

**Studio Legale Avv. Gaetano Forte\*,  
Claudia Rossi, Walter Vallavanti, Sabrina Tondato**

# **ETICHETTATURA, PRESENTAZIONE E PUBBLICITÀ DEI PRODOTTI ALIMENTARI**

**Legislazione, commenti e casi pratici**

\* contributi degli

Avv. Chiara Marinuzzi, Raffaella Flammia e Cristina La Corte



**EPC LIBRI**

# INDICE GENERALE

Premessa .....	13
----------------	----

## PARTE PRIMA

### CAPITOLO 1

#### **Rassegna normativa in materia di indicazioni obbligatorie di etichettatura degli alimenti**..... 17

1.1	Le regole generali comunitarie e nazionali di etichettatura degli alimenti .....	17
1.2	Lo scopo dell'etichettatura e la sua definizione .....	20
1.3	Le principali definizioni normative.....	21

### CAPITOLO 2

#### **Le indicazioni obbligatorie di etichettatura** ..... 23

2.1	La denominazione di vendita.....	23
2.1.1	<i>La gerarchia delle denominazioni di vendita</i> .....	23
2.1.2	<i>Denominazioni utilizzate in altri Stati membri</i> .....	24
2.1.3	<i>Nomi commerciali e marchi di fabbrica</i> .....	27
2.1.4	<i>Stato fisico del prodotto</i> .....	28
2.1.5	<i>Denominazioni di vendita nella lista ingredienti</i> .....	29
2.1.6	<i>Rischi &amp; Sanzioni</i> .....	30



2.2	Elenco degli ingredienti - Le regole per la corretta impostazione dell'ingredientistica di un alimento.....	32
2.2.1	<i>Cosa sono gli ingredienti</i> .....	32
2.2.2	<i>Gli allergeni</i> .....	34
2.2.3	<i>Le modalità di impostazione dell'ingredientistica</i> .....	36
2.2.4	<i>Miscugli ed ingredienti composti</i> .....	38
2.2.5	<i>Rischi &amp; Sanzioni</i> .....	39
2.3	Aromi e Additivi.....	40
2.3.1	<i>Aromi</i> .....	41
2.3.2	<i>Additivi</i> .....	43
2.3.3	<i>Quando gli ingredienti possono non essere indicati</i> .....	45
2.3.4	<i>Rischi &amp; Sanzioni</i> .....	46
2.3.5	<i>Sanzioni penali</i> .....	47
2.3.6	<i>Sanzioni amministrative</i> .....	50
2.4	L'ingrediente caratterizzante evidenziato: il c.d. QUID .....	51
2.4.1	<i>Quando il QUID è obbligatorio</i> .....	53
2.4.2	<i>Quando il QUID non è obbligatorio</i> .....	54
2.4.3	<i>Modalità di indicazione</i> .....	55
2.4.4	<i>Rischi e sanzioni</i> .....	55
2.5	La quantità netta e nominale .....	55
2.5.1	<i>Rischi &amp; sanzioni</i> .....	60
2.6	Il termine minimo di conservazione e la data di scadenza .....	63
2.6.1	<i>Rischi e sanzioni</i> .....	67
2.7	Il lotto .....	71
2.7.1	<i>Rischi &amp; Sanzioni</i> .....	72

2.8	Il titolo alcolometrico .....	73
2.8.1	<i>Rischi e sanzioni</i> .....	74
2.9	Modalità di indicazione del produttore, confezionatore e venditore.....	74
2.9.1	<i>Dati del produttore o del confezionatore o del venditore e sua sede</i> .....	75
2.9.2	<i>Sede dello stabilimento di produzione o confezionamento</i> .....	76
2.9.3	<i>L'utilizzo del marchio al posto della ragione sociale (art. 3 lett. e)</i> .....	77
2.9.4	<i>Rischi e sanzioni</i> .....	77
2.10	La ripartizione delle responsabilità tra produttore, confezionatore e venditore .....	78
2.11	Il procedimento di applicazione delle sanzioni di in materia di etichettatura .....	83
2.12	Altre - eventuali - indicazioni di etichettatura.....	85
2.12.1	<i>Il luogo di origine o provenienza</i> .....	85
2.12.2	<i>Bollo sanitario e marchiatura di identificazione</i> .....	87
2.12.3	<i>Indicazione metrologica "e" (preimballaggi CE)</i> .....	87
2.12.4	<i>Modalità di consumo e istruzioni per l'uso</i> .....	88
2.13	Modalità di indicazione delle diciture obbligatorie .....	89
2.13.1	<i>Informazioni nello stesso campo visivo</i> .....	89
2.13.2	<i>Visibilità, leggibilità, indelebilità, assenza di dissimulazione</i> .....	90
2.13.3	<i>L'etichettatura nelle fasi anteriori alla vendita</i> .....	91
2.14	Indicazioni dei prodotti venduti sfusi .....	92
2.15	Rischi e sanzioni .....	96
2.16	L'etichettatura dei prodotti non destinati al consumatore .....	99

