenti a una pluralità di origini potrebbero realizzare, in questi casi, una non ammessa (ai sensi della direttiva comunitaria sulle pratiche commerciali sleali) confusione sull'origine del prodotto.

Sono state rilevate, infine, etichette (che appaiono nella sostanza corrette) di salse recanti un singolare "mix" tra ricette di tradizioni locali italiane e richiami a vini a denominazione protetta; semmai a tale ultimo riguardo potrebbero essere opportuni approfondimenti essenzialmente sull'utilizzabilità della denominazione in relazione alle disposizioni del disciplinare.

2.10. Prodotti vari

Talora vengono proposti come espressione di una tipicità italiana prodotti che non paiono proprio essere ad essa riconducibili (come ad esempio la baguette).

Riferimenti all'Italia appaiono altresì in preparazioni più complesse che tuttavia, al pari dei prodotti appena considerati, non rientrano nella tradizione italiana. La comunicazione così realizzata non pare conforme ai principi fissati dalla normativa comunitaria sia nella direttiva etichettatura che nella direttiva sulle pratiche commerciali sleali anche se in realtà occorrerebbe valutare prassi e impatti locali. Nel richiamare le considerazioni già svolte sui riferimenti all'"ispirazione" o allo "stile" italiani, si deve infatti comunque ribadire che la larga utilizzazione dei riferimenti stessi al momento non pare avere ricevuto censure di sorta nei Paesi comunitari.

Altre volte (ad esempio su delle insalate) il ricorrente richiamo all'“italian style” appare alquanto forzato e pare porsi più come il tentativo – attraverso il riferimento all'italianità – di valorizzare un prodotto convenzionale.

A fronte di ciò, tuttavia, dalla rilevazione sono emerse forme di etichettatura sostanzialmente corrette per alcuni vini italiani (ad es. il Barbera) e per i condimenti all'aceto balsamico di Modena.

Altri prodotti presentano un marchio italiano senza tuttavia ulteriori riferimenti all'Italia; piuttosto, talora, potrebbe essere problematica la dicitura sull'assenza di conservanti e coloranti (ad esempio su conserve e purea di pomodoro) la cui presenza va dichiarata ma la cui assenza va considerata una caratteristica comune a tutta la gamma e come tale non suscettibile di dichiarazione in etichetta (sarebbe ipotizzabile al riguardo la violazione della direttiva etichettatura).

In alcuni casi si vanta un'“italianità” facendo leva sui marchi che talora, peraltro, sarebbero idonei ad indicare ben note preparazioni alimentari e al riguardo potrebbero essere operate ulteriori valutazioni in relazione a prodotti che non appartengono alla tipica tradizione italiana, per cui potrebbe essere valutato come inappropriato il riferimento all'Italia.

In alcune etichette (ad esempio il *blanc de poulet*), appare la dicitura “meno di 2% di materia grassa”: essa non parrebbe conforme alle disposizioni applicabili che impongono l'indicazione del valore effettivo di materia grassa.

Vantare una certa posizione di preminenza in Italia richiederebbe di poter documentare questa affermazione.

Le “bandierine” italiane, o simboli ad esse assimilabili, sono talora apposte sulle confezioni di vari prodotti; la suddetta apposizione dovrebbe ritenersi in contrasto sia con la direttiva etichettatura sia con quella sulle pratiche commerciali sleali, in caso di insussistenza di un'effettiva origine italiana del prodotto. Al riguardo occorrerebbe ricordare che tale non conformità sarebbe ancora più evidente per i prodotti già oggi oggetto di una disciplina “verticale” comunitaria recante l'obbligo dell'indicazione dell'origine.

3. CONSIDERAZIONI SU DEFINIZIONE E TUTELA DEL “MADE IN ITALY” NEL SETTORE ALIMENTARE

Come conferma quanto emerge dalla rilevazione curata dall’Ismea, nell’etichettatura di molti prodotti alimentari commercializzati in vari Paesi, sono frequenti i riferimenti, oltre che all’origine italiana degli stessi, alla tradizione alimentare italiana e comunque al loro ottenimento sulla base di uno “stile”, di un’“ispirazione”, di una “ricetta” ecc. italiani.

Di qui il dibattito, ormai risalente, sul c.d. “italian sounding” e sui danni che ne derivano al vero “made in Italy”.

In questo lavoro, che considera taluni problemi della commercializzazione in Paesi dell’Unione Europea, si cercherà tuttavia di valutare vari aspetti che si collocano in una sorta di estesa “zona grigia” connotata, sotto vari profili, da tuttora rilevanti incertezze nell’applicazione e nell’interpretazione di alcune fondamentali disposizioni (in particolare le direttive comunitarie in materia di etichettatura e di pratiche commerciali sleali; il reg. Ce 178/2002, che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare).

Pertanto in questa prospettiva si cercherà di fornire alcuni spunti ulteriori rispetto a quelli che hanno considerato essenzialmente i casi in cui più chiara è risultata l’ingannevolezza della comunicazione realizzata sulla base di infondati riferimenti all’Italia nell’etichettatura di prodotti alimentari.

A quanti hanno seguito il dibattito sulla tutela del “made in Italy” alimentare (e non solo) sono ben note le difficoltà legate al conseguimento di una sua esauriente definizione. È bene precisare che le considerazioni che seguono vengono formulate nella consapevolezza di alcune prese di posizione giurisprudenziali che hanno interessato la materia (ad esempio la sentenza della Cassazione sulla macedonia con l’importante definizione ivi proposta in riferimento al luogo di lavorazione e non a quello di effettiva origine geografica della frutta) e dei tentativi di regolare la materia stessa – e in particolare l’area dell’indicazione dell’origine dei prodotti alimentari – con disposizioni nazionali, su cui comunque si tornerà. Tuttavia quella che si propone è una riflessione su alcuni snodi della questione del “made in Italy” che, anche alla luce di alcuni fondamentali riferimenti normativi comunitari, mira soprattutto a delineare praticabili scelte operative per le imprese e le Autorità tenendo presente lo scenario (comunque contraddistinto dal ruolo della grande distribuzione) che emerge dalla rilevazione operata su vari mercati comunitari dagli esperti incaricati dall’Ismea.

Ciò premesso, deve osservarsi che è ovvio che siano considerati a pieno titolo appartenenti al “made in Italy” alimentare i prodotti a denominazione di origine protetta (già per i prodotti “i.g.p.” le cose sono più complicate perché può intervenire materia prima non italiana) o i prodotti ottenuti da operatori italiani, dislocati sul territorio nazionale e che hanno utilizzato solo materie prime altrettanto nazionali. Meno semplice, e comunque oggetto di varie discussioni e indicazioni giurisprudenziali, è la definizione del “tasso” di effettiva “italianità” di prodotti ottenuti, ad esempio, da imprese italiane, sulla base di pratiche operative e tradizioni alimentari italiane ma con l’utilizzazione di materie prime anche importate. Si pensi in particolare alle problematiche relative ai prodotti trasformati, a quelli ottenuti con il concorso di vari ingredienti ecc.

Ma l'area di incertezza si estende ulteriormente allorché si considerino altri fenomeni che, semmai muovendo proprio dalle incertezze sulla definizione del "made in Italy", vedono essenzialmente operatori stabiliti all'estero fare riferimento – come si diceva all'inizio – nella commercializzazione in vari Paesi a varie forme di "italianità" che frequentemente prescindono dall'origine o dalla provenienza italiana del prodotto (o degli ingredienti) per fare piuttosto leva, con varie modalità, sulla ricetta o sulla tradizione. Di qui salse bolognesi, salse al pesto, ingredienti per la pasta alla "carbonara" che tra loro hanno in comune un aspetto che va seriamente considerato e cioè che si sono iscritti in una **prassi che è stata evidentemente ritenuta corretta dalle Autorità di controllo dei Paesi di commercializzazione nonché** – è appena il caso di rilevarlo – **da importanti catene distributive** (le quali, come è noto, esercitano anche forme di controllo sull'etichettatura, sia essa realizzata dai fornitori sia in ambito delle c.d. "private label"). Deve anche rilevarsi che talora le stesse imprese italiane propongono sui mercati esteri (anche per prodotti di origine e provenienza italiana) forme di etichettatura diverse da quelle utilizzate in Italia proprio in considerazione delle diverse prassi di cui si è appena detto.

A tale riguardo non deve apparire estranea al tema una considerazione che può essere tratta dal recente regolamento comunitario (il reg. Ce 1924/2006) sulle indicazioni (c.d. "claims") nutrizionali e sulla salute ammesse per i prodotti alimentari. Ebbene deve considerarsi che prima del varo del predetto regolamento, era vietata l'utilizzazione di indicazioni relative alle proprietà dei prodotti alimentari atte alla cura e alla prevenzione di malattie; non di meno il reg. Ce 1924/2006 ha di fatto (in forme che qui non mette conto di riportare) "sanato" alcune di tali indicazioni che erano risultate largamente utilizzate in vari Paesi comunitari nonostante il suddetto divieto.

