

Tutela dei prodotti, lotta alla contraffazione e sicurezza alimentare alcuni dei temi sul tappeto

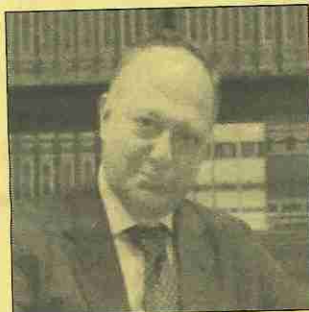
Agroalimentare, cercasi esperti in food law per le sfide globali

Pagine a cura di ANGELO COSTA

Il food rappresenta uno dei settori trainanti del sistema economico italiano, ma in un mondo globalizzato diventa un'esigenza trovare soluzioni tecnologiche e giuridiche avanzate al fine di proteggere e valorizzare i nostri prodotti, cercando di contrastare la contraffazione, anche via web, di marchio, di prodotto e di denominazione di origine.

Diritto alimentare: un nuovo quadro normativo internazionale

«Pochi mercati hanno conosciuto uno sviluppo regolamentare negli ultimi venti anni quanto quello agro-alimentare».

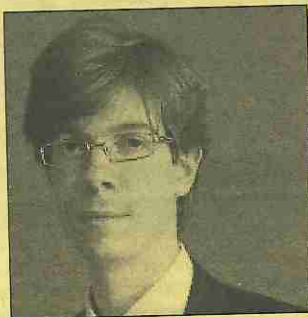


Duilio Cortassa

«Dagli anni '90 si è avviato un processo che ha portato l'Ue, e con essa il nostro paese, a farsi portavoce dell'esigenza di una maggiore regolamentazione del mercato alimentare». Lo sostiene Duilio Cortassa, partner di

LJLex Studio Legale, forte anche di un'esperienza diplomatica internazionale come direttore della sezione consolare dell'Ambasciata a Varsavia, e membro del collegio sindacale di Unione Italiana Vini-Confederazione della Vite e del Vino, del cda dell'Associazione Internazionale *Juristes du Droit de la Vigne et du Vin*.

«Cibo e alimentazione», aggiunge Matteo Dragoni, associate di **Nunziante Magrone Studio Legale Associato**, «diventano protagonisti indiscussi dell'ultima tendenza mediatica, che mette in risalto la perizia di chef pluripremiati nonché l'utilizzo di ingredienti selezionati e il più possibile artigianali, di cui la tradizione produttiva italiana è ricca più di ogni altra al mondo».



Matteo Dragoni

«E Cortassa aggiunge che da settore secondario del diritto, attraverso il diritto industriale (pensiamo alle novità introdotte dai Trips) si è giunti alla produzione di un complesso di regole economiche, prima che giuridiche, che ha assunto, con il tempo, una propria fisionomia dando vita ad una materia che ha assunto un'importanza centrale tra le materie giuridiche a più elevato impatto economico e più strettamente correlate con il diritto europeo».

Secondo Cortassa «non è esagerato affermare che la filiera alimentare si intreccia ad una molteplicità di discipline tra loro necessariamente coordinate, la cui interpretazione deve essere coerente e quindi auspicabilmente unitaria. Nel diritto alimentare convergono profili di matrice eterogenea provenienti da fonti diverse, profili



Luca Geninatti Satè

Food & consulenza legale

Ed in questo nuovo quadro la consulenza legale diventa determinante anche in una prospettiva di crescita generale del sistema paese. Luca Geninatti Satè, associato diritto pubblico e coordinatore del dipartimento di legislazione alimentare di **Legance - Avvocati Associati**, sostiene che «nel settore alimentare la consulenza legale non può più essere ridotta a uno strumento al quale ricorrere occasionalmente, in corrispondenza di emergenze critiche, ma è una risorsa che deve accompagnare le strategie aziendali costituendone un fattore predittivo: sapendo valutare - cioè - le conseguenze che le decisioni imprenditoriali hanno sulla compliance legale e, viceversa, sapendo cogliere in che modo la legislazione alimentare può condizionare e indirizzare le scelte strategiche». L'avvocato è inoltre con-

vincente che occorre integrare «le strategie aziendali con la consulenza legale per trasformare la legislazione alimentare da un ostacolo a una opportunità, e quindi il food law da vincolo condizionante a risorsa che consente di indirizzare la strategia d'impresa verso risultati maggiormente virtuosi».