## **CAPITOLO 3**

### **La pubblicità negli alimenti** ..... 101

- 3.1 Inquadramento normativo e finalità ..... 101
  - 3.1.1 *Artt. 20 ss del Codice del consumo (Decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206) che punisce le pratiche commerciali scorrette* ..... 102
  - 3.1.2 *L'art. 2 Codice di Autodisciplina della Comunicazione Pubblicitaria (CAP)* ..... 103
  - 3.1.3 *L'art. 2598 codice civile - concorrenza sleale* ..... 103
  - 3.1.4 *Frodi commerciali del codice penale* ..... 104
- 3.2 Nozione di pubblicità ..... 105
- 3.3 Induzione in errore e veridicità del messaggio ..... 107
- 3.4 Nozione di consumatore ..... 109
- 3.5 Le singole fattispecie di pubblicità ingannevole ..... 110
  - 3.5.1 *Divieto di induzione in errore* ..... 110
  - 3.5.2 *Il vanto di proprietà comuni* ..... 123
  - 3.5.3 *Vanto di azioni medicamentose* ..... 124
  - 3.5.4 *La pubblicità comparativa* ..... 125
  - 3.5.5 *Le sanzioni* ..... 131

## **CAPITOLO 4**

### **I claim nutrizionali e salutistici** ..... 133

- 4.1 Campo di applicazione ..... 133
- 4.2 Indicazioni nutrizionali ..... 134
- 4.3 Le indicazioni comparative ..... 139
- 4.4 Principi e condizioni generali per l'uso dei claim nutrizionali e salutistici ..... 145

**CAPITOLO 5****L'etichettatura nutrizionale, quando e come indicarla** ..... 151

5.1	Rischi & Sanzioni	162
-----	-------------------	-----

**PARTE SECONDA****CAPITOLO 6****I prodotti specificamente disciplinati a livello comunitario** ..... 167

6.1	Prodotti a base di cacao e cioccolato	167
6.1.1	<i>Denominazione di vendita</i>	167
6.1.2	<i>Ingredienti aggiuntivi</i>	170
6.1.3	<i>Calcolo delle percentuali</i>	172
6.1.4	<i>Zuccheri</i>	172
6.1.5	<i>Altre diciture obbligatorie</i>	172
6.1.6	<i>Uso dizione "cioccolato puro"</i>	173
6.2	Succhi di frutta, nettari di frutta	173
6.2.1	<i>Denominazioni di vendita</i>	173
6.2.2	<i>Sostanze permesse che si possono aggiungere</i>	177
6.2.3	<i>Materie prime</i>	178
6.2.4	<i>Succhi di frutta non destinati al consumatore finale</i>	180
6.2.5	<i>Quid</i>	180
6.2.6	<i>Esempi di denominazione</i>	181
6.3	Confetture e marmellate	181



