

Insegnamento di Diritto Agroalimentare

Corso di studi in Scienze e Culture Gastronomiche per la Sostenibilità

A.A. 2022-2023

La food labelling

a cura del dott. Fabrizio Cesareo



Tecniche di marketing ed evoluzione storica

- Dopo la direttiva 84/450 del 10 settembre 1984 sulla pubblicità ingannevole più volte modificata e ora codificata nella direttiva 2006/114 del 12 dicembre 2006, l'Unione europea ha dettato anche la direttiva sulla pubblicità comparativa 97/55 del 6 ottobre 1997, confermata, nei punti fondamentali, dal Reg. n. 1924/2006 del 20 dicembre 2006 di disciplina delle cd. indicazioni nutrizionali comparative. La caratteristica di tale normativa, che consente di poter comparare, nei messaggi, il proprio prodotto con l'altrui identificato in modo esplicito o implicito, è di indicare in modo positivo le condizioni alle quali la comparazione pubblicitaria è lecita.
- La pubblicità, che comunque deve essere trasparente e non ingannevole, confusoria o decettiva, non può dunque operare comparazioni che tra alimenti del medesimo comparto agronomico e dello stesso genere merceologico, perché solo così è data al consumatore una reale possibilità di scelta, individuando l'un prodotto come preferibile all'altro, in base alle proprie esigenze.

Segue. La pubblicità

- Il sistema relativo agli alimenti era stato descritto dalla direttiva 2000/13 del 20 marzo 2000, rivolta in modo specifico alla disciplina dell'etichettatura, della presentazione e della pubblicità dei prodotti alimentari. Il Reg. 1169/2011 del 25 ottobre 2011, con l'aumento dei dati a disposizione dei consumatori e con il trasferimento di informazioni dal campo della volontarietà a quello dell'obbligo, ha abrogato la direttiva 2000/13 e ha migliorato l'informazione alimentare, mentre ha prescritto che tanto l'etichettatura, quanto la presentazione e la pubblicità non siano ingannevoli.
- L'alimento si presta a soddisfare bisogni differenti, da quelli nutritivi a quelli relativi al gusto, al posizionamento sociale, culturale, religioso, ecc., di modo che diverse possono essere le strade che può percorrere l'inganno. Ed è per queste possibilità che la libertà di informazione riconosciuta ai produttori è limitata dall'art. 16 del Reg. n. 178/2002 sulla sicurezza alimentare che indica, tra i requisiti principali di tale legislazione, quello della correttezza delle comunicazioni commerciali sui prodotti che sono cibo per gli uomini.


Segue. Le informazioni sugli alimenti

L'art. 7, par. 1, del detto Reg. n. 1169/2011 stabilisce che le informazioni sugli alimenti:

- non devono indurre in errore specialmente per quanto riguarda le caratteristiche dell'alimento e la natura, l'identità, le proprietà e la composizione di esso;
- non devono attribuire al prodotto alimentare effetti o proprietà che non possiede;
- non devono suggerire che l'alimento ha caratteristiche specifiche, quando in realtà tutti gli alimenti analoghi possiedono le stesse caratteristiche, in particolare mediante l'evidenziazione esplicita della presenza o dell'assenza di determinati ingredienti e/o di sostanze nutritive;
- non devono suggerire, tramite l'aspetto, la descrizione o le illustrazioni, la presenza di un particolare alimento o di un ingrediente, mentre di fatto un componente naturalmente presente o un ingrediente normalmente utilizzato in tale alimento è stato sostituito con un diverso componente o un diverso ingrediente.



L'etichettatura

- L'etichetta fornisce notizie puntuali in ordine ai dati che permettono al consumatore una scelta razionale e che gli consentono di comparare gli oggetti anche in ordine alla loro qualità e al prezzo. Ma con riguardo ai prodotti alimentari, l'etichetta assolve all'ulteriore finalità di dare trasparenza ad un mercato speciale fornendogli di sicurezza, soprattutto quando i vocaboli adoperati sono stati definiti dal legislatore.
 - Ogni legislatore nazionale potrebbe decidere quali siano le informazioni che vuole che vengano riportate sull'etichetta, con lo scopo precipuo di dare alla propria popolazione notizie sui dati importanti al fine della sicurezza del alimenti da ingerire e, quindi, della sua salute.
 - L'etichetta si incorpora con il prodotto e circola con il bene e diventa essa stessa bene, con la conseguenza che la circolazione di prodotti etichettati finisce con l'incidere sulle regole di mercato, la cui uniformazione nell'ordinamento comunitario, che è scopo fondamentale dei Trattati europei, si ottiene attraverso il ravvicinamento delle legislazioni nazionali perseguito in via esclusiva dall'Unione europea.
- 

