

Indice Sommario *

pag.

INTRODUZIONE

Il sapere come diritto-dovere nella società del rischio.

Le ragioni di uno studio incentrato sull'informazione alimentare 1

CAPITOLO 1

L'Italia e l'Unione europea: la materia dell'agroalimentare

1. Il rapporto tra l'Unione europea e gli Stati membri: il principio di primazia del diritto dell'Unione 7
2. Le competenze esclusive e quelle non-esclusive dell'Unione 10
3. La competenza dell'Unione europea nelle materie dell'agricoltura e dell'alimentazione 12
4. La disciplina della produzione agricola con il fine dell'alimentazione umana 15
5. La "formazione" delle norme regolatrici del mercato alimentare 18
6. Le ragioni dell'utilizzo delle definizioni normative e del metodo che tende a ricavare dal testo il significato delle norme 23

CAPITOLO 2

Il mercato dei prodotti agroalimentari

1. Il mercato dei prodotti alimentari 25
2. La definizione di alimento 28
3. Le denominazioni merceologiche degli alimenti 31
4. Le premesse per intendere la regola del mutuo riconoscimento 32
5. Il principio del mutuo riconoscimento 33
6. Le reazioni ad un'incontrollata applicazione del sistema introdotto con la sentenza Cassis de Dijon 37

* L'impianto del presente volume è il frutto del pensiero dei tre co-autori. Il testo è, invece, la riscrittura (con i necessari aggiornamenti e le opportune innovazioni) di precedenti (comuni o distinti) saggi degli autori.

CAPITOLO 3

La sicurezza alimentare

1. La sicurezza alimentare	41
2. Il principio di precauzione	45
3. La responsabilità per danni da prodotti alimentari difettosi	50
4. Le prescrizioni igienico-sanitarie	58
5. Prodotti agricoli tradizionali e deroghe igienico-sanitarie	62

CAPITOLO 4

L'informazione alimentare

1. L'informazione del consumatore di alimenti nel più ampio quadro della tutela dei consumatori	65
2. L'informazione di specifici elementi da esporre nell'etichetta degli alimenti: il neo-formalismo contrattuale	67
3. L'informazione degli elementi fondamentali del rapporto di scambio nel mercato dei prodotti alimentari	69
4. Il diritto ad essere informato come diritto fondamentale e la conoscenza (dovuta all'accesso all'informazione) come bene comune	72
5. Il Reg. 1169/2011 sull'informazione alimentare	75

CAPITOLO 5

L'etichetta

1. L'etichetta dei prodotti alimentari	79
2. Le regole tecniche e la regola dello <i>stand-still</i>	81
3. Le modalità di redazione dell'etichetta	83
4. Le indicazioni vietate	84
5. Le indicazioni obbligatorie: le regole generali	84
6. Le "altre" indicazioni in etichetta, ovvero sia le indicazioni volontarie: rinvio	89

CAPITOLO 6

Le altre informazioni obbligatorie secondo il diritto comunitario

1. Le indicazioni nutrizionali e gli integratori alimentari	91
2. La segnalazione degli allergeni negli alimenti	96
3. La segnalazione degli alimenti trattati con radiazioni ionizzanti	101
4. La segnalazione degli alimenti realizzati con tecniche di ingegneria genetica, ovvero sia la segnalazione della presenza degli ogm	102

CAPITOLO 7

Le altre informazioni obbligatorie nel diritto nazionale

1. Le indicazioni nazionali obbligatorie complementari	113
2. L'indicazione nazionale obbligatoria del luogo d'origine o di provenienza	115
3. L'indicazione "made in Italy": l'evoluzione della legislazione penale sulle indicazioni false e fallaci	117
4. Il segno "Italia" nella legislazione italiana	122

CAPITOLO 8

Le informazioni volontarie

1. Le indicazioni volontarie di qualità	127
2. Le indicazioni volontarie di qualità espresse con segni disciplinati dal diritto comunitario	129
3. Le indicazioni volontarie di qualità espresse con termini definiti da regole comunitarie	130
4. Le indicazioni volontarie di rilievo religioso o di rilievo etico	133
5. Le indicazioni volontarie relative al territorio di produzione: le indicazioni geografiche semplici (rinvio)	134
6. Le indicazioni volontarie certificate	136