Secondo Mileto Mario Giuliani, associato di **Dla Piper**, «sarà compito del giurista quello di fornire agli operatori tutti gli strumenti per tenere il passo dei molteplici interventi operati a livello comunitario e

individuare i possibili profili di differenza con le relative norme implementative locali».

Filiera alimentare, law e prospettive di sviluppo

Secondo Cortassa «non è esagerato affermare che la filiera alimentare si intreccia ad una molteplicità di discipline tra loro necessariamente coordinate, la cui interpretazione deve essere coerente e quindi auspicabilmente unitaria. Nel diritto alimentare convergono profili di matrice eterogenea provenienti da fonti diverse, profili

tutti che si intrecciano con le politiche dell'Ue rivolte all'interno ed all'esterno (pensiamo agli accordi in materia di tutela delle denominazioni di origine con paesi tradizionalmente meno attenti a questi aspetti)».

E Dragoni sottolinea, però, che «nonostante il "food" sia ormai da qualche anno sempre più settore di punta dell'economia, non solo italiana, poche aziende autoctone hanno saputo cogliere l'attimo. Com- plici di lentezza e inerzia sono sicuramente le molte imposizioni legislative e regolamentari - moltiplicatesi di recente, anche dietro impulso della normativa comunitaria - che ruotano attorno al settore food, a partire dall'inizio della filiera

fino a giungere alla distribuzione di prodotti o al momento ristorativo. Ma non è questo l'unico scoglio. Crescono enormemente», secondo Dragoni, «le possibilità di diffusione dei propri prodotti e servizi (basti pensare all'e-commerce, al couponing ecc.), richiedendosi tuttavia uno sforzo in più in tema di compliance, contrattualistica, privacy, aggiornamento delle procedure aziendali e, soprattutto, una maggior attenzione alla tutela delle proprietà intellettuale e industriale. Enormi nuove possibilità, alcune ulteriori incombene. In gergo, un "trade-off" abbastanza accettabile».

Matteo Benozzo, partner dello **Studio Legale Pavia e Ansaldo** e docente di diritto alimentare, si dice convinto

che «fino ad ora l'esperienza professionale era limitata in modo settoriale o ai profili penalistici delle frodi alimentari, ovvero ai profili legali collegati alla tutela dei segni distintivi dei prodotti alimentari, senza

che vi fosse una competenza organica e trasversale che realmente fosse in grado di tutelare le imprese alimentari italiane nel mercato nazionale, europeo ed internazionale. Ora tutto è cambiato», sottolinea Benozzo, «anche a causa di una forte caratterizzazione di studi specialistici a livello universitario che stanno sempre maggiormente prendendo piede nelle Università italiane, alla stregua del successo che la Food Law sta avendo negli Stati Uniti, dove nelle più importanti e prestigiose School of Law stanno nascendo importanti centri di diritto alimentare (come ad Harvard e alla Ucla)».

Proposte concrete

Geninatti Satè è convinto che occorre, quindi, un «approccio integrato che è possibile cogliere anche rispetto alla individuazione e definizione degli strumenti finanziari a supporto della crescita: la scelta di una soluzione finanziaria si regge necessariamente sull'analisi della com-



Mileto Mario Giuliani

pliance normativa dell'azienda, e la stessa strutturazione degli strumenti finanziari deve avvalersi di una radicata conoscenza dei profili normativi e regolamentari delle attività che interessano l'impresa. Questa innovativa fisionomia della consulenza legale nel settore alimentare necessita, quindi», secondo Geninatti Satè, «di una metodologia multidisciplinare: i profili regolatori (di matrice prevalentemente pubblicistica) devono essere integrati con gli aspetti societari, contrattuali e finanziari, con il diritto della proprietà intellettuale, con la disciplina antitrust, con le regole in materia di commercio internazionale, affinché la consulenza legale diventi un effettivo strumento a supporto della strategia d'impresa».