6.3.1	<i>Indicazioni che accompagnano la denominazioni di vendita</i> .....	183
6.3.2	<i>Ingredienti e zuccheri</i> .....	184
6.3.3	<i>Ingredienti facoltativi</i> .....	184
6.4	<i>Miele</i> .....	186
6.4.1	<i>Indicazioni obbligatorie e facoltative</i> .....	190
6.4.2	<i>Esempi di indicazione in etichetta</i> .....	192
6.5	<i>Zucchero</i> .....	195
6.5.1	<i>Denominazioni di vendita</i> .....	198
6.5.2	<i>Ulteriori disposizioni</i> .....	198
6.5.2.1	<i>Gamme</i> .....	199
6.5.3	<i>Esempi di etichettatura</i> .....	199
6.6	<i>Acque minerali naturali</i> .....	202
6.6.1	<i>Definizione e caratteristiche</i> .....	202
6.6.2	<i>Denominazione di vendita</i> .....	203
6.6.3	<i>Altre indicazioni in etichetta</i> .....	203
6.7	<i>Bevande spiritose</i> .....	205
6.7.1	<i>Definizioni e caratteristiche</i> .....	206
6.7.2	<i>Classificazione delle bevande spiritose</i> .....	209
6.7.3	<i>Esempi e casi pratici</i> .....	231
6.8	<i>Ortofrutticoli freschi</i> .....	235
6.9	<i>Prodotti lattiero caseari</i> .....	245
6.9.1	<i>Latte</i> .....	245
6.9.2	<i>Formaggi</i> .....	251
6.9.3	<i>Formaggi freschi a pasta filata</i> .....	253
6.10	<i>Carne e prodotti di carne</i> .....	254



6.10.1	<i>Carni di pollame</i> .....	254
6.10.2	<i>Carni bovine</i> .....	259
6.10.3	<i>Denominazione di vendita "vitello" e "vitellone"</i> .....	263
6.10.4	<i>Prodotti a base di carne</i> .....	267
6.10.5	<i>Carni macinate, preparazioni di carne e carni separate meccanicamente (CSM)</i> .....	268
6.11	<i>Uova e ovoprodotti</i> .....	270
6.11.1	<i>Caratteristiche di qualità delle uova</i> .....	271
6.11.2	<i>Classificazione delle uova della categoria A in base al peso.</i>	272
6.11.3	<i>Diciture obbligatorie</i> .....	272
6.11.4	<i>Diciture facoltative</i> .....	273
6.11.5	<i>Informazioni figuranti sugli imballaggi di trasporto</i> .....	275
6.11.6	<i>Stampigliatura delle uova per la consegna transfrontaliera</i> .....	275
6.11.7	<i>Codice del produttore</i> .....	275
6.11.8	<i>Stampigliatura delle uova consegnate direttamente all'industria alimentare</i> .....	276
6.11.9	<i>Stampigliatura degli imballaggi</i> .....	276
6.11.10	<i>Indicazione della data di durata minima</i> .....	277
6.11.11	<i>Imballaggi contrassegnati con la dicitura "Extra"</i> .....	277
6.11.12	<i>Informazioni da far figurare in caso di vendita di uova sfuse</i> .....	277
6.11.13	<i>Uova industriali</i> .....	277
6.11.14	<i>Tolleranze per la stampigliatura delle uova</i> .....	277
6.12	<i>Vino</i> .....	279
6.12.1	<i>Le indicazioni obbligatorie</i> .....	280
6.12.2	<i>Utilizzo di menzioni specifiche</i> .....	283
6.12.3	<i>Le indicazioni facoltative regolamentate</i> .....	284



6.12.4	<i>Le indicazioni facoltative non regolamentate</i> .....	286
6.12.5	<i>I vini spumanti e gassificati</i> .....	286
6.12.6	<i>Esempi pratici</i> .....	288
6.13	Alimenti surgelati .....	292
6.14	Etichettatura dei prodotti biologici .....	296
6.15	Prodotti destinati ad una alimentazione particolare .....	299
6.15.1	<i>Campo di applicazione</i> .....	299
6.15.2	<i>Alimenti di uso corrente</i> .....	300
6.15.3	<i>Etichettatura</i> .....	300
6.15.4	<i>Divieti ed informazione</i> .....	302
6.15.5	<i>Commercializzazione dei prodotti</i> .....	302
6.15.6	<i>Alimenti Soggetti alla procedura di notifica dell'etichetta</i> ....	302
6.16	Alimenti per lattanti .....	308
6.16.1	<i>Denominazione di vendita</i> .....	309
6.16.2	<i>Indicazioni non ammesse</i> .....	310
6.16.3	<i>Indicazioni consentite</i> .....	310
6.16.4	<i>Pubblicità alimenti per lattanti</i> .....	311
6.17	Integratori alimentari ed i prodotti arricchiti .....	313
6.17.1	<i>Indicazioni in etichetta</i> .....	314
6.17.1.1	<i>La denominazione di vendita</i> .....	315
6.17.1.2	<i>Sostanze nutritive che caratterizzano il prodotto</i> .....	316
6.17.1.3	<i>Descrizione dell'effetto nutritivo o fisiologico attribuito al prodotto</i> .....	316
6.17.1.4	<i>Dose raccomandata per l'assunzione giornaliera</i> .....	317
6.17.1.5	<i>Avvertenze generali</i> .....	318
6.17.1.6	<i>Quantità delle sostanze nutritive o delle altre sostanze aventi effetto nutritivo o fisiologico</i> .....	319