CAPITOLO 9

Le altre informazioni volontarie

1. Le denominazioni di origine protette e le indicazioni geografiche protette	139
2. Le indicazioni geografiche semplici: il problema dell'origine dei prodotti alimentari	150
3. I marchi collettivi geografici di enti pubblici territoriali: Regioni, Comuni, Parchi	155
4. L'informazione della specialità tradizionale degli alimenti	163

CAPITOLO 10

L'informazione della produzione biologica

1. Il termine "biologico" nella produzione agricola	167
2. Le ragioni dell'intervento comunitario nella disciplina della produzione biologica	168
3. La disciplina giuridica della produzione alimentare biologica: il Reg. 2018/848	170

CAPITOLO 11

Il “controllo” sui prodotti agroalimentari di qualità

- | | |
|--|-----|
| 1. Il diritto comunitario | 175 |
| 2. Il diritto nazionale: l'esercizio privato di pubbliche funzioni | 180 |

CAPITOLO 12

La “natura” delle indicazioni in etichetta

- | | |
|--|-----|
| 1. Le indicazioni alimentari in etichetta: la loro natura di clausole contrattuali | 187 |
| 2. Le conseguenze delle omesse o false indicazioni obbligatorie e delle false indicazioni volontarie: diritto civile | 188 |
| 3. Le false indicazioni geografiche in etichetta: diritto penale | 194 |

CAPITOLO 13

Il commercio dei prodotti alimentari

- | | |
|---|-----|
| 1. Individuazione delle controparti contrattuali nel mercato agro-alimentare | 195 |
| 2. Vendita diretta da parte dell'agricoltore | 195 |
| 3. Vendita ad opera delle organizzazioni di produttori | 196 |
| 4. I contratti agro-industriali e il d.lgs. 27 maggio 2005, n. 102 | 198 |
| 5. I soggetti della “grande distribuzione” | 200 |
| 6. La cessione dei prodotti agroalimentari e l'art. 62 del d.l. 24 gennaio 2012, n. 1 | 200 |
| 7. Le pratiche commerciali sleali nelle relazioni contrattuali tra le imprese agro-alimentari e tra imprese e consumatori | 202 |

CAPITOLO 14

La rintracciabilità degli alimenti

- | | |
|---|-----|
| 1. L'art. 18 del Reg. 178/2002 sulla sicurezza alimentare | 209 |
| 2. Le etichette di prodotti agricoli che possono consentire la lettura della rintracciabilità | 210 |
| 3. La rintracciabilità degli alimenti “composti” | 211 |

CAPITOLO 15

La pubblicità alimentare

- | | |
|---|-----|
| 1. La pubblicità e la direttiva 2006/114 sulla pubblicità ingannevole e comparativa | 213 |
|---|-----|

pag.

- | | |
|--|-----|
| 2. La disciplina della pubblicità degli alimenti | 217 |
| 3. La disciplina della pubblicità comparativa con specifico riguardo agli alimenti | 220 |

CAPITOLO 16

Le regole del mercato internazionale degli alimenti

- | | |
|--|-----|
| 1. Gli alimenti come merci nel mercato mondiale | 223 |
| 2. L'Accordo agricolo nella WTO | 227 |
| 3. L'Accordo sulle misure sanitarie e fitosanitarie (SPS) | 230 |
| 4. Le regole tecniche e l'Accordo sugli ostacoli tecnici agli scambi (TBT) | 233 |
| 5. L'Accordo sugli aspetti dei diritti di proprietà intellettuale attinenti al commercio (TRIPs) | 235 |

CAPITOLO 17

Considerazioni conclusive sul "diritto agroalimentare"

- | | |
|---|-----|
| 1. Dalla legislazione alimentare al diritto alimentare | 241 |
| 2. Elementi occorrenti per la perimetrazione di un autonomo sistema giuridico, con particolare riguardo al diritto alimentare | 243 |
| 3. Sul diritto alimentare come sistema giuridico autonomo | 247 |
| 4. Sul diritto agro-alimentare come sistema giuridico autonomo | 251 |