



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Agronomia Animali Alimenti Risorse Naturali e
Ambiente

Dipartimento di Territorio e Sistemi Agro-Forestali

Corso di Laurea Magistrale in Scienze e Tecnologie Agrarie

**L'etichettatura del vino e le possibili modifiche al
Regolamento (UE) n. 1169/2011**

Relatore

Dott.ssa Valeria Paganizza

Laureando

Mattia Liberalato

Matricola n.

1242324

ANNO ACCADEMICO 2021-2022

RIASSUNTO

Il settore vitivinicolo, insieme a quelli delle altre bevande alcoliche, è stato fino ad oggi esentato dall'obbligo di inserire nell'etichetta del *packaging* dei propri prodotti una serie di informazioni, quali l'elenco degli ingredienti e la dichiarazione nutrizionale (in quest'ultima è compreso anche il valore energetico). La disciplina sulle informazioni sugli alimenti ai consumatori è contenuta nel Regolamento (UE) n. 1169/2011 relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, definito anche Regolamento *FIC*, ovvero *Regulation on Food Information to Consumers*.

Due obiettivi stanno incentivando una revisione di questa normativa a livello unionale: la richiesta di una maggior trasparenza comunicativa, utile a ridurre l'asimmetria informativa tra produttore e consumatore, e la necessità di migliorare la salute dei cittadini europei abbassando il tasso di incidenza del cancro, obiettivo promosso dalla Commissione europea con il Piano europeo di lotta contro il cancro (2021).

A tal proposito, la Commissione UE sta quindi valutando di inserire *on-label* oppure *off-label*, avvalendosi anche dell'ausilio di strumenti digitali, le informazioni riguardanti l'elenco degli ingredienti e la dichiarazione nutrizionale dei vini e di tutte le bevande alcoliche entro la fine del 2022, oltre a definirne la volontarietà o l'obbligatorietà. Ciò verrebbe fatto per dare maggior consapevolezza ai consumatori in merito a quali prodotti stanno per acquistare e consumare, al fine di agevolarne le scelte d'acquisto e diete più sane, con un minor apporto calorico o di alcol. Di analogo indirizzo è la proposta di inserire nell'etichetta di questi prodotti indicazioni riguardanti avvertenze sanitarie volte a contrastare il cancro entro la fine del 2023.

Un passaggio chiave è rappresentato dalla consultazione degli *stakeholder*, dai quali sono state espresse molte opinioni tra loro assai contrastanti.

Questo studio ha come obiettivo quello di analizzare e approfondire la trasmissione di informazioni *off-label* ai consumatori (sito *web*, codice a barre, *QR-code*, *tag RFID*, *etc.*), insieme alla classica comunicazione in etichetta, a valide alternative *on-label* (collarino o cartellino sul collo della bottiglia) e ad una serie di loro combinazioni. Lo scopo è quello di individuare le migliori alternative possibili, in ottica di una sostenibilità sia finanziaria per il settore vitivinicolo sia economico-

sanitaria per la società. Tutto ciò è finalizzato ad individuare le potenzialità e le criticità delle opzioni avanzate dalla Commissione europea, studiando quella che potrebbe essere una valida soluzione finale e interpretando quali potrebbero essere le prospettive per il settore vitivinicolo.

La Commissione europea dovrà quindi trovare un compromesso tra i vari interessi in gioco, tenendo però il *focus* volto agli obiettivi per cui questo percorso è stato intrapreso.

ABSTRACT

The wine sector, as well as other alcoholic beverages, has been exempt up to now from the obligation to include a series of information on the packaging label of its products, such as the list of ingredients and the nutrition declaration (which includes the energy value). Regulation (EU) no 1169/2011 laying down the provisions on food information to consumers, is also defined as FIC Regulation, or rather Regulation on Food Information to Consumers.

Two objectives are encouraging a review of this legislation at a Union level: the request for greater communication transparency, useful for reducing the information asymmetry between producer and consumer, and the need to improve the health of European citizens by lowering the incidence rate of cancer, an objective promoted by the European Commission with the Europe's Beating Plan Cancer Plan (2021).

In this regard, the EU Commission is therefore considering inserting on-label or off-label, also with the help of digital tools, the information regarding the list of ingredients and the nutrition declaration of wines and all alcoholic beverages by the end of 2022, as well as defining whether it is voluntary or mandatory. This would be done to make consumers more aware of which products they are about to buy and consume, to facilitate healthier purchasing choices and diets on their part, with a lower calorie or alcohol intake. The proposal to include indications concerning health warnings aimed at beating cancer on the label of these products by the end of 2023 has a similar purpose.

A key step is represented by the consultation of the stakeholders, from which many very contrasting opinions have been expressed.

This study aims to analyze and deepen the transmission of off-label information to consumers (website, barcode, QR-code, RFID tag, *etc.*), the classic communication on the label, some valid on-label alternatives (collar or tag on the neck of the bottle) and a series of their combinations. The aim is to identify the best possible alternatives, with a view to both financial sustainability for the wine sector and economic-health sustainability for society. This is aimed at identifying the potential and the critical aspects highlighted by the European Commission, studying what could be a valid final solution and interpreting what the prospects could be for the wine sector.

Therefore, the European Commission will have to find a compromise between the various interests at stake, while keeping the focus aimed at the objectives for which this path was undertaken.

INDICE

RIASSUNTO	III
ABSTRACT.....	V
INTRODUZIONE	1
CAPITOLO I: IL SETTORE VITIVINICOLO	3
1.1. Definizione di vino	3
1.2. Legislazione vitivinicola	6
CAPITOLO II: TRASPARENZA INFORMATIVA E TUTELA DELLA SALUTE	13
2.1. STRATEGIA UE “ <i>GREEN DEAL</i> ”	13
2.2. STRATEGIA UE “ <i>FARM TO FORK</i> ”	17
2.3. COMUNICAZIONE DELLE INFORMAZIONI AI CONSUMATORI.....	20
2.3.1. Consumatore medio	20
2.3.2. Scelte d’acquisto dei consumatori	23
2.4. TRASPARENZA INFORMATIVA	25
2.4.1. Pratiche commerciali ingannevoli.....	25
2.4.2. Asimmetria informativa	27
2.5. TUTELA DELLA SALUTE DEL CONSUMATORE E SICUREZZA ALIMENTARE .	30
CAPITOLO III: REGOLAMENTO (UE) N. 1169/2011 E FUTURA REVISIONE	35
3.1. ETICHETTATURA DEL VINO ANTE E POST REGOLAMENTO (UE) N. 1169/2011	35
3.1.1. <i>Ante</i> Regolamento (UE) n. 1169/2011	35
3.1.2. <i>Post</i> Regolamento (UE) n. 1169/2011.....	37
3.1.3. Indicazioni obbligatorie e facoltative nelle etichette dei vini	49
3.2 ETICHETTATURA DEL VINO CON LE MODIFICHE NORMATIVE PROPOSTE AL REGOLAMENTO (UE) N. 1169/2011	52
CAPITOLO IV: FEEDBACK, PROSPETTIVE E POSSIBILI SOLUZIONI	59

4.1. FEEDBACK DEGLI <i>STAKEHOLDER</i> SULLA PROPOSTA DI MODIFICA DELLA NORMATIVA VIGENTE	59
4.1.1. Commenti.....	60
4.1.2. Consultazione pubblica	75
4.1.3. Osservazioni e considerazioni personali.....	80
4.2. ESEMPI DI NUOVE ETICHETTATURE E SOLUZIONI ALTERNATIVE PER IL SETTORE VITIVINICOLO.....	87
4.3. PROSPETTIVE PER IL SETTORE VITIVINICOLO	99
CONCLUSIONI	107
BIBLIOGRAFIA.....	111
SITOGRAFIA.....	115
RIFERIMENTI NORMATIVI.....	121

INTRODUZIONE

Il vino può sembrare, a primo impatto, un alimento assai omogeneo, ma in realtà è uno dei prodotti agroalimentari con il più alto tasso di eterogeneità all'interno della sua categoria.

Tutti i vini vengono ottenuti dal processo tecnologico di fermentazione alcolica a partire da uva, come materia prima, per ottenere una bevanda con un determinato grado alcolico finale. Questo è ciò che ha in comune la totalità dei vini. Da qui in poi iniziano a diramarsi le innumerevoli caratteristiche e sfaccettature, grandi o piccole che siano, tali da rendere ogni bottiglia di vino diversa dalle altre. Su tutti, è importante citare, ad esempio, la qualità dell'uva, l'annata, il *terroir*, i vitigni, l'area geografica di produzione dell'uva e il suo clima, le pratiche enologiche, le caratteristiche organolettiche dell'uva e del vino, le condizioni di conservazione del vino. Ne deriva, quindi, una serie di fattori naturali ed umani che, insieme, si intrecciano e concorrono a quel risultato finale, che è poi fondamentale riuscire a comunicare adeguatamente al consumatore finale o al canale distributivo in generale. Questo aspetto è determinante affinché venga apprezzato il risultato ottenuto e per riuscire ad instaurare una fidelizzazione produttore-cliente.

Ulteriore elemento di differenziazione è rappresentato dal paese d'origine del vino. Da questo punto di vista si è soliti fare una distinzione tra "Vecchio Mondo" e "Nuovo Mondo". Nel primo caso si considerano gli Stati europei quali Italia, Francia, Spagna, Portogallo, Germania, ad esempio, mentre nel secondo caso si trovano gli USA, in particolare la California, l'Argentina, il Cile, il Sudafrica, l'Australia e la Nuova Zelanda. Si definiscono Stati del "Vecchio Mondo" quei Paesi che hanno una tradizione vitivinicola secolare di coltivazione delle uve e della loro vinificazione; al contrario gli Stati del "Nuovo Mondo" hanno una produzione interna di vino più recente e meno radicata nella tradizione culturale del territorio. Questa distinzione molte volte non incide sull'aspetto qualitativo del vino in sé, ma più su un ambito psicologico del consumatore, il quale spesso ritiene un vino del "Vecchio Mondo" di maggior qualità, ciò appunto dovuto ad una tradizione produttiva ben radicata nel tempo in quel determinato territorio.

Tali caratteristiche di distinzione tra i vini nel tempo sono diventate differenze legali di commercializzazione, in grado di permettere il riconoscimento dei diversi vini sul mercato. Questa evoluzione ha reso possibile una segmentazione dei mercati di riferimento, da un lato, grazie alla diversità di bisogni esistente nei consumatori, dall'altro, per la diversificazione ulteriore dei prodotti stessi, dovendo questi rispettare determinate regole produttive. Inoltre, dalle differenze legali di commercializzazione derivano regole di comunicazione, di pubblicità e di etichettatura *ad hoc*. Tuttavia, il rischio è quello di eccedere con le informazioni: ciò potrebbe, infatti, portare ad un incremento di confusione nel consumatore finale, il quale, oltre ad essere disorientato dalla moltitudine di diciture in etichetta, potrebbe non porre più attenzione alle informazioni basilari e più importanti¹.

Un rischio analogo potrebbe verificarsi in seguito alla revisione del Regolamento (UE) n. 1169/2011², con la quale si sta tentando di apportare nelle etichette dei vini, oltre che di tutte le restanti bevande alcoliche, una serie di diciture aggiuntive quali l'avvertenza sanitaria contro il cancro per il consumo di alcol presente all'interno della bevanda, la dichiarazione nutrizionale e l'indicazione degli ingredienti. Questi ultimi due aspetti sono stati finora oggetto di esenzione per le bevande alcoliche con un contenuto di alcol superiore a 1,2% vol.

Tale questione ed altre sono state poste in fase di discussione e consultazione pubblica degli *stakeholder* sulla revisione del regolamento a livello unionale e verranno trattate da questo studio, insieme alla revisione normativa stessa ed ai riflessi nel settore vitivinicolo in seguito ad una possibile modifica dell'etichettatura delle bevande alcoliche.

¹ Germanò, A., Rook, E., Lucifero, N. (2019). *Manuale di legislazione vitivinicola* (Seconda edizione). G. Giappichelli Editore, Torino, pp. 6-7;12.

² Regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, che modifica i regolamenti (CE) n. 1924/2006 e (CE) n. 1925/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio e abroga la direttiva 87/250/CEE della Commissione, la direttiva 90/496/CEE del Consiglio, la direttiva 1999/10/CE della Commissione, la direttiva 2000/13/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, le direttive 2002/67/CE e 2008/5/CE della Commissione e il regolamento (CE) n. 608/2004 della Commissione, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 304, 22.11.2011, pp. 18-63.

CAPITOLO I

IL SETTORE VITIVINICOLO

1.1. Definizione di vino

Il vino è un prodotto assai particolare all'interno del comparto agroalimentare: infatti, pur essendo caratterizzato, come molti altri alimenti, da molteplici fattori statici come quelli storici, culturali e tradizionali che ne identificano l'identità ed il legame imprescindibile con il luogo di produzione, questa bevanda alcolica è influenzata anche da alcuni fattori dinamici, quali le numerose pratiche enologiche, ad esempio, che ne mutano continuamente l'identità.

«Vino» è una parola di origine mediterranea che deriva dal latino *vinum* e dal greco *oinos*¹.

Probabilmente anche per ragioni dovute all'esistenza millenaria di questo prodotto, la definizione del termine «vino» può sembrare banale se la si chiede ad un consumatore, ad un cliente, ad un appassionato, spesso anche ad un addetto ai lavori esperto del settore vitivinicolo o ad una qualsiasi persona non esperta o non consumatrice di questa bevanda; tuttavia, tale parola ha dei riferimenti molto precisi e delimitati dal punto di vista normativo.

Inizialmente, però, *“la denominazione «vino» è stata per lungo tempo una denominazione generica, fin tanto che gli Stati, per impedire contraffazioni e frodi in commercio, non hanno deciso di elevare la parola «vino» a denominazione legale, stabilendo – ciascuno, eventualmente, secondo propri criteri – che cosa si dovesse intendere per «vino»”*².

In un secondo momento, a seguito in particolar modo di una sempre più crescente globalizzazione dei mercati, è stata individuata una denominazione legale che fosse uguale per tutti i Paesi. Essa venne redatta dall'OIV, *Organisation Internationale de la Vigne et du Vin*, organizzazione internazionale cui fa riferimento l'Unione Europea per legiferare in merito al mercato vitivinicolo. Tale denominazione legale si basa su tre

¹ Definizione del termine «vino». *Enciclopedia Treccani*. Disponibile al sito Internet: <https://www.treccani.it/vocabolario/vino/> (Accessibile nel mese di luglio, 2022).

² Germanò, A., Rook, E., Lucifero, N., *cit.*

aspetti: la materia prima deve essere uva fresca, pigiata o meno (in UE esclusivamente varietà di uve da vino provenienti dalla specie *Vitis vinifera* o da un incrocio tra la specie *Vitis vinifera* e altre specie del genere *Vitis*³) o mosto d'uva; la fermentazione alcolica, totale o parziale, è il procedimento attraverso cui si ottiene il vino dall'uva; il prodotto finale deve contenere un titolo alcolometrico effettivo minimo (almeno 8,5% vol. o 9% vol., a seconda della zona viticola UE; almeno 4,5% vol. per alcune DOP e IGP). Questi vincoli, posti dall'OIV, sono stati quindi integrati dalla Comunità Europea (oggi Unione Europea) attraverso l'Organizzazione Comune del Mercato vitivinicolo, mediante una serie di regolamenti: Regolamento (CEE) n. 337/79⁴; Regolamento (CE) n. 1493/1999⁵; Regolamento (CE) n. 1234/2007⁶; Regolamento (CE) n. 479/2008⁷, integrato nel Regolamento (CE) n. 491/2009⁸ ⁹. Attualmente, tale riferimento si trova nell'art. 81 e nell'allegato VII, parte II del Regolamento (UE) n. 1308/2013¹⁰.

Rimangono escluse da questa denominazione legale le bevande ottenute dalla fermentazione alcolica di altra frutta o altre bevande alcoliche, come le "bevande spiritose", salvo l'utilizzazione di una denominazione composta («vino» in aggiunta al nome della frutta fermentata).

Inoltre, l'ordinamento comunitario si relaziona con le disposizioni di altre organizzazioni internazionali, come la *Codex Alimentarius Commission* e la *United Nations Economic Commission for Europe (UNECE)*, o si avvale di accordi internazionali, quali, ad esempio, l'Accordo sul mercato del vino con gli USA del 10

³ Sono escluse le varietà *Noah*, *Othello*, *Isabelle*, *Jacquez*, *Clinton* e *Herbement*.

⁴ Regolamento (CEE) n. 337/79 del Consiglio, del 5 febbraio 1979, relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, in Gazzetta ufficiale delle Comunità europee L 54, 5.3.79, pp. 1-47.

⁵ Regolamento (CE) n. 1493/1999 del Consiglio, del 17 maggio 1999, relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, in Gazzetta ufficiale delle Comunità europee L 179, 14.7.1999, pp. 1-84.

⁶ Regolamento (CE) n. 1234/2007 del Consiglio, del 22 ottobre 2007, recante organizzazione comune dei mercati agricoli e disposizioni specifiche per taluni prodotti agricoli (regolamento unico OCM), in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 299, 16.11.2007, pp. 1-149.

⁷ Regolamento (CE) n. 479/2008 del Consiglio, del 29 aprile 2008, relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, che modifica i regolamenti (CE) n. 1493/1999, (CE) n. 1782/2003, (CE) n. 1290/2005 e (CE) n. 3/2008 e abroga i regolamenti (CEE) n. 2392/86 e (CE) n. 1493/1999, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 148, 6.6.2008, pp. 1-61.

⁸ Regolamento (CE) n. 491/2009 del Consiglio, del 25 maggio 2009, che modifica il regolamento (CE) n. 1234/2007 recante organizzazione comune dei mercati agricoli e disposizioni specifiche per taluni prodotti agricoli (regolamento unico OCM), in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 154, 17.6.2009, pp. 1-56.

⁹ Germanò, A., Rook, E., & Lucifero, N. (2019). *Manuale di legislazione vitivinicola* (Seconda edizione). G. Giappichelli Editore, Torino, pp. 1-4.

¹⁰ Regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, recante organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli e che abroga i regolamenti (CEE) n. 922/72, (CEE) n. 234/79, (CE) n. 1037/2001 e (CE) n. 1234/2007 del Consiglio, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 347, 20.12.2013, pp. 671-854.

marzo 2006 o l'Accordo bilaterale tra Canada ed Unione Europea del giugno 2004 (accordi riguardanti, tra le altre questioni, la disciplina dei nomi dei vini). Altre norme pattizie internazionali, che hanno visto il coinvolgimento comunitario in temi riguardanti la produzione ed il commercio di cibi e bevande, sono l'Accordo agricolo, l'Accordo sulle misure sanitarie e fitosanitarie (SPS), l'Accordo sugli ostacoli tecnici agli scambi (TBT) e l'Accordo sulla proprietà intellettuale (TRIPs).

In funzione di questo studio, è importante focalizzare l'attenzione sull'ultimo criterio obbligatorio della denominazione legale di «vino», ovvero la presenza o meno di un titolo alcolometrico minimo tale per cui una bevanda ottenuta dalla fermentazione alcolica di uva o mosto d'uva possa essere chiamata «vino». Infatti, in funzione della nuova PAC (Politica Agricola Comune) 2023-2027, è stato pubblicato il Regolamento (UE) 2021/2117¹¹, il quale ha introdotto la possibilità di chiamare «vino» anche una bevanda in cui l'alcol prodotto dalla fermentazione alcolica dell'uva o del mosto d'uva viene rimosso totalmente o parzialmente, mentre rimane non permessa la diluizione del vino con acqua al fine di diminuire il titolo di alcol finale. Ciò rappresenta un grande cambiamento rispetto al passato, dove era necessaria la presenza di una quantità minima di alcol nel vino: un esempio, a tal riguardo, è rappresentato dalla sentenza della Corte di giustizia 25 luglio 1991, C-75/90, *Guitard*¹², dove è stata giudicato inammissibile la commercializzazione di una bevanda analcolica con la denominazione «vino senza alcol», ottenuta dalla dealcolizzazione del vino, prodotto che infatti, fino al Regolamento (UE) 2021/2117, doveva contenere una percentuale minima di alcol sul volume finale.