«Il dettagliato impianto regolamentare [Ue] (che individua nello specifico le condotte da considerarsi sleali), pur evidentemente volto a tutelare la posizione dei produttori al cospetto dei grandi gruppi di distribuzione sembra, tuttavia», afferma Giuliani, «porre eccessive limitazioni con il rischio di creare effetti distortivi rispetto a quanto previsto in altre giurisdizioni».

«Ciò che deve cambiare», secondo Dragoni, «è però la mentalità: il legale non deve essere considerato l'ancora di salvezza quando la situazione è già disperata ma il consulente abituale, che valuta, suggerisce e, qualche volta, si fa anche partecipe, se non promotore, di scelte strategiche, sovente difficili - se non impossibili - da operare senza una solida conoscenza del substrato normativo, in costante mutamento. Una pratica, questa, da importare senza indugio - a differenza del food, sosterrebbero i tradizionalisti! - dai paesi di tradizione anglo-americana».

E Benozzo, conclude che «oggi la consulenza deve contemplare una conoscenza, anche tecnica, dei fattori produttivi, in modo da poter essere in grado di assistere le imprese nel food processing, comprendente le operazioni indirizzate alla fornitura di beni e servizi per l'impresa agricola (farm supplies aggregate), l'insieme delle attività primarie (farming aggregate) e le operazioni di trasformazione e commercializzazione dei beni di origine agricola ed industriale, nonché la distribuzione degli alimenti al consumatore finale e la tutela della salute pubblica e delle regole della concorrenza e del c.d. made in Italy (processing and distribution aggregate). In altre parole, oggi per fornire un servizio di qualità alle imprese alimentari è necessario avere un approccio trasversale e multidisciplinare ed essere in grado di cogliere i più rilevanti profili tecnologici e commerciali che contraddistinguono il settore».

© Riproduzione riservata

Supplemento a cura di ROBERTO MILIACCA rmiliacca@class.it e GIANNI MACHEDA gmacheda@class.it

BARBARA KLAUS, ROEDL & PARTNER

La consulenza legale spazia dall'idea al prodotto alimentare

In materia di sicurezza alimentare rivestono una notevole importanza sia la regolamentazione contrattuale dei rapporti giuridici tra gli operatori economici coinvolti nella catena alimentare, sia i contratti in materia di tutela della proprietà industriale. **Barbara Klaus, partner di Roedl & Partner**, spiega che ruolo svolge la tutela della proprietà intellettuale in questo contesto alquanto complesso. «Tenuto conto degli investimenti che le imprese del settore food effettuano nella ricerca e nell'innovazione, la tutela, efficiente ed effettiva della proprietà intellettuale svolge un ruolo primario».

Domanda. Quindi cosa si rende necessario e cosa può consigliare



Barbara Klaus

un legale esperto nel settore?

Risposta. È necessario che le aziende alimentari rafforzino l'impegno volto ad evitare comportamenti anticoncorrenziali. Inoltre, tenuto conto del commercio internazionale dei prodotti alimentari, acquisiscono sempre maggiore importanza anche le conoscenze nell'ambito del diritto doganale comunitario e del commercio estero.

D. E nello specifico delle strategie aziendali?

R. È ovvio che per rispettare i numerosi requisiti tecnici e giuridici, posti dalla legislazione alimentare, è essenziale considerare nelle proprie strategie aziendali, tutti i quesiti che possono sorgere dallo sviluppo dell'alimento,

ed al contempo richiedere, se risultati necessario, una mirata consulenza legale, già, nella fase iniziale.

D. Può farci un esempio pratico?

R. Certo: all'interno di un'azienda «nasce» l'idea di sviluppare un alimento salutistico-funzionale contenente ingredienti «innovativi» le cui proprietà risultano benefiche per la salute umana. Per garantire il successo di questo «progetto», è opportuno verificare, già, nella fase di sviluppo, se gli ingredienti che l'operatore, eventualmente su raccomandazione dei propri esperti scientifici e nutrizionisti, intenda utilizzare siano, innanzitutto, ammessi nella fabbricazione di un alimento, in ogni paese in cui l'azienda intenda commercializzarlo, e se, inoltre, i presunti effetti salutistici potranno, lecitamente, essere utilizzati nella relativa pubblicità.