Con ciò si vuole sottolineare il rilievo delle concrete prassi di controllo effettivamente in atto nei vari Paesi, prassi che in alcuni casi (certo non irrilevanti) come quello appena esaminato, possono tradursi nella tolleranza di vistose forzature della normativa comunitaria vigente. Deve anche rilevarsi che lo stesso concreto atteggiarsi della competizione concorrenziale pare favorire la formazione delle prassi in questione.

Ovviamente, essendo la tradizione alimentare italiana assai ricca e soprattutto essendo stata essa variamente proposta in moltissimi Paesi per via di noti e molteplici fattori (forti presenze di comunità italiane e vivace operatività di imprese italiane all'estero), essa ha determinato prassi basate sulla evocazione dell'"italianità" che hanno via via assunto dimensioni impressionanti e decisamente maggiori rispetto a quelle formatesi rispetto ad altre e pur importanti tradizioni alimentari. Né può negarsi una certa, diffusa "semplicità" di molte ricette e preparazioni tradizionali italiane difficilmente inquadrabili nei modelli di tutela previsti a livello comunitario (segnatamente d.o.p. e s.t.g) o gestibili attraverso incisive iniziative di altra natura (si pensi ai marchi collettivi).

Si anticipa fin d'ora una prima conclusione cui potrebbe pervenirsi sulla base dell'esame delle rilevazioni effettuate su varie realtà distributive europee; sarebbe di estremo interesse sottoporre alcune etichette ritenute comunque quanto meno fortemente "critiche" all'esame delle Autorità competenti degli Stati membri in cui i relativi prodotti vengono commercializzati. Ciò per conoscerne i criteri di valutazione soprattutto in riferimento all'applicazione e all'interpretazione della direttiva in materia di etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari nonché in riferimento alla direttiva sulle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno. Ovviamente, oltre alla richiamata normativa comunitaria, l'esame richiesto alle suddette Autorità, potrebbe riguardare anche eventuali disposizioni nazionali dei singoli Stati, applicabili in materia di tutela del corretto

svolgimento del commercio (ad esempio norme assimilabili all'art. 515 del codice penale italiano).

Sarebbe altresì interessante valutare l'atteggiamento delle organizzazioni dei consumatori operanti nei Paesi comunitari in cui sono state operate le rilevazioni; tali organizzazioni, infatti, dovrebbero essere interessate alla lealtà della comunicazione realizzata anche con l'etichettatura dei prodotti alimentari e pertanto anche alla valutazione delle prassi di controllo in essere.

Non di meno, una prospettiva di questo genere richiede che siano attentamente considerati alcuni peculiari aspetti della problematica in esame.

In particolare, in riferimento alla vigente direttiva 2000/13 e successive modifiche in materia di etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari, dovrebbe essere sfatato una sorta di luogo comune: si sostiene correntemente – e ciò è oggetto di molte polemiche e discussioni – che la suddetta normativa non prevederebbe l'obbligo dell'indicazione dell'origine o della provenienza dei prodotti alimentari. Ciò non è del tutto vero perché la direttiva in questione – come ripetutamente rilevato nel cap. 1 - dice che l'indicazione dell'origine o della provenienza di un prodotto alimentare diviene obbligatoria quando la sua omissione “possa indurre in errore il consumatore circa l'origine o la provenienza *effettiva* del prodotto alimentare”.

Quindi dovrebbe tenersi conto della incertezza che, al di là di alcune indicazioni giurisprudenziali, fino ad oggi ha riguardato proprio la definizione dei concetti di “origine” e di “provenienza”; è bene precisare che anche la stessa direttiva 2000/13 sull'etichettatura non fornisce le suddette definizioni (dove la rilevanza delle elaborazioni giurisprudenziali al riguardo). È ovvio che tale situazione non ha agevolato una uniforme applicazione della normativa comunitaria nel settore alimentare nei vari Paesi della U.E.

Ciò premesso, dall'esame delle etichette oggetto della rilevazione, scaturisce un'ulteriore riflessione sulla necessità di forme concrete e ragionevolmente innovative di tutela del “made in Italy” alimentare, in assenza delle quali potrebbe essere piuttosto difficile migliorare la situazione in atto o comunque sottrarre spazio alle ambiguità della comunicazione in quella che sopra si è definita “zona grigia”.

Potrebbe essere interessante valutare l'utilizzabilità di alcune risorse rinvenibili nella regolazione, risorse che, allo stato, non sono state sufficientemente valorizzate probabilmente perché richiedono l'attivazione di un approccio “volontario” al problema di una definizione e soprattutto di una gestione del “made in Italy” alimentare.

Si pensi in particolare alla direttiva comunitaria 2005/29 relativa alle pratiche commerciali sleali, che disciplina tra l'altro, la materia dei **codici di condotta** definiti *come un **accordo** o una normativa che **non** è imposta dalle disposizioni legislative, regolamentari o amministrative di uno Stato membro e che definisce il comportamento dei professionisti (termine con cui si indicano anche le imprese) che si impegnano a rispettare tale codice in relazione a una o più **pratiche commerciali** o ad uno o più settori imprenditoriali specifici.*

In tale prospettiva si dovrebbe guardare al “made in Italy” alimentare come a una pratica commerciale (meglio sarebbe dire: un complesso di pratiche commerciali) che caratterizza un “sistema” operativo che, a sua volta, dovrebbe valutare la possibilità di dotarsi di uno strumento come l'appena descritto codice di condotta.

Qui di seguito si tenterà di fornire – in linea di larga massima – alcuni spunti di riflessione che, allo stato, non possono che delineare l'“idea – forza” di base.

Non mancano certo esempi di codici etici, deontologici, di autodisciplina cui ci si potrebbe ispirare; tuttavia essi non paiono adeguati alle esigenze di tutela e di valorizzazione del “made in Italy” alimentare che potrebbero invece trovare una risposta proprio in uno strumento come il codice di condotta previsto dalla disposizione sopra riportata.

Al “sistema” del “made in Italy” basato sul codice di condotta dovrebbero aderire gli operatori del settore alimentare (normalmente attraverso le loro organizzazioni), ovunque dislocati (in Italia e quanto meno negli altri paesi comunitari) nelle singole filiere e nei vari comparti, interessati al conseguimento di un’effettiva lealtà operativa della pratica commerciale per loro rilevante nell’ambito del “made in Italy”.

Considerando il decisivo rilievo delle catene distributive sarebbe veramente importante il loro coinvolgimento nel “sistema” del “made in Italy” alimentare; anche in difetto di tale coinvolgimento, tuttavia, il codice di condotta – del quale va ricordata la diretta derivazione dalla direttiva 2005/29 – potrebbe svolgere un ruolo essenziale per l’affermazione di contegni operativi ritenuti corretti.

Il contenuto del codice non dovrebbe riguardare aspetti ovvi e scontati; infatti sarebbe del tutto inutile ribadire in esso che sono “made in Italy” – come già si è rilevato – i prodotti a denominazione di origine protetta o i prodotti ottenuti da operatori italiani, che hanno utilizzato solo materia prime nazionali. Invece il codice di condotta dovrebbe prevedere procedure costantemente orientate alla **ricognizione delle materie in relazione alle quali si determinano incertezze rilevanti e significative nelle normali pratiche operative del “made in Italy” alimentare inteso in senso particolarmente lato e comprensivo dunque anche dei riferimenti allo stile, alla tradizione, e al *know how* alimentare italiani.**

Si è prima utilizzato il termine “sistema” e si è detto che esso dovrebbe dotarsi di un codice di condotta; tale codice di condotta dovrebbe fornire, proprio sulla base della considerazione appena svolta, una articolata pluralità di disposizioni applicabili, ovviamente nel rispetto del quadro normativo in atto, alle singole concrete pratiche commerciali, non solo settore per settore ma anche, all’interno di ogni settore, in relazione alle singole pratiche considerate (si pensi alla pasta: si dovrebbe pensare prima di “sistematizzare” le varie espressioni del “made in Italy” di settore per poi passare alla rassegna delle singole preparazioni).

Rispetto a tali problematiche le procedure in questione dovrebbero prevedere momenti di consultazione con esperti delle discipline ritenute rilevanti per gli scopi del “sistema” e con le autorità competenti; ciò allo scopo di fornire indicazioni sulle questioni controverse. Tuttavia nel caso, che potrebbe essere non infrequente, di persistente incertezza, la procedura dovrebbe comunque giungere a fornire indicazioni pratiche, precise e vincolanti per gli operatori aderenti al “sistema”.

Un codice che riuscisse a conseguire questi risultati, riuscirebbe a incidere proprio in quella “zona grigia” in cui sovente si annidano anche i presupposti per una distorsione della concorrenza.

Il codice dovrebbe dettare, sulla base delle concrete esperienze, i criteri per una corretta utilizzazione dei riferimenti all’Italia nel settore alimentare e dovrebbe ambire – per autorevolezza e livello di competenza – a costituire un parametro per giudicare della conformità della correttezza dell’operato anche dei soggetti estranei al “sistema”.