6.17.2	<i>Indicazioni specifiche per alcuni integratori alimentari</i> .....	323
6.18	<b>Aromi</b> .....	333
6.18.1	<i>Disciplina di produzione e applicabilità del decreto</i> .....	333
6.18.2	<i>Etichettatura</i> .....	334
6.18.3	<i>Etichettatura degli aromi destinati al consumatore finale</i> ....	337
6.19	<b>Aceto</b> .....	338
6.19.1	<i>Definizione e caratteristiche</i> .....	338
6.19.2	<i>Indicazioni specifiche in etichetta</i> .....	339
6.20	<b>Birra</b> .....	341
6.20.1	<i>Definizione e caratteristiche</i> .....	341
6.20.2	<i>Indicazioni in etichetta</i> .....	341

## **CAPITOLO 7**

### **Prodotti disciplinati a livello nazionale** .....

7.1	<b>Sfarinati, pane, pasta alimentare fresca e secca</b> .....	345
7.1.1	<b>Pane</b> .....	345
7.1.1.1	<i>Denominazione di vendita</i> .....	345
7.1.1.2	<i>Ingredienti</i> .....	346
7.1.1.3	<i>Uso di alcol etilico</i> .....	347
7.1.2	<b>Grissino</b> .....	347
7.1.3	<b>Sfarinati</b> .....	348
7.1.4	<b>Pasta</b> .....	350
7.1.4.1	<i>Denominazione</i> .....	350
7.1.5	<b>Paste alimentari fresche e stabilizzate</b> .....	352
7.1.5.1	<i>Ingredienti per paste alimentari speciali</i> .....	352
7.1.6	<b>Disposizioni generiche</b> .....	354
7.1.7	<b>Mutuo riconoscimento</b> .....	354



7.2	Pelati, conserve e concentrati di pomodoro .....	355
7.2.1	<i>Etichettatura sulle confezioni</i> .....	357
7.2.2	<i>Mutuo riconoscimento</i> .....	357
7.2.3	<i>Luogo di origine</i> .....	358
7.3	Riso .....	358
7.3.1	<i>Divieti</i> .....	359
7.3.2	<i>Permessi</i> .....	359
7.4	Bevande analcoliche .....	360
7.5	Ricorrenze e prodotti da forno .....	361
7.5.1	<i>Panettone</i> .....	362
7.5.2	<i>Pandoro</i> .....	363
7.5.3	<i>Colomba</i> .....	364
7.5.4	<i>Savoiaro</i> .....	366
7.5.5	<i>Amaretti</i> .....	366
7.5.6	<i>Mutuo riconoscimento</i> .....	368
7.6	Conserve Vegetali .....	368

## **CAPITOLO 8**

### **L'etichettatura dei prodotti destinati ai distributori automatici** .....

369

## **CAPITOLO 9**

### **Disciplina metrologica** .....

373

9.1 I simboli metrologici .....

373

Bibliografia .....

383

---

# PREMESSA

L'etichettatura è da sempre una tematica di primaria importanza nell'ambito della commercializzazione degli alimenti preconfezionati. Essa rappresenta, infatti, la carta di identità del prodotto oltre che il mezzo di comunicazione con cui l'operatore che lo immette in commercio informa il consumatore sulle caratteristiche e peculiarità dell'alimento.