Segue. Lo *stand still*

- L'etichetta finisce con l'acquisire la qualificazione di regola tecnica che potrebbe incidere sulla concorrenza e che potrebbe costituire una barriera non tariffaria alla circolazione dei prodotti nel mercato intracomunitario. Lo Stato che intende indicare in etichetta modalità obbligatorie di progettazione, produzione, installazione, manutenzione, erogazione del bene o del servizio, ovvero le modalità obbligatorie di produzione e di commercializzazione degli alimenti, è tenuto a darne comunicazione alla Commissione ed attendere un tempo di attesa di 3/12 mesi detto *stand still*.

Segue. Il ruolo dei Regolamenti


Il Reg. n. 1169/2011, relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori:

- a) obbliga di usare, nell'etichetta, la lingua della regione in cui i prodotti vengono immessi sul mercato, e
- b) detta disposizioni in materia di etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari destinati al consumatore finale.

Il Reg. n. 178/2002 del 28 gennaio 2002 sulla sicurezza alimentare impone che nell'etichetta vengano esposte le informazioni sulla forma, aspetto, confezionamento e modalità di disposizione degli alimenti, e che le stesse siano esposte in modo che i consumatori non siano tratti in inganno.

Art. 9 (Elenco delle indicazioni obbligatorie) Reg. n. 1169/2011

In etichetta è obbligatorio riportare gli **elementi che danno luogo all'identità del prodotto alimentare**, cioè quelli che lo compongono (ingredienti, additivi, enzimi, aromi, coloranti, edulcoranti), nonché il **quantitativo netto**, il **titolo alcolometrico volumico effettivo per le bevande alcoliche**, le **istruzioni per l'uso**, le **condizioni particolari di conservazione e di utilizzazione**, il **nome del produttore** e il **luogo di provenienza** se la sua omissione è causa possibile di errore. E' ancora necessario riportare l'**eventuale presenza di integratori alimentari**, di **organismi geneticamente modificati**, di **sostanze allergeniche**, di **interventi ionizzanti**. E' richiesta l'**indicazione dei valori nutrizionali**. Infine, è necessario indicare la **data di scadenza del prodotto**, nonché, **per alcuni alimenti**, le **indicazioni che consentono la loro tracciabilità** e, ovviamente, il **prezzo**.



Segue. Art. 17 (Denominazione dell'alimento)

1. La denominazione dell'alimento è la sua denominazione legale. In mancanza di questa, la denominazione dell'alimento è la sua denominazione usuale; ove non esista o non sia utilizzata una denominazione usuale, è fornita una denominazione descrittiva.
2. È ammesso l'uso nello Stato membro di commercializzazione della denominazione dell'alimento sotto la quale il prodotto è legalmente fabbricato e commercializzato nello Stato di produzione. Tuttavia, quando l'applicazione delle altre disposizioni del presente regolamento, in particolare quelle di cui all'articolo 9, non consentirebbe ai consumatori dello Stato membro di commercializzazione di conoscere la natura reale dell'alimento e di distinguerlo dai prodotti con i quali potrebbero confonderlo, la denominazione del prodotto in questione è accompagnata da altre informazioni descrittive che appaiono in prossimità della denominazione dell'alimento.
3. In casi eccezionali, la denominazione dell'alimento nello Stato membro di produzione non è utilizzata nello Stato membro di commercializzazione quando il prodotto che essa designa nello Stato membro di produzione è talmente diverso, dal punto di vista della sua composizione o fabbricazione, dal prodotto conosciuto nello Stato membro di commercializzazione sotto tale denominazione che il paragrafo 2 non è sufficiente a garantire, nello Stato membro di commercializzazione, un'informazione corretta per i consumatori.
4. La denominazione dell'alimento non è sostituita con una denominazione protetta come proprietà intellettuale, marchio di fabbrica o denominazione di fantasia.
5. L'allegato VI stabilisce disposizioni specifiche sulla denominazione dell'alimento e sulle indicazioni che la accompagnano.

