

DOTTRINA

ANTONIO JANNARELLI

LA TUTELA DEI PRODUTTORI AGRICOLI
NELLA FILIERA AGRO-ALIMENTARE
ALLA LUCE DELLA DIRETTIVA SULLE PRATICHE
COMMERCIALI SLEALI BUSINESS TO BUSINESS

ABSTRACT

Il saggio analizza criticamente la recente proposta di direttiva sulle pratiche commerciali sleali nei rapporti tra imprese sleali nella filiera agricola e alimentare. Prima di tutto, la mancata distinzione nella direttiva tra operatori agricoli e persone fisiche e giuridiche quali venditori di prodotti agricoli e agro-alimentari appare in contrasto con il richiamo all'art. 43 del TFUE come fondamento della direttiva. Inoltre, la previsione soltanto di specifiche ipotesi peraltro relative esclusivamente a situazioni di differenti fatturati annuali di fornitori ed acquirenti non offre una adeguata protezione a fronte della debolezza strutturale dei *farmers* che sono sempre *price takers*. Analoga considerazione critica può sollevarsi a proposito delle clausole contrattuali che sono vietate, a meno che non siano state precedentemente concordate in termini chiari ed univoci nell'accordo di fornitura o in un altro accordo successivo tra il fornitore e l'acquirente.

The essay analyzes critically the recent proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on unfair trading practices in business-to-business relationships in the agricultural and food supply chain. The lack of distinction in the proposal between agricultural producers and any natural or legal person who sells agricultural and food products appears to be in contrast with the reference to Article 43 of the Treaty on the Functioning of the European Union as the basis of the Directive. Furthermore, the provision of only specific hypotheses relating exclusively to situations of different annual turnover of suppliers and buyers does not provide adequate protection against the structural weakness of the farmers who are still price takers. A similar critical assessment can be made with regard to the contractual clauses which are prohibited, unless they have been previously agreed in clear and unambiguous terms in the supply agreement or in a subsequent agreement between the supplier and the buyer.

PAROLE CHIAVE: Filiera agricola e alimentare
Produttori agricoli e semplici fornitori di prodotti agricoli e agro-alimentari
Pratiche commerciali sleali.

*KEYWORDS: Agricultural and Food Chain
Agricultural Producers and Suppliers of Farm Products and Agri-Food Products
Unfair Commercial Practices.*

RICERCHE E DOCUMENTAZIONE

ALESSANDRA FORTI

EMISSIONI AGRICOLE CLIMA-ALTERANTI
E REGOLE DI MITIGAZIONE*

ABSTRACT

Considerato che anche l'agricoltura, come molte altre attività umane, contribuisce in misura significativa al riscaldamento delle temperature medie globali, lo studio si propone di mettere a fuoco le regole delle quali i principali organismi di diritto internazionale e l'UE si stanno servendo per cercare di contenere l'azione clima-alterante dell'agricoltura moderna al fine poi di verificare se vi sia davvero una volontà concreta di ridurre le emissioni inquinanti di origine agricola.

Considering that agriculture contributes significantly to the warming of global average temperatures, the study aims to focus on the rules that the main international law bodies and the EU are serving to contain the climatealtering action of modern agriculture in order then to verify if there is a real will to reduce polluting emissions of agricultural origin.

PAROLE CHIAVE: Attività agricola – Emissioni clima-alteranti – Mitigazione.

KEYWORDS: Agriculture – Global Warming – Mitigation Rules.

LORENZO BAIRATI

TUTELA DEL CONSUMATORE E VALORE DEL TERRITORIO
NELL'ETICHETTATURA DEI LATTICINI

ABSTRACT

Nel presente saggio si riflette sulle iniziative dei legislatori francese e italiano volte ad imporre l'indicazione obbligatoria in etichetta dell'origine del latte in una triplice chiave.

In primo luogo, viene svolta una riflessione sul rapporto fra queste, la disciplina europea in materia di etichettatura di origine ex reg. n. 1169/2011 e le prese di posizione, sul punto, del *Dispute Settlement Body* dell'Organizzazione Mondiale del Commercio. In secondo luogo, si analizza il tema della percezione del consumatore rispetto al nesso fra filiera del latte ed elemento territoriale in termini di qualità del prodotto e di consapevolezza delle scelte di acquisto. In terzo luogo, viene affrontato il tema del bilanciamento fra diritto del consumatore ad essere informato e libera circolazione delle merci, con particolare riferimento alla possibilità che il valore accordato dai consumatori a tale attributo giustifichi effettivamente un intervento integrativo dei legislatori statali sul punto.