Si potrebbero fare molti esempi, proprio a partire dai prodotti i.g..p. che utilizzano materie prime non italiane (bresaola) o da prodotti da sempre percepiti come italiani (la pasta) altret-

tanto connotati da tale utilizzazione o da altri ancora ottenuti con ingredienti non italiani (e ciò al di là dell'eventuale obbligo, che come si vedrà potrebbe essere in futuro introdotto, di evidenziazione in etichetta dell'origine degli ingredienti stessi); sembra ragionevole che questi prodotti – come del resto riconosciuto dalla Cassazione nella sentenza sulla macedonia cui prima si è fatto riferimento – siano considerati come appartenenti al “made in Italy” alimentare (semmai nelle forme di cui si dirà) ma il codice avrebbe proprio il compito di assumere una posizione definita al riguardo, se del caso anticipando e ispirando, proprio sulla base della riconosciuta autorevolezza e competenza di cui si è detto, piuttosto che limitandosi a registrare, la presa di posizione giurisprudenziale sulla questione.

Infatti pare decisamente importante – anche se il “sistema” dovrà ovviamente tenere nel massimo conto le indicazioni della giurisprudenza – che il codice sia portatore di orientamenti maturati autonomamente sulla base dei “saperi” settoriali, spesso tanto “minuti” (ma non per questo meno essenziali) da non poter essere colti appieno in ambiti che non siano strettamente professionali. E non può certo negarsi che a certe conclusioni della giurisprudenza su natura e articolazione del “made in Italy” alimentare (come quelle, appunto, contenute nella sentenza sulla macedonia) sarebbe potuto pervenire, laddove operante, senza difficoltà particolari e in piena autonomia, un “sistema” basato su un codice di condotta come quello qui proposto.

Per fornire un altro esempio pratico da un'angolazione diversa, si consideri la pasta alla “carbonara” basata su una ricetta che certo non presenta difficoltà particolari e che pertanto potrebbe essere realizzata in molti posti – che nulla hanno a che fare con l'Italia – in forme sostanzialmente appropriate rispetto alla tradizione alimentare in cui la “carbonara” stessa si inserisce.

Ebbene il codice dovrebbe sforzarsi di individuare una sorta di “punto di caduta” di una questione del genere e dovrebbe optare, sulla base di meditate argomentazioni, per una delle tante – molte delle quali per vari versi plausibili – soluzioni prospettabili. Si potrebbe spaziare dall'idea secondo cui la pasta alla “carbonara” potrebbe essere proposta solo da un operatore italiano (se non romano) in forme fortemente coerenti con la tradizione (pur senza sconfinare, ad esempio, nell'area delle attestazioni di specificità) a quella, del tutto opposta, per cui la pasta alla “carbonara” potrebbe farla chiunque, ovunque e semmai anche con una elasticità legata all'esigenza di adattamenti graditi al “target” locale.

Insomma il codice dovrebbe, per così dire, “sbilanciarsi” e spiegare – semmai con una ricca semplificazione – se siano ammissibili, e in caso positivo a quali condizioni, diciture, in etichetta o nella pubblicità, recanti riferimenti tipo “all'italiana”, “stile italiano” o simili.

Ne consegue che il codice di condotta potrebbe anche essere la sede adatta per conferire al “made in Italy” alimentare un'articolazione che consenta al consumatore medio (come definito dalla direttiva 2005/29) di comprendere che un prodotto può essere italiano perché italiana è l'effettiva origine geografica (materie prime, intero ciclo di lavorazione) o, invece, perché italiana è l'operatività da cui deriva, basata su esperienze, tradizioni, know-how italiani ma con l'utilizzazione di materie prime di varia origine. Insomma l'“italianità” potrebbe essere riconosciuta a entrambe queste “modalità” ma in forme tali da porre il consumatore in condizioni di cogliere con chiarezza la distinzione tra le due “modalità” stesse.

Al riguardo il codice di condotta potrebbe proporre agli operatori comunitari aderenti al “sistema” in cui esso si colloca, due diverse forme di comunicazione (in cui andrebbero ricompresi i riferimenti a località e “distretti” italiani) interne al “made in Italy” alimentare: una prima per i prodotti ottenuti in Italia, che andrebbe ad aggiungersi agli altri “segni” geografici di indiscussa “italianità” come, in particolare, le d.o.p.; una seconda per i prodotti “fatti” in Italia nel sen-

so di “ottenuti”, “preparati”, “selezionati”, “trasformati” in Italia anche con materie prime non italiane (e ciò, come si è detto, al di là dell’eventuale futuro obbligo di evidenziazione in etichetta dell’origine degli ingredienti stessi).

Questa impostazione appare compatibile con la previsione della direttiva 2005/29 sui contenuti dei codici di condotta e potrebbe cogliere i vari accenti dell’“italianità”: quello della produzione nazionale accanto a quella, anch’essa dotata di una propria forza caratterizzante, che fa leva anche sull’utilizzazione di materie prime estere, senza rinunciare a operare le necessarie distinzioni al suo interno così da realizzare una corretta, trasparente e non confusa comunicazione per i consumatori.

Tuttavia la rilevazione dell’Ismea, come si è detto, pone in evidenza anche un ulteriore piano, quello relativo ai frequenti riferimenti – posti in essere in particolare da operatori non italiani nell’etichettatura dei prodotti – alla tradizione alimentare italiana e comunque al loro ottenimento sulla base di uno “stile”, di un’“ispirazione”, di una “ricetta” ecc. italiani, in assenza di una origine o di una provenienza italiana dei prodotti stessi. E anche in relazione a questo aspetto – si ripete – il codice di condotta dovrebbe fornire indicazioni coerenti sull’ammissibilità o meno di tali forme di etichettatura.

Si pensi poi a un codice che volesse ricomprendere nel sistema del “made in Italy” alimentare anche la presentazione dei prodotti che come noto riguarda non solo la forma o l’aspetto conferito ai prodotti alimentari ma anche il modo in cui i prodotti stessi sono disposti sui banchi di vendita e l’ambiente nel quale sono esposti. Va tenuto presente che oggi la presentazione dei prodotti alimentari, alla luce della direttiva comunitaria, soggiace agli stessi obblighi che gravano sull’etichettatura e sulla pubblicità, tra i quali, spicca quello di non indurre in errore l’acquirente sulle caratteristiche del prodotto alimentare e dunque anche sull’origine o la provenienza e sul modo di fabbricazione o di ottenimento dei prodotti stessi. Risulta, alla luce di ciò, ancora più rilevante il ruolo della distribuzione nella gestione del “sistema” del “made in Italy” alimentare, in particolare con riferimento alle modalità con cui sono presentati i prodotti che a vario titolo, fanno riferimenti all’“italianità”. In un supermercato tedesco la pasta alla “carbonara” dell’operatore svedese viene normalmente posta sullo stesso scaffale o comunque nella stessa area in cui si trova il lardo di Colonnata i.g.p.? Bene il codice dovrebbe – si ripete – “sbilanciarsi” su una questione del genere valutando se il tipo di presentazione su ipotizzato sia corretto o meno sulla base della normativa applicabile.

Un aspetto che potrebbe essere utilmente inserito in un codice di condotta riguarda l’aggiornamento del “sistema”. Esso non dovrebbe tuttavia riguardare le sole normative strettamente intese ma anche, ad esempio, eventuali pronunce giurisprudenziali, importanti note della Commissione europea o circolari ministeriali ecc., che potrebbero essere “prese in carico”, se del caso criticamente, dal “sistema” e portare, appunto, a un aggiornamento dello stesso.

Opportunamente un codice di condotta potrebbe prevedere per le imprese che vi aderissero, una formazione destinata agli operatori sulle materie di interesse critico per la pratica commerciale del “made in Italy” alimentare.

La funzione di formazione e aggiornamento permanente conferirebbe al sistema una “tensione” che, da un certo punto di vista, garantirebbe la sussistenza di un requisito, quello del rispetto delle disposizioni applicabili e delle interpretazioni ad esse attribuite, peraltro imprescindibile per attestarsi su quel livello di diligenza professionale pari – secondo l’efficace definizione fornita dalla prima richiamata direttiva 2005/29 – al **normale grado della specifica competenza** ed attenzione che ragionevolmente i consumatori attendono da un professionista

nei loro confronti rispetto ai principi generali di correttezza e di buona fede nel settore di attività (che nel caso che qui interessa sarebbe appunto il “made in Italy” alimentare) del professionista.

Il “sistema” non dovrebbe tuttavia limitarsi all’elaborazione e all’aggiornamento del codice di condotta; esso dovrebbe altresì orientare l’attività di promozione anche considerando l’operatività della distribuzione, le cui esigenze e le cui indicazioni dovrebbero essere costantemente monitorate. Quindi un’attenzione sistematica andrebbe riservata, nella pratica del “made in Italy” alimentare, alla ristorazione.