¹¹ Regolamento (UE) 2021/2117 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 2 dicembre 2021, che modifica i regolamenti (UE) n. 1308/2013 recante organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli, (UE) n. 1151/2012 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari, (UE) n. 251/2014 concernente la definizione, la designazione, la presentazione, l'etichettatura e la protezione delle indicazioni geografiche dei prodotti vitivinicoli aromatizzati e (UE) n. 228/2013 recante misure specifiche nel settore dell'agricoltura a favore delle regioni ultraperiferiche dell'Unione, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 435, 6.12.2021, pp. 262-314.

¹² Sentenza della Corte (Prima Sezione) del 25 luglio 1991. Procedimento penale a carico di Roger Guitard. Domanda di pronuncia pregiudiziale: Tribunal correctionnel de Carcassonne – Francia. Organizzazione comune del mercato vitivinicolo – Gradazione alcolica minima del vino – Smercio di un vino senza alcol. Causa C-75/90.

1.2. Legislazione vitivinicola

Il settore vitivinicolo è in continua e costante evoluzione dal punto di vista sia tecnico-pratico sia economico sia legislativo.

“Con l’espressione «legislazione vitivinicola» si intende riferirsi ad una complessa e articolata disciplina giuridica caratterizzata da una molteplicità di disposizioni di fonte europea e interna (primaria e secondaria, oltre alla fonte regionale) dal coordinamento complesso che, sostanzialmente, intervengono sulla fase della produzione e della commercializzazione del vino”¹³.

Il par. 1 dell’art. 38 del Trattato sul funzionamento dell’Unione Europea (TFUE¹⁴) indica che *“per prodotti agricoli si intendono i prodotti del suolo, dell’allevamento e della pesca, come pure i prodotti di prima trasformazione che sono in diretta connessione con tali prodotti”*, mentre il par. 3 dello stesso articolo richiama al fatto che i prodotti agricoli sono solo quelli elencati nell’Allegato I, dove si trovano sia l’uva sia il vino. Essendo a tutti gli effetti il vino un alimento, come qualsiasi altra bevanda, esso è soggetto ad un quadro normativo orizzontale avente, come atto di riferimento, il Regolamento (CE) n. 178/2012¹⁵, e ad un quadro normativo verticale caratterizzante il settore vitivinicolo (*multilevel regulation*); non si trova, quindi, una disciplina organica ed unitaria dedicata per questo specifico bene alimentare.

Conseguentemente, il quadro normativo che emerge è molto articolato. Tuttavia, pur mancando di organicità, la legislazione vitivinicola si può analizzare suddividendola in quattro capitoli:

- la produzione, la quale viene trattata, ad esempio, nell’art. 2135 c.c.¹⁶ per ciò che concerne l’impresa agricola, la struttura aziendale, il potenziale produttivo e le pratiche di lavorazione;

¹³ Germanò, A., Rook, E., & Lucifero, N. (2019). *Manuale di legislazione vitivinicola* (Seconda edizione). G. Giappichelli Editore, Torino, pp. 12-13.

¹⁴ Versione consolidata del Trattato sul funzionamento dell’Unione europea, dal Trattato di Lisbona firmato il 13 dicembre 2007, in Gazzetta ufficiale dell’Unione europea C 202, 7.6.2016, pp. 1-388.

¹⁵ Regolamento (CE) n. 178/2002 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 28 gennaio 2002, che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare, istituisce l’Autorità europea per la sicurezza alimentare e fissa procedure nel campo della sicurezza alimentare, in Gazzetta ufficiale delle Comunità europee L 31, 1.2.2002, pp. 1-24.

¹⁶ Articolo 2135 del Codice civile (Imprenditore agricolo).

- la valorizzazione dei prodotti agroalimentari di qualità, nel caso specifico del vino, con il Regolamento (UE) 1308/2013 e il Regolamento delegato (UE) 2019/33¹⁷;
- la commercializzazione, la quale viene normata sullo scambio e sulle informazioni comunicate ai consumatori mediante pubblicità ed etichette attraverso, ad esempio, il Regolamento (UE) n. 1169/2011;
- il consumo, incentrato sulla sicurezza alimentare (*food safety*) del vino con il Regolamento (CE) n. 178/2002¹⁸.

Inoltre, nel mercato del vino sono presenti altri soggetti non direttamente legati all'attività agricola, ma intermediari tra i produttori e i consumatori: industriali o commercianti del vino, i quali svolgono, secondo l'art. 2195 c.c.¹⁹, "*un'attività industriale diretta alla produzione di beni*" o "*un'attività intermediaria nella circolazione dei beni*".

Avendo solamente accennato alla legislazione vitivinicola relativa alla produzione e alla valorizzazione dei prodotti agroalimentari di qualità, di cornice al tema centrale di questo studio, e trattando più approfonditamente nel capitolo successivo del Regolamento (UE) n. 1169/2011, qui a seguire ci sarà un *excursus* sul capitolo legislativo del consumo e, più nello specifico, del Regolamento (CE) n. 178/2012.

Il suddetto Regolamento persegue gli obiettivi di un elevato livello della vita e della salute degli uomini, degli animali, delle piante e dell'ambiente, di tutela dei consumatori e di pratiche leali nel commercio alimentare. Tali obiettivi dovranno essere perseguiti da tutti i soggetti coinvolti e durante tutte le operazioni sui prodotti alimentari, dalla produzione alla distribuzione finale, passando per la raccolta, la trasformazione, il trasporto e l'offerta, inclusi gli operatori e i luoghi di ristorazione. L'insieme dei canali coinvolti, anche solo parzialmente, viene definito «impresa alimentare».

¹⁷ Regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 21 novembre 2012, sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 343, 14.12.2012, pp. 1-29.

¹⁸ Germanò, A., Rook, E., & Lucifero, N. (2019). *Manuale di legislazione vitivinicola* (Seconda edizione). G. Giappichelli Editore, Torino, pp. 13-15.

¹⁹ Articolo 2195 del Codice civile (Imprenditori soggetti a registrazione).

Nell'ottica di tutela del consumatore, strumenti quali la tracciabilità dei prodotti e la comunicazione di indicazioni obbligatorie in etichetta devono essere implementati e sviluppati sempre più.

Il rischio, ovvero *“la presenza del pericolo, quando è probabile che dia luogo ad un grave effetto per la salute”*²⁰, deve essere analizzato affinché si assicuri il più alto livello di protezione della salute umana, della sicurezza e dell'interesse dei consumatori nell'avere cibi sicuri e informazioni precise e veritiere per permettere scelte attente e responsabili. L'EFSA²¹, l'Autorità europea per la sicurezza alimentare, è responsabile della valutazione del rischio (*risk assessment*), mentre la gestione del rischio (*risk management*) è compito della Commissione europea: il fine ultimo è quello di prevenire danni alla salute dei consumatori o, se già verificatisi, attuare adeguate contromisure. La gestione del rischio deve avvenire secondo il principio di precauzione, definito all'art. 7 del regolamento, sulla base delle attuali conoscenze tecnologiche, secondo cui *“misure provvisorie, ma comunque proporzionate, devono essere adottate quando, sulla base della valutazione delle informazioni disponibili, vi sia la possibilità di effetti dannosi alla salute, ancorché permanga una situazione d'incertezza sul piano scientifico”*²². Tale principio non interessa solo la valutazione sulla nocività dell'alimento, bensì comprende anche la responsabilità del produttore. A tal proposito, *“l'art. 17 del Reg. (CE) n. 178/2002 richiede al produttore non solo di garantire che i cibi e le bevande da lui realizzati soddisfino le disposizioni della legislazione alimentare nelle varie fasi della produzione, trasformazione e distribuzione, ma anche di compiere, ove occorra, una valutazione dei loro eventuali effetti nocivi immediati e futuri, cosicché il produttore è investito di una responsabilità che oltrepassa la relazione tra danneggiante ed immediato danneggiato, perché include, nella relazione, anche le generazioni future”*²³. Il par. 4 dell'art. 14 del Reg. (CE) n. 178/2002 definisce, quindi, i requisiti di sicurezza di un alimento, prendendo in considerazione sia gli effetti immediati sia quelli a breve termine sia quelli a lungo termine sulla salute del consumatore e dei suoi discendenti.

²⁰ Germanò, A., Rook, E., & Lucifero, N. (2019). *Manuale di legislazione vitivinicola* (Seconda edizione). G. Giappichelli Editore, Torino, p. 68.

²¹ Acronimo di *European Food Safety Authority*.

²² Germanò, A., Rook, E., & Lucifero, N. (2019). *cit.*, pp. 67-68.

²³ Germanò, A., Rook, E., & Lucifero, N. (2019). *cit.*, Torino, p. 70.

Inoltre, il Reg (CE) n. 178/2002 enuncia gli obblighi di sicurezza che devono essere osservati dagli operatori alimentari: rispettare le norme della legislazione alimentare (art. 17); ritirare il prodotto ritenuto non conforme ai requisiti di sicurezza (art. 19); collaborare con le autorità per la scoperta di eventuali rischi (artt. 17-20); offrire informazioni veritiere sugli alimenti (art. 16); conoscere l'operatore che ha fornito l'alimento (art. 18); tracciabilità ed etichettatura dell'alimento (art. 18). Inoltre, un ruolo importante è quello assegnato agli Stati membri dell'Unione Europea, i quali devono far applicare la legislazione comunitaria agli operatori e far sì che venga rispettata attraverso un sistema ufficiale di controllo, sanzioni adeguate ed un sistema di comunicazione ai cittadini, come indicato nell'art. 17, par. 2, 2° e 3° inciso.

Il quadro normativo è sempre più indirizzato verso una comunicazione bidirezionale tra i consumatori e gli enti pubblici e privati. Tale orientamento ha avuto inizio quando si sono intravisti i primi interessi sulla sicurezza alimentare e sulla veridicità delle informazioni trasmesse, in particolar modo dopo gli scandali alimentari nello scenario europeo degli anni '90, uno tra tutti lo scandalo del vino al metanolo in Italia, che hanno minato il rapporto di fiducia tra consumatori ed industria alimentare.

A causa di ciò si è voluto dar vita ad un percorso focalizzato ad incrementare, in particolar modo, la sicurezza alimentare, la tutela della salute dei consumatori e l'ambiente, partendo con la pubblicazione del Libro verde sulla legislazione europea in materia di prodotti alimentari del 1997²⁴, uno strumento comunitario di riflessione politica con cui ripensare i principi della legislazione alimentare, come l'etichettatura degli alimenti e i processi di comunicazione del rischio. Per ciò che concerne l'etichettatura, è stato suggerito di trovare un equilibrio nell'indicare tutte le informazioni corrette ed utili al fine di evitare inutili disposizioni eccessivamente dettagliate. Trattando, invece, dei processi di comunicazione del rischio dei prodotti alimentari, è stato indicato come sarebbe auspicabile mettere rapidamente a disposizione del pubblico informazioni attendibili sull'insorgenza di gravi rischi per la salute, evitando messaggi allarmistici o falsi allarmi.

²⁴ IP/97/370. Libro verde sulla legislazione europea in materia di prodotti alimentari del 30 aprile 1997.

L'informazione al consumatore sarà poi parte integrante del Libro bianco sulla sicurezza alimentare del 2000²⁵. Tali iniziative e linee guida sono confluite nel Regolamento (CE) n. 178/2002 e, dopo diverse modifiche normative sull'informazione alimentare, nel Regolamento (UE) n. 1169/2011, il quale fissa i principi generali, i requisiti e le responsabilità in materia di informazione alimentare, ad esempio mediante l'etichettatura²⁶.

Il mercato del vino è assai globalizzato, in particolar modo grazie all'ingresso dei Paesi del "Nuovo Mondo" del vino, quali Stati Uniti, Argentina, Cile, Sudafrica, Nuova Zelanda, Australia, che stanno aumentando l'import e la loro produzione interna. Tale situazione assai variegata di Paesi protagonisti di questo mercato fa sì che sussistano spesso diversità normative, incompatibili sul piano dell'equivalenza, che impediscono la libera circolazione dei prodotti vitivinicoli, se non a fronte di un attento adeguamento e rispetto della legislazione vigente nel Paese in cui si voglia esportare, ad esempio. Da questo punto di vista il mercato unico degli Stati membri dell'Unione Europea è un vantaggio sia per gli Stati membri stessi, i quali possono commerciare tra di loro senza limitazioni, vincoli o barriere tecniche ed economiche, sia per gli Stati extra-UE esportatori, i quali dovranno allinearsi ad un'unica legislazione comune.

A livello comunitario il settore vitivinicolo è parte della politica agricola comune (PAC), la quale, mediante il Regolamento (UE) n. 1308/2013 (fino alla futura PAC 2023-2027), norma lo strumento dell'OCM unica, in cui è inserito e regolamentato il comparto produttivo in esame. In particolare, il tema del vino è trattato negli artt. 39-54 (misure di sostegno nel settore vitivinicolo), 61-72 (autorizzazione per gli impianti viticoli), 80-83 (pratiche enologiche e varietà di viti), 92-111 (denominazioni di origine e indicazioni geografiche), 112-116 (menzioni tradizionali), 117-123 (etichettatura e presentazione del vino), 145-147 (schedario e inventario viticolo) e 167 (regole di commercializzazione per la stabilizzazione del mercato comune dei vini). Tale strumento di regolamentazione del mercato da parte dell'UE è autonomo, prevale sul diritto interno degli Stati membri e viene applicato uniformemente a livello europeo, intervenendo sulle strutture produttive, dalla fase di produzione alla fase di commercializzazione dei prodotti.

²⁵ COM(1999) 719 def. Libro bianco sulla sicurezza alimentare, Commissione delle Comunità europee, Bruxelles, 12.1.2000.

²⁶ Leone, L. (2017, luglio-settembre). Towards new "digital insights". The value of Open Data for food information in Europe. *Rivista di diritto alimentare*, XI(3), pp. 4-19.

L'allineamento delle disposizioni interne a livello italiano con il Regolamento (UE) n. 1308/2013 è avvenuto mediante il "Testo Unico vino", Legge n. 238 del 12 dicembre 2016²⁷.

L'OCM unica, instaurata con il Regolamento (CE) n. 1234/2007, non comprendeva al suo interno il comparto vitivinicolo, il quale ci è entrato in un secondo momento con il Regolamento (CE) n. 491/2009²⁸.

Anche nelle materie oggetto di competenza concorrente tra Unione Europea e Stati membri, in cui vale il principio di sussidiarietà, come è il caso dell'agricoltura (art. 4 del TFUE), vige il primato del diritto dell'UE su quello interno di ogni singolo Stato membro (il primato del diritto dell'UE è assoluto). A questo si aggiunge la regola secondo cui *"gli Stati devono comunicare alla Commissione europea il loro intento di disporre regole tecniche sulla produzione dei prodotti e sulla loro indicazione in etichetta, e devono sospendere l'emanazione fino a quando la Commissione non le abbia vagliate sotto il profilo della loro capacità di incidere sulla libera circolazione delle merci"*²⁹.

²⁷ Legge 12 dicembre 2016, n. 238 Disciplina organica della coltivazione della vite e della produzione e del commercio del vino, in GU Serie Generale n. 302 del 28.12.2016.

²⁸ Germanò, A., Rook, E., & Lucifero, N. (2019). *Manuale di legislazione vitivinicola* (Seconda edizione). G. Giappichelli Editore, Torino, pp. 84; 90; 94.

²⁹ Germanò, A., Rook, E., & Lucifero, N. (2019). *Manuale di legislazione vitivinicola* (Seconda edizione). G. Giappichelli Editore, Torino, p. 25.

CAPITOLO II

TRASPARENZA INFORMATIVA E TUTELA DELLA SALUTE

2.1. STRATEGIA UE "GREEN DEAL"

L'Unione europea mira a contrastare e porre rimedio a due grandi problemi mondiali, ovvero i cambiamenti climatici ed il degrado ambientale. La strategia con cui si è prefissata di raggiungere tali obiettivi prende il nome di "Green Deal". Si tratta, nello specifico, di una Comunicazione del 2019¹ della Commissione: un documento con caratteristiche di indirizzo e sviluppo nei confronti degli Stati membri, senza alcun vincolo normativo (Figura 1).

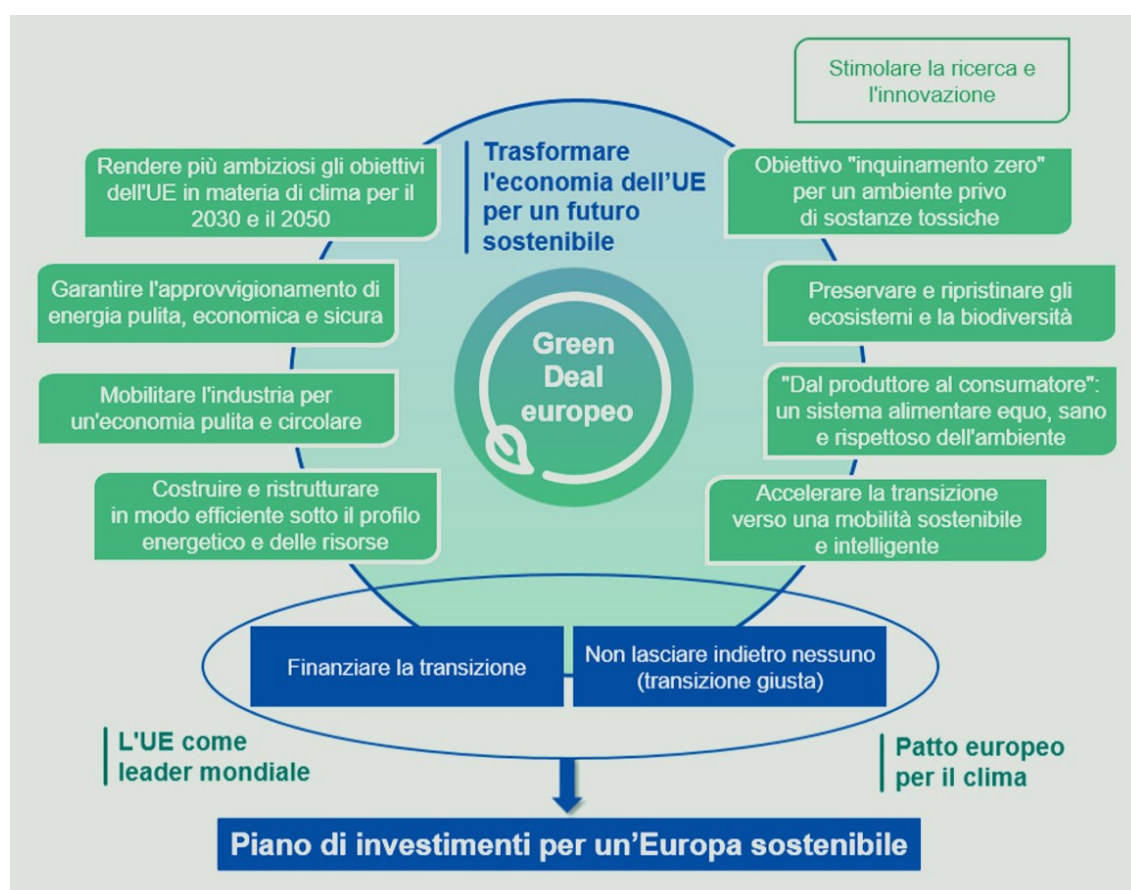


Figura 1: Strategia UE "Green Deal" in sintesi.