La rilevanza della materia giustifica l'interesse e l'attenzione alla stessa dedicata dal legislatore comunitario e nazionale, manifestatasi nel corso degli anni attraverso una compiuta e complessa regolamentazione, essenzialmente orientata a salvaguardare la buona fede del consumatore (che deve poter fare affidamento sulle informazioni presenti in etichetta, talvolta rilevanti anche per la sua salute) oltre che la correttezza degli scambi commerciali e la tutela della concorrenza (al fine di evitare comportamenti sleali che possano avvantaggiare un operatore proprio in ragione di una falsa etichettatura).

Il testo intende porsi come un utile strumento operativo a vantaggio delle imprese alimentari, Uffici qualità, come testo per docenti e studenti delle materie specifiche e marketing *in primis*, offrendo una chiave interpretativa del panorama normativo in materia di etichettatura, presentazione e pubblicità degli alimenti.

L'opera si compone essenzialmente di due parti la cui diversa impronta è data dal *background*, dalla impostazione e dalle esperienze professionali e pratiche degli autori.

La prima parte, concernente la disciplina generale della materia, e che potremmo definire "orizzontale" in quanto applicabile a tutti i prodotti alimentari, è curata da avvocati dello Studio Legale Avv. Gaetano Forte di Ferrara (con maturata esperienza nell'assistenza giudiziale e stragiudiziale alle aziende agroalimentari) e presenta pertanto una connotazione naturalmente ispirata alla descrizione degli elementi necessari al fine di "costruire" una etichettata conforme alla legge.

Seguendo l'impianto delineato dal decreto legislativo che disciplina la materia (D.Lgs. 109/92), l'impostazione relativa alle c.d. indicazioni legali è stata realizzata sotto forma di "commentario", in cui è descritta ed interpretata ogni singola disposizione e sono indicati i relativi rischi sanzionatori in caso di violazione.

Particolare attenzione è inoltre rivolta alle garanzie e strategie difensive in caso di contestazione amministrativa e/o penale ed all'analisi di particolari *case law*.

Non minore importanza è infine dedicata alle interpretazioni ufficiali (per lo più Istituzionali) ed alle esperienze maturate "sul campo", frutto della quotidiana assistenza alle imprese del settore nell'applicazione pratica del "diritto" alle molteplici e variegate realtà aziendali.

Una sezione a parte è invece dedicata alla comunicazione pubblicitaria che trova oggi nell'etichettatura uno strumento principe.

La seconda parte è curata da Tecnologi Alimentari Dr.ssa Claudia Rossi, Dr. Walter Vallavanti, Dr.ssa Sabrina Tondato (professionisti con maturata esperienza nell'etichettatura degli alimenti). Questa seconda sezione presenta un taglio più tecnico, ed è dedicata alla normativa "verticale" concernente i singoli comparti alimentari che sono stati oggetto di una disciplina più rigorosa da parte del legislatore nazionale o comunitario.

La sezione prende quindi in considerazione alimento per alimento, affiancando alla legislazione orizzontale di cui sopra, quella specifica e verticale applicabile ad ogni singolo settore.

Dove ritenuto opportuno, ed allo scopo di rendere quanto più chiara possibile la materia trattata, sono inoltre riportati degli esempi di etichette di prodotti che sono stati oggetto di specifica regolamentazione.

Per ogni alimento, inoltre, sono inseriti i riferimenti normativi della legislazione "speciale" (i cui testi potranno pertanto essere facilmente reperiti dal lettore) che spesso integra e completa quella generale di cui al D.Lgs. 109/1992. Si è ritenuto opportuno aggiungere anche alcuni esempi pratici per meglio chiarire l'applicazione delle norme.

Augurandoci che questo testo possa rappresentare un valido strumento per affrontare il difficile lavoro di elaborazione dell'etichetta e di sviluppo della comunicazione pubblicitaria dei prodotti alimentari, Vi auguriamo una piacevole lettura.

Gli autori



# **PARTE PRIMA**

**a cura dello Studio legale Avv. Gaetano forte**

**con la collaborazione degli Avvocati:**

**Chiara Marinuzzi, Raffaella Flammia, Cristina La corte**

## CAPITOLO 1

# RASSEGNA NORMATIVA IN MATERIA DI INDICAZIONI OBBLIGATORIE DI ETICHETTATURA DEGLI ALIMENTI

di Cristina La Corte

### 1.1 Le regole generali comunitarie e nazionali di etichettatura degli alimenti

In Italia la disciplina di riferimento in materia di etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari è contenuta nel **D.Lgs. 27 gennaio 1992 n. 109** recante attuazione delle Direttive n. 395/89/CEE e n. 396/89/CEE.