In conclusione il “sistema” del made in Italy alimentare basato su un codice di condotta elaborato conformemente alla normativa sopra considerata, dovrebbe svolgere varie funzioni tra di loro ben distinte e afferenti a fasi altrettanto distinte che per comodità espositiva potrebbero essere descritte in questa sequenza:

- ***elaborazione delle corrette pratiche /aggiornamento/formazione – garanzia – comunicazione – distribuzione – monitoraggio della correttezza della concorrenza.***
- La funzione di elaborazione delle corrette pratiche/aggiornamento/formazione dovrebbe essere caratterizzata dai contenuti sopra descritti e dovrebbe conferire al sistema la “tensione” di cui si è detto.

La funzione di garanzia è quella che dovrebbe assicurare – attraverso una sistematica attività di controllo (e, se del caso, di certificazione) – l’effettiva sussistenza dei requisiti di “italianità” alimentare “promessi”. È indubbio che sia questo lo snodo più delicato del “sistema” e sul quale più approfondita dovrebbe essere la riflessione.

La funzione di comunicazione dovrebbe invece assicurare l’elaborazione di una promozione corretta, efficace e “competitiva”.

La funzione afferente alla distribuzione dovrebbe trattare di tutti i concreti problemi che in questa fase si propongono per la presentazione dei prodotti. Questa funzione dovrebbe interessarsi, nella pratica del “made in Italy” alimentare, anche dei rapporti con la ristorazione e con le nuove forme di vendita. Nella funzione in esame dovrebbe anche essere previsto il monitoraggio delle esigenze della distribuzione.

La funzione di monitoraggio della concorrenza dovrebbe considerare i profili sulla correttezza del contegno commerciale, basato sui riferimenti al “made in Italy” alimentare, tenuto anche dai soggetti estranei al “sistema”. Tale funzione richiede necessariamente un rapporto del “sistema” con il controllo ufficiale soprattutto per i casi in cui si debbano segnalare pratiche commerciali sleali nell’utilizzazione di riferimenti all’“italianità” alimentare.

4. CONSIDERAZIONI SULLE PROSPETTIVE DI EVOLUZIONE DEL QUADRO NORMATIVO

Appare ora interessante valutare, per un verso, l'impatto che potrebbero avere, sulle concrete prassi di commercializzazione oggetto della rilevazione curata dall'Ismea, le disposizioni di cui alla *Posizione del Consiglio dell'Unione europea in prima lettura in vista dell'adozione del regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio, in materia fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori*. Per altro verso, è lecito chiedersi se le considerazioni sopra formulate in relazione a un "sistema" del "made in Italy" alimentare basato su un codice di condotta, potrebbero rivelarsi superate in un futuro quadro normativo connotato dall'applicazione delle nuove disposizioni di cui alla suddetta *Posizione* del Consiglio dell'Unione europea.

Deve premettersi che in queste note si prenderà in considerazione il testo della suddetta *Posizione* diffuso nel febbraio 2011; tale testo potrebbe ovviamente subire ancora varie e non irrilevanti modifiche e soprattutto potrebbe richiedere ancora un periodo di tempo relativamente lungo prima della pubblicazione e della sua concreta applicazione. Esso, tuttavia, pare già decisamente indicativo dei principi e delle tecniche alla base delle scelte del legislatore comunitario destinate a incidere sulla materia dell'etichettatura dei prodotti alimentari.

Deve inoltre precisarsi che, considerato il decisivo rilievo che potrebbero avere le disposizioni del nuovo regolamento comunitario, in queste note ci si limiterà a pochi cenni sulla legge italiana n. 4 del 2011 sull'etichettatura dei prodotti alimentari.

Come noto anche la suddetta legge disciplina, tra l'altro, la materia dell'indicazione dell'origine dei prodotti agro alimentari. Tuttavia essa non dovrebbe comunque essere destinata (essendo una legge italiana) a operare negli scambi intracomunitari (che sono quelli che interessano in questa sede). Quindi tale legge richiede comunque, prima della concreta applicazione, il varo di decreti interministeriali relativi alle singole filiere, ma soprattutto essa sembra comunque votata, per quel che riguarda le norme sull'indicazione dell'origine – al pari di quanto in passato si è constatato per varie leggi nazionali sulla stessa materia – a non approdare a una diretta operatività; ciò per molteplici profili che qui non sembra necessario approfondire, e che comunque spaziano dalla prevalenza della normativa comunitaria su quella nazionale nelle aree già comunque coperte dalla prima, fino alla ipotizzabile violazione di alcune procedure posta in essere con il varo della legge 4/2011.

Non irrilevante, invece, è la funzione di stimolo che la legge in questione potrebbe avere nell'ulteriore corso della discussione sul nuovo regolamento comunitario sulla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori. Basti in particolare considerare l'art. 4 c. 2 della legge 4/2011 che dispone, in una prospettiva, che come si vedrà, non è del tutto estranea alle scelte operate nella suddetta *Posizione* del Consiglio della U.E., che *per i prodotti alimentari non trasformati, l'indicazione del luogo di origine o di provenienza riguarda il Paese di produzione dei prodotti. Per i prodotti alimentari trasformati, l'indicazione riguarda il luogo in cui è avvenuta l'ultima trasformazione sostanziale e il luogo di coltivazione e allevamento della materia prima agricola prevalente utilizzata nella preparazione o nella produzione dei prodotti*.

In questa sede è anche opportuno prescindere da un esame approfondito dell'art. 4.49 della legge 350/2003 e s.m., la c.d. legge a tutela del "made in Italy". Per completezza, tuttavia si segnala che la suddetta disposizione prevede, tra l'altro che *costituisce falsa indicazione la stampigliatura "made in Italy" su prodotti e merci non originari dall'Italia ai sensi della normativa*

europea sull'origine. Tale disposizione, per via del suo richiamo alla normativa europea sull'origine (individuata in quella dettata dal codice doganale comunitario) è stata valutata, sia nella giurisprudenza della Cassazione sia da vari studiosi, come compatibile con un 'doppio' "made in Italy", comprensivo sia dei prodotti 'geograficamente' italiani sia di quelli che in Italia hanno subito l'ultima trasformazione o lavorazione sostanziale.

La *Posizione* del Consiglio della U.E. sul regolamento in materia fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori – che qui si vuole sinteticamente commentare solo per gli aspetti più significativi ai fini della ricerca dell'Ismea (non si parlerà pertanto, ad esempio, delle pur importantissime novità in materia di etichettatura nutrizionale) – apparentemente conferma l'impostazione sull'"origine" e sulla "provenienza" dei prodotti alimentari propria della vigente direttiva 2000/13 in materia di etichettatura.

Infatti anche nella suddetta *Posizione* si legge che l'indicazione del "paese di origine" e del "luogo di provenienza" è obbligatoria (solo) nel caso in cui la sua omissione possa indurre in errore il consumatore "in merito al paese d'origine o al luogo di provenienza reali del prodotto alimentare"; quindi si aggiunge, in una prospettiva che appare quanto mai interessante considerati i contenuti del lavoro dell'Ismea, che il suddetto obbligo di indicazione dell'origine e della provenienza opera "in particolare se le informazioni che accompagnano il prodotto alimentare o contenute nell'etichetta *nel loro insieme* potrebbero far pensare che l'alimento ha un differente paese d'origine o luogo di provenienza".

Deve essere però subito sottolineata una prima sostanziale distinzione tra la direttiva 2000/13 e la *Posizione* del Consiglio della U.E. sul regolamento in materia fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori; in quest'ultima infatti – a differenza della direttiva – vengono dettate esplicitamente le definizioni tanto di "paese di origine" quanto di "luogo di provenienza". In particolare, quanto al "paese di origine", si precisa che esso viene determinato sulla base di alcune disposizioni del codice doganale comunitario (sulle quali si tornerà); per "luogo di provenienza" viene invece chiarito che deve intendersi qualsiasi luogo indicato come quello da cui proviene l'alimento, diverso dal "paese di origine" come sopra definito. In una proposta della Commissione europea sul regolamento sulla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, si opera un riferimento a una apposita procedura per l'adozione delle regole per la determinazione del luogo di provenienza; tale riferimento non è ripreso nella *Posizione* del Consiglio della U.E. sullo stesso regolamento che, per vero, non fornisce, nella versione considerata, ulteriori indicazioni per una precisa definizione del "luogo di provenienza".

Nella *Posizione* del Consiglio della U.E. vengono inoltre dettate nuove disposizioni, su cui pure si tornerà, sui prodotti composti da più ingredienti nonché sull'indicazione del paese d'origine e del luogo di provenienza della carni diverse da quella di manzo o di vitello, quali le carni di animali della specie suina, ovina, caprina e le carni di volatili.