¹ COM(2019) 640 final. Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle Regioni, Il Green Deal europeo, Bruxelles, 11.12.2019.

La sfida è quella di instaurare all'interno dell'Unione europea un'economia moderna, competitiva ed efficiente, assicurando, allo stesso tempo, che non vengano lasciati indietro nel progresso nessuna persona e nessun luogo, che la crescita economica non dipenda dallo sfruttamento delle risorse naturali e che entro il 2050 avvenga un azzeramento delle emissioni nette di gas serra (riduzione di almeno il 55%, entro il 2030, rispetto ai livelli del 1990)².

Affinché si riesca ad arrivare a determinati traguardi, è importante che tutte le politiche comunitarie mirino ad essi, sia quelle più strettamente connesse sia quelle che in prima battuta potrebbero sembrare estranee a certe tematiche.

Le azioni da intraprendere nel corso della programmazione strategica riguardano il clima, l'ambiente e gli oceani, l'energia, i trasporti, l'agricoltura, i finanziamenti e lo sviluppo regionale, l'industria, la ricerca e l'innovazione. Queste, nel loro insieme e nel corso del tempo, dovranno mirare a migliorare la salute ed il benessere dei cittadini e delle generazioni future grazie agli obiettivi prefissati da raggiungere, come:

- aria e acqua pulite, un suolo sano e biodiversità;
- edifici rinnovati ed efficienti dal punto di vista energetico;
- cibo sano e a prezzi accessibili;
- più trasporti pubblici;
- energia più pulita e innovazione tecnologica pulita d'avanguardia;
- prodotti che durino più a lungo, che possano essere riparati, riciclati e riutilizzati;
- posti di lavoro adeguati alle esigenze future e formazione delle competenze per la transizione;
- un'industria competitiva e resiliente a livello globale³.

Dalla strategia del “*Green Deal*” sopra citata deriva la necessità di attuare azioni anche in agricoltura, allo scopo di incentivare la creazione di un sistema alimentare sostenibile, dal quale derivino la salute ed il benessere di persone, società e pianeta.

² Realizzare il Green Deal europeo. *Sito ufficiale della Commissione europea*. Disponibile al sito Internet: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal/delivering-european-green-deal_it (Accessibile nel mese di settembre, 2022).

³ Un Green Deal europeo. *Sito ufficiale della Commissione europea*. Disponibile al sito Internet: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_it (Accessibile nel mese di settembre, 2022).

In questo, il sistema agricolo ed alimentare europeo da un lato sarà quindi sostenuto dalla Politica Agricola Comune (PAC), mentre dall'altro lato esso stesso dovrà sostenere a sua volta tale strategia comunitaria.

Gli obiettivi dichiarati dalla stessa Unione europea sono i seguenti:

- *“garantire la sicurezza alimentare di fronte ai cambiamenti climatici e alla perdita di biodiversità;*
- *ridurre l'impronta ambientale e climatica del sistema alimentare dell'UE;*
- *rafforzare la resilienza del sistema alimentare dell'UE;*
- *guidare la transizione globale verso la sostenibilità competitiva dal produttore al consumatore”⁴.*

Compiendo un'analisi dal punto di vista di questo studio, una delle azioni da intraprendere nel settore agroalimentare, per perseguire la strategia del “*Green Deal*”, è quella del miglioramento dell'etichettatura nutrizionale. La base normativa di riferimento, revisionabile, è il Regolamento (UE) n. 1169/2011, per ciò che concerne le informazioni nutrizionali obbligatorie da apporre sulle etichette degli alimenti.

Attualmente, l'etichettatura nutrizionale non è obbligatoria per tutti gli alimenti, come per le bevande alcoliche, tra cui il vino. Inoltre, non è dichiarata come elemento obbligatorio la posizione che essa deve avere nel *packaging* del prodotto in commercio. Con il “*Green Deal*” si sta quindi ponendo risalto all'etichettatura nutrizionale aggiuntiva *front-of-pack*, cioè posta sulla parte anteriore dell'alimento. Le informazioni qui riportate assumerebbero una forma più semplificata, in modo da essere più rapidamente viste, percepite e comprese dal consumatore finale. Oltretutto, questo sarebbe uno strumento volto a perseguire la strategia di prevenire malattie non trasmissibili legate all'alimentazione, ad esempio obesità, diabete, tumori, malattie cardiovascolari, *etc.* Allo stato attuale sono presenti nel mercato diversi formati di etichetta *front-of-pack*, nessuna di esse avente però carattere di obbligatorietà.

Come riportato anche dall'articolo 35 del Regolamento (UE) n. 1169/2011, le diverse forme di espressione sulle informazioni nutrizionali (come numeri, grafici,

⁴ L'agricoltura e il Green Deal. *Sito ufficiale della Commissione europea*. Disponibile al sito Internet: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal/agriculture-and-green-deal_it (Accessibile nel mese di settembre, 2022).

simboli, etichette *front-of-pack*, etc.) devono rispettare diversi requisiti per essere autorizzate: ad esempio, non devono indurre in errore il consumatore, devono facilitare la sua comprensione sulle caratteristiche energetiche e nutritive dell'alimento, il consumatore medio deve riuscire a comprendere tali forme di presentazione, non devono creare ostacoli alla libera circolazione delle merci. Gli Stati membri e gli operatori del settore alimentare hanno quindi la facoltà di adottare sistemi propri, secondo le necessità dei propri consumatori. Sono poi tenuti a comunicare alla Commissione un riscontro su queste forme di espressione affinché sia facilitato lo scambio di informazioni.

Allo stato odierno, sul mercato interno europeo, talvolta anche su quello internazionale, sono presenti diversi sistemi di etichettatura nutrizionale *front-of-pack*, già attuati o in fase di sviluppo, sia pubblici che privati.

Secondo il Regolamento, la Commissione avrebbe dovuto presentare entro il 13 dicembre 2017 una relazione al Parlamento europeo ed al Consiglio sull'uso di queste forme di comunicazione, sulla comprensione e sull'impatto nei consumatori, sul loro effetto sul mercato interno e sull'opportunità di armonizzare tali forme a livello unionale. Tuttavia, tale relazione è stata adottata solamente il 20 maggio 2020⁵: questo rinvio è stato determinato dal fatto che si è voluto includere nell'analisi anche le espressioni e le presentazioni introdotte negli ultimi anni (tra cui l'etichettatura nutrizionale *front-of-pack*), le quali altrimenti sarebbero state escluse qualora il termine del 13 dicembre 2017 fosse stato rispettato.

La Relazione, dopo aver affrontato gli effetti ed i potenziali impatti dei sistemi *front-of-pack*, ha promosso la validità di queste etichettature poiché aiuterebbero il consumatore a fare scelte positive per la sua salute. Inoltre, il loro potenziale verrebbe incrementato qualora venissero usati schemi, grafici, simboli di facile e pronta lettura.

La conclusione proposta dalla Commissione esplica come sia consono armonizzare a livello europeo l'etichettatura nutrizionale, meglio se di tipo *front-of-pack*, rendendola obbligatoria per tutti i prodotti alimentari (ad esempio anche per le bevande alcoliche, tra cui il vino), lasciando comunque tutto in sospeso, in attesa di un'ulteriore discussione con gli *stakeholder* e di una valutazione d'impatto.

⁵ COM(2020) 207 final. Relazione della Commissione al Parlamento europeo e al Consiglio sull'uso di forme di espressione e presentazione supplementari della dichiarazione nutrizionale, Bruxelles, 20.5.2020.

Il costo per le imprese ed il possibile incremento di confusione nei consumatori rappresentano due tra gli aspetti maggiormente limitanti all'evoluzione in tal senso, motivo ulteriore per cui sarebbe auspicabile un'armonizzazione comunitaria.

2.2. STRATEGIA UE “FARM TO FORK”

Quanto citato nel paragrafo precedente è direttamente collegato e si riflette nella strategia UE “*Farm to Fork*”⁶ (2020), derivante dalla strategia del “*Green Deal*”, in cui la Commissione avanza proposte di azioni affinché si riesca a far prendere al consumatore scelte alimentari sane. Inoltre, è stato aperto un dibattito che coinvolge tutti i portatori di interesse. Il piano prevede che la Commissione adotti una proposta di etichettatura nutrizionale armonizzata e obbligatoria *front-of-pack (FoP)* da apporre sulla parte anteriore delle confezioni alimentari entro la fine del 2022, considerata la priorità politica a livello europeo delle due strategie⁷, prendendo come base di riferimento per l'elaborazione la consulenza scientifica dell'EFSA⁸. Di analogo indirizzo è anche la revisione del Regolamento (UE) n. 1169/2011 riguardante l'introduzione della dichiarazione nutrizionale e dell'elenco degli ingredienti all'interno dell'etichetta delle bevande alcoliche.

La Commissione si è impegnata ad esaminare anche nuove modalità di comunicazione delle informazioni alimentari per migliorare la loro accessibilità al consumatore attraverso metodi differenti rispetto a quelli tradizionali, ad esempio mediante strumenti digitali.

⁶ COM(2020) 381 final. Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle Regioni, Una strategia “Dal produttore al consumatore” per un sistema alimentare equo, sano e rispettoso dell'ambiente, Bruxelles, 20.5.2020.

⁷ Nutrition labelling. *Sito ufficiale della Commissione europea*. Disponibile al sito Internet: https://food.ec.europa.eu/safety/labelling-and-nutrition/food-information-consumers-legislation/nutrition-labelling_en (Accessibile nel mese di settembre, 2022).

⁸ EFSA Panel on Nutrition, Novel Foods and Food Allergens (NDA), Turck, D., Bohn, T., Castenmiller, J., de Henauw, S., Hirsch-Ernst, K. I., Knutsen, H. K., Maciuk, A., Mangelsdorf, I., McArdle, H. J., Naska, A., Peláez, C., Pentieva, K., Thies, F., Tsabouri, S., Vinceti, M., Bresson, J. L., & Siani, A. (2022). Scientific advice related to nutrient profiling for the development of harmonised mandatory front-of-pack nutrition labelling and the setting of nutrient profiles for restricting nutrition and health claims on foods. *EFSA Journal*, 20(4), e07259. Si veda anche la Consulenza scientifica EFSA base per futura etichettatura armonizzata su parte anteriore confezioni alimentari e per restrizioni a indicazioni salutistiche (2021). *Sito ufficiale dell'EFSA European Food Safety Authority*. Disponibile al sito Internet: <https://www.efsa.europa.eu/it/news/efsas-scientific-advice-inform-harmonised-front-pack-labelling-and-restriction> (Accessibile nel mese di novembre, 2022).

La strategia “*Farm to Fork*”, definita e tradotta in italiano “Dal produttore al consumatore”, è parte fondamentale del “*Green Deal*” europeo e ha come obiettivo quello di rendere i sistemi alimentari equi, sani e rispettosi dell’ambiente, in ottica di sostenibilità e resilienza a crisi improvvise, come può esserlo stata quella della pandemia di *Covid-19*. È anch’essa una Comunicazione, quindi non ha carattere vincolante dal punto di vista normativo, bensì indica un indirizzo di sviluppo da far percorrere auspicabilmente agli Stati membri (figura 2).

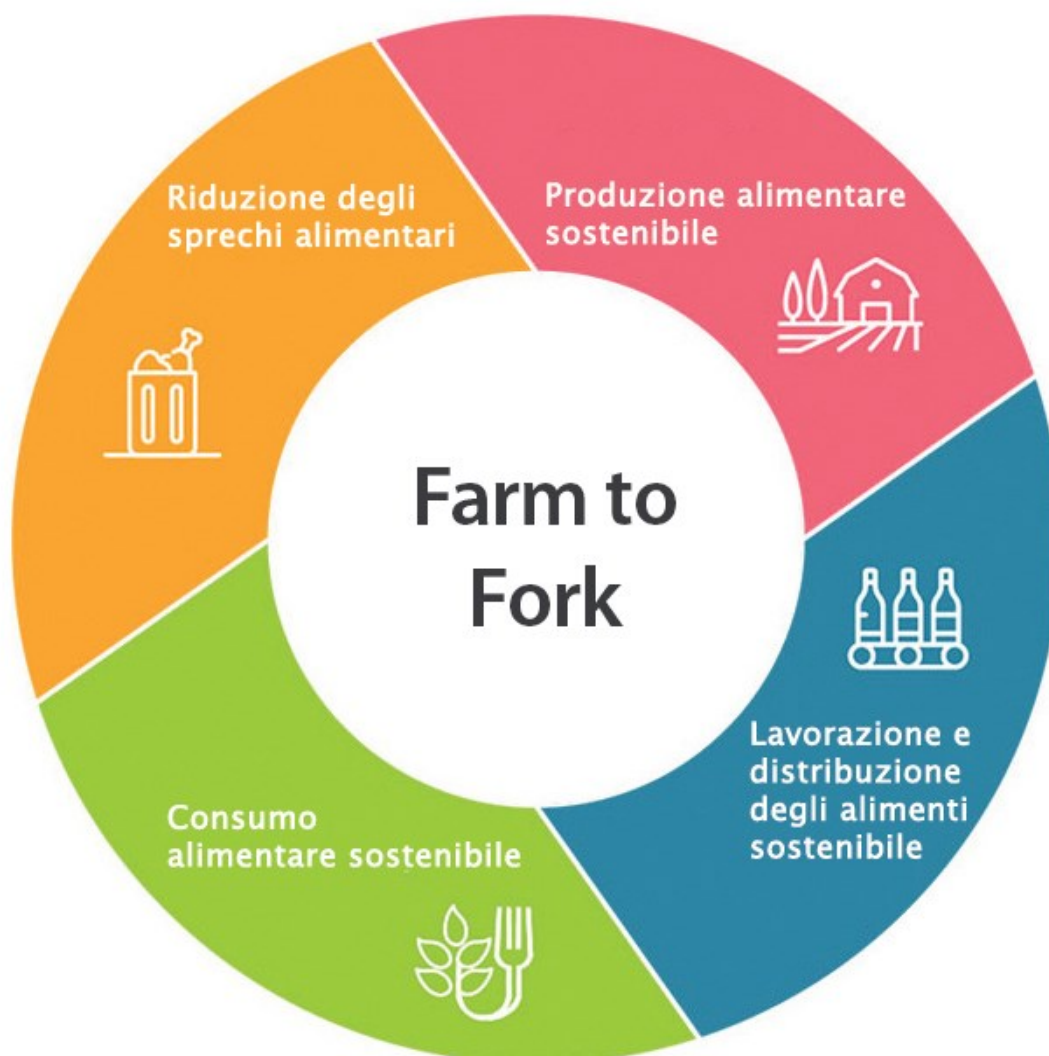


Figura 2: Strategia UE “*Farm to Fork*” in sintesi.

Una delle azioni principali è quindi volta a contrastare un insostenibile consumo alimentare sia dal punto di vista della salute sia dal punto di vista ambientale. Infatti, come sottolineato anche dalla Comunicazione, nell’Unione europea viene assunto

quotidianamente un eccesso di energia media, ben al di sopra dei limiti raccomandati. Ad esempio, una riduzione del consumo di vino diminuirebbe, secondo tale strategia, da un lato il rischio di malattie cardiovascolari a causa dell'eccessivo apporto calorico di questi alimenti, dall'altro il rischio di tumori dovuti ad un consumo irrazionale di alcol. *“Si stima che nel 2017 nell'UE oltre 950.000 decessi (uno su cinque) e la perdita di oltre 16 milioni di anni di vita in buona salute fossero attribuibili a cattive abitudini alimentari, a malattie principalmente cardiovascolari e a tumori. Il Piano europeo di lotta contro il cancro⁹ prevede la promozione di regimi alimentari sani nel quadro delle azioni di prevenzione”¹⁰.*

A ribadire tale concetto è anche la consulenza scientifica dell'EFSA in materia di profilazione nutrizionale¹¹, chiesta dalla Commissione europea: ridurre l'eccessiva assunzione, a livello europeo, di energia, grassi saturi, sodio e zuccheri aggiunti/liberi contribuirebbe al contrasto di malattie croniche legate ad una cattiva alimentazione¹².

Inoltre, una riduzione di questi consumi poco responsabili dovrebbe avere un impatto positivo sull'ambiente, oltre a ridurre i costi sanitari. Come proposto dalla Commissione, ciò potrebbe essere raggiunto anche grazie a degli incentivi fiscali, come le aliquote IVA, che potrebbero agevolare l'acquisto di alimenti salutari e scoraggiare, invece, quelli più nocivi per la salute.

In questo contesto e per tali motivazioni nasce la proposta di revisione del Regolamento (UE) n. 1169/2011.

È in crescita la domanda e la sensibilità, da parte del pubblico, verso prodotti alimentari sempre più salutari e sostenibili. Da ciò deriva uno degli obiettivi della strategia, ovvero quello di garantire, da parte dell'Unione europea, *“la sicurezza alimentare, la nutrizione e la salute pubblica, assicurando che tutti abbiano accesso ad alimenti sufficienti, sicuri, nutrienti e sostenibili”¹³*. Gli altri propositi del sistema

⁹ COM(2021) 44 final. Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo e al Consiglio, Piano europeo di lotta contro il cancro, Bruxelles, 3.2.2021.

¹⁰ COM(2020) 381 final.

¹¹ EFSA Panel on Nutrition, Novel Foods and Food Allergens (NDA) (2022).

¹² Profilazione nutrizionale: consulenza scientifica per l'iniziativa dell'UE “Dal produttore al consumatore” (2022). Sito ufficiale dell'EFSA European Food Safety Authority. Disponibile al sito Internet: <https://www.efsa.europa.eu/it/news/nutrient-profiling-scientific-advice-eu-farm-fork-initiative> (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

¹³ Farm to Fork strategy. Sito ufficiale della Commissione europea. Disponibile al sito Internet: https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/farm-fork-strategy_en (Accessibile nel mese di settembre, 2022).

agroalimentare, che mirano a rendere più rapida la transizione verso un sistema alimentare sostenibile, sono i seguenti:

- *“avere un impatto ambientale neutro o positivo;*
- *contribuire a mitigare i cambiamenti climatici e a adattarsi ai suoi impatti;*
- *invertire la perdita di biodiversità;*
- *preservare l'accessibilità economica dei prodotti alimentari generando allo stesso tempo rendimenti economici più equi, promuovere la competitività del settore dell'approvvigionamento dell'UE e promuovere il commercio equo”¹⁴.*

La transizione supportata dall'UE sarà anche globale e non solo comunitaria, favorendo sistemi agroalimentari internazionali sostenibili mediante politiche commerciali e strumenti di cooperazione internazionale.

2.3. COMUNICAZIONE DELLE INFORMAZIONI AI CONSUMATORI

2.3.1. Consumatore medio

I consumatori, attori di mercato dinamici e consapevoli, affinché siano in grado di prendere decisioni informate necessitano di determinate abilità, ad esempio la capacità di eseguire semplici calcoli, di leggere un'etichetta o di riconoscere i loghi rilevanti¹⁵.

Il parametro di riferimento a livello legislativo su cui basarsi è quello del “consumatore medio”, nozione non statistica di un ipotetico consumatore tipico definito come quel soggetto *“normalmente informato e ragionevolmente attento ed avveduto, tenendo conto di fattori sociali, culturali e linguistici”*. Tale valutazione dovrà essere compiuta volta per volta dagli organi giurisdizionali e dalle autorità nazionali, chiamati ad esprimere il proprio giudizio e la propria valutazione in merito¹⁶.