Tale analisi si conclude con una critica circa l'interazione fra Commissione Europea e Stati membri in materia di indicazioni obbligatorie in etichetta, in relazione a quegli attributi, quale l'origine, cui la maggioranza dei consumatori attribuisce un valore significativo.

The present paper has devoted to French and Italian Decrees requiring Country of Origin labelling for plain milk and milk as an ingredient in dairy products.

Firstly, the relationship between those acts, the European Regulation 1169/2011 and the position of the Dispute Settlement Body of the World Trade Organization, has analyzed. Secondly, consumer perception pertaining to the link between value chain and territory in terms of quality and food labelling as a basis to make informed choices, has tackled. Thirdly, the balance between consumers' right to be informed and the free movement of goods, as well as possible initiatives by national legislatures in this sector has addressed, considering that the majority of consumers attach a significant value to certain information.

Conclusions has drawn on the interaction between the European Commission and EU Member States as related to mandatory particulars in food labelling, in relation to indications, such as origin, which appear to be consumers' prime concern.

PAROLE CHIAVE: Etichettatura Alimentare – Informazione del Consumatore
Paese di Origine – Informazioni Obbligatorie – Percezione.

*KEYWORDS: Food Labelling – Consumer Information – Country of Origin
Mandatory Particulars – Perception.*

DIDATTICA

PAOLO BORGHI

MONTAGNA, PAESAGGIO, *MARKETING* TERRITORIALE:
LE ESIGENZE DELL'ECONOMIA, GLI STRUMENTI DEL DIRITTO*

ABSTRACT

Il *marketing* territoriale coniuga aspetti fra loro complementari e inscindibili, quali la protezione e la promozione di valori estetici, di valori culturali e di valori economici del territorio, tutti inevitabilmente connessi con le problematiche inerenti la sua fruibilità. Fra i valori estetici, il primo è sicuramente il paesaggio, la cui tutela in Italia ha dignità costituzionale, e la cui promozione è anche largamente affidata a strumenti di carattere internazionale. Il tema è strettamente collegato a quello dell'ambiente e, fra i due aspetti, il *trait d'union* è spesso costituito dall'agricoltura. Non a caso, la tutela ambientale e quella del paesaggio sono compresenti e intrecciate negli strumenti della PAC fin dall'epoca della cosiddetta "Agenda 2000", passando per la condizionalità e il "greening", fino agli orientamenti della PAC 2021-2027.

Per quanto concerne la trasversalità fra valori economici, estetici e culturali, implicata dal concetto stesso di *marketing* territoriale, forse l'aspetto più significativo sta nel concetto giuridico di "Paesaggio culturale", oggi codificato nella Convenzione sulla Protezione del Patrimonio Mondiale, culturale e naturale (adottata dall'UNESCO nel 1972), il quale si è rivelato – accanto alle nozioni di "patrimonio culturale" e di "patrimonio naturale" – uno strumento molto interessante di valorizzazione di territori, specialmente montani.

In un tale contesto, è tutto il settore agroalimentare – in particolare con la tutela delle tipicità – a rivelarsi strategico per il *marketing* territoriale, in modo complementare alle strategie di mercato basate sul paesaggio: un aspetto ricco di strumenti giuridici, ma a rischio costante di entropia dovuta in minima parte al legislatore europeo, e in massima parte a quello italiano.

È, infine, possibile immaginare anche un percorso inverso (che dal valore ambientale, estetico e culturale di un territorio arriva ai suoi prodotti) rispetto a quello "classico" che promuove e fa apprezzare un territorio a partire dai suoi prodotti. In questa prospettiva, la creazione e la disciplina, ad opera della legislazione europea più recente, di un apposito segno distintivo "prodotto di montagna" è una opportunità importante, che il legislatore italiano ha però finora in parte sprecato.