D. Nasce il «problema», quindi dei c.d. novel food?

R. Sì. Infatti, determinati ingredien-

ti, ritenuti «innovativi» dall'azienda, sotto il profilo giuridico, invece, si qualificano come c.d. novel food, cioè nuovi alimenti o nuovi ingredienti alimentari, disciplinati dalla legislazione alimentare comunitaria, il cui utilizzo è consentito soltanto previa costosa e dispendiosa (in termini di tempo) autorizzazione (in alcuni casi, notifica).

D. Cosa, quindi, è necessario per definire se sia opportuno realizzare una idea?

R. Le imprese alimentari, a partire dall'idea di prodotto nonché attraverso lo sviluppo e la produzione dello stesso fino alla commercializzazione, sono tenute a considerare una molteplicità di aspetti e requisiti normativi. Ne consegue che la consulenza legale in materia alimentare deve essere in grado di fornire un ampio know how anche oltre i confini nazionali, e sviluppare soluzioni innovative orientate alla prassi, oltre ad una ampia conoscenza giuridica.

GIORGIO RUSCONI, STUDIO LEGALE MONDINI RUSCONI

Le regole Ue sull'etichettatura vanno affiancate ai controlli

La legislazione alimentare nel corso degli anni ha subito numerose modifiche: *Affari Legali* ne ha parlato con **Giorgio Rusconi**, fondatore di *Flu Food Lawyers Network Worldwide* e name partner dello *studio legale Mondini Rusconi*, al quale ha chiesto quali sono stati i più recenti sviluppi apportati, in particolare in materia di etichettatura dei prodotti alimentari, anche alla luce del Regolamento (Ue) n. 1169/2011. «Con il Regolamento relativo alla «fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori» entrato in vigore il 13 dicembre scorso, il legislatore europeo ha voluto dettare una normativa uniforme in materia di etichette valida per tutti gli Stati membri, ma ciò che più conta, ha contribuito ad incrementare il livello di tutela della salute e degli interessi del consumatore, da sempre considerato prius logico preconditionato alla ma-

teria in questione.

Domanda. Cosa rappresenta, oggi, l'etichettatura di un alimento?

Risposta. Sicuramente svolge un ruolo fondamentale nell'ambito della tutela degli interessi del consumatore: essa ha l'importante funzione di informarlo delle caratteristiche del prodotto che sta per acquistare consentendogli in questo modo di compiere una scelta libera, ma soprattutto consapevole.

D. Ed in questo contesto come si pongono gli operatori del settore alimentare ed il legislatore nazionale e comunitario?

R. È proprio da questo obiettivo di maggiore «consapevolezza» che deriva una duplice impegno che vede coinvolti, da un lato, gli operatori del settore alimentare, in capo ai quali vi è l'obbligo di uniformarsi ad una disciplina cogente in materia, e, dall'altro, il legislatore comunitario e nazionale a

cui è affidato l'arduo compito di creare una normativa chiara, precisa e puntuale, idonea a fornire informazioni comprensibili al consumatore medio e vigilare sul suo rispetto. Il tutto in una posizione di assoluta centralità del consumatore.

D. In conclusione, sicuramente il Regolamento ha introdotto numerose novità ed ha enormemente ampliato il campo di applicazione in materia di etichettatura degli alimenti. Cosa manca a secondo lei?

R. Alle peculiarità della nuova disciplina dovranno dare seguito normative di applicazione nazionale e un si-

stema di controlli che possano rendere efficaci i principi e le regole affermate a livello comunitario, mantenendo

l'uniformità della materia e realizzando quegli obiettivi di elevato livello di tutela della salute dei consumatori. Il tutto nella consapevolezza di una perfezionabilità della normativa in questione che tenga conto delle molteplici istanze che la sua implementazione ha reso e renderà necessaria, a partire dal dibattito sull'indi-

cazione relativa al luogo d'origine o di provenienza dei prodotti alimentari, di cui il nostro Paese si è fatto convinto promotore.