Ne consegue che l'indicazione del paese d'origine o del luogo di provenienza di un prodotto alimentare viene considerato alla stregua di uno strumento di commercializzazione, tanto nella prospettiva volontaria che in quella resa obbligatoria dal rischio di induzione in errore del consumatore in caso di omissione della detta indicazione; essa, in ogni caso, proprio perché non deve mai risultare ingannevole, deve essere basata sui sopra accennati criteri armonizzati.

Si è appena visto che nella *Posizione* del Consiglio della U.E. sul regolamento in materia fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, l'area dei prodotti in cui è destinata a diventare obbligatoria l'indicazione dell'origine si estende alle carni ovine, suine e caprine nonché a quelle dei volatili.

Tali prodotti verrebbero così ad aggiungersi a miele, frutta e ortaggi, pesce, carni bovine e prodotti a base di carni bovine, olio d'oliva, tutti già oggetto di una disciplina "verticale" recante l'obbligo dell'indicazione dell'origine. Inoltre sempre nella richiamata *Posizione* del Consiglio della U.E. si legge che la Commissione europea, entro un termine da definirsi, dovrà presentare una relazione al Parlamento europeo e al Consiglio stesso su un'ulteriore estensione dell'area dell'obbligatorietà dell'indicazione dell'origine che interessi: a) tipi di carni diverse dalle carni bovine, ovine, suine e caprine; b) il latte; c) il latte usato quale ingrediente di prodotti lattiero-caseari; d) le carni usate quali ingrediente; e) gli alimenti non trasformati; f) i prodotti a base di un unico ingrediente; g) gli ingredienti che rappresentano più del 50% di un alimento.

Va rilevato che anche la Commissione europea aveva ipotizzato di formulare proposte, a seguito di "valutazione di impatto", relative all'introduzione, per la generalità dei settori agricoli, dell'obbligo dell'indicazione del luogo di produzione. Anche in riferimento all'indicazione del luogo di provenienza, la Commissione aveva ipotizzato, sempre previa "valutazione di impatto", di definire modalità per l'indicazione in questione se non per tutti gli alimenti quanto meno per specifiche categorie di essi.

Riassumendo, la *Posizione* del Consiglio della U.E. sul regolamento in materia di fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori (come del resto la proposta della Commissione europea sulla materia)

- amplia significativamente l'area dei prodotti soggetti a una disciplina comunque recante l'obbligo dell'indicazione dell'origine;
- prevede che le indicazioni relative al paese d'origine o al luogo di provenienza di un alimento debbano essere fornite – secondo criteri ben definiti – ogni volta che la loro assenza possa indurre in errore i consumatori per quanto riguarda il reale paese origine o luogo di provenienza del prodotto;
- in tutti gli altri casi, gli operatori del settore alimentare sono invece liberi di valutare se apporre o meno sulle confezioni dei loro prodotti l'indicazione del paese d'origine o del luogo di provenienza ma, in caso di apposizione, le suddette indicazioni debbono essere fornite non solo in modo da non trarre in inganno il consumatore ma anche sulla base dei criteri chiaramente definiti di cui al punto precedente e in grado tutelare la lealtà della competizione concorrenziale e di agevolare la comprensione da parte dei consumatori delle informazioni in questione.

I suddetti criteri – si legge in un "considerando" della *Posizione* – non devono applicarsi ad indicatori collegati al nome o all'indirizzo dell'operatore del settore alimentare; tuttavia, e sul punto dovranno essere operati approfondimenti, non sembra agevole prevenire una certa confusione tra indirizzi degli operatori e luoghi di origine e di provenienza dei prodotti.

È ora opportuno trattare sinteticamente i criteri che presiedono alla determinazione di tali indicazioni, criteri che, vale la pena di ribadire, sono identici sia nel caso che tali indicazioni siano volontariamente o obbligatoriamente apposte.

In particolare, si legge nella *Posizione* del Consiglio della U.E., che per definire il "paese di origine" di un prodotto alimentare deve applicarsi la disciplina dettata, in materia di origine non preferenziale, dagli articoli da 23 a 26 del regolamento 2913/92 del Consiglio, quello recante il codice doganale comunitario.

Deve dirsi che in Italia la giurisprudenza della Cassazione è da tempo pervenuta alla conclusione che per la determinazione del Paese di origine ci si debba basare sulle suddette disposizioni, il che, tuttavia, ha suscitato le perplessità di alcuni, considerato che il codice doganale comunitario pare dettare criteri volti essenzialmente alla definizione dell'origine ai fini tariffari (dazi ecc.); in effetti da un "considerando" del reg. Cee 2913/92 si comprende chiaramente che con le sue regole sulla determinazione dell'origine, il codice doganale comunitario non pretende di prevalere su altre regole in materia di determinazione dell'origine dettate ad altri fini, ivi comprese quelle della normativa agricola.

Se l'art. 23 del reg. Cee 2913/92 detta l'ovvio principio per cui *sono originarie di un paese le merci interamente ottenute in tale paese*, l'art. 24 dello stesso regolamento dispone invece che *una merce alla cui produzione hanno contribuito due o più paesi, debba essere considerata originaria del paese in cui è avvenuta l'ultima trasformazione o lavorazione sostanziale*, economicamente giustificata ed effettuata in un'impresa attrezzata a tale scopo, che si sia conclusa con la fabbricazione di un prodotto nuovo od abbia rappresentato una fase importante del processo di fabbricazione. È certamente questa la più importante disposizione in materia di determinazione del paese di origine, posto che, soprattutto in relazione alle lavorazioni industriali del settore alimentare, essa detta il criterio dirimente basato sulla rilevanza, ai fini della suddetta determinazione, attribuita alla trasformazione o alla lavorazione sostanziale avvenuta in un paese diverso da quello, ad esempio, della coltivazione e della raccolta. Ciò indipendentemente dal fatto che tale trasformazione o lavorazione sostanziale determini o meno la modifica della voce doganale di appartenenza della merce considerata.

Per non addentrarsi ulteriormente nella complessa materia doganale, basterà qui aggiungere che potrebbe suscitare perplessità il riferimento che nella *Posizione* del Consiglio della U.E. viene operato al codice doganale di cui al reg. Cee 2913/92 non foss'altro perché questo regolamento è stato abrogato (seppure con un meccanismo che lo mantiene tuttora in applicazione) dal reg. Ce 450/2008 che reca il codice doganale comunitario aggiornato e i cui articoli da 35 a 37 dettano anch'essi norme in materia di origine non preferenziale dei prodotti. Tali norme, per vero, più di quelle contenute nel reg. Cee 2913/92, parrebbero suscettibili, per via della loro formulazione, di un'applicazione al settore agro-alimentare. Solo per completezza, è interessante poi notare che mentre l'art. 24 del reg. Cee 2913/92 parla sia di trasformazione che di lavorazione sostanziale, nell'art. 36 del reg. 450/2008 cade il riferimento alla lavorazione e viene mantenuto, ai fini della determinazione dell'origine dei prodotti, solo quello alla trasformazione sostanziale. Tale differenza, nel settore alimentare, potrebbe essere tutt'altro che irrilevante.

Si è già ripetutamente detto che, secondo il progetto di regolamento delineato nella *Posizione* del Consiglio della U.E., anche nei casi in cui il paese di origine o il luogo di provenienza di un prodotto alimentare fosse indicato volontariamente, occorrerebbe comunque applicare le regole dettate a tale riguardo e che sono state prima brevemente illustrate. Va comunque notato che la *Posizione* del Consiglio della U.E. si spinge fino a considerare alcuni importanti casi, chiarendo in particolare che se il paese di origine o il luogo di provenienza indicato nell'etichetta di un prodotto alimentare non fosse lo stesso di uno dei suoi ingredienti primari, ebbene dovrebbe essere indicato anche il paese di origine o il luogo di provenienza di tali ingredienti. Tuttavia viene anche precisato – e questo potrebbe essere rilevante per alcuni importanti settori merceologici – che la Commissione potrà stabilire particolari norme di attuazione concernenti l'applicazione dei severi criteri appena esposti.

Una questione particolare si potrebbe porre per l'indicazione dell'origine c.d. "regionale" e comunque sub nazionale; l'utilizzazione di questo tipo di indicazione di origine è emersa abba-

stanza frequentemente nella rilevazione curata dall'Ismea (riferimenti alla Sicilia, a Bologna, a Napoli ecc.). Si è visto che il criterio armonizzato dettato per l'indicazione dell'origine di un prodotto alimentare fa esclusivo riferimento al "Paese di origine" chiaramente inteso come Stato, non foss'altro per via dell'applicazione al riguardo del codice doganale che certo considera solo gli Stati per l'indicazione in questione.

Va quindi tenuto presente che le regole sulle indicazione sull'origine e la provenienza degli alimenti si applicherebbero, secondo quanto si legge nella *Posizione* del Consiglio della U.E. sul regolamento in materia fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, "fatti salvi i requisiti di etichettatura stabiliti da specifiche disposizioni dell'Unione, in particolare il regolamento (CE) n. 509/2006 del Consiglio, del 20 marzo 2006, relativo alle specialità tradizionali garantite dei prodotti agricoli e alimentari, e il regolamento (CE) n. 510/2006 del Consiglio, del 20 marzo 2006, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli e alimentari".