¹⁴ Farm to Fork strategy. *Sito ufficiale della Commissione europea.*

¹⁵ Commission Staff Working Paper, Consumer Empowerment in the EU, SEC(2011) 469 final, Brussels, 07.04.2011.

¹⁶ *Considerando 18* della Direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e che modifica la direttiva 84/450/CEE del Consiglio e le direttive 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e il regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio («direttiva sulle pratiche commerciali sleali», in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 149, 11.6.2005, pp. 22-39).

In quest'ottica, esistono gruppi di consumatori particolarmente vulnerabili per età, malattia o istruzione, che è importante proteggere dalle pratiche commerciali sleali: essi sono quindi tutelati mediante *“disposizioni volte ad evitare lo sfruttamento dei consumatori che per le loro caratteristiche risultano particolarmente vulnerabili alle pratiche commerciali sleali. Ove una pratica commerciale sia specificatamente diretta ad un determinato gruppo di consumatori [...] è auspicabile che l'impatto della pratica commerciale venga valutato nell'ottica del membro medio di quel gruppo”*¹⁷.

Tutte le possibili revisioni delle etichette dei prodotti alimentari, ad esempio la nuova etichettatura per le bevande alcoliche, si dovrebbero fondare su una base tanto importante quanto difficile da rispettare, ovvero la necessità che queste nuove forme di espressione e comunicazione siano chiare, immediate e comprensibili da parte del consumatore medio. Inoltre, un'armonizzazione a livello unionale su contenuti obbligatori, grafiche e forme ridurrebbe la frammentazione sia del quadro normativo sia di etichette presenti nel mercato, ridurrebbe la confusione e la sfiducia dei cittadini, agevolando la loro comprensione sul contenuto dei prodotti e un rapido ed equo confronto tra questi, oltre a facilitare il buon funzionamento del mercato interno.

Come dichiarato nel Regolamento (UE) n. 1169/2011 (Considerando 43), in molti Paesi ci sono state evoluzioni nel modo di esprimere e presentare la dichiarazione nutrizionale in etichetta, ad esempio mediante l'uso di grafici o simboli, in funzione delle caratteristiche culturali e comportamentali dei consumatori, in modo da aiutarli alla comprensione dei dati. All'articolo 35 paragrafo 1 viene concesso il permesso di trasmettere il valore energetico e la quantità di sostanze nutritive, oltre a mezzo di parole e numeri, anche mediante altre modalità di espressione, come forme o simboli grafici. Devono però essere rispettati diversi requisiti: ci devono essere *“elementi scientificamente fondati che dimostrano che il consumatore medio comprende tali forme di espressione o presentazione”*, le quali dovranno basarsi su *“ricerche accurate e scientificamente fondate condotte presso i consumatori”*; queste forme di espressione non devono indurre in errore l'acquirente, devono essere obiettive, non discriminatorie e non devono creare ostacoli alla libera circolazione delle merci. Il tutto in funzione di *“facilitare la comprensione, dal parte del consumatore, del*

¹⁷ Considerando 18 della Direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005.

contributo o dell'importanza dell'alimento ai fini dell'apporto energetico e nutritivo di una dieta".

Molti dubbi sorgono sul verificarsi di questa effettiva utilità nei confronti del consumatore medio, il quale spesso non sarebbe interessato a ricevere o far proprie determinate informazioni o non percepirebbe le nuove esigenze: da ciò deriva il fatto che il futuro sviluppo in materia di etichettatura potrebbe non fare della completa comprensione dei dati da parte della totalità dei consumatori un elemento chiave ed imprescindibile¹⁸. Infatti, spesso il consumatore non si sofferma a leggere attentamente l'etichetta dell'alimento, di conseguenza non richiede informazioni dettagliate capaci di incrementare la sua conoscenza¹⁹. Al contrario, qualora i consumatori dovessero essere più consapevoli, un'etichetta più dettagliata potrebbe venir maggiormente apprezzata da parte loro.

Ulteriori ostacoli alla comprensione completa e corretta delle informazioni da parte delle persone possono essere il sovraccarico di informazioni, la mancanza di tempo in fase di acquisto, la carenza di competenze tecniche ed eventualmente digitali, la diversità linguistica e culturale²⁰: tutto ciò pone il consumatore come soggetto debole, facilmente controllabile dal mercato²¹. Inoltre, dati e informazioni importanti da comunicare non dovrebbero essere inseriti in etichetta attraverso *slogan* promozionali: ciò avrebbe un effetto opposto alla loro diffusione, ovvero si ridurrebbe l'attenzione del consumatore a causa della sua esposizione continua ad innumerevoli modalità di "mascheramento" informativo da parte del mercato²².

Il *Joint Research Centre (JRC)* della Commissione europea ha condotto degli studi scientifici in merito alle informazioni sugli alimenti per i consumatori, i cui risultati verranno poi utilizzati per le diverse proposte di revisione delle norme dell'UE nell'ambito della strategia UE "*Farm to Fork*" e del Piano europeo di lotta contro il cancro. Oltretutto, daranno il loro apporto come prove scientifiche per la Valutazione

¹⁸ Paganizza, V. (2020). A European overview on Regulation (UE) No 1169/2011 after the entry into force. *Rivista di diritto alimentare*, XIV(1), pp. 11-30.

¹⁹ Borghi, P. (2011). Risk-related Communication and Food-related Communication: What Information to Consumers? *Rivista di diritto alimentare*, V(2), pp. 49-52.

²⁰ Ammannati, L. (2020). Information in agri-food market: the role of digital technologies. *Rivista di diritto alimentare*, XIV(1), pp. 51-56.

²¹ Lanni, S. (2020). Front-of-package food labels and consumer's autonomous decision-making. *Rivista di diritto alimentare*, XIV(1), pp. 57-64.

²² Masini, S. (2019). Sulle fonti dell'obbligo di informazione degli alimenti: etichettatura, comunicazione e responsabilità. *Rivista di diritto alimentare*, XIII(3), pp. 55-61.

d'impatto finale della revisione del Regolamento (UE) n. 1169/2011 sull'informazione sugli alimenti ai consumatori. Nel dettaglio, JRC ha condotto uno studio di revisione della letteratura sui mezzi di comunicazione alternativi alle etichette, compresi gli strumenti digitali, per trasmettere le informazioni di prodotti alimentari al consumatore medio: l'analisi è stata effettuata con lo scopo di capire come i cittadini dell'UE utilizzano questi mezzi, se li comprendono e come ne sono influenzati. Le conclusioni a cui si è giunti non sono positive per le fonti *online*, le quali richiedono strumenti esterni, quali *smartphone*, *pc*, *tablet*, per accedere alle informazioni attraverso *link* ai siti *web* o *QR²³-code*, ad esempio. Al contrario, un accesso diretto alle informazioni sugli alimenti, in maniera alternativa rispetto alle classiche etichette nei prodotti, come cartelli a scaffale o comunque apposti sul punto vendita, viene ritenuto più efficace nell'influenzare i consumatori verso comportamenti più sani e consapevoli. Gli strumenti digitali non vengono in ogni caso scartati, ma vengono considerati ancora poco maturi per diverse ragioni: divario digitale ancora troppo ampio per motivi generazionali o di reddito, scarsa abitudine al loro impiego in questo contesto, poco tempo a disposizione durante gli acquisti, *etc.* Secondo questo studio sarà quindi necessario un periodo di tempo più ampio affinché questi mezzi diventino una valida alternativa per comunicare importanti informazioni ai consumatori, oltre alla necessità che vengano effettuate ulteriori ricerche a riguardo²⁴.

2.3.2. Scelte d'acquisto dei consumatori

Il mercato agroalimentare è caratterizzato principalmente da due attori, il produttore ed il consumatore. Il canale distributivo è poi strutturato in diversi intermediari, i quali andranno ad accorciare o ad allungare la filiera a seconda del loro numero, ad esempio grossisti, agenti di commercio, dettaglianti. Tuttavia, seppur ci siano diversi soggetti interessati, una componente imprescindibile nello sviluppo

²³ Acronimo di *Quick Response*.

²⁴ European Commission's Joint Research Centre JRC (2022). Evidence on food information – Empowering consumers to make healthy and sustainable choices. Sito ufficiale della Commissione europea. Disponibile al sito Internet: https://joint-research-centre.ec.europa.eu/jrc-news/evidence-food-information-empowering-consumers-make-healthy-and-sustainable-choices-2022-09-09_en (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

dell'intero mercato è rappresentata dai consumatori, che anche con le loro scelte possono determinarne le tendenze ed il progresso.

Le istituzioni europee stanno sempre più volgendo l'attenzione verso le aspettative dei consumatori mediante un adeguamento del piano normativo europeo²⁵. A maggior ragione, la Commissione europea ha ritenuto doveroso studiare il comportamento e le decisioni dei consumatori determinate dalle informazioni nutrizionali che dovrebbero essere presenti nelle etichette delle bevande alcoliche²⁶. Queste dovrebbero consentire loro di compiere scelte consapevoli in termini sanitari, economici, ambientali, sociali ed etici. È stato quindi proposto un sondaggio alla popolazione di otto Stati membri dell'UE, da cui è emerso che il 49% degli intervistati avrebbe voluto conoscere il valore energetico delle bevande alcoliche e il 16% vorrebbe ridurre il proprio consumo di alcol²⁷.

Anche la catena di supermercati del Regno Unito *Sainsbury's*, una delle più grandi in UK insieme ad *Asda-WalMart*, con una ricerca interna del 2014 aveva riscontrato come l'85% dei consumatori intervistati non sapesse quante calorie contenesse un bicchiere di vino standard e i due terzi volesse vedere indicata la quantità di calorie sull'etichetta delle bevande alcoliche. Questi dati contrastano con il riscontro fornito dalla maggioranza degli intervistati sulla mancata presa in considerazione da parte loro delle calorie del vino per il conteggio giornaliero di energia assunta²⁸. In ogni caso, confortata da tali numeri, questa catena di supermercati è stata una delle prime a stampare il conteggio delle calorie sulle etichette dei vini a marchio proprio, a differenza di altri *player* che si sono contrapposti, come i supermercati *Tesco* e *Morrisons*, entrambi nel Regno Unito. Anche il rivenditore *Waitrose*, come *Sainsbury's*, ha fatto stampare nelle etichette delle bevande alcoliche con il proprio marchio la quantità di calorie per 100 ml di prodotto e per dose contenuta in un bicchiere²⁹.

²⁵ Lanni, S. (2020).

²⁶ Himmelsbach, E., Allen, A., & Francas, M. (2014). Study on the impact of food information on consumers' decision making. *TSN European Behaviour Studies Consortium: Brussels, Belgium*.

²⁷ Artom, A. (2017). Il divieto di indicazioni nutrizionali per le bevande alcoliche dopo il Decreto legislativo 27/2017. *Rivista di diritto alimentare*, XI(3), pp. 41-48.

²⁸ Mercer, C. (2014). UK retailers split over calories on wine labels. *Decanter*. Disponibile al sito Internet: <https://www.decanter.com/wine-news/uk-retailers-split-over-calories-on-wine-labels-29719/> (Accessibile nel mese di novembre, 2022).

²⁹ Mercer, C. (2014). Should there be calorie counts on wine labels? *Decanter*. Disponibile al sito Internet: <https://www.decanter.com/wine-news/opinion/the-editors-blog/should-there-be-calorie-counts-on-wine-labels-29714/> (Accessibile nel mese di novembre, 2022).

2.4. TRASPARENZA INFORMATIVA

2.4.1. Pratiche commerciali ingannevoli

I cittadini, al fine di prendere decisioni consapevoli, hanno il diritto di ricevere senza alcuna ingerenza informazioni chiare, pertinenti e di qualità, come sancito dalla Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea (art. 11)³⁰ e dalla Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo (art. 19)³¹.

L'etichetta può essere vista come una "guida normativa" per il consumatore, a sua completa disposizione prima della conclusione della fase di acquisto: ciò dovrebbe essere utile a guidare il processo economico affinché avvenga in modo razionale, escludendo per quanto possibile potenziali pregiudizi³².

Il Regolamento (CE) n. 178/2002 rappresenta il quadro di riferimento che garantisce il diritto all'informazione del consumatore: infatti, l'articolo 8 impedisce ogni tipo di comportamento diretto ad ostacolare le scelte consapevoli sui prodotti alimentari dei consumatori, mentre l'articolo 14, par. 3, lettera b ribadisce l'importanza della trasmissione delle informazioni in etichetta come garanzia che l'alimento sia sicuro e commerciabile³³.

La tutela dei diritti del consumatore è poi garantita dalla Direttiva 2005/29/CE, la quale armonizza le norme europee in materia di pratiche commerciali sleali, viste ad esempio come comportamenti professionali non diligenti, capaci di alterare la libertà di scelta economica del consumatore medio (art. 5). Le stesse informazioni contenute in etichetta, false e/o influenti sulla presentazione ingannevole del prodotto, potrebbero danneggiare il consumatore medio, compromettendo la razionalità delle sue scelte di natura commerciale: all'alimento potrebbero essere attribuiti specifici valori emotivi o sociali, in grado di creare una percezione soggettiva su dei dati che, al contrario, dovrebbero essere oggettivi ed univoci, come quelli relativi alla natura del prodotto, alla sua composizione ed agli effetti o rischi a cui è esposto il

³⁰ Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea (2016/C 202/02), in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea C 202, 7.7.2016, pp. 389-405.

³¹ Universal Declaration of Human Rights. *United Nations*. Disponibile al sito Internet: <https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights> (Accessibile nel mese di novembre, 2022).

³² Masini, S. (2019).

³³ Lanni, S. (2020).

consumatore derivanti, ad esempio, dall'assunzione delle bevande alcoliche. Tali informazioni verrebbero sfruttate per influenzare la clientela, agendo sul processo decisionale alla base delle scelte di consumo dell'individuo. Per tale motivo anch'esse rientrano nella disciplina della Direttiva³⁴, alla voce "azioni ingannevoli" (art. 6).

Un'ulteriore pratica commerciale scorretta può essere l'ambiguità informativa, la quale l'imprenditore sfrutta spesso volontariamente a proprio vantaggio per nascondere o presentare in modo incomprensibile le proprietà negative del proprio prodotto alimentare o per far, al contrario, risaltare solamente quelle positive, attirando così a sé il consumatore medio. Di conseguenza, quest'ultimo potrebbe prendere una decisione non pienamente consapevole di natura commerciale, che altrimenti non avrebbe preso, a causa dell'omissione di informazioni rilevanti. Questa azione sleale può dipendere sia dalla discrepanza fra le caratteristiche comunicate e quelle effettive dell'alimento sia dall'uso di preconcetti sociali a fini commerciali inerenti alla tutela dei consumatori³⁵. Queste pratiche nella Direttiva sono indicate come "omissioni ingannevoli" (art. 7). Un esempio a tal riguardo potrebbe essere rappresentato dall'omissione deliberata di informazioni sul prodotto riguardanti un rischio noto per la salute umana, come potrebbe essere quello derivante da un consumo dannoso di alcol o quello riguardante l'assunzione di un eccesso di calorie.

Anche il Regolamento (UE) n. 1169/2011 fa riferimento alle pratiche commerciali leali, dichiarando che, qualora le informazioni siano fornite su base volontaria, esse dovranno soddisfare alcuni requisiti: non dovranno indurre in errore il consumatore, non dovranno per quest'ultimo essere ambigue o confuse, dovranno basarsi su dati scientifici pertinenti se possibile (par. 2 art. 36). L'articolo 7 paragrafo 1 precisa che le informazioni trasmesse al cliente non lo devono trarre in inganno in merito alle caratteristiche dell'alimento, come la natura, le proprietà, la composizione, il metodo di produzione, o in merito ad effetti o proprietà attribuitegli che invece non possiede. Non è nemmeno consentito sottolineare in maniera esplicita l'assenza o la presenza di determinati ingredienti o sostanze nutritive, attribuendo quindi al prodotto caratteristiche particolari, in realtà comuni per tutti gli alimenti di quel genere. Il paragrafo 2 dello stesso articolo richiama nuovamente al fatto che le informazioni

³⁴ Lanni, S. (2020).

³⁵ Lanni, S. (2020).

sugli alimenti devono essere precise, chiare e facilmente comprensibili per il consumatore.

2.4.2. Asimmetria informativa

L'accesso ad un più completo patrimonio informativo dei prodotti alimentari, in particolar modo dei vini e di tutte le bevande alcoliche in generale, agevolerebbe la conoscenza del consumatore sulla loro natura e sulle loro caratteristiche: dovrebbero essere trasmessi maggiormente dati utili che realmente interessano ai cittadini ai fini della scelta d'acquisto finale³⁶.

L'Unione europea ha cercato di ridurre nel tempo l'asimmetria informativa tra produttori e consumatori attraverso un'importante riorganizzazione delle disposizioni in materia di informazione al pubblico, anche mediante i più moderni strumenti tecnologici, legiferando a tal riguardo³⁷. Questo anche in ottica di limitare qualsiasi tipo di violazione dei diritti del consumatore, causato spesso da numerosi interessi economici che prevalgono su ogni altro aspetto o etica.

La trasparenza informativa e l'intelligibilità del settore agroalimentare è, infatti, una delle esigenze più sentite nella società civile. A tal proposito, l'etichetta potrebbe essere vista come uno strumento in grado di riequilibrare la posizione dei consumatori nella negoziazione, i quali rappresentano la parte più debole del contratto in rapporto ai produttori e al resto della filiera distributiva, al netto di eventuali *deficit* cognitivi che potrebbero ostacolare una maggior trasparenza comunicativa³⁸.

L'obiettivo a cui si tende è quello di una sempre maggiore trasparenza dell'etichetta alimentare mediante informazioni corrette e complete, al fine di permettere al consumatore di compiere scelte realmente consapevoli, nei limiti delle proprie conoscenze e competenze³⁹. Ciò nonostante, non deve venir meno l'autoresponsabilità individuale, dal momento che egli dovrà essere conscio degli eventuali rischi che potranno derivare dalle sue scelte, effettuate sulla base delle

³⁶ Masini, S. (2019).

³⁷ Ammannati, L. (2020).

³⁸ Lanni, S. (2020).

³⁹ Amorosino, S. (2015). Trasparenze, certezze e sicurezze dei prodotti e dei mercati agroalimentari: correlazioni e funzioni. *Rivista di diritto alimentare*, IX(1), pp. 39-42.

informazioni trasmesse dal produttore, ma molte volte non ricevute o fatte proprie dal cliente⁴⁰.

Ai sensi del Regolamento (UE) n. 1169/2011, ad oggi le bevande alcoliche con più di 1,2% vol. di alcol si differenziano dal resto degli alimenti per la facoltà di apporre volontariamente, quindi non obbligatoriamente, l'elenco degli ingredienti e la dichiarazione nutrizionale. Lo studio condotto dal *JRC* ha messo in luce come l'industria delle bevande alcoliche abbia ormai pienamente recepito la presenza di questa possibilità. Tuttavia, solo l'industria della birra sembrerebbe aver intrapreso un percorso in tal senso: infatti, circa il 90% delle birre sul mercato presenta informazioni sugli ingredienti e tra il 25 e il 50% comunica le informazioni energetiche. Di contro, minor trasparenza è presente nel settore dei sidri e delle bibite alcoliche “*ready-to-drink*”, dove circa il 50% dei prodotti presenta informazioni sugli ingredienti e meno del 40% contiene informazioni sul contenuto energetico. Un'alta asimmetria informativa caratterizza, invece, le bevande spiritose e ancor di più i prodotti vitivinicoli. Le informazioni nutrizionali raramente vengono qui indicate in etichetta. In generale, la comunicazione *off-label* dell'elenco degli ingredienti e della dichiarazione nutrizionale viene poco impiegata in tutte le bevande alcoliche: sono assai poche, infatti, le etichette che presentano un riferimento diretto o indiretto al sito *web*⁴¹.