Le Direttive comunitarie sopra citate, come la Direttiva 1979/112/CEE (che fu il primo provvedimento comunitario volto al ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri in materia di etichettatura dei prodotti alimentari), sono state abrogate e rificate nella Direttiva 2000/13/CE che oggi rappresenta, a livello comunitario, la normativa cardine nella materia che ci occupa.

In sintesi, tutte le successive modifiche ed integrazioni, stratificate nel corso degli anni, in materia di etichettatura, presentazione e pubblicità degli alimenti sono andate ad incidere, in ambito comunitario, sulla Direttiva 2000/13/CE ed in quello nazionale, sul D.Lgs. 109/92.

Tra i vari interventi legislativi ve ne sono alcuni di notevole rilievo ed interesse e che meritano pertanto di essere in questa sede segnalati.

Incisive e rilevanti modifiche sono state innanzitutto apportate dalla sopra citata Direttiva 2000/13/CE recepita nell'ordinamento italiano dal **D.Lgs. 23 giugno 2003 n. 181**.

Rilevanti sono state, infatti, le novità introdotte in materia di pubblicità ingan-



nevole, modalità di designazione nella lista ingredienti di prodotti che hanno una denominazione legale di vendita, termine minimo di conservazione e data di scadenza, casi in cui può essere omessa l'indicazione della sede dello stabilimento di fabbricazione o di confezionamento, etichettatura degli imballaggi globali il cui classico esempio è rappresentato dalle ben note, e sempre gradite, "ceste natalizie".

La citata normativa è stata fortemente ispirata dagli obiettivi programmatici enunciati nel "Libro Bianco sulla sicurezza alimentare"<sup>1</sup>, ed il D.Lgs. 181/2003 rappresenta, in quest'ottica, un'importante passo verso il raggiungimento dell'obiettivo di una sempre più corretta e trasparente informazione del consumatore.

Nella pratica, l'applicazione della legge alle diverse e variegate realtà produttive ha reso più volte necessario l'intervento chiarificatore dei Ministeri coinvolti attraverso la divulgazione di note e circolari tra le quali rivestono una particolare importanza la n.165/2000 recante linee guida relative al principio della dichiarazione della quantità degli ingredienti (trattasi del c.d. QUID) nonché ulteriori informazioni per la corretta applicazione delle disposizioni riguardanti l'etichettatura dei prodotti alimentari, e le successive Circolari n. 167/2001 e 168/2003 concernenti alcune specifiche fattispecie e/o categorie di alimenti.

Un'etichetta chiara e intellegibile risponde senza dubbio alle esigenze dei consumatori che possono in tal modo orientare consapevolmente le proprie scelte commerciali ma, quel che più conta, può costituire un indispensabile strumento di tutela e salvaguardia della loro salute.

Ciò appare particolarmente evidente per la problematica degli allergeni, che trova la sua consacrazione a livello normativo nella Direttiva 2003/89/CE, attuata in Italia con **D.Lgs. 8 febbraio 2006 n. 114**.

Dal 7 aprile 2006, data di entrata in vigore del suddetto decreto, ogni sostanza che appartiene alla lista dei potenziali allergeni o sia da questi derivata, quando è impiegata nella preparazione di un prodotto alimentare, deve essere sempre indicata in modo chiaro in **etichetta al di fuori di qualsiasi deroga o esenzione legislativamente prevista**<sup>2</sup>.

---

1. <http://europa.eu/scadplus/leg/it/lvb/l32041.htm>.

2. Gli stessi additivi, che si ricorda, possono essere impiegati nei prodotti alimentari solo se inclusi negli elenchi positivi e secondo le condizioni, modalità e dosi di impiego previste dal D.M. 209/1996, devono indicare l'eventuale matrice se allergizzante.



Altre importanti informazioni sulla composizione del prodotto sono racchiuse nella c.d. “tabella nutrizionale” le cui modalità di realizzazione sono compiutamente disciplinate dal **D.Lgs. 25 gennaio 1992 n. 77** anch’esso frutto del recepimento italiano di una Direttiva comunitaria.