* Relazione tenuta a Bologna, 5 aprile 2019, nell'ambito del convegno organizzato da Fondazione Fico dal titolo: "Il Bel Paesaggio. 1° Forum Internazionale del Paesaggio Rurale e del Marketing Territoriale".

The s.c. “territorial marketing” is a kind of bridging topic, joining several complementary and mutually strictly linked issues, such as the protection and the promotion of aesthetic, cultural and economic values (all of them inevitably connected with the problem of the territory’s accessibility). Among the aesthetic values, the first to be considered is, for sure, the landscape, whose protection in Italy is based on constitutional provisions, and whose promotion largely relies on international instruments. This topic is strictly related to the environment and, between the two, the link is often represented by agriculture. No coincidence that the environmental protection and the landscape protection coexist, and are intertwined, inside the CAP principles since the Agenda 2000, by way of conditionality and greening, until the future orientations of the 2021- 2027 common agricultural policy.

Considering that the “territorial marketing” is somewhat a transversal concept among economic, cultural and aesthetic values, one of the most significant aspects is perhaps the creation of the idea of “Cultural landscape”, which is currently codified in the UNESCO Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage, of 1972. Such a concept has revealed – beside the notions of “cultural heritage” and of “natural heritage” – a very useful means of enhancing territories, especially mountain areas. In this framework, the whole agro-food sector – in particular by protecting and promoting food typicality – appears as strategic for the territorial marketing, in a way that seems complementary to those market strategies which are based mainly on landscape and on its attractiveness: a sector rich in legal instruments, but also constantly exposed to the risk of entropy, due to a very small extent to the EU legislator, and to a very large extent to the Italian legislator.

Finally, it also seems possible to imagine a conceptual “reverse path”, starting from the environmental, aesthetic and cultural values of a territory, and arriving to (and falling on) food products. Right the opposite, compared to the “classical” path (namely, compared to promoting a territory, and to making people appreciate it, starting from its products). In this perspective, creating and regulating (by the recent EU legislation) a sort of trademark “mountain product” is a very important opportunity, which seems wasted so far by the Italian lawmakers.

PAROLE CHIAVE: Paesaggio – Territorio – Marketing – Marketing territoriale
Cultura – Alimenti – Diritto alimentare – Agricoltura – Montagna.

KEYWORDS: Landscape – Territory – Marketing – Territorial marketing
Culture – Food – Food law – Agriculture – Mountain areas.

OSSERVATORIO EUROPEO E INTERNAZIONALE

LAURA COSTANTINO

LA RICERCA DELL'EQUILIBRIO TRA SCIENZA E GOVERNANCE DELLA SICUREZZA ALIMENTARE

RIFLESSIONI SULLA PROPOSTA DI REGOLAMENTO RELATIVA ALLA TRASPARENZA
E ALLA SOSTENIBILITÀ DELL'ANALISI DEL RISCHIO NELLA FILIERA ALIMENTARE
(COM (2018) 179)

ABSTRACT

L'Autrice analizza la recente proposta di Regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alla trasparenza e alla sostenibilità dell'analisi del rischio nella filiera alimentare che segue la presentazione di una iniziativa da parte dei cittadini europei, basata sulla preoccupazione relativa a possibili effetti nocivi sulla salute e sull'ambiente derivanti dall'utilizzo del glifosato, principio attivo contenuto in diversi pesticidi utilizzati in agricoltura. La presente riflessione ruota intorno al rischio e alla sua esaustiva valutazione, passando attraverso l'analisi del principio di precauzione, le competenze dell'EFSA, la riservatezza delle informazioni tra segreto industriale e trasparenza per il cittadino.

The Author analyzes the recent proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on the transparency and sustainability of the Eu risk assessment in the food chain that follows the presentation of European Citizens' Initiative based on the concern about possible harmful effects on health and the environment deriving from the use of glyphosate, the active principle contained in various pesticides used in agriculture. The paper is focused on the risk and its comprehensive evaluation, passing through the analysis of the precautionary principle, the competences of EFSA, the relationship between access to information and commercial interests.

PAROLE CHIAVE: Sicurezza alimentare – Analisi del rischio – Glifosato
Principio di precauzione – Accesso alle informazioni – Segreto industriale.