Le aziende vitivinicole, come verrà poi analizzato nel capitolo IV, hanno messo in rilievo come uno dei principali ostacoli che si troverebbero a dover affrontare nel comunicare al consumatore il valore energetico dei propri vini è rappresentato dalla costante diversità del prodotto. Ciò vale anche per le birre artigianali o per qualunque altra bevanda alcolica che non sia prodotta industrialmente in maniera standardizzata, dove al contrario il risultato ottenuto sarebbe sempre il medesimo, con la stessa composizione e gli stessi valori energetici e nutritivi. Quindi, per agevolare da un lato una maggior simmetria informativa tra produttore e consumatore e dall'altro non penalizzare economicamente soprattutto le piccole e medie aziende, sarebbe necessario ed auspicabile venissero introdotte delle linee guida più flessibili. Queste potrebbero consentire l'indicazione in etichetta di valori

⁴⁰ Spoto, G. (2018). Tutela del consumatore, etichette a semaforo, e informazioni “negative”. *Rivista di diritto alimentare*, XII(2), pp. 28-41.

⁴¹ European Commission's Joint Research Centre JRC (2022).

“tipici” di calorie dei prodotti, evitando così di dover analizzare con costosi test i diversi lotti di produzione. Questa modalità, ad esempio, è già stata adottata negli Stati Uniti con le linee guida emesse nel 2020 dall'*Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB)*⁴². In UE attualmente già si procede, nel resto degli alimenti, con l'indicazione in etichetta di valori energetici medi, di valori ottenuti tramite l'analisi di un determinato numero di lotti oppure di valori basati su dati scientifici generalmente riconosciuti.

Utilizzando un modello algebrico di Beverley Blanning *MW*⁴³ per cercare di individuare dei valori calorici attesi e non con estrema precisione quelli effettivamente presenti, una bottiglia di vino standard (0,75 l) contenente un vino con 13,5% vol. di alcol avrebbe circa 567 kcal. Secondo il *National Health Service (NHS)*, un bicchiere di vino da 175 ml e 12% vol. di alcol avrebbe circa 133 kcal, mentre un bicchiere di vino fortificato da 50 ml e 17,5% vol. di alcol avrebbe circa 77 kcal. Tali dati sono simili a quelli indicati nelle linee guida federali USA sulla dieta per gli anni 2020-2025, in cui un bicchiere standard di vino, quantificato in 150 ml con 12% vol. di alcol, conterrebbe circa 120 kcal. Questi numeri possono essere poi facilmente confrontati con i dati delle linee guida del *National Health Service*, secondo cui l'assunzione totale di calorie giornaliere per le donne dovrebbe essere di 2.000 kcal, mentre per gli uomini di 2.500 kcal⁴⁴.

D'altro canto, trattando di una possibile modifica all'etichettatura dei prodotti alimentari, nella fattispecie delle bevande alcoliche, oltre ad una maggior trasparenza informativa non andrebbe tralasciata la necessità che siano tutelati i cittadini europei e che vengano garantiti pienamente i loro diritti, come l'autonomia decisionale del consumatore⁴⁵. Tuttavia, non tutte le problematiche, spesso assai complesse come quelle relative alla salute individuale e pubblica, possono essere facilmente comprese dal consumatore medio: un sistema basato sulla riduzione delle asimmetrie informative mediante informazioni diffuse potrebbe quindi non essere sempre il più adeguato, poiché potrebbe ugualmente lasciare spazio ad errori cognitivi. Il diritto ad

⁴² Mercer, C. (2021). How many calories are there in wine? Ask Decanter. *Decanter*. Disponibile al sito Internet: <https://www.decanter.com/learn/advice/how-to-count-the-calories-in-wine-ask-decanter-296021/> (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

⁴³ Acronimo di *Master of Wine (The Institute of Masters of Wine)*.

⁴⁴ Mercer, C. (2021).

⁴⁵ Lanni, S. (2020).

essere informati è, infatti, fortemente interconnesso alla conoscenza delle situazioni, acquisita con le competenze idonee alla comprensione dei dati, le quali non sempre appartengono al consumatore medio. Di conseguenza, andrebbe favorita una tutela primaria della salute dell'individuo da parte dell'Unione europea o degli Stati membri. Ciò verrebbe fatto indipendentemente da quelle che potranno poi essere le scelte e le valutazioni di acquisto da parte dei consumatori, salvaguardando quindi quei valori ritenuti imprescindibili, quali la tutela della vita e della salute, a discapito del principio di autodeterminazione e di scelta individuale. La persona manterrebbe in ogni caso il diritto di scelta, senza però che le sia lasciata la possibilità di ignorare dati scientifici attendibili a causa di pregiudizi dovuti ad una conoscenza parziale o insufficiente delle problematiche. Una scelta razionale e libera, infatti, ha come presupposto quello che ci sia un'adeguata consapevolezza della realtà da parte di chi prende una decisione⁴⁶.

Infine, è essenziale che si instauri un'alleanza tra produttori e consumatori, necessaria affinché ci sia un rapporto di volontà e fiducia reciproche in grado di far comprendere ed interiorizzare le informazioni trasmesse all'acquirente e di orientarlo verso le migliori scelte in funzione del benessere personale e collettivo⁴⁷.

2.5. TUTELA DELLA SALUTE DEL CONSUMATORE E SICUREZZA ALIMENTARE

La tutela della salute e del benessere del consumatore e la sicurezza alimentare dei prodotti che egli acquista e consuma dovrebbero essere sempre anteposte a qualunque altra logica o interesse, per quanto legittimi possano essere. Di conseguenza, verrebbe rispettato anche il principio di precauzione⁴⁸.

È quindi in questa direzione che si muove la Commissione europea, in linea con la strategia UE "*Farm to Fork*", con la proposta di modifica del Regolamento *FIC*, con l'etichetta frontale e con le avvertenze sanitarie volte a contrastare il cancro causato da un consumo dannoso di alcol, grazie ad una maggior trasmissione di consapevolezza del rischio nelle persone, senza imporre loro alcun divieto.

⁴⁶ Spoto, G. (2018).

⁴⁷ Leonardi, F. (2019). *Comportamento omissivo dell'impresa e pratiche commerciali scorrette*. Wolters Kluwer CEDAM, Milano, p. 41.

⁴⁸ Si veda Capitolo I Paragrafo 1.2.

Le diverse azioni fanno anche parte del Piano europeo di lotta contro il cancro (2021), priorità fondamentale per il settore della salute nell'UE. Qui, in particolare, l'obiettivo è quello di prevenire eventuali malattie non trasmissibili, riducendone così il tasso di incidenza, e di migliorare la qualità di vita delle persone, ad esempio mediante la campagna UE "*HealthyLifestyle4All*", la quale promuove un'alimentazione sana ed una costante attività fisica. Nel 2020 nell'Unione europea è stato diagnosticato un tumore a 2,7 milioni di persone, di cui 1,3 milioni sono decedute. Tutto ciò ha un impatto sanitario, sociale ed anche economico, per una spesa annua complessiva superiore ai 100 miliardi di €. Senza alcuna azione di contrasto, il cancro potrebbe diventare la prima causa di morte nell'UE, con un aumento del 25% dei casi entro il 2035⁴⁹. La revisione di determinate norme, come in questo caso, ha come fine principale quello di tutelare la salute ed il benessere della popolazione; tuttavia, ne conseguiranno effetti rilevanti anche nel settore dell'etichettatura degli alimenti⁵⁰.

Prendendo in considerazione l'etichettatura nutrizionale delle bevande alcoliche, l'OMS aveva redatto il Piano d'Azione Europeo 2012-2020 (2012)⁵¹ con il fine di ridurre il consumo dannoso di alcol. Si era giunti alla conclusione che incrementare presso il consumatore la conoscenza degli ingredienti, della dichiarazione nutrizionale e del contenuto calorico sarebbe stato di estrema importanza per la tutela della salute individuale e pubblica. Di conseguenza, secondo questo Piano tali informazioni dovrebbero essere trasmesse direttamente nell'etichetta delle bevande alcoliche, al pari di ciò che già avviene con tutti gli altri alimenti. Così facendo, si favorirebbe un accesso libero e completo da parte della popolazione ai dati sul contenuto e sulla composizione dei prodotti. A tal proposito, l'OMS ha ritenuto che il valore energetico sia quello più importante da indicare in etichetta⁵².

Uno dei problemi principali da affrontare è la scarsa consapevolezza nei cittadini del legame tra alcol e cancro. Diversi studi hanno dimostrato che solo una percentuale tra il 20 e il 40% è a conoscenza di questo collegamento, numeri che scendono tra il

⁴⁹ Piano europeo di lotta contro il cancro: un nuovo approccio dell'UE in materia di prevenzione, trattamento e assistenza (2021). Sito ufficiale della Commissione europea. Disponibile al sito Internet: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/it/ip_21_342 (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

⁵⁰ Albisinni, F. (2020). National enforcement of food communication rules. *Rivista di diritto alimentare*, XIV(1), pp. 6-10.

⁵¹ World Health Organization (2012). Piano d'azione europeo per ridurre il consumo dannoso di alcol 2012-2020. *WHO Regional Office for Europe*.

⁵² Artom, A. (2017).

10 e il 20% di persone che sanno identificare l'alcol come una delle cause del cancro al seno⁵³.

La proposta di avvertenze sanitarie sulle etichette di tutte le bevande alcoliche, vini compresi, per la lotta contro il cancro derivante dall'abuso di questi prodotti, avanzata dalla Commissione speciale per la lotta contro il cancro⁵⁴ insieme ad altre raccomandazioni, era inserita all'interno di emendamenti appoggiati dai membri stessi del Parlamento europeo. Nel Rapporto del *BECA*⁵⁵ erano infatti incluse diverse misure utili alla riduzione di almeno il 10% del consumo di alcol a livello europeo entro il 2025, come la riduzione della promozione delle bevande alcoliche, l'indicazione obbligatoria in queste dell'elenco degli ingredienti e della dichiarazione nutrizionale entro la fine del 2022 e delle avvertenze sanitarie entro la fine del 2023⁵⁶. Tale consumo era visto nella sua interezza come fattore di rischio per una serie di tumori e malattie croniche, quindi sia un'assunzione moderata di alcol sia un abuso, al pari di tabacco, cattiva alimentazione, elevata massa corporea, stile di vita sedentario o inquinamento ambientale. Inoltre, non era stata fatta alcuna distinzione tra le diverse tipologie di bevande alcoliche, ritenute tutte responsabili in egual misura di avere un effetto dannoso sulla salute. Lo studio scientifico del 2016, preso a riferimento⁵⁷ dal Rapporto, ha stimato che il 10% di tutti i casi di cancro negli uomini e il 3% nelle donne derivino dal consumo di alcol. Un successivo voto da parte degli eurodeputati ha però permesso che venisse riconosciuta una distinzione tra consumo e abuso di alcol, oltre a vedere una loro contrapposizione nei confronti dell'imposizione di etichette con avvertenze sanitarie nelle bevande alcoliche, simili a

⁵³ a) Healthy Ireland survey 2016: summary of findings. *Ipsos MRBI*. Disponibile al sito Internet: <https://assets.gov.ie/16000/9e29f3fde1f048468485985093754bfd.pdf> (Accessibile nel mese di novembre, 2022).

b) Danish Cancer Society Research 2020: annual research impact report. *Danish Cancer Society*. Disponibile al sito Internet: <https://www.cancer.dk/dyn/resources/File/file/6/9116/1612169820/kbf-forskningsrapport-2020-gb-spreads-web.pdf> (Accessibile nel mese di novembre, 2022).

c) Kennismonitor Alcohol 2020: onderzoek onder volwassenen naar kennis over alcoholische. *Trimbos instituut*. Disponibile al sito Internet: <https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/2021/11/AF1883-Kennismonitor-Alcohol-2020.pdf> (Accessibile nel mese di novembre, 2022).

⁵⁴ *BECA*, ovvero *Special Committee on Beating Cancer*.

⁵⁵ Laurence, A. E. (2022). Strengthening Europe in the fight against cancer.

⁵⁶ Tardi, A. (2022). A perfect storm: Nutri-Score, alcohol and health. *Decanter*. Disponibile al sito Internet: <https://www.decanter.com/wine-news/a-perfect-storm-nutri-score-alcohol-and-health-474784/> (Accessibile nel mese di novembre, 2022).

⁵⁷ Scoccianti, C., Cecchini, M., Anderson, A. S., Berrino, F., Boutron-Ruault, M. C., Espina, C., Key, T. J., Leitzmann, M., Norat, T., Powers, H., Wiseman, M. & Romieu, I. (2016). European Code against Cancer 4th Edition: Alcohol drinking and cancer. *Cancer epidemiology*, 45, 181-188.

quelle presenti nel tabacco. In sostituzione, è stata avvallata la possibilità di inserire in etichetta messaggi a favore di un consumo moderato e responsabile di queste bevande. Oltretutto, il Parlamento europeo ha rifiutato la teoria secondo cui non esiste un livello sicuro di consumo di alcol per la prevenzione del cancro⁵⁸, dal momento che andrebbero insieme ponderati altri fattori, qui non considerati, come i modelli di consumo di alcol o lo stile di vita condotto dall'individuo. La strategia UE per la prevenzione del cancro, secondo alcuni eurodeputati favorevoli ad un approccio più equilibrato (quello che nella realtà dei fatti si è verificato), rimarrebbe in egual modo ambiziosa, senza la necessità di demonizzare un settore, come quello vitivinicolo, centrale nella tradizione e nella cultura di molti Stati membri⁵⁹.

⁵⁸ Griswold, M. G. et al. (2018). Alcohol use and burden for 195 countries and territories, 1990–2016: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2016. *The Lancet*, 392(10152), 1015-1035.

⁵⁹ Mazzeo, J. (2022). European Parliament rejects health warnings on wine labels. *Decanter*. Disponibile al sito Internet: <https://www.decanter.com/wine-news/european-parliament-rejects-health-warnings-on-wine-labels-475013/> (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

CAPITOLO III

REGOLAMENTO (UE) N. 1169/2011 E FUTURA REVISIONE

3.1. ETICHETTATURA DEL VINO ANTE E POST REGOLAMENTO (UE) N. 1169/2011

Nel rapporto cittadini-produttori entrano in gioco due interessi, tra gli altri, per ciò che riguarda la pratica di marketing alimentare: l'interesse per la sicurezza alimentare, quindi la tutela alla salute ed il benessere della persona, e l'interesse per la veridicità delle informazioni trasmesse con il prodotto che il cliente vuole acquistare¹. Questi aspetti non possono basarsi esclusivamente su un rapporto di fiducia tra le due parti, ma devono avere in più degli importanti riferimenti normativi, nazionali o europei, a cui fare riferimento e in grado di tutelare sia il consumatore sia il produttore.

3.1.1. Ante Regolamento (UE) n. 1169/2011

Come citato nel capitolo precedente, uno dei momenti di maggior rilevanza nella elaborazione della normativa comunitaria in relazione alla sicurezza alimentare fu la pubblicazione del Libro verde sulla legislazione alimentare da parte della Commissione, nel 1997. Con esso è difatti iniziata una discussione pubblica, la quale ha coinvolto istituzioni europee, nazionali e tutti gli ambienti interessati. Il confronto era incentrato sulla creazione di un sistema in grado di garantire la sicurezza dei consumatori, la tutela della salute e dell'ambiente. Nel concreto, l'obiettivo era quello di migliorare e armonizzare i principi di legislazione alimentare, soprattutto quelli legati all'etichettatura e alla comunicazione del rischio degli alimenti. Fin dall'inizio è sorto il problema, che perdura ancora oggi, di trovare un equilibrio tra garantire al consumatore qualsiasi informazione che possa essere ritenuta utile, al fine di compiere una scelta d'acquisto consapevole, ed il rischio di fornire un eccesso di informazioni, molte delle quali superflue.

¹ Leone, L. (2017).

Nel 2000 ha poi fatto seguito la pubblicazione del Libro bianco sulla sicurezza alimentare. Il capitolo 7 ha trattato nello specifico il tema dell'informazione ai consumatori sia in funzione di tutela della salute, sia come strumento per favorire pratiche commerciali leali. La Commissione ha confermato l'esistenza di diversi problemi nella materia trattata, tra cui la necessità di una migliore sicurezza alimentare e di una più puntuale e trasparente informazione sulla qualità e sulla composizione degli alimenti, anche dal punto di vista nutrizionale, per garantire al consumatore di poter compiere scelte alimentari adeguate e consapevoli. L'obiettivo era quello di proporre una serie di azioni per modernizzare e completare la legislazione europea in materia alimentare, al fine di garantire un alto grado di sicurezza alimentare.

Tutti i dialoghi e i dibattiti che hanno avuto luogo sono stati necessari per giungere allo sviluppo di una concreta normativa alimentare, partendo dall'adozione del Regolamento (CE) n. 178/2002 (*"General food Law"*).

Il Regolamento (CE) n. 1924/2006² (*"Regolamento Claims"*) ha poi armonizzato a livello europeo le indicazioni nutrizionali e sulla salute dei prodotti alimentari, volontarie, con lo scopo di garantire il funzionamento del mercato interno e la tutela dei consumatori.

Un ulteriore dibattito è stato aperto il 30 maggio 2007 con la pubblicazione, da parte della Commissione, del Libro bianco³ in merito ad una proposta di strategia sugli aspetti sanitari connessi all'alimentazione: l'etichettatura nutrizionale è stata individuata come uno dei mezzi principali con cui esprimere la composizione dei prodotti, quindi utile ad informare i consumatori, aiutandoli a prendere decisioni consapevoli⁴.

Nel 2008 la Commissione avanzò una proposta di regolamento in merito alla comunicazione di informazioni sugli alimenti ai consumatori. Già qui era stato previsto l'obbligo per le bevande alcoliche, ad eccezione però di birra, vino e bevande spiritose, di porre in etichetta la dichiarazione nutrizionale e la lista degli ingredienti.

² Regolamento (CE) n. 1924/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 dicembre 2006, relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui prodotti alimentari, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 404, 30.12.2006, pp. 9-25.

³ COM(2007) 279 def. Libro bianco della Commissione delle Comunità europee, Una strategia europea sugli aspetti sanitari connessi all'alimentazione, al sovrappeso e all'obesità, Bruxelles, 30.5.2007.

⁴ Artom, A. (2017).

Tuttavia, tale proposta non venne accolta. Su iniziativa del Parlamento europeo, l'esenzione fu temporaneamente estesa a tutte le bevande alcoliche⁵. Va posto in rilievo come, seppur oggetto di aperta e forte discussione nel corso dei recenti anni, questa deroga permane tutt'oggi.

È seguito il Regolamento (UE) n. 1169/2011, norma centrale per la regolamentazione delle informazioni sugli alimenti, la quale ha modificato anche il Regolamento (CE) n. 1924/2006. Come verrà analizzato nel successivo paragrafo, sono stati fissati i principi generali dell'informazione alimentare, soprattutto quella trasmessa mediante l'etichettatura, a tutela dei consumatori.