Si potrebbe ritenere che il criterio armonizzato che, sulla base del riferimento al codice doganale, individua il Paese di origine, possa essere integrato, ad esempio con adeguata procedura di rintracciabilità al fine di documentare l'eventuale ulteriore indicazione di origine sub nazionale. Tuttavia tale soluzione non sembra convincente perché la procedura di rintracciabilità di cui sopra non pare comunque compatibile con l'obbligo dell'applicazione dei soli "criteri armonizzati" dettati dal progetto di regolamento per l'indicazione dell'origine.

Di contro potrebbe pensarsi che l'indicazione di un'origine regionale o comunque sub nazionale di un alimento potrebbe essere considerata utilizzabile solo nei regimi delle d.o.p., delle i.g.p. e delle s.t.g. come già accade, ad esempio, per gli oli di oliva vergini.

In ogni caso è, quella su posta, una questione rilevante anche ai fini di uno sviluppo dei temi emersi dalla rilevazione dell'Ismea.

Anche se in senso stretto non riguarda direttamente la questione origine/provenienza, sembra utile segnalare la disponibilità della Commissione europea, peraltro non ripresa nella *Posizione* del Consiglio della U.E., a introdurre l'obbligo dell'indicazione del nome o ragione sociale e dell'indirizzo non solo dell'operatore che commercializza il prodotto ma anche del fabbricante dell'alimento stesso. Sarebbe questa una significativa innovazione soprattutto in riferimento alle c.d. "private label" e comunque in grado di accrescere la trasparenza su un aspetto, forse da non enfatizzare, ma comunque di una certa rilevanza per il consumatore. Tuttavia non è da trascurare che una siffatta disposizione potrebbe, per altri versi, accrescere il rischio di confusione tra i vari riferimenti a luoghi contenuti apposti su una stessa etichetta.

Una rilevante novità, nella *Posizione* del Consiglio della U.E., - qui richiamata solo per completezza ma che richiederebbe ben altro approfondimento - risiede nella facoltà accordata agli Stati membri di richiedere indicazioni obbligatorie complementari che si aggiungono a quelle dettate dalla normativa comunitaria in materia di fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, ciò per tipi o categorie specifici di prodotti alimentari, ma solo per i seguenti motivi:

- a) protezione della salute pubblica;
- b) protezione dei consumatori;
- c) prevenzione delle frodi;

-
- d) protezione della proprietà industriale e commerciale, di indicazioni di provenienza, di denominazioni d'origine controllata e di repressione della concorrenza sleale.

Secondo il progetto di regolamento, gli Stati membri potranno introdurre misure concernenti l'indicazione obbligatoria del paese d'origine o del luogo di provenienza dei prodotti alimentari, *solo nei casi in cui sia provato un collegamento tra talune qualità del prodotto alimentare e la sua origine* (collegamento questo attualmente "monopolio" dei prodotti d.o.p. e, in forme più attenuate, di quelli i.g.p.) *o provenienza*. Viene inoltre precisato che al momento della notifica di queste misure alla Commissione, *gli Stati membri dovranno provare che la maggior parte dei consumatori attribuisce un valore significativo alla fornitura di tali informazioni*.

La disposizione appena illustrata sembra contenere una prima significativa risposta alle esigenze di un intervento regolatore statale, ulteriore rispetto a quello comunitario, che vari Paesi della U.E. – e segnatamente l'Italia – hanno ripetutamente manifestato con l'emanazione di normative nazionali (si pensi alle leggi italiane 204/2004, 4/2011 e ad altre ancora relative a singoli settori) in più o meno aperta rotta di collisione con vari profili di diritto comunitario. Negli ambiti (invero assai rilevanti e che riecheggiano una risalente giurisprudenza della Corte di Giustizia) di cui alla suddetta disposizione, gli Stati membri potrebbero assai incisivamente intervenire, in piena conformità al diritto comunitario, imponendo anche l'indicazione del paese di origine e del luogo di provenienza su determinati prodotti purché nel rispetto dei rigidi presupposti di cui si è detto.

È vero che, si deve ritenere, le misure nazionali relative a indicazioni obbligatorie complementari concernenti l'indicazione obbligatoria del paese d'origine o del luogo di provenienza dei prodotti alimentari si applicherebbero solo negli Stati che le emanassero ai sensi della norma in esame. Ciò tuttavia potrebbe avere rilevanti conseguenze anche sulle concrete prassi rilevate nello studio dell'Ismea, se solo si considerano le materie (in particolare quelle di cui alle precedenti lettere c) e d) su cui le indicazioni obbligatorie complementari richieste dagli Stati membri potrebbero incidere.

Oggi è decisamente prematuro ipotizzare quali potrebbero essere i concreti indirizzi applicativi indotti dalla suddetta disposizione; essa, di certo soprattutto per l'Italia, potrebbe presentare grandi opportunità ma anche talune questioni da approfondire legate in particolare al tema dell'effettiva documentabilità del collegamento tra caratteristiche di determinati prodotti e la loro origine e provenienza italiane.

Quanto finora detto sull'impostazione che la *Posizione* del Consiglio della U.E. intende dare alla futura regolamentazione sulle informazioni sui prodotti alimentari ai consumatori, è già sufficiente per comprendere come si miri a superare l'impianto della vigente direttiva 2000/13 sull'etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari. Quest'ultima, nonostante abbia subito numerose modifiche nel tempo, reca pur sempre disposizioni che per la maggior parte risalgono alla fine degli anni '70 del secolo scorso; non può pertanto negarsi che essa abbia fatto, come suole dirsi, il suo tempo, pur avendo innegabili, notevoli meriti legati essenzialmente all'affermazione concreta dei principi della libera circolazione dei prodotti alimentari e al consolidamento di una normativa tecnica di rilevante importanza che ha anche ispirato la regolamentazione di vari Paesi terzi (si pensi alle disposizioni su scadenza e termine minimo di conservazione, alla disciplina su ingredienti e aromi e gli esempi potrebbero essere ancora tanti).

Sta comunque di fatto che le prassi di etichettatura e di presentazione dei prodotti del tipo di quelle rilevate nella ricerca condotta dall'Ismea, si sono formate sotto il vigore della direttiva 2000/13 le cui disposizioni hanno offerto un modesto argine in particolare ai processi di tra-

sformazione del mercato indotti dalla crescente importanza della grande distribuzione. Potrebbe dirsi che all'enunciazione di indiscussi principi fondamentali (si pensi ad esempio all'art. 2 della direttiva in esame ripreso nell'art. 2 del d.lgs 109/92) non si è probabilmente accompagnata una più dettagliata e efficace normativa volta a garantire una più concreta e diretta applicazione dei principi stessi.

Per vero una non maggiore incidenza sulle prassi concrete della commercializzazione e sull'operatività del controllo ufficiale dovrebbe essere riconosciuta alle normative comunitarie succedutesi nel tempo, da ultimo la già richiamata direttiva 2005/29, volte a contrastare la pubblicità ingannevole e le pratiche commerciali sleali. Né, come subito si vedrà, migliore sorte pare aver arriso al reg. Ce 178/2002, l'importantissimo regolamento che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare, istituisce l'Autorità europea per la sicurezza alimentare, fissando procedure nel campo della sicurezza alimentare e che introducendo, tra l'altro, l'obbligo della rintracciabilità, ambiva a fornire la risposta più organica al bisogno di rassicurazione e di trasparenza scaturito dalle grandi crisi di sicurezza alimentare (in particolare quella della "mucca pazza" e dei polli alla diossina).

È pertanto pienamente comprensibile che, almeno ai fini che qui maggiormente interessano, la *Posizione* del Consiglio sul regolamento in materia fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori abbia inteso incidere vistosamente, anche appunto con una normativa più dettagliata, su alcuni snodi – origine/provenienza, responsabilità degli operatori della distribuzione, chiarezza delle informazioni obbligatorie – apparsi più "critici". È poi interessante notare come in un "considerando" della suddetta *Posizione* si legga che la nuova disciplina sulle "informazioni alimentari" da fornire ai consumatori deve presentare una sufficiente flessibilità per adeguarsi tanto alle future esigenze d'informazione dei consumatori stessi quanto "per garantire l'equilibrio tra la protezione del mercato interno e le differenze nella percezione dei consumatori degli Stati membri".

È proprio in tale prospettiva che si colloca anche l'esigenza di modulare, pur alla luce del principio di non ingannevolezza, l'applicazione delle regole a seconda del mercato in cui concretamente il prodotto viene proposto.