L’etichettatura nutrizionale è, allo stato attuale, di regola facoltativa, ma diviene obbligatoria ogni qualvolta in etichetta figuri un’informazione nutrizionale o salutistica oppure nel caso in cui il prodotto sia stato arricchito di vitamine, minerali o altre sostanze c.d. “funzionali”.

Infine la tematica dei *nutrition and health claims* è stata affrontata a livello comunitario ed è stata di recente oggetto di una rigida regolamentazione confluita nel Reg. CE 1924/2006 che ha stravolto le modalità di comunicazione in materia, fissando non solo condizioni generali e specifiche per il legittimo utilizzo dei claims, ma anche l’elencazione tassativa degli stessi.

Le norme di etichettatura sopra indicate, che rappresentano la disciplina, che possiamo definire “orizzontale” (in quanto applicabile a tutti i generi alimentari), dovranno essere raccordate con l’eventuale presenza di una disciplina “verticale”, nazionale e/o comunitaria, applicabile a specifici comparti (a titolo esemplificativo e non esaustivo: succhi e prodotti analoghi, confetture e marmellate, prodotti di cacao, uova, carni, ittici, ortofruttili freschi ecc.).

Per fare un esempio, nell’etichetta di un nettare di frutta, oltre a tutte le indicazioni previste e richieste dal D.Lgs. 109/92, sarà presente una dicitura che indica il contenuto minimo di succo o purea di frutta, o della miscela di tali ingredienti; sugli imballaggi delle uova, oltre a tutte le indicazioni previste e richieste dal D.Lgs. 109/92, troverò la classificazione in base al peso (XL, L, M.) l’indicazione della categoria di qualità (cat. A, cat. B.) un’indicazione che raccomandi ai consumatori di tenere le uova al fresco dopo l’acquisto e quant’altro richiesto dalla normativa relativa allo specifico alimento di cui trattasi.

Il panorama fin qui tratteggiato è tuttavia in fase di rivisitazione. E’ infatti attualmente al vaglio delle competenti istituzioni comunitarie una **proposta di Regolamento relativo alla fornitura di informazioni alimentari ai consumatori**<sup>3</sup> che andrà ad abrogare la direttiva 2000/13/CE reimpostando le disposizioni in materia in modo sempre più volto ad assicurare la più ampia informazione al

---

3. Proposta di Regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio relativo alla fornitura di informazioni alimentari ai consumatori COM 2008/40 COD 2008/0028.

consumatore soprattutto sotto il profilo nutrizionale e sotto il profilo della tutela della sua salute<sup>4</sup>.

## **1.2 Lo scopo dell'etichettatura e la sua definizione**

Con il termine etichettatura si intende *“l’insieme delle menzioni, delle indicazioni, dei marchi di fabbrica o di commercio, delle immagini o dei simboli che si riferiscono al prodotto alimentare e che figurano direttamente sull’imballaggio o su un’etichetta appostavi o sul dispositivo di chiusura o su cartelli, anelli o fascette legati al prodotto medesimo, o, in mancanza, in conformità a quanto stabilito negli articoli 14, 16 e 17, sui documenti di accompagnamento del prodotto alimentare”* (art. 1/1 let. a) del D.Lgs. 109/92.

Gli articoli 14, 16 e 17 citati, in cui si ammette che le indicazioni obbligatorie o alcune di esse possono essere riportate solo sui documenti commerciali, si riferiscono ai prodotti destinati al consumatore ma commercializzati in una fase precedente alla vendita allo stesso, ai prodotti destinati alle collettività (ristoranti, mense, ospedali ecc), ai prodotti sfusi e ai prodotti non destinati al consumatore quali semilavorati o prodotti destinati all’industria, agli utilizzatori commerciali intermedi o ad artigiani per i loro usi professionali ovvero per essere sottoposti ad ulteriori lavorazioni.

Lo scopo dell’etichettatura (ma le stesse regole valgono per la presentazione e la pubblicità dei prodotti alimentari) è chiaramente enunciato al comma 1 dell’art. 2 del D.Lgs. 109/92 per cui l’etichettatura e le relative modalità di realizzazione sono destinate ad assicurare la corretta e trasparente informazione del consumatore.