*KEYWORDS: Food safety - Risk assessment – Glyphosate
Precautionary principle – Access to information – Commercial interests.*

MARIAVITTORIA ZACCARIA

LA NUOVA DIRETTIVA 2018/2001/UE
SULLA PROMOZIONE DELL'USO DELL'ENERGIA
DA FONTI RINNOVABILI: PRIME RIFLESSIONI

ABSTRACT

Il presente articolo analizza la recente direttiva 2018/2001/UE sulla promozione dell'uso dell'energia da fonti rinnovabili, che sostituirà la direttiva 2009/28/CE. La direttiva, pur inserendosi nel solco tracciato dalla precedente, introduce importanti novità ed amplia sensibilmente la disciplina in tema di energie rinnovabili finora fornita dall'Unione. Il contributo fornisce quindi una prima lettura delle principali innovazioni apportate dalla direttiva, inserendole nel più ampio contesto della politica energetica dell'Unione. Seguendo l'articolato della direttiva, si concentra sull'introduzione del nuovo target europeo unico per la quota di energia prodotta da fonti rinnovabili, sulla disciplina dei regimi di sostegno, delle procedure amministrative, sulle disposizioni relative al coinvolgimento dei consumatori nella promozione delle rinnovabili e, da ultimo, su quelle relative alla produzione e circolazione dei biocarburanti e bioliquidi nel mercato europeo. L'articolo conclude esprimendo alcune perplessità circa la futura implementazione della direttiva, specialmente con riferimento ai limitati poteri di controllo della Commissione e alla crescente libertà riservata agli Stati membri.

This paper assesses the recent Directive 2018/2001/Eu on the promotion of the use of energy from renewable sources, which will replace Directive 2009/28/EC. The Directive, although following the path traced by the previous one, introduces important innovations and significantly expands the discipline on renewable energies so far provided by the Union. The contribution, therefore, provides a first reading of the main innovations introduced by the Directive, placing them in the broader context of the Union's energy policy. Following the structure of the Directive, it focuses on the introduction of the new common European renewables target, on the regulation of support schemes and administrative procedures, on the provisions relating to involvement of consumers in the promotion of renewables and lastly, on those concerning the production and circulation of biofuels and bioliquids in the European market. The article concludes by expressing some doubts about the future implementation of the Directive, especially with reference to the limited powers of control of the Commission and to the growing discretion reserved to Member States.

PAROLE CHIAVE: Unione europea – Energie rinnovabili – Direttiva 2018/2001
Regolamento n. 2018/1999.

*KEYWORDS: European Union – Renewable Energy – Directive 2018/2001
Regulation 2018/1999.*

GIURISPRUDENZA

PIETRO CAVARZERAN

ASSOCIAZIONISMO DEI PRODUTTORI AGRICOLI E DIRITTO DELLA CONCORRENZA DELL'UNIONE EUROPEA

ABSTRACT

A fronte dell'inesorabile processo di liberalizzazione della PAC, l'unico concreto strumento a disposizione dei produttori agricoli per fronteggiare tanto le instabilità dei mercati agricoli europei quanto lo strapotere economico delle controparti operanti nella filiera alimentare, si individua nelle forme di associazionismo economico. Negli ultimi anni le associazioni dei produttori agricoli sono state poste al centro di un aspro dibattito di politica del diritto caratterizzato dalla contrapposizione tra Commissione e Parlamento europeo circa le modalità di applicazione del diritto della concorrenza europeo all'azione da queste esercitata sui mercati.

Alla luce della "storica" pronuncia indivia, dell'adozione del recente reg. n. 2393/2017 c. d. "omnibus" e delle proposte di regolamento in vista della PAC 2020, il presente contributo si propone di analizzare in ottica critica le dinamiche relative all'applicazione antitrust al settore primario europeo, con particolare riferimento agli elementi di contraddizione presenti nell'attuale contenuto normativo dei regolamenti PAC circa l'effettivo regime di eccezione concesso all'azione dei produttori agricoli e alle loro associazioni.

Over the past thirty years the CAP has been progressively liberalized and EU agricultural markets have been opened to global competition. In this context, agricultural producers have been left with only one really effective tool to answer the much stronger economic power of their commercial counterparts: associationism. In the last few years a harsh debate has risen between the Commission and EU Parliament regarding antitrust law application to the action put in place within the EU primary sector by producers associations.