Al riguardo si consideri che la *Posizione* del Consiglio della U.E. ribadisce un principio molto importante della vigente direttiva etichettatura in materia di comunicazione sui prodotti alimentari, quello che vieta di attribuire a un prodotto una certa caratteristica allorché la stessa è comune a tutta la gamma cui il prodotto considerato appartiene. Questo principio – applicato talora anche in Italia con una certa elasticità – merita di essere considerato in una articolata prospettiva interpretativa, proprio in relazione alle *differenze nella percezione dei consumatori degli Stati membri* di cui parla il "considerando" sopra riportato. Ad esempio se si dice che un olio extra vergine di oliva è di frantoio, si viola la disposizione prima richiamata dato che tutto l'olio extra vergine di oliva è di frantoio per cui la caratteristica vantata è comune a tutta la gamma di appartenenza del prodotto. Al tempo stesso non può però negarsi che l'espressione "olio extra vergine di oliva di frantoio" abbia un tipo di impatto per un consumatore di Bari (tradizionalmente abituato al consumo dell'olio extravergine) ed un altro, del tutto diverso, per un consumatore di Stoccolma (abituato a ben diversi consumi di grassi alimentari) nei confronti del quale, stando all'esempio, il riferimento al frantoio potrebbe anche essere variamente motivato; per cui appare ragionevole che la disposizione che vieta di attribuire ai prodotti alimentari caratteristiche comuni a tutta la gamma sia applicata anche alla luce della concreta situazione della commercializzazione in cui la comunicazione realizzata con l'etichettatura è destinata a operare.

Dal testo della *Posizione* emerge che le indicazioni sull'origine e la provenienza rientrano, come del resto nella direttiva 2000/13, nell'elencazione delle caratteristiche su cui "in particolare", il consumatore non deve essere indotto in errore. Viene riproposta anche l'estensione, già operata nella direttiva 2000/13, delle norme sull'etichettatura anche alla pubblicità e alla presentazione dei prodotti alimentari.

A tale riguardo va notato che la *Posizione* del Consiglio della U.E. ricomprende nella definizione di "presentazione" oltre al *modo in cui i prodotti alimentari sono disposti* anche il *contesto nel quale sono esposti* (nella direttiva 2000/13, con minor precisione, si parla di "ambiente" in cui sono esposti). Ora il "contesto" nel quale i prodotti sono esposti è comunque quello distributivo e si vedrà subito come le nuove disposizioni intendano accrescere, anche sotto il profilo della responsabilità degli operatori, l'attenzione verso questo comparto.

Non che nella direttiva 2000/13 non vi fossero già i presupposti, con le norme sulla presentazione dei prodotti, per delineare precisi obblighi anche a carico del distributore e del resto gli stessi obblighi sono variamente rinvenibili nel richiamato reg. Ce 178/2002. Tuttavia – come si è già osservato – le prassi di commercializzazione concretamente impostesi sono andate in un'altra direzione, donde la nuova impostazione data, nella *Posizione* del Consiglio della U.E, alla materia della responsabilità degli operatori della distribuzione, posto che in essa si legge che: "Gli operatori del settore alimentare che non influiscono sulle informazioni relative agli alimenti non forniscono alimenti di cui *conoscono o presumono, in base alle informazioni in loro possesso in qualità di professionisti, la non conformità* alla normativa in materia di informazioni sugli alimenti applicabile e ai requisiti delle pertinenti disposizioni nazionali".

In effetti deve dirsi che la nuova disposizione chiarisce bene che il distributore è un *professionista* e in tale qualità ha l'obbligo di detenere determinate informazioni sui prodotti che commercializza (e verrebbe fatto di aggiungere che quanto maggiore è la dimensione del professionista/distributore tanto più adeguato dovrebbe essere il livello qualitativo delle informazioni detenute). Del resto si è già osservato come ogni operatore professionale, in forza della direttiva 2005/29 debba possedere il *normale grado di specifica competenza ed attenzione che ragionevolmente i consumatori attendono da un professionista nei loro confronti rispetto ai principi generali di correttezza e buona fede nel settore di attività del professionista stesso*.

Ne consegue che tutti i distributori attivi nel territorio dell'Unione europea, sarebbero, tenuti, se la *Posizione* del Consiglio della U.E. fosse approvata, a procedere, in forme più stringenti rispetto al passato, a un vero e proprio scrutinio della conformità delle indicazioni che a vario titolo appaiono sulle confezioni commercializzate negli spazi da essi controllati; in tale esame, ovviamente, sarebbero comprese le indicazioni sull'origine e la provenienza, dato che le indicazioni stesse rientrano tra le caratteristiche dei prodotti alimentari sulle quali "in particolare" i consumatori non devono essere indotti in errore.

Insomma se, nell'eventuale nuovo quadro normativo, al distributore fosse nota la non conformità di un'indicazione (ad esempio si dice o si fa intendere che il prodotto è italiano mentre è di un'altra origine), egli non dovrebbe fornire l'alimento; e alla stessa conclusione dovrebbe pervenire anche sulla base di una mera presunzione. In altri termini il distributore dovrebbe avere la ragionevole – e comunque non meno che "professionale" nel senso sopra precisato – certezza che sulle confezioni dei prodotti alimentari siano riportate solo indicazioni – volontarie o obbligatorie – corrette.

È comunque interessante osservare che già oggi il reg. Ce 178/2002, all'art. 17 chiarisce che "spetta agli operatori del settore alimentare e dei mangimi *garantire* che nelle imprese da essi controllate gli alimenti o i mangimi soddisfino le disposizioni della legislazione alimentare ine-

renti alle loro attività in tutte le fasi della produzione, della trasformazione *e della distribuzione e verificare* che tali disposizioni siano soddisfatte”. Insomma qualsiasi operatore, ovunque collocato nella filiera (e dunque anche nella fase distributiva) già oggi dovrebbe garantire che gli alimenti che commercializza rispettino le disposizioni ad essi applicabili, comprese quelle relative all’etichettatura. E accanto alla garanzia, è già obbligatoria anche la *verifica* su tale conformità, senza la quale, del resto, sarebbe inconsistente la garanzia. In un regolamento tanto importante come si è detto essere il reg. Ce 178/2002, peraltro, vi sono anche altre rilevanti disposizioni (si pensi all’art. 8 sulla tutela degli interessi dei consumatori) fortemente orientate nel senso su indicato.

Eppure, come è stato osservato, e come emerge dalla rilevazione dell’Ismea, non è stato sufficiente nemmeno il reg. Ce 178/2002, per incidere sull’operatività del controllo ufficiale e sulle prassi in essere nel mondo della distribuzione alimentare né a tanto è riuscita la stessa direttiva 2005/29 sulle pratiche commerciali sleali tra professionisti e consumatori.

Forse il reg. Ce 178/2002 è stato in concreto percepito essenzialmente come un regolamento sulla sicurezza alimentare e forse la direttiva 2005/29 è stata vista come una normativa “generalista” la cui “orizzontalità” non ha inciso su alcune peculiarità del settore alimentare. Sta di fatto che la *Posizione* del Consiglio della U.E. sul regolamento relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori intende, se così può dirsi, “prendere di petto” la questione specifica della trasparenza del comparto, operando su vari piani. Basti dire che si prevede, ad esempio, che le indicazioni obbligatorie di etichettatura debbano essere stampate sulle confezioni con caratteri non inferiori a una certa dimensione minima. Quindi, oltre a prescrivere che le informazioni obbligatorie sui prodotti alimentari dovranno essere *apposte in un punto evidente in modo da essere facilmente visibili, chiaramente leggibili ed eventualmente indelebili e che nessun’altra indicazione o immagine o nessun altro elemento suscettibile di interferire deve nascondere, oscurare o separare tali informazioni o distogliere da esse l’attenzione*, si aggiunge che *le informazioni volontarie sugli alimenti non possono occupare lo spazio disponibile per le informazioni obbligatorie sugli alimenti*. È questa una disposizione che certo dovrà essere oggetto di approfondimenti; tuttavia essa viene illustrata in un “considerando” quanto mai esplicito in cui si legge che *l’esperienza dimostra che spesso i dati forniti volontariamente sugli alimenti nuocciono alla chiarezza delle informazioni che devono essere fornite obbligatoriamente. È quindi opportuno stabilire criteri che aiutino gli operatori del settore alimentare e le autorità incaricate di far applicare la legislazione a trovare un equilibrio tra informazioni obbligatorie e informazioni facoltative sugli alimenti*.

Tra le indicazioni volontarie, ovviamente possono rientrare anche le indicazioni relative all’origine e alla provenienza allorché le stesse, evidentemente, non sono considerate obbligatorie perché la loro eventuale omissione non induce in errore i consumatori. In sostanza, dato che alcune indicazioni (denominazione del prodotto, quantità netta, scadenza o termine minimo di conservazione, titolo alcolometrico per alcune bevande) già debbono apparire nello stesso campo visivo, si deve ritenere che la nuova disposizione tenda a realizzare un quadro di grande chiarezza in cui il consumatore possa agevolmente distinguere le indicazioni che debbono essergli obbligatoriamente fornite da quelle che invece gli vengono proposte su base volontaria. E non si può negare che ciò potrebbe incidere sensibilmente sulle prassi di comunicazione dell’origine e della provenienza dei prodotti rilevate nello studio dell’Ismea.