La questione identitaria e l'omissione delle indicazioni sull'utilizzazione sicura dell'alimento

L'identità del prodotto è data dalla sua denominazione merceologica. L'art. 2, d.lgs. 25 febbraio 2000 n. 68 stabilisce che la denominazione di vendita in Italia di un prodotto alimentare è la denominazione prevista per tale prodotto dalle disposizioni della Comunità europea ad esso applicabili, aggiungendo che in difetto di una disposizione europea vale la denominazione prevista dalle disposizioni legislative, regolamentari o amministrative dell'ordinamento.

Quanto alle indicazioni sull'utilizzazione sicura dell'alimento va detto che l'omissione rileva anche sotto il profilo della responsabilità oggettiva per danni da prodotto difettoso. Dunque, tra le circostanze di cui occorre tenere conto per valutare la sicurezza che il pubblico attende da un prodotto sono comprese le modalità di presentazione e le istruzioni e le avvertenze fornite.

Le informazioni vietate

In etichetta è vietato riportare indicazioni che possano indurre in errore il consumatore sulle caratteristiche dell'alimento. L'etichettatura non deve attribuire al prodotto effetti o proprietà che non possiede; non deve suggerire che il prodotto abbia proprietà particolari quando tutti i prodotti analoghi le possiedono; e non deve attribuire al prodotto la proprietà di prevenire, trattare o guarire malattie.

Si pensi al cd. *greenwashing* tra concorrenza sleale (ai sensi dell'art. 2598 c.c.) e diritto del consumatore all'acquisto consapevole (si v. [l'ordinanza cautelare del 26 novembre 2021 del tribunale di Gorizia](#)).



Art. 36 (Requisiti applicabili) Reg. n. 1169/2011 Le informazioni volontarie

- Il produttore dell'alimento può arricchire l'etichetta di tutta una serie di menzioni, di messaggi, di diciture aggiuntive che gli consentono di captare la benevolenza del consumatore al fine di vincere la gara sul mercato: sono le informazioni volontarie.
- Le indicazioni di qualità fanno parte di quelle indicazioni volontarie che ogni produttore ha piena libertà di comunicare al consumatore purché siano veridiche e non siano decettive. Esse sono le dop e le igp, le attestazioni di biologicità e di specificità, le indicazioni geografiche semplici.
- Possono essere riportati in etichetta messaggi di ordine etico, salutistico o ambientale, alcuni regolamentati (ad esempio i *claims gluten free* di cui al Reg. 828/2014) e altri assoggettati alle sole pratiche leali di informazione (si v. la slide precedente). Egualmente possono essere riportate in etichetta informazioni che rispondono ad esigenze religiose di determinate categorie di consumatori (ad esempio la specie di carne e le modalità di macellazione degli animali utilizzati al fine di «conquistare» i clienti di religione musulmana).

► Clausole contrattuali ed economia del contratto

Le informazioni in etichetta rappresentano il più immediato contenuto della proposta negoziale che, proprio con riguardo ai dati indicati nell'etichetta, viene accettata dal consumatore. Se, invece, si guarda il momento in cui siffatte informazioni sono state esposte nella pubblicità e nella presentazione e, quindi, si guarda all'etichetta nell'economia di mercato, esse rappresentano il contenuto di quell'offerta al pubblico in cui vengono esplicitati, ai sensi dell'art. 1336 c.c., gli estremi essenziali del contratto alla cui conclusione l'offerta è diretta.

Informazioni omesse o mendaci: strumenti civilistici

- Tenuto conto del fatto che vi sono specifiche disposizioni comunitarie che impongono l'incommerciabilità dei prodotti alimentari non conformi alle nuove regole di etichettatura, si potrebbe anche sostenere che l'incommerciabilità degli alimenti senza le prescritte informazioni determini la nullità del negozio per oggetto impossibile o, del tutto, illecito.
- I rimedi generali previsti dall'ordinamento sono l'invalidità del contratto e il risarcimento del danno. Quando le informazioni fanno riferimento ai dati **descrittivi** dell'oggetto, esse possono non costituire mere informazioni, bensì essere proprio quelle su cui le parti manifestano il loro consenso. In tal caso, tali informazioni rilevanti riguardano elementi essenziali del contratto (ai sensi dell'art. 1418, comma 2, c.c.). Invece, quando le informazioni rilevanti riguardano elementi che non sono essenziali del contratto la violazione può dar luogo ad annullabilità del contratto nel caso in cui il consenso sia viziato dall'informazione omessa o inesatta o falsa.