Giorgio Rusconi

CARMINE BRUNO, TONUCCI & PARTNER

Nel food le aziende devono fare attenzione a non essere fagocitate

Nel corso dell'ultimo anno si è evidenziata una certa effervescenza nel settore del food italiano con l'ingresso sempre più rilevante di fondi di investimento e con numerose acquisizioni di imprese italiane da parte di soggetti industriali o finanziari di dimensioni medio-grandi, europei, statunitensi ed asiatici. **Carmine Bruno**, partner di *Tonucci & Partner*, nell'ultimo anno ha seguito operazioni che hanno visto protagoniste società italiane operanti nel settore del food & beverage.

Domanda. Cosa consiglia ai clienti che vogliono investire all'estero nel settore food & beverage?

Risposta. Propongo sempre di privilegiare gli accordi di distribuzione, di joint venture, di partnership rispetto ad operazioni di investimento di carattere meramente finanziario. In un mercato globale dove conta sempre di più la distribuzione rispetto alla

produzione, il rischio è rappresentato dall'esser sopraffatti dai grossi gruppi finanziari internazionali, nonché di perdere le caratteristiche qualitative dei singoli prodotti.

D. Da un punto di vista strettamente pratico questo cosa comporta?

R. A fronte dell'interesse sempre maggiore che riscuote nel mondo il food italiano, questo rischia di essere fagocitato da soggetti stranieri che spesso costruiscono veri e propri imperi con un'offerta food che di italiano ha solo il nome. Ciò si rende possibile in quanto la realtà delle nostre imprese è una realtà piccola, locale e poco internazionalizzata. Così grandi gruppi stranieri, utilizzando brand dal solo nome italiano, riescono a vendere nel mondo laddove si trova una domanda che esiste a fronte di un'offerta mancante. Pertanto, per le aziende italiane è facile cedere alle lusinghe di investi-

tori finanziari che a fronte di generose valutazioni dell'azienda ne divengono i proprietari snaturando la filiera ed i processi di produzione.

D. Ai clienti che operano su mercati internazionali consiglia investimenti nei fondi di private equity o accordi di distribuzione commerciale, con partners complementari?

R. Sicuramente questi ultimi, perché consentono lo sviluppo delle vendite in nuove aree geografiche, assicurando in capo agli imprenditori italiani le decisioni in merito alla qualità dei prodotti, allo sviluppo dei processi di produzione e preservando, altresì, la capacità di innovare. Il settore agroalimentare non è compatibile con i tempi dei fondi equity che hanno rendimenti attesi a due cifre con ritorni rapidi, posto che gli investimenti di successo nel settore sono quelli che avvengono nel medio-lungo termine.

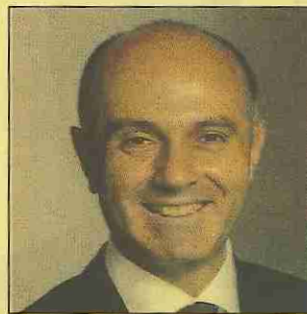
D. Quali le operazioni più rilevanti a livello internazionale cui ha partecipato?

R. Quelle nelle quali, a fronte dell'acquisizione di una partecipazione di minoranza nel capitale delle società

italiane, da parte dell'investitore straniero (che hanno comportato una rilevante equity injection per sostenere gli investimenti) è stato posto in essere un accordo di distribuzione, spesso mediante la costituzione di una joint venture nell'area geografica target. Per effetto dei nuovi investimenti, l'aumento della produzione ha avuto un immediato sbocco commerciale nelle nuove aree geografiche.

D. Cosa rappresentano queste alleanze nel settore del food per l'economia italiana?

R. Si tratta di accordi complessi che prevedono tra l'altro anche la costituzione di joint venture con l'investitore straniero, allo scopo di sviluppare la distribuzione dei prodotti italiani nella nuova area geografica di riferimento. Queste alleanze potrebbero rappresentare un utile «fertilizzante» in grado di trasformare l'agroindustria in uno dei comparti più solidi del nostro paese, facendo diventare, così, la bottega del contadino non un punto di arrivo, bensì una base di partenza per l'industria del food italiana rendendola più competitiva sui mercati mondiali.



Carmine Bruno