Questo obiettivo è stato progressivamente esteso e specificato nella sua portata, sempre più indirizzato verso gli aspetti nutrizionali e salutistici del prodotto rendendo, in quest’ottica, chiara e trasparente la presenza di quelle sostanze che possono creare intolleranze o vere e proprie reazioni allergiche o altre negative ripercussioni sulla salute e il benessere generale del consumatore.

Un’etichetta chiara è inoltre un indispensabile strumento per veicolare il con-

---

4. In virtù del regolamento tutti gli alimenti preconfezionati dovranno recare sulla parte anteriore della confezione informazioni nutrizionali essenziali e maggiore attenzione sarà rivolta agli allergeni, in maniera tale che gli oneri di segnalazione degli stessi coprano anche il comparto degli alimenti somministrati in ristoranti o collettività analoghe.



sumatore in scelte commerciali consapevoli tutelando in tal modo la lealtà, la correttezza e la trasparenza nei rapporti contrattuali.

A tal proposito si ricorda che, ai sensi dell'art. 2/2 del Codice del Consumo (D.Lgs. 206/2005) ai consumatori sono riconosciuti e garantiti, tra l'altro, i diritti fondamentali:

- alla tutela della salute;
- alla sicurezza e alla qualità dei prodotti e dei servizi;
- ad una adeguata informazione e ad una corretta pubblicità;
- all'esercizio delle pratiche commerciali secondo principi di buona fede, correttezza e lealtà;
- all'educazione al consumo;
- alla correttezza, alla trasparenza ed all'equità nei rapporti contrattuali.

Ulteriore scopo della normativa sull'etichettatura dei prodotti alimentari – che si ricorda essere di matrice comunitaria – è quello di assicurare la libera circolazione delle merci all'interno dell'Unione europea e con ciò incentivare gli scambi intracomunitari.

A tal proposito, come norma di chiusura di un sistema di etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari sempre più condiviso a livello comunitario, si ricorda il c.d. "mutuo riconoscimento", principio cardine del diritto comunitario che garantisce la libera circolazione dei beni e dei servizi senza dover ricorrere all'armonizzazione delle legislazioni nazionali.

Uno Stato membro non può, infatti, vietare la vendita sul proprio territorio di un prodotto legalmente fabbricato in un altro Stato membro, nemmeno qualora le prescrizioni tecniche o qualitative differiscano da quelle imposte ai suoi prodotti nazionali.

È possibile derogare a tale norma soltanto in condizioni molto rigorose, adducendo imperativi d'interesse generale quali la salute, la protezione dei consumatori o dell'ambiente.

### **1.3 Le principali definizioni normative**

L'art.1 del D.Lgs. 109/92, ai fini della individuazione del campo di applicazione delle regole di etichettatura degli alimenti, contempla le seguenti definizioni:

- **consumatore**, il consumatore finale nonché i ristoranti, gli ospedali, le mense ed altre collettività analoghe, denominate in seguito “collettività”.
- **prodotto alimentare confezionato**, l’unità di vendita destinata ad essere presentata come tale al consumatore ed alle collettività, costituita da un prodotto alimentare e dall’imballaggio in cui è stato immesso prima di essere posto in vendita, avvolta interamente o in parte da tale imballaggio ma comunque in modo che il contenuto non possa essere modificato senza che la confezione sia aperta o alterata.

Non sono considerati confezionati i prodotti alimentari non avvolti da alcun involucro nonché quelli di grossa pezzatura anche se posti in involucro protettivo, generalmente venduti previo frazionamento; le fascette e le legature, anche se piombate, non sono considerate involucro o imballaggio.

- **prodotto alimentare preincartato**, ossia l’unità di vendita costituita da un prodotto alimentare e dall’involucro nel quale è stato posto o avvolto negli esercizi di vendita.

Tali indicazioni vanno poi integrate con la definizione dei **prodotti sfusi** di cui all’art. 16 dello stesso decreto che individua le seguenti tipologie: *“i prodotti alimentari non confezionati o generalmente venduti previo frazionamento, anche se originariamente confezionati, i prodotti confezionati sui luoghi di vendita a richiesta dell’acquirente ed i prodotti confezionati ai fini della vendita immediata”*.