Dopo aver brevemente considerato gli aspetti della disciplina contenuta nella *Posizione* del Consiglio della U.E. sul regolamento sulla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumato-

ri che più potrebbero incidere, nei Paesi comunitari, sui modelli operativi del controllo ufficiale e sulle concrete prassi della distribuzione con particolare riferimento alle problematiche relative alle indicazioni riferite all'origine e alla provenienza dei prodotti alimentari, ci si deve ora chiedere se un'eventuale approvazione della proposta stessa potrebbe determinare un sostanziale superamento delle problematiche emerse dalla rilevazione dell'Ismea.

È chiaro che in effetti alcuni aspetti critici, e comunque controversi legati a indicazioni di origine o di provenienza potrebbero essere più efficacemente oggetto di interventi del controllo ufficiale non foss'altro perché è previsto l'obbligo dell'indicazione del paese d'origine o del luogo di provenienza non solo, come si è visto, nel caso in cui l'omissione di questa indicazione sia suscettibile di indurre in errore il consumatore ma anche, in particolare, nel caso in cui le informazioni che accompagnano il prodotto alimentare o contenute nell'etichetta *nel loro insieme* potrebbero far pensare che l'alimento ha un differente paese d'origine o luogo di provenienza rispetto a quelle fornite con le suddette informazioni.

La disposizione è certo più dettagliata di quella, decisamente più scarna, che sulla stessa materia è dettata nella direttiva 2000/13; inoltre la nuova disposizione potrebbe fruire di alcuni ulteriori supporti della trasparenza della comunicazione forniti sia dalla previsione di dimensioni minime delle indicazioni obbligatorie (e l'origine e la provenienza possono essere tali) sia dall'obbligo di non occupare gli spazi riservati alle indicazioni obbligatorie con le indicazioni volontarie.

È innegabile pertanto che il controllo ufficiale nei Paesi comunitari disporrà, una volta in applicazione il nuovo regolamento sulla fornitura di informazioni sugli alimenti per i consumatori, di un nuovo importante strumento che è auspicabile possa rivelarsi più efficace delle altre pur importantissime normative che lo hanno preceduto e di cui si è parlato.

Tuttavia il vero banco di prova della nuova disciplina sull'etichettatura potrebbe ancora una volta essere il concreto atteggiamento della distribuzione perché è a questo livello che i prodotti vengono proposti ai consumatori.

Sopra si sono ricordati i tentativi, operati da varie disposizioni, tutte di grande rilevanza, per delineare un quadro definito di obblighi dei distributori sul piano della garanzia e della verifica della conformità dei prodotti alimentari, anche per ciò che concerne l'etichettatura. Come si è detto tali tentativi non sono riusciti a conseguire una visibile modifica delle prassi operative della distribuzione tanto che, a tal fine, la *Posizione* del Consiglio della U.E. ne opera uno ulteriore e piuttosto deciso.

Tuttavia il riferimento alle "informazioni in loro possesso" e la conseguente limitazione della responsabilità dei distributori correlata alle informazioni stesse, ancorché seguito dalla precisazione "in qualità di professionisti", potrebbe essere utilizzato dalla distribuzione se non per un'elusione quanto meno per una certa attenuazione, nelle concrete prassi, delle responsabilità che la normativa intende attribuirle e per una sostanziale continuità operativa delle prassi stesse. È successo con il reg. Ce 178/2002, con la direttiva 2005/29 potrebbe succedere anche con il nuovo regolamento sulla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, anche se – si ripete –alcune novità introdotte dallo stesso sarebbero innegabilmente rilevanti con particolare riferimento alle indicazioni dell'origine e della provenienza dei prodotti alimentari.

Allo stato è difficile chiedere, in materia di responsabilità del distributore, più di quanto prevede la *Posizione* del Consiglio della U.E. nel progetto di fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori; del resto le disposizioni da essa previste sanciscono il superamento di un certo tipo di approccio alla materia, giustificato semmai all'epoca della legge italiana 283/1962 (in

particolare se ne consideri l'art. 19), allorché, in generale, il distributore era soggetto più debole e comunque di minore dimensione rispetto alla generalità dei suoi fornitori. Oggi le cose stanno diversamente ed è ben noto che gran parte dei prodotti alimentari nel mercato comunitario viene commercializzata dalle catene della grande distribuzione, le quali normalmente non si trovano certo in una posizione di debolezza, anche sul piano della disponibilità di informazioni sui singoli prodotti, nei confronti dei loro fornitori.

Riflessioni di questo genere, volendo fornire una risposta alla domanda posta all'inizio di questo capitolo, inducono a ritenere che un "sistema" del "made in Italy" alimentare basato su un codice di condotta, potrebbe svolgere una funzione molto importante anche nel futuro quadro normativo quale potrebbe scaturire dall'applicazione del nuovo regolamento sulla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori.

Le esperienze del recente passato paiono suggerire che, soprattutto in certe aree (e il "made in Italy" alimentare potrebbe essere una di quelle) anche la disposizione meglio formulata tecnicamente richiede, per una effettiva concreta applicazione, strumenti ulteriori in grado di affiancarsi a quelli propri del controllo ufficiale.

In tale prospettiva, un "sistema" del "made in Italy" basato su un codice di condotta potrebbe assicurare, in un contesto volto per sua natura a garantire la correttezza della competizione concorrenziale, un serio supporto per un completo sviluppo delle innegabili potenzialità innovative che caratterizzerebbero l'assetto normativo che presto potrebbe delinarsi per l'etichettatura dei prodotti alimentari.

Quando si è brevemente descritto il "sistema" del "made in Italy" alimentare, si è detto, tra l'altro, che il codice di condotta, dovrebbe anche fornire, sul presupposto di una riconosciuta competenza, una ricca esemplificazione pratica proponendo soluzioni su controverse questioni di etichettatura, pubblicità e presentazione dei prodotti. Si è aggiunto che il "sistema", anche alla luce della funzione di monitoraggio della concorrenza di cui si è detto, dovrebbe costantemente confrontarsi con il controllo ufficiale. Quest'ultimo, nell'esperienza finora acquisita, ha dimostrato di non disporre sempre di riferimenti operativi, a un tempo mirati, suscettibili di snella applicazione e soprattutto basati su una istruttoria forte di un approccio professionale in grado di garantire un elevato livello di specifico rigore, atto ad entrare nelle complesse e sovente minute "pieghe" della realtà della commercializzazione dei singoli prodotti alimentari.

Si pensi poi alla necessità di individuare, in considerazione delle disposizioni che potrebbero essere approvate in relazione alla determinazione dell'origine, il novero delle lavorazioni e trasformazioni sostanziali ritenute idonee a conferire a un prodotto il "carattere originario"; ciò non foss'altro perché, almeno nel testo della *Posizione* del Consiglio della U.E. sul regolamento sulla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, manca un esplicito riferimento all'art. 38 del reg. Cee 2454/93 (recante disposizioni di applicazione del reg. Cee 2913/92), in forza del quale talune lavorazioni sono comunque considerate non idonee a conferire il suddetto "carattere originario". È questa una materia di grande rilevanza che parrebbe decisamente appropriato disciplinare con uno strumento quale un codice di condotta del tipo di quello proposto in queste note.

In conclusione si potrebbe dire che, in riferimento alle problematiche relative al "made in Italy" alimentare, per cambiare quanto, nelle prassi della commercializzazione nei Paesi comunitari, merita di essere cambiato oltre a una buona normativa e a un buon controllo ufficiale potrebbe essere interessante valutare l'implementazione di un sistema che, come quello descritto nel cap. 2, favorisca, per così dire, una costante assimilazione dei principi della prima nella pratica operativa del secondo. Al riguardo, parafrasando un "considerando" della *Posizione* del Consi-

glio della U.E già sopra riportato, si potrebbe dire che con il codice di condotta sarebbe *opportuno stabilire criteri che aiutino gli operatori del settore alimentare e le autorità incaricate di far applicare la legislazione a trovare un equilibrio* in grado di conciliare le esigenze di “comunicazione” degli operatori sui loro prodotti con quelle della lealtà della concorrenza e della tutela degli interessi dei consumatori nel quadro di una gestione che assicuri la disponibilità dei necessari “saperi” settoriali.



**PIANO STRATEGICO DELLO SVILUPPO RURALE
L'AGRICOLTURA A BENEFICIO DI TUTTI**

RETE RURALE NAZIONALE 2007-2013
Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali

Dipartimento delle politiche competitive del mondo rurale e della qualità
Direzione generale della competitività per lo sviluppo rurale

Via XX Settembre, 20 - 00187 Roma

reterurale@politicheagricole.gov.it
www.reterurale.it



Pubblicazione realizzata con il contributo FEASR (Fondo europeo per l'agricoltura e lo sviluppo rurale)
nell'ambito delle attività previste dal programma Rete Rurale Nazionale 2007-2013 - www.reterurale.it