In light of the already "historical" Endives judgement, of the adoption of Reg. 2393/2017 and of the regulation proposals for the forthcoming 2020 CAP, the objective of this contribution is to analyze the dynamics characterizing the application of the antitrust law to the EU agricultural sector. More specifically the aim is to highlight the contradictions within the current antitrust normative regarding the effective existence of the so called "agricultural exceptionalism" that should be granted to the action of agricultural producers and of their organizations.

PAROLE CHIAVE: Associazione economico – Integrazione orizzontale
Organizzazioni dei produttori agricoli – OP
Associazioni di organizzazioni dei produttori agricoli – AOP
Diritto della concorrenza – Sentenza indivia – Reg. “omnibus”
Eccezionalismo agricolo – PAC.

*KEYWORDS: Economic Associationism – Horizontal Integration
Producer Organizations – PO – Associations of Producer Organizations – APO Competition Law – Endives Judgement – “Omnibus” Regulation
Agricultural Exceptionalism – CAP.*

SENTENZE E MASSIME ANNOTATE

ABSTRACT

Questo commento alla sentenza Levola della Corte di giustizia dell’Unione europea mette in evidenza tre conseguenze della sentenza analizzata: 1) l’interpretazione della nozione di “opera” artistica o letteraria data dalla Corte consente di espandere il novero delle fattispecie giuridiche riconducibili al diritto d’autore, includendovi anche prodotti industriali, purché questi rappresentino l’espressione di un apporto autoriale esclusivo; 2) l’esclusione dei “sapori” alimentari dal novero dei contenuti del copyright, giustificata dalla Corte per via della irriducibilità di questo aspetto a formula matematica o descrizione oggettiva, crea numerosi problemi sia in termini relativi (difficoltà di riconoscere la differenza sostanziale fra l’opinamento di un sapore rispetto a quello relativo all’affinità di marchi o prodotti brevettati) sia assoluti (rilevanza attribuita alle prove organolettiche in altri settori normativi per finalità di classificazione merceologica o riconoscimento di speciali qualità, potenzialmente confliggente con la “regola” della certezza del diritto come interpretata dalla Corte con riferimento al caso di specie); 3) l’esclusione dei sapori dal novero degli elementi proteggibili con le privative industriali evidenzia la fragilità del settore alimentare, costretto per ragioni di merito a fare i conti con la scarsa “ingegnerizzazione” dei prodotti (tenuti al rispetto dei vincoli di sicurezza e trasparenza) e con una certa difficoltà di accesso alle tutele brevettuali e alla riservatezza del *know-how*. Ne consegue la necessità di ripensare la posizione assunta dalla Corte a partire dalla necessità di valorizzare meglio gli strumenti descrittivi dei sapori, onde garantire protezione alla ricerca nel campo organolettico anche sul piano formale e non solo attraverso lo strumento del contrasto alla concorrenza sleale, ritenuto più debole della valorizzazione derivante da veri e propri assetti aziendali quali i titoli di P.I..

This comment to the ECJ judgment “Levola” highlights three consequences of the case: 1) the interpretation of the notion of “literary or artistic work” given by the Court extends the area of copyright; according to the ECJ it can be applied also to industrial products, if they are the expression of the originality of the author; 2) food taste cannot be protected by copyright, because it cannot be described in an objective way; this statement of the Court arises problems with regard to the difference between the evaluation of a “taste” and the similarity of products / trademarks and the relevance of organoleptic tests provided by other food regulations; 3) the exclusion of “taste” from the ambit of patents and other ip rights underlines the weakness of the food sector in the sense that foodstuff cannot be an “engineered product” and that food regulations do not allow a lack of transparency in this specific production chain.

The author hopes that the Court will change its point of view, taking into a greater consideration the function of the organoleptic tests under other food regulations, and, as a consequence, their role in the ip rights protection. Otherwise food business operators will have no other options than the protection offered by unfair competition rules, regarded as weaker than IP rights.

PAROLE CHIAVE: Sapori – Brevetti – Copyright – Diritto d’autore – Alimenti
Nuovi alimenti – Proprietà industriale – Riservatezza – Brevetti
Prove organolettiche – Know-how.

KEYWORDS: Food Taste – Copyright – Literary or Artistic Work – IP Rights
Unfair Competition Rules.