3.1.2. Post Regolamento (UE) n. 1169/2011

Il Regolamento (UE) n. 1169/2011 ha modificato i Regolamenti (CE) n. 1924/2006 e (CE) n. 1925/2006⁶, mentre ha abrogato le Direttive 87/250/CEE⁷, 90/496/CEE⁸, 1999/10/CE⁹, 2000/13/CE¹⁰, 2002/67/CE¹¹, 2008/5/CE¹² ed il Regolamento (CE) n. 608/2004¹³. Esso rappresenta una norma chiave nel panorama dell'Unione europea per ciò che concerne la fornitura di informazioni sugli alimenti preimballati ai

⁵ Artom, 2017.

⁶ Regolamento (CE) n. 1925/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 dicembre 2006, sull'aggiunta di vitamine e minerali e di talune altre sostanze agli alimenti, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 404, 30.12.2006, pp. 26-38.

⁷ Direttiva 87/250/CEE della Commissione, del 15 aprile 1987, relativa all'indicazione del titolo alcolometrico volumico nell'etichettatura di bevande alcoliche destinate al consumatore finale, in Gazzetta ufficiale delle Comunità europee n. L 113, 30.4.87, pp. 57-58.

⁸ Direttiva 90/496/CEE del Consiglio, del 24 settembre 1990, relativa all'etichettatura nutrizionale dei prodotti alimentari, in Gazzetta ufficiale delle Comunità europee n. L 276, 6.10.90, pp. 40-44.

⁹ Direttiva 1999/10/CE della Commissione, dell'8 marzo 1999, che introduce deroghe alle disposizioni di cui all'articolo 7 della direttiva 79/112/CEE del Consiglio per quanto riguarda l'etichettatura dei prodotti alimentari, in Gazzetta ufficiale delle Comunità europee L 69, 16.3.1999, pp. 22-23.

¹⁰ Direttiva 2000/13/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 marzo 2000, relativa al ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri concernenti l'etichettatura e la presentazione dei prodotti alimentari, nonché la relativa pubblicità, in Gazzetta ufficiale delle Comunità europee L 109, 6.5.2000, pp. 29-42.

¹¹ Direttiva 2002/67/CE della Commissione, del 18 luglio 2002, relativa all'etichettatura dei generi alimentari contenenti chinino e dei prodotti alimentari contenenti caffeina, in Gazzetta ufficiale delle Comunità europee L 191, 19.7.2002, pp. 20-21.

¹² Direttiva 2008/5/CE della Commissione, del 30 gennaio 2008, relativa alla specificazione sull'etichetta di alcuni prodotti alimentari di altre indicazioni obbligatorie oltre a quelle previste dalla direttiva 2000/13/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 27, 31.1.2008, pp. 12-16.

¹³ Regolamento (CE) n. 608/2004 della Commissione, del 31 marzo 2004, relativo all'etichettatura di prodotti e ingredienti alimentari addizionati di fitosteroli, esteri di fitosterolo, fitostanoli e/o esteri di fitostanolo, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 97, 1.4.2004, pp. 44-45.

consumatori. Infatti, rimangono scoperti dalla regolamentazione, ad esempio, gli alimenti sfusi, dando quindi la possibilità, per quanto non armonizzato a livello unionale, agli Stati membri di adottare disposizioni nazionali, oltre all'opportunità per gli operatori del settore di intervenire con informazioni volontarie¹⁴.

Il Regolamento UE, essendo tale, è obbligatorio e direttamente applicabile da tutti gli Stati membri. L'aggiornamento irregolare e frequente della normativa in materia di informazioni potrebbe comportare notevoli oneri amministrativi per le aziende del settore coinvolte; conseguentemente, un periodo di transizione è stato concesso agli operatori affinché ci potesse essere un graduale adattamento. La data generale di applicazione era stata fissata al 13 dicembre 2014, ad eccezione dell'etichettatura nutrizionale posticipata al 13 dicembre 2016¹⁵.

Le disposizioni comuni introdotte dall'Unione europea hanno il fine di allineare le informazioni da fornire ai consumatori da parte di tutti gli Stati membri e di evitare barriere alle regole di mercato. L'etichetta può essere quindi vista come una regola tecnica che incentiva un'elevata armonizzazione per evitare possibili disparità all'interno del mercato unico europeo¹⁶.

Il Regolamento ha come obiettivo quello di garantire la protezione della salute e degli interessi dei consumatori, mediante un'adeguata informazione sugli alimenti, e al contempo di favorire un buon funzionamento del mercato interno. L'etichettatura, strumento di comunicazione indiretta, deve tener conto delle diverse esigenze e percezioni dei consumatori, al fine di consentire loro di assumere scelte consapevoli di acquisto. Inoltre, deve essere agevolata una certa flessibilità comunicativa affinché si favoriscano le evoluzioni normative e tecniche future e gli eventuali nuovi requisiti di informazione (art. 1 e art. 3).

Le informazioni obbligatorie su identità, composizione, protezione della salute e caratteristiche nutrizionali dell'alimento sono un *quantum* minimo, secondo il legislatore, affinché il consumatore sia in grado di effettuare una scelta consapevole¹⁷.

Gli obiettivi del Regolamento in questione possono essere conseguiti in modo migliore a livello comunitario che non a livello di Stati membri. Si fa quindi ricorso al

¹⁴ Paganizza, V. (2020).

¹⁵ Albisinni, F. (2020).

¹⁶ Spoto, G. (2018).

¹⁷ Spoto, G. (2018).

principio di sussidiarietà (art. 5 TUE¹⁸): l'Unione europea interviene nei settori in cui non ha la competenza esclusiva solamente qualora la sua azione fosse ritenuta più efficace rispetto alla stessa che altrimenti si attuerebbe, in via preferenziale, ad un livello inferiore, più vicino al cittadino, quindi nazionale, regionale o locale. Oltre a questo, ci si avvale del principio di proporzionalità (art. 5 TUE): l'azione dell'Unione europea, attraverso il Regolamento, si limita allo stretto necessario per conseguire gli obiettivi prefissati, non andando al di là di quanto richiesto.

Come espresso dall'articolo 38 paragrafi 1-2 del Regolamento (UE) n. 1169/2011, per quanto riguarda *“le materie espressamente armonizzate dal presente regolamento, gli Stati membri non possono adottare né mantenere disposizioni nazionali salvo se il diritto dell'Unione lo autorizza”*, mentre *“gli Stati membri possono adottare disposizioni nazionali concernenti materie non specificamente armonizzate dal presente regolamento”*; tuttavia, in entrambi i casi le disposizioni nazionali non devono vietare, ostacolare o limitare la libera circolazione delle merci, compresa la discriminazione di alimenti provenienti da altri Stati membri.

Qualora ci possa essere un impatto sulla salute pubblica in seguito all'attuazione di misure europee in materia di informazioni sugli alimenti, com'è il caso del Regolamento (UE) n. 1169/2011, esse vengono adottate in seguito ad una consultazione dell'Autorità europea per la sicurezza alimentare (EFSA) (art. 5).

La normativa, con l'articolo 2 paragrafo 2, fornisce delle definizioni utili a delimitare il contesto trattato. Ai fini di questo studio è importante soffermarsi su tre definizioni, «informazioni sugli alimenti», «etichetta» ed «etichettatura»:

- *“«informazioni sugli alimenti»: le informazioni concernenti un alimento e messe a disposizione del consumatore finale mediante un'etichetta, altri materiali di accompagnamento o qualunque altro mezzo, compresi gli strumenti della tecnologia moderna o la comunicazione verbale”*;
- *“«etichetta»: qualunque marchio commerciale o di fabbrica, segno, immagine o altra rappresentazione grafica scritto, stampato, stampigliato, marchiato, impresso, in rilievo o a impronta sull'imballaggio o sul contenitore di un alimento o che accompagna detto imballaggio o contenitore”*;

¹⁸ Versione consolidata del Trattato sull'Unione europea, dal Trattato di Lisbona firmato il 13 dicembre 2007, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea C 202, 7.6.2016, pp. 1-366.

- *“«etichettatura»: qualunque menzione, indicazione, marchio di fabbrica o commerciale, immagine o simbolo che si riferisce a un alimento e che figura su qualunque imballaggio, documento, avviso, etichetta, nastro o fascetta che accompagna o si riferisce a tale alimento”.*

In generale, il Regolamento assume diversi presupposti:

- un’elevata protezione dei consumatori (art. 169 TFUE);
- la libera circolazione nel mercato interno di alimenti sani e sicuri, in ottica di assicurare salute e benessere ai cittadini, oltre che in funzione dei loro interessi sociali ed economici;
- il diritto all’informazione riguardante gli alimenti di cui fanno uso i consumatori, anch’esso ai fini di tutela della salute e per permettere scelte consapevoli da parte loro;
- un’etichettatura razionale e moderna affinché sia incrementata la chiarezza interpretativa, la sua leggibilità e comprensione;
- un’etichettatura nutrizionale per informare i consumatori sulla composizione degli alimenti e aiutarli a adottare scelte consapevoli (Libro bianco della Commissione del 30 maggio 2007), essendoci una prospettiva di concorrenza efficace e di benessere dei clienti stessi;
- l’indicazione del titolo alcolometrico volumico nell’etichettatura di bevande alcoliche destinate al consumo finale (Direttiva 87/250/CEE);
- la possibilità di fornire le informazioni anche mediante mezzi alternativi all’etichetta, tenendo conto dei cambiamenti e dei progressi nel settore delle informazioni sugli alimenti e della possibilità di applicare modifiche tempestive;
- una normativa flessibile, tale per cui possa mantenersi aggiornata sulle nuove esigenze informative dei consumatori, tenendo conto di quale sia l’interesse della maggioranza di essi;
- le informazioni sugli alimenti che siano adattabili facilmente e velocemente alla rapida evoluzione dell’ambiente sociale, economico e tecnologico;
- la possibilità e/o necessità di mantenere e porre alcune informazioni come obbligatorie, rispettando i principi di sussidiarietà, proporzionalità e sostenibilità del diritto europeo;

- rendere disponibili le informazioni obbligatorie sugli alimenti anche durante la vendita di alimenti mediante tecniche di comunicazione a distanza;
- la dichiarazione nutrizionale, semplice e facilmente comprensibile, come supporto alle politiche sanitarie pubbliche; scelte alimentari consapevoli che possano, inoltre, essere compiute grazie ad indicazioni di raccomandazioni scientifiche;
- trovare un equilibrio tra le informazioni obbligatorie e quelle facoltative, onde evitare che quest'ultime vadano ad inficiare sulla chiarezza finale.

Entrando nel dettaglio delle informazioni obbligatorie, queste devono *in primis* essere rese disponibili sull'imballaggio o sull'etichetta dell'alimento; tuttavia, in aggiunta e non in sostituzione, possono essere trasmesse anche mediante altri mezzi non convenzionali, ad esempio sito Internet o *QR-code*. Quest'ultimo aspetto può avvenire solamente dopo l'autorizzazione da parte della Commissione, qualora venga assicurato un analogo livello di informazioni, ci sia una comprensione uniforme da parte dei consumatori e sia comprovato l'ampio uso di tale strumento. (art. 12 par. 3).

Qualsiasi informazione, obbligatoria o facoltativa, deve presentare un carattere di precisione, chiarezza e facile comprensione per il consumatore (art. 7 par. 2).

Il Regolamento prevede (art. 4 par. 1), per gli alimenti in generale, una serie di eventuali informazioni obbligatorie, suddivise per categorie:

- *informazioni sull'identità e la composizione, le proprietà o altre caratteristiche dell'alimento;*
- *informazioni sulla protezione della salute dei consumatori e sull'uso sicuro dell'alimento. Tali informazioni riguardano in particolare:*
 - *gli attributi collegati alla composizione del prodotto che possono avere un effetto nocivo sulla salute di alcune categorie di consumatori;*
 - *[...]l'impatto sulla salute, compresi i rischi e le conseguenze collegati a un consumo nocivo e pericoloso dell'alimento;*
- *informazioni sulle caratteristiche nutrizionali che consentano ai consumatori, compresi quelli che devono seguire un regime alimentare speciale, di effettuare scelte consapevoli.*

Le premesse fin qui esposte riguardano, in generale, tutti gli alimenti. Le bevande alcoliche, tra cui il vino, sono considerate come aventi caratteristiche di specificità,

avendo più dell'1,2% in volume di alcol. Ne deriva che la Commissione, assicurando la coerenza con le altre politiche dell'Unione europea riguardanti la stessa materia, avrebbe dovuto redigere una relazione in merito alla possibile applicazione delle informazioni sugli ingredienti e sulle qualità nutrizionali, tra cui il valore energetico, delle bevande alcoliche entro il 13 dicembre 2014. Inoltre, qualora fosse stato ritenuto utile, la Commissione avrebbe dovuto avanzare proposte, facenti capo al Regolamento, in merito a specifici requisiti per le bevande alcoliche (Considerando 40). Come precisato poi dall'articolo 16 paragrafo 4, la relazione avrebbe dovuto chiarire se le bevande alcoliche avessero dovuto sottostare all'obbligo di fornire informazioni in merito al valore energetico, insieme alla motivazione di un'eventuale deroga¹⁹. A ciò si sarebbe dovuta accompagnare una proposta legislativa sulle regole relative all'elenco degli ingredienti e alla dichiarazione nutrizionale obbligatoria per questi determinati alimenti.

In aggiunta, è stata data autorizzazione agli Stati membri di mantenere o adottare disposizioni nazionali sull'elenco degli ingredienti di bevande alcoliche aventi più di 1,2% vol. di alcol (art. 41). In merito a questo, alcuni Stati membri hanno notificato misure nazionali: tali iniziative, pur ammesse dal Regolamento, aumentano il rischio di frammentazione del mercato²⁰.

Il Considerando 42 del Regolamento dichiara come sia significativo, in particolar modo per le bevande alcoliche, incoraggiare gli operatori a fornire, su base volontaria, le informazioni riguardanti la dichiarazione nutrizionale. È stata quindi proposta la possibilità di dichiarare solo parzialmente gli elementi della dichiarazione nutrizionale, stabilendo però a priori quali informazioni siano soggette a volontarietà, al fine di evitare di trarre in errore e di creare confusione nel consumatore. Questi dettagli, seppur facoltativi, possono risultare utili ai consumatori per una scelta consapevole dei propri acquisti: sono soggetti anch'essi al rispetto di alcuni requisiti generali previsti dal Regolamento, al fine di evitare indicazioni fuorvianti, ambigue o

¹⁹ Rettifica del Regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, che modifica i regolamenti (CE) n. 1924/2006 e (CE) n. 1925/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio e abroga la direttiva 87/250/CEE della Commissione, la direttiva 90/496/CEE del Consiglio, la direttiva 1999/10/CE della Commissione, la direttiva 2000/13/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, le direttive 2002/67/CE e 2008/5/CE della Commissione e il regolamento (CE) n. 608/2004 della Commissione (GU L 304 del 22.11.2011), in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 167, 30.6.2017, p. 59.

²⁰ Artom, A. (2017).

confuse²¹. L'articolo 30 paragrafo 4 ha quindi incoraggiato l'applicazione di informazioni volontarie sulla dichiarazione nutrizionale, consentendo di indicare solo il valore energetico²². Nel caso specifico delle bevande con contenuto di alcol superiore a 1,2% vol., qualora in tali prodotti sia presente la dichiarazione nutrizionale, il contenuto può fare riferimento, per l'appunto, al solo valore energetico (art. 30 par. 5).

Alcuni rappresentanti dei consumatori hanno messo in luce come una disciplina diversa tra l'etichettatura delle bevande alcoliche e quella di altri alimenti non favorisca una scelta consapevole di acquisto, auspicando di giungere presto all'equivalenza tra le due con l'elenco degli ingredienti e la dichiarazione nutrizionale. Favorevoli sono anche le associazioni di sanità pubblica, le quali scorgono in questo incremento di comunicazione la possibilità di educare le persone ad un equilibrato consumo di alcol²³.

Il rapporto della Commissione UE, pubblicato solo a marzo 2017²⁴, ha trattato delle esenzioni per le bevande alcoliche riguardanti l'elenco degli ingredienti e la dichiarazione nutrizionale. Non sono stati riconosciuti motivi oggettivi in grado di giustificare l'assenza in etichetta della dichiarazione nutrizionale e dell'elenco degli ingredienti²⁵.

Nel corso degli anni, dopo il Regolamento (UE) n. 1169/2011, sono state avanzate numerose iniziative volontarie da parte degli operatori del settore coinvolti per ascoltare le esigenze mosse dai consumatori in termini di informazioni. Per questo motivo, il rapporto del 2017 ha invitato l'industria di bevande alcoliche a adottare un'autoregolamentazione sulle questioni in esame, questo anche al fine di svilupparne ulteriori, entro il 13 marzo 2018. Qualora la Commissione avesse ritenuto insufficienti tali proposte, avrebbe avanzato ulteriori analisi²⁶, a seguito di una valutazione d'impatto che avesse tenuto in considerazione le informazioni aggiuntive richieste, la

²¹ Paganizza, 2020.

²² Paganizza, 2020.

²³ Artom, 2017.

²⁴ COM(2017) 58 final. Relazione della Commissione al Parlamento europeo e al Consiglio sull'etichettatura obbligatoria dell'elenco degli ingredienti e della dichiarazione nutrizionale per le bevande alcoliche, Bruxelles, 13.3.2017.

²⁵ Artom, 2017.

²⁶ Paganizza, 2020.

loro efficacia sulle aspettative dei consumatori e le reazioni sul mercato interno e su quello internazionale²⁷.

La Commissione si è sin da subito espressa a favore di iniziative volontarie di autodisciplina per l'indicazione dell'elenco degli ingredienti e della dichiarazione nutrizionale sia in etichetta sia, in aggiunta o in sostituzione, su piattaforme di comunicazione informatiche, ad esempio siti Internet o *QR-code*²⁸.

Il punto di vista dell'industria alimentare, per ciò che riguarda l'etichettatura delle bevande alcoliche, è mutato da un contrasto iniziale ad ogni tipo di informazione aggiuntiva a vedere con favore il diritto ad una maggiore informazione verso i consumatori sul contenuto di ciò che essi bevono²⁹.

Le proposte di autoregolamentazione sono state avanzate dalle associazioni di settore il 12 marzo 2018. Le principali associazioni sono quelle dei produttori di vino e dei prodotti vitivinicoli aromatizzati³⁰, dei produttori di birra³¹, l'associazione degli spiriti (*Spirits Europe*)³², l'associazione del sidro e del vino di frutta³³. Ciascuna ha assunto diversi impegni sull'etichettatura dei propri prodotti. Trattando nello specifico l'autoregolamentazione dei produttori di vino e dei prodotti vitivinicoli aromatizzati, è stato preso l'impegno ad indicare in etichetta la dichiarazione nutrizionale, limitatamente al valore energetico, espresso anche per "*drinking unit*" media, qualora pertinente, ovvero per volume di vino in un bicchiere contenente l'equivalente di 10 grammi di etanolo (i valori potrebbero far riferimento ad una banca dati di settore). Inoltre, viene incentivato l'uso di simboli in ottica di semplificazione e di miglior comprensione per il consumatore, ad esempio «E» per indicare il valore energetico («E» attualmente nell'UE è il simbolo associato agli

²⁷ Artom, 2017.

²⁸ Artom, 2017.

²⁹ Artom, 2017.

³⁰ Autoregolamentazione vino e prodotti vitivinicoli aromatizzati (2018). File PDF disponibile al sito Internet: https://food.ec.europa.eu/system/files/2018-03/fs_labelling-nutrition_legis_alcohol-self-regulatory-proposal_annex-wine-en.pdf (Accessibile nel mese di settembre, 2022).

³¹ Autoregolamentazione birra (2018). File PDF disponibile al sito Internet: https://food.ec.europa.eu/system/files/2018-03/fs_labelling-nutrition_legis_alcohol-self-regulatory-proposal_brewers_en.pdf (Accessibile nel mese di settembre, 2022).

³² Autoregolamentazione spiriti (2018). File PDF disponibile al sito Internet: https://food.ec.europa.eu/system/files/2018-03/fs_labelling-nutrition_legis_alcohol-self-regulatory-proposal_annex-spirits-en.pdf (Accessibile nel mese di settembre, 2022).

³³ Autoregolamentazione sidro e vino di frutta (2018). File PDF disponibile al sito Internet: https://food.ec.europa.eu/system/files/2018-03/fs_labelling-nutrition_legis_alcohol-self-regulatory-proposal_cider_en.pdf (Accessibile nel mese di settembre, 2022).

additivi). Per ciò che concerne l'elenco degli ingredienti, i produttori hanno indicato come dovrebbero essere escluse alcune sostanze, quali i coadiuvanti tecnologici e le sostanze naturali impiegate per regolare la composizione dell'uva. In aggiunta a questo, è stata menzionata la possibilità di includere gli additivi aggiunti alla fine del processo produttivo per ragioni tecnologiche della lavorazione stessa mediante diciture in etichetta come «*è probabile che utilizzino per la produzione del vino, in base al processo storico di vinificazione...*» o similari. Dovrebbe poi essere indicato obbligatoriamente che l'additivo potrebbe non essere presente o potrebbe essere sostituito. Poiché non verrebbero fornite ai consumatori informazioni precise sul vino che stanno consumando, quest'ultima pratica non sembrerebbe essere conforme ai principi generali del Regolamento. Infine, è stato annunciato che sarebbero state sviluppate delle linee guida *online* per aiutare le piccole e medie imprese e una piattaforma di comunicazione *online* per garantire una comunicazione adeguata al consumatore finale³⁴. Una dieta bilanciata è alla base di uno stile di vita sano: risulta importante scegliere cosa e quanto bere e mangiare, grazie anche alle informazioni aggiuntive fornite ai consumatori in etichetta o impiegando supporti alternativi³⁵. Attualmente, le proposte avanzate da questa autoregolamentazione sono state in gran parte disattese.

Come appena descritto, l'elenco degli ingredienti e la dichiarazione nutrizionale (art. 16 par. 4) sono attualmente non obbligatorie per i vini, o per le bevande alcoliche con contenuto alcolico superiore a 1,2% vol. in generale, dove può essere deciso autonomamente dal produttore se inserirle o meno in etichetta. Questa possibile obbligatorietà è attualmente oggetto di revisione unionale: di fatto, è in atto una discussione sull'attuale Regolamento (UE) n. 1169/2011 per ciò che concerne la dicitura obbligatoria in etichetta dell'avvertenza sanitaria dell'alcol contro il cancro, dell'elenco degli ingredienti e della dichiarazione nutrizione, tra cui l'esplicita espressione del valore energetico.

In merito a tale confronto, è importante evidenziare come nell'articolo 4 paragrafo 2 del Regolamento in questione si prenda come riferimento, per decidere quali informazioni dichiarare obbligatorie o meno, ciò che la maggioranza dei consumatori ritiene importante per effettuare scelte consapevoli ai fini dell'acquisto e del consumo

³⁴ Paganizza, 2020.

³⁵ Artom, 2017.

proprio. Inoltre, già nell'articolo 39 paragrafo 1 viene dichiarato come gli Stati membri siano autorizzati a adottare, oltre alle informazioni obbligatorie, ulteriori disposizioni per determinati alimenti per almeno uno dei motivi indicati dal Regolamento, tra cui la protezione della salute pubblica e la protezione dei consumatori. Ciò rappresenta un'importante base normativa da cui partire per le revisioni sopra citate, oltre ad essere un punto di riflessione su cosa sia effettivamente giusto e necessario comunicare al consumatore finale, tralasciando l'aspetto prettamente economico che tali cambiamenti apporterebbero.

Un ulteriore motivo per cui sarebbe auspicabile fornire uniformemente e obbligatoriamente alcune informazioni in etichetta è determinato dal fatto che si ridurrebbe il pericolo di causare nei consumatori errori cognitivi, o "*bias cognitivi*", in grado di influenzarne le loro scelte. Si tratta di automatismi mentali che fanno prendere decisioni immediate ed affrettate sulla base di una percezione deformata della realtà: i consumatori valorizzano ciò che conferma le loro idee, ignorando elementi in contrasto con ciò che da loro è ritenuto vero preventivamente. Questo ed altri automatismi, come la convinzione di avere tutti gli elementi per decidere quando invece non è così, rappresentano forti limiti alla capacità del consumatore di saper prendere una scelta consapevole e libera. Una scelta può essere definita in questo modo solo qualora ci sia un'effettiva conoscenza della realtà, quindi in assenza di errori cognitivi e informazioni false. Dovrebbe perciò essere assicurato il diritto ad una corretta informazione e una politica forte di contrasto alle "*fake news*", oltre ad un equilibrio tra i valori di tutela della vita e della salute e il principio di autodeterminazione e di scelta individuale³⁶.

La dichiarazione nutrizionale obbligatoria per gli alimenti in generale, ma per il momento facoltativa per il vino e per il resto delle bevande alcoliche, indica il valore energetico dell'alimento e la quantità di grassi, acidi grassi saturi, carboidrati, zuccheri, proteine e sali, insieme all'indicazione facoltativa di altri elementi quali acidi grassi monoinsaturi e polinsaturi, polioli, amido, fibre, sali minerali e vitamine (art. 30 par. 1-2); questi valori vengono espressi prendendo come riferimento 100 g o 100 ml di alimento (art. 32 par. 2). Se il valore energetico o la quantità di sostanze nutritive

³⁶ Spoto, 2018.

è trascurabile, il loro contenuto viene esplicitato dalla dicitura «*contiene quantità trascurabili di ...*» posta vicino alla dichiarazione nutrizionale (art. 34 par. 5).

Il termine minimo di conservazione non è necessario che venga indicato nelle bevande aventi un contenuto di alcol pari o superiore a 10% vol. e, più in generale, in tutte le tipologie di vino (Allegato X).

Nei vini, ad eccezioni di quelli senza alcol, è presente una quantità di alcol assai superiore a 1,2% vol.: si rende quindi necessario indicare obbligatoriamente in etichetta il titolo alcolometrico volumico effettivo, rappresentato da una cifra avente non più di un decimale (Allegato XII).

Prendendo in considerazione la vendita di vino, tale alimento può essere acquistato dal consumatore in diverse modalità: le due più diffuse sono il vino in bottiglia e il vino sfuso. In quest'ultimo caso non è presente un *packaging* su cui apporre l'etichetta poiché molte volte sono gli stessi consumatori a portare il proprio contenitore da far riempire con il vino al produttore o al rivenditore, oppure vengono impiegati da parte di chi vende il prodotto analoghi recipienti per vendere diverse tipologie di vino (ciò rende difficoltoso predisporre anticipatamente un'etichetta valida nei diversi casi). L'articolo 44 paragrafi 1-2 esplicita come sia obbligatorio, anche in questi casi, fornire al consumatore l'indicazione sulla presenza nell'alimento di ingredienti o coadiuvanti tecnologici che possano provocare allergie o intolleranze, ad esempio i solfiti nel vino. Qualora fosse inserita facoltativamente la dichiarazione nutrizionale, il suo contenuto potrebbe limitarsi al solo valore energetico oppure a quest'ultimo accompagnato dalla quantità di grassi, acidi grassi saturi, zuccheri e sale (art. 30 par. 5). I mezzi con cui renderla disponibile e la forma di espressione e presentazione possono essere scelti dagli Stati membri mediante l'adozione di disposizioni nazionali.

Nella relazione del 2017 è stato confermato il divieto di apporre nell'etichetta di bevande con più di 1,2% vol. di alcol indicazioni relative ai benefici di salute, permettendo di citare esclusivamente dati sulla riduzione del contenuto energetico e su un basso tenore di alcol o su una sua riduzione, in accordo alle disposizioni dell'articolo 4 paragrafo 3 del Regolamento (CE) n. 1924/2006 ("Regolamento *Claims*"). Il 17 marzo 2017 è poi entrato in vigore il Decreto legislativo n. 27 del 7

febbraio 2017³⁷ contenente indicazioni sulla disciplina sanzionatoria per le violazioni delle disposizioni di cui al Regolamento (CE) n. 1924/2006. Tale Decreto conferma ancora una volta il divieto, con le rispettive eccezioni, già espresso nel Regolamento e reiterato nella relazione del 2017.

Tuttavia, il testo adottato dalla legislazione italiana ha alcune importanti criticità. In primo luogo, viene considerato erroneamente come un divieto (art. 4), quindi passibile di sanzione amministrativa pecuniaria, l'esenzione dall'obbligo di indicazione nutrizionale per le bevande alcoliche con contenuto superiore a 1,2% vol. di alcol (art. 16 par. 4 del Regolamento (UE) n. 1169/2011), ad eccezione delle indicazioni su un basso tenore alcolico (o su una sua riduzione) o sulla riduzione del contenuto energetico. Ciò risulta in contrapposizione al Regolamento (UE) n. 1169/2011 e alla relazione del 2017 nel momento in cui si parla di rendere consapevole il consumatore, di autoregolamentazione per le bevande alcoliche e di riduzione della frammentazione del mercato interno unionale. In secondo luogo, il legislatore italiano non ha osservato l'articolo 45 del Regolamento (UE) n. 1169/2011 in cui viene imposto, nel caso di adozione di nuove normative nazionali in materia di informazione sugli alimenti, la trasmissione di una notifica preventiva alla Commissione, oltre che agli altri Stati membri, con i motivi dell'adozione. Dopo di che, passati tre mesi dalla notificazione, la normativa sarebbe potuta entrare in vigore, salvo parere negativo da parte della Commissione³⁸.

Infine, con il Regolamento (UE) 2021/2117 la Commissione UE ha modificato l'attualmente vigente Regolamento (UE) n. 1308/2013 sull'OCM Vino. Questo aspetto è molto importante dal momento che evidenzia la scelta legislativa che è stata fatta a livello istituzionale: non è stata effettuata una revisione più generale e armonizzata per tutte le bevande alcoliche modificando il Regolamento (UE) n. 1169/2011, bensì il tema è stato affrontato da un punto di vista settoriale, ovvero quello vitivinicolo. Il rischio potrebbe essere quello che si verifichi una frammentazione ulteriore dell'etichettatura dei prodotti agroalimentare in generale e delle bevande alcoliche nello specifico, apportando ulteriore confusione e disorientamento ai consumatori, pur avendo compiuto tali azioni con l'intento di ridurre l'asimmetria informativa tra

³⁷ Decreto legislativo 7 febbraio 2017, n. 27, Disciplina sanzionatoria per la violazione delle disposizioni di cui al regolamento (CE) n. 1924/2006 relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui prodotti alimentari, in Gazzetta ufficiale della Repubblica Italiana Serie generale n. 64, 17.3.2017, pp. 20-26.

³⁸ Artom, 2017.

produttore e consumatore. In particolare, con la futura PAC 2023-2027 per i prodotti vitivinicoli ci sarà l'obbligo di indicare in etichetta o sull'imballaggio il valore energetico con il simbolo «E» di energia, il quale permette di evitare la traduzione nelle diverse lingue dei mercati di destinazione dei vini. Il resto della dichiarazione nutrizionale dovrà essere comunicata alternativamente *off-label* oppure anch'essa *on-label*. Nel caso in cui venga scelta l'opzione della via elettronica (ad esempio sito aziendale o piattaforma condivisa), l'etichetta dovrà riportare un'indicazione di dove trovare le informazioni (ad esempio *QR-code* o sito *web*), le quali non dovranno essere trasmesse insieme ad altre comunicazioni a fini commerciali. Le regole per l'indicazione dell'elenco degli ingredienti sono analoghe a quelle sopra citate per la dichiarazione nutrizionale. Gli strumenti elettronici usati in questo contesto possono essere visti come un elemento di semplificazione poiché eviterebbero l'impiego di etichette dedicate scritte nella lingua del Paese di destinazione del prodotto; infatti, basterà selezionare la lingua desiderata all'interno sito *web* in cui saranno presenti le informazioni stesse. Sarà inoltre possibile esaurire le scorte dei prodotti etichettati prima dell'8 dicembre 2023, data in cui queste nuove regole dovrebbero essere applicate³⁹.

3.1.3. Indicazioni obbligatorie e facoltative nelle etichette dei vini

Le informazioni apposte nel contenitore primario dei vini (es. bottiglia, *brick*, *etc.*), in etichetta o su altri elementi *on-label* (ad esempio contro-etichetta, collarino, cartellino, strumenti utili a non appesantire l'etichetta), sono normate e vengono distinte in obbligatorie e facoltative. Queste variano da Paese a Paese: il produttore, infatti, deve rispettare la normativa dello Stato di produzione e, eventualmente, quella dello Stato in cui esporta il vino. Nel dettaglio, in Italia vige il rispetto della legislazione dell'UE, di quella nazionale e degli specifici disciplinari di produzione dei vini.

Le indicazioni obbligatorie e facoltative variano a seconda della categoria del vino in esame.

Ai sensi dell'articolo 119 del Regolamento (UE) n. 1308/2013, le informazioni obbligatorie comprendono la denominazione, ai sensi dell'allegato VII, parte II: vino,

³⁹ Sourin, V. (2022). Vino: ingredienti e valori nutrizionali presto in etichetta. *L'Informatore Agrario*, n. 17.

vino nuovo ancora in fermentazione, vino liquoroso, vino spumante, vino spumante di qualità, vino spumante di qualità del tipo aromatico, vino spumante gassificato, vino frizzante, vino frizzante gassificato, vino ottenuto da uve appassite, vino di uve stramature.

Per il vino, il vino spumante, il vino spumante di qualità, il vino spumante di qualità del tipo aromatico, il vino spumante gassificato, il vino frizzante e il vino frizzante gassificato, che siano stati sottoposti a un trattamento di dealcolizzazione, la designazione dovrà essere accompagnata dal termine «dealcolizzato», qualora il titolo alcolometrico effettivo del prodotto non sia superiore a 0,5% vol., o dal termine «parzialmente dealcolizzato» se il titolo alcolometrico effettivo del prodotto è superiore a 0,5% vol. ed è inferiore al titolo alcolometrico effettivo minimo della categoria che precede la dealcolizzazione.

Per i vini a Denominazione di Origine Protetta (DOP) o a Indicazione Geografica Protetta (IGP) sarà necessario riportare le espressioni «Denominazione di Origine Protetta» o «Indicazione Geografica Protetta», con le rispettive denominazioni o indicazioni geografiche protette. In Italia, è possibile sostituire le predette denominazioni e indicazioni geografiche protette con le corrispondenti menzioni specifiche, ai sensi dell'art. 28 della Legge 12 dicembre 2016, n. 238⁴⁰.

L'etichetta del vino dovrà altresì precisare il titolo alcolometrico volumico effettivo (indicazione peraltro prevista anche dal Regolamento (UE) n. 1169/2011), l'indicazione della provenienza (nome della regione da cui proviene il vino, con l'eventuale riferimento del vitigno), l'indicazione dell'imbottigliatore o, nel caso del vino spumante, del vino spumante gassificato, del vino spumante di qualità o del vino spumante di qualità del tipo aromatico, il nome del produttore o venditore,

⁴⁰ L'art. 28, L. 238/2016, al comma 2 e 3, dispone: *«Le DOCG e le DOC sono le menzioni specifiche tradizionali utilizzate dall'Italia per designare i prodotti vitivinicoli DOP. Le menzioni «Kontrollierte Ursprungsbezeichnung» e «Kontrollierte und garantierte Ursprungsbezeichnung» possono essere utilizzate per designare rispettivamente i vini DOC e DOCG prodotti nella Provincia di Bolzano, di bilinguismo italiano-tedesco. Le menzioni «Appellation d'origine contrôlée» e «Appellation d'origine contrôlée et garantie» possono essere utilizzate per designare rispettivamente i vini DOC e DOCG prodotti nella Regione Valle d'Aosta, di bilinguismo italiano-francese. Le menzioni «Kontrolirano poreklo» e «Kontrolirano in garantirano poreklo» possono essere utilizzate per designare rispettivamente i vini DOC e DOCG prodotti nelle province di Trieste, Gorizia e Udine [...].*

Le IGP comprendono le Indicazioni Geografiche Tipiche (IGT). L'Indicazione Geografica Tipica costituisce la menzione specifica tradizionale utilizzata dall'Italia per designare i vini IGP. La menzione «Vin de pays» può essere utilizzata per i vini IGT prodotti nella Regione Valle d'Aosta, di bilinguismo italiano-francese, la menzione «Landwein» per i vini IGT prodotti nella Provincia di Bolzano, di bilinguismo italiano-tedesco, e la menzione «Dež elma oznaka» per i vini IGT prodotti nelle province di Trieste, Gorizia e Udine».

l'indicazione dell'importatore nel caso dei vini importati e, nel caso del vino spumante, del vino spumante gassificato, del vino spumante di qualità o del vino spumante di qualità del tipo aromatico, l'indicazione del tenore di zucchero.

Ai sensi del Regolamento (UE) n. 1169/2011 (ma già, in precedenza, del Regolamento (CE) n. 1991/2004⁴¹), in etichetta sarà obbligatorio indicare la presenza di solfiti.

Ai sensi della Direttiva 2011/91/UE⁴², attuata dal D. lgs. 231/2017⁴³, è richiesta l'indicazione del lotto di produzione.

Il D. lgs. 152/2006⁴⁴, in attuazione della normativa dell'Unione europea, all'articolo 219 comma 5 prescrive, infine, la necessaria presenza della cd. etichettatura ambientale. Sarà, cioè, necessario indicare sia il codice del materiale o dei materiali di cui è costituito l'imballaggio sia le informazioni sul corretto conferimento ai fini della raccolta differenziata.

Nei vini DOC e DOCG è obbligatoria l'apposizione di un contrassegno stampato dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato, dove è impresso un codice identificativo per la tracciabilità della bottiglia, e l'annata di produzione delle uve (eccetto per i vini liquorosi, spumanti e frizzanti).

Tutte le informazioni obbligatorie devono apparire nello stesso campo visivo (es. etichetta o contro-etichetta), ovvero devono essere visibili senza la necessità di dover ruotare la confezione contenente il vino.

Per ciò che concerne le informazioni facoltative, esse ad oggi comprendono qualsiasi tipo di immagine, logo, nome di fantasia, particolari marchi di qualità, metodo di produzione, informazioni sul produttore, riconoscimenti attribuiti da organismi ufficiali in concorsi enologici, pareri/consigli/raccomandazioni per il

⁴¹ Regolamento (CE) n. 1991/2004 della Commissione, del 19 novembre 2004, recante modifica del regolamento (CE) n. 753/2002 che fissa talune modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 1493/1999 del Consiglio per quanto riguarda la designazione, la denominazione, la presentazione e la protezione di taluni prodotti vitivinicoli, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 344, 20.11.2004, pp. 9-10.

⁴² Direttiva 2011/91/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 13 dicembre 2011, relativa alle diciture o marche che consentono di indicare la partita alla quale appartiene una derrata alimentare, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 334, 16.12.2011, pp. 1-5.

⁴³ Decreto legislativo 15 dicembre 2017, n. 231, Disciplina sanzionatoria per la violazione delle disposizioni del regolamento (UE) n. 1169/2011, relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori e l'adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del medesimo regolamento (UE) n. 1169/2011 e della direttiva 2011/91/UE, ai sensi dell'articolo 5 della legge 12 agosto 2016, n. 170 «Legge di delegazione europea 2015», in Gazzetta ufficiale della Repubblica Italiana Serie generale n. 32, 8.2.2018, pp. 1-10.

⁴⁴ Decreto legislativo 3 aprile 2006, n. 152, Norme in materia ambientale, in Gazzetta ufficiale della Repubblica Italiana Serie generale n. 88 – Supplemento ordinario n. 96, 14.4.2006, pp. 1-425.

consumo, caratteristiche organolettiche, colore del vino, abbinamenti, modalità di conservazione, temperatura di servizio, testi in altre lingue, *etc.* Attualmente sono facoltativi ulteriori elementi informativi, come il sito *web*, il codice a barre (*EAN*⁴⁵), il *QR-code*.

Nel dettaglio, per i vini a indicazione geografica sono facoltativi e previsti, oltre che regolamentati, dai rispettivi disciplinari di produzione i riferimenti a modalità di produzione e/o invecchiamento, all'azienda produttrice, a toponimi caratteristici (es. abbazia, castello, *etc.*), alle sottozone geografiche o «vigne» (per vini DOP), alle specificazioni particolari secondo disciplinare (es. Classico, Superiore, Riserva, Novello)⁴⁶.

Come anticipato nel paragrafo precedente, a partire dalla futura PAC 2023-2027 sarà obbligatoria in etichetta l'indicazione del valore energetico. Il resto della dichiarazione nutrizionale, insieme all'elenco degli ingredienti, potranno essere comunicati *on-label* oppure *off-label*. In quest'ultimo caso sarà reso obbligatorio l'inserimento in etichetta di un riferimento che indichi dove trovare tali informazioni, ad esempio la dicitura del sito *web* o l'inserimento di un codice a barre o di un *QR-code*, leggibili da dispositivi elettronici come gli *smartphone*.

3.2 ETICHETTATURA DEL VINO CON LE MODIFICHE NORMATIVE PROPOSTE AL REGOLAMENTO (UE) N. 1169/2011

Nel 2017 la Commissione europea, mediante una relazione sull'etichettatura obbligatoria riguardante l'elenco degli ingredienti e la dichiarazione nutrizionale delle bevande alcoliche, aveva messo in rilievo la mancanza di motivi oggettivi che giustificassero l'assenza di queste informazioni in etichetta.

La proposta di revisione del Regolamento (UE) n. 1169/2011 si inserisce all'interno del contesto più generale di contrasto al cancro, obiettivo che la Commissione europea si è prefissata di perseguire anche grazie all'adozione del Piano europeo di lotta contro il cancro del 3 febbraio 2021. La stessa Commissione europea,

⁴⁵ Acronimo di *European Article Number*.

⁴⁶ Gregori, M., Galletto, L., Malorgio, G., Pomarici, E., & Rossetto, L. (2017). *Il Marketing del Vino. Capire-decidere-agire*, EdiSES, Napoli, pp. 353. *REARIVIST*, 217.

presentando la Valutazione d'impatto iniziale⁴⁷ della proposta di modifica del Regolamento, ha spiegato come questo percorso sia necessario a causa del più alto livello al mondo di consumo di alcol fatto registrare in Europa, da cui ne consegue che i danni correlati all'abuso di tale sostanza rappresentino uno dei principali problemi per la salute pubblica nell'UE.

L'Agenzia Internazionale per la Ricerca sul Cancro (IARC) dell'OMS⁴⁸ ha classificato l'alcol nel gruppo 1 delle sostanze cancerogene (agenti cancerogeni per l'uomo e gli animali), al pari di benzina, tabacco e amianto ad esempio.

Il consumo dannoso di alcol è il terzo fattore di rischio per mortalità e malattie in Europa: quest'ultime sono più di 60, tra cui 7 tipi di cancro (bocca, gola superiore, laringe, esofago, seno, fegato e colon-retto)⁴⁹. I dati forniti dalla stessa Unione europea dicono che, nel 2016, il cancro è stata la principale causa di decessi attribuibili all'alcol (29%), seguito da altre malattie come la cirrosi epatica (20%), malattie cardiovascolari (19%), lesioni (18%) o da altre problematiche come l'obesità e malattie correlate non trasmissibili. Circa il 20% dei decessi per cancro al seno, nell'UE, sono attribuibili a tale ragione. Qui l'incidenza del cancro dovuto al consumo di alcol è circa dell'8%, ovvero circa 180.000 casi e 92.000 decessi all'anno⁵⁰. Nei Paesi europei inclusi nel rapporto *HEPAHEALTH*, nel 2015 le malattie epatiche correlate all'alcol hanno portato al decesso di 38.378 persone e sono stati registrati livelli crescenti di cirrosi dal 1990, il che rende maggiormente suscettibili tali individui al cancro al fegato⁵¹. Inoltre, il consumo nocivo di questa sostanza ha un'incidenza sul decorso di malattie infettive come la tubercolosi o l'HIV/AIDS. L'alcol da solo, secondo l'OMS, è la causa del 10% di tutti i decessi in Europa, mentre a livello globale è responsabile di circa 3 milioni di morti ogni anno. Nel 2020 a livello globale circa 741.300 persone hanno avuto il cancro causato dal consumo di alcol, il 4,1% di tutti i

⁴⁷ Valutazione d'impatto iniziale, Ref. Ares(2021)4128214, del 24.6.2021.

⁴⁸ Acronimo di Organizzazione Mondiale della Sanità.

⁴⁹ Couespel, N., Price, R. et al. (2020). Strengthening Europe in the fight against cancer: going further, faster. *Studio richiesto dalla Commissione parlamentare europea per l'ambiente, la sanità pubblica e la sicurezza alimentare (ENVI: Environment, Public Health and Food Safety)*. Disponibile al sito Internet: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/642388/IPOL_STU\(2020\)642388_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/642388/IPOL_STU(2020)642388_EN.pdf) (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

⁵⁰ Report dell'European Cancer Organisation (2021). Disponibile al sito Internet: <https://www.europecancer.org/resources/213:new-report-primary-prevention-united-for-action.html> (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

⁵¹ European Association for the Study of Liver Disease (2018). Risk factors and the burden of liver disease in European and selected Central Asian Countries. *HEPAHEALTH Project Report*.

casi di cancro⁵². Nel 2016, le malattie del fegato hanno causato 1.256.900 decessi in tutto il mondo, di cui il 27% (332.900) attribuibili all'alcol; il 30% dei decessi per tumore al fegato, pari a 245.000 casi, sono stati associati all'assunzione di alcol⁵³. Il cancro al fegato è il sesto più comune e la terza causa di morte per tumore. Altre interazioni dell'alcolismo, attenzionate in maniera minore e spesso sottostimate, sono quelle con la depressione e con la gravidanza che porta a difetti alla nascita dei neonati e a disturbi durante il loro sviluppo.

La modifica legislativa in questione avrebbe quindi lo scopo di condurre ad una riduzione del consumo dannoso di alcol grazie alla trasmissione di informazioni aggiuntive obbligatorie in etichetta, oggi esentate per le bevande alcoliche, riguardanti l'elenco degli ingredienti e la dichiarazione nutrizionale. In questo modo si vorrebbe tentare di contrastare e di porre rimedio alla scarsa consapevolezza da parte dei consumatori in merito al contenuto ed alla composizione nutrizionale delle bevande alcoliche. Conseguentemente, potrebbero così essere prese scelte in fase d'acquisto più informate e consapevoli. Per gli stessi motivi potrebbe venir considerata l'aggiunta in etichetta di una dicitura di avvertenza sanitaria contro il cancro in seguito all'assunzione di alcol, analogamente a quanto già avviene per il tabacco: infatti, seppur l'Europa abbia uno dei più alti livelli al mondo di consumo di alcol, la conoscenza che una sua assunzione sia causa del cancro e di altre malattie non trasmissibili è molto bassa.

Questa iniziativa si muove in modo parallelo e non contrapposto alla strategia UE "Farm to Fork", la quale mira anch'essa a modificare il Regolamento sopra citato introducendo un'etichetta nutrizionale obbligatoria sulla parte anteriore delle confezioni in maniera armonizzata per tutti gli alimenti, bevande alcoliche comprese.

Un'altra ragione per cui questa revisione si è resa necessaria è da ricercarsi nell'insuccesso di misure nazionali e di pratiche di etichettatura volontarie avanzate con le autoregolamentazioni che i vari settori delle bevande alcoliche si sono imposti nel 2018. È venuto a crearsi, perciò, un panorama normativo altamente frammentato,

⁵² Rungay, H., Shield, K., Charvat, H., Ferrari, P., Sornpaisarn, B., Obot, I., Islami, F., Lemmens, V., Rehm, J., & Soerjomataram, I. (2021). Global burden of cancer in 2020 attributable to alcohol consumption: a population-based study. *The Lancet Oncology*, 22(8), 1071-1080.

⁵³ Naghavi, M., Abajobir, A. A., Abbafati, C., Abbas, K. M., Abd-Allah, F., Abera, S. F. et al. (2017). Global, regional, and national age-sex specific mortality for 264 causes of death, 1980–2016: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2016. *The Lancet*, 390(10100), 1151-210.

non uniforme, il quale ha causato una relativa disomogeneità tra gli operatori del settore. Tutto ciò ha portato, come conseguenza finale, all'assenza di trasparenza e di tutela per i consumatori. Sarebbe quindi necessaria l'applicazione del principio di sussidiarietà verso l'alto, secondo cui quest'azione normativa, qualora fosse svolta a livello unionale, sarebbe più efficace nel raggiungimento degli obiettivi rispetto ad una serie di azioni individuali ed autonome degli Stati membri. Con ciò verrebbero di conseguenza ridotte le differenze dei cittadini dell'Unione europea nell'accesso alle informazioni, si garantirebbero condizioni di parità tra tutti gli operatori del settore e verrebbero eliminati diversi ostacoli, come gli oneri amministrativi, per le aziende aventi un mercato anche al di fuori dei propri confini nazionali.

La Commissione UE ha giustificato dal punto di vista giuridico una possibile modifica al Regolamento. In particolare, verrebbero rispettati una serie di principi e atti giuridici:

- l'articolo 114 TFUE, il quale sostiene che deve essere garantita un'ulteriore integrazione sul mercato interno di prodotti alimentari sostenibili;
- l'articolo 168 TFUE, dove si dichiara necessario sostenere, coordinare o integrare le azioni degli Stati membri dell'UE per proteggere e migliorare la salute umana;
- l'articolo 169 TFUE, in cui si esprime il bisogno di garantire un livello elevato di protezione ai consumatori.

Sono state avanzate tre diverse opzioni, ciascuna delle quali potrebbe essere scelta come base normativa dalla Commissione UE al termine della consultazione pubblica.

A. OPZIONE 0 – *Baseline* (“*business as usual*”)

L'opzione 0 considera il mantenimento immutato delle condizioni avute finora. Si manterrebbe l'attuale esenzione nell'indicare in etichetta le informazioni sull'elenco degli ingredienti e sulla dichiarazione nutrizionale per le bevande alcoliche con più di 1,2% vol. di alcol. Rimarrebbe a discrezione dell'azienda la loro comunicazione su altri mezzi, come quelli elettronici, o in etichetta. In quest'ultimo caso l'informazione potrebbe limitarsi al solo valore energetico.

B. OPZIONE 1 – Revisionare le regole per tutte le bevande alcoliche: revocare l'esenzione e consentire alcune indicazioni *off-label*

L'opzione 1 consiste nella revoca dell'esenzione prevista per le bevande alcoliche con più di 1,2% vol. di alcol dell'indicazione obbligatoria dell'elenco degli ingredienti e della dichiarazione nutrizionale. Tuttavia, queste informazioni potrebbero essere fornite *off-label*, a discrezionalità dell'operatore, ad eccezione del valore energetico da apporre obbligatoriamente in etichetta.

C. OPZIONE 2 – Revisionare le regole per tutte le bevande alcoliche: revocare l'esenzione e richiedere tutte le indicazioni in etichetta

L'opzione 2, analogamente a quella precedente, prevede la revoca dell'esenzione prevista per le bevande alcoliche con più di 1,2% vol. di alcol dell'indicazione obbligatoria dell'elenco degli ingredienti e della dichiarazione nutrizionale. A differenza dell'opzione 1, tuttavia, queste informazioni dovrebbero obbligatoriamente essere fornite in etichetta, compreso il valore energetico.

A conclusione dell'*iter* amministrativo, al fine di agevolare gli Stati membri nell'applicazione delle possibili modifiche legislative, la Commissione si è riservata di emanare un piano di attuazione, il quale potrebbe includere, ad esempio, incontri bilaterali o multilaterali tra gli Stati membri stessi ed esperti in materia oppure documenti interpretativi o orientativi.

La Commissione UE ha analizzato nella Valutazione d'impatto iniziale i principali possibili impatti attesi dalle diverse opzioni di modifica regolamentare proposte.

Dal punto di vista economico, la prospettiva di facilitare le scelte da parte dei consumatori e renderli più informati potrebbe permettere una riduzione dei costi per la spesa sanitaria pubblica, in particolare quelli legati al cancro e all'obesità dovuti ad un consumo eccessivo di alcol, il quale subirebbe un decremento. Inoltre, si instaurerebbero condizioni di parità economica tra tutti gli operatori alimentari e tra quelli dei diversi settori di bevande alcoliche a seguito dell'armonizzazione legislativa. Quest'ultima permetterebbe poi di ridurre la frammentazione del mercato, grazie a cui verrebbe permesso un funzionamento più facile ed efficace del mercato unico europeo: ne deriverebbe un elevato potenziale economico per gli operatori del

settore, in particolare per le piccole e medie imprese (come nel caso del settore vitivinicolo) che dovrebbero conformarsi ad una sola normativa europea e non più a diverse norme nazionali. La parità di condizioni legislative faciliterebbe la loro applicazione da parte delle autorità nazionali competenti: ci sarebbero così condizioni di equità anche con i prodotti importati dall'UE, il che farebbe aumentare la competitività della stessa industria interna europea. Un ultimo aspetto per ciò che concerne l'ambito economico è rappresentato dal costo *una tantum* che gli operatori del settore delle bevande alcoliche dovrebbero sostenere per l'aggiornamento delle etichette. L'onere economico sarebbe di minore impatto per quelle aziende, anche extra-UE, attive in diversi mercati nazionali europei, le quali avrebbero il vantaggio di sviluppare un'etichetta standard (eccezion fatta per la lingua in cui è trascritta) valida in tutto il mercato interno europeo. Questo costo potrebbe poi essere ulteriormente ridotto qualora fosse dato un periodo transitorio in cui permettere al mercato di assorbire tutte le vecchie etichette.

La revisione potrebbe comportare oneri amministrativi aggiuntivi dovuti alla sua applicazione per quegli Stati membri che nel tempo non hanno adottato misure nazionali sull'etichettatura degli alcolici.

Infine, prendendo in considerazione l'ambito sociale, la Commissione evidenzia, come detto anche in precedenza, che conferire, ai consumatori, più informazioni inerenti agli ingredienti ed alla composizione nutrizionale delle bevande alcoliche favorirebbe l'assunzione di consapevolezza in materia e la capacità di fare scelte informate: ne conseguirebbe una riduzione del consumo dannoso di alcol, a beneficio della salute individuale e pubblica.

CAPITOLO IV

FEEDBACK, PROSPETTIVE E POSSIBILI SOLUZIONI

4.1. FEEDBACK DEGLI *STAKEHOLDER* SULLA PROPOSTA DI MODIFICA DELLA NORMATIVA VIGENTE

La Commissione UE ha intrapreso un percorso di revisione delle norme unionali in materia di informazione sugli alimenti per i consumatori, alla luce in particolar modo del Piano europeo di lotta contro il cancro. La proposta di modifica, come già precedentemente analizzato, riguarda anche le norme sull'etichettatura delle bevande alcoliche: il fine sarebbe quello di riuscire a comunicare al consumatore l'elenco degli ingredienti e la dichiarazione nutrizionale, insieme ad una possibile dicitura di avvertenza sanitaria contro il cancro correlato all'assunzione di alcol.

L'*iter*¹ ha avuto inizio il 24 giugno 2021 con la presentazione da parte della Commissione europea della Valutazione d'impatto iniziale, la quale ha avuto come scopo principale quello di informare tutte le parti interessate, compresi i cittadini, su quale fosse il piano di sviluppo della Commissione. Il fine ultimo è stato quello di favorire una partecipazione attiva dell'intera comunità mediante *feedback* e consultazioni sulla revisione in esame. La valutazione in sé ha avuto puramente uno scopo informativo; perciò, non pregiudicherà o vincolerà la decisione finale che verrà presa dalla Commissione.

OPZIONE 0	<i>Baseline ("business as usual").</i>	<ul style="list-style-type: none">▪ Esenzione dall'indicazione dell'elenco ingredienti e della dichiarazione nutrizionale <i>on-label</i> oppure <i>off-label</i>;▪ Indicazione volontaria <i>on-label</i> oppure <i>off-label</i> di tali informazioni;▪ Indicazione volontaria <i>on-label</i> del solo valore energetico.
------------------	--	--

¹ Di' la tua, Etichettatura dei prodotti alimentari – revisione delle norme relative alle informazioni fornite ai consumatori per le bevande alcoliche. *Sito ufficiale della Commissione europea*. Disponibile al sito Internet: https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13028-Etichettatura-dei-prodotti-alimentari-revisione-delle-norme-relative-alle-informazioni-fornite-ai-consumatori-per-le-bevande-alcoliche_it (Accessibile nel mese di settembre, 2022).

OPZIONE 1	Revisionare le regole per tutte le bevande alcoliche: revocare l'esenzione e consentire alcune indicazioni <i>off-label</i> .	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revoca esenzioni opzione 0; ▪ Indicazione obbligatoria <i>on-label</i> oppure <i>off-label</i> dell'elenco degli ingredienti e della dichiarazione nutrizionale; ▪ Indicazione obbligatoria <i>on-label</i> del valore energetico.
OPZIONE 2	Revisionare le regole per tutte le bevande alcoliche: revocare l'esenzione e richiedere tutte le indicazioni in etichetta.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revoca esenzioni opzione 0; ▪ Indicazione obbligatoria <i>on-label</i> dell'elenco degli ingredienti e della dichiarazione nutrizionale; ▪ Indicazione obbligatoria <i>on-label</i> del valore energetico.

Tabella 1: Riepilogo delle opzioni avanzate dalla Commissione UE su cui sono espressi i commenti qui di seguito riportati.

4.1.1. Commenti

A partire dal 24 giugno 2021 e fino al 22 luglio 2021 è stato possibile avanzare un commento da parte di chiunque avesse un interesse in merito a tale iniziativa, fosse esso un cittadino UE, un'associazione di categoria, un'associazione dei consumatori, un'impresa o un'organizzazione professionale, un'organizzazione non governativa (ONG), un'organizzazione ambientalista, un'autorità nazionale competente, il mondo accademico, un esperto scientifico: condividere pareri sulla comprensione del problema e proposte di possibili soluzioni, impatti potenziali delle diverse opzioni avanzate dalla Commissione europea sul sistema economico, sociale, sanitario o qualsiasi altro tipo di informazione pertinente.

In totale, sono pervenuti nella pagina *web* dedicata della Commissione europea 82 commenti² da ogni tipo di portatore d'interesse in materia, appartenenti prevalentemente ad uno degli Stati membri, con l'eccezione di qualche opinione proveniente dal Regno Unito o dalla Norvegia. In particolar modo, sono state analizzate le tre opzioni proposte dalla Commissione, approfondite nel precedente capitolo, molte volte è stato avanzato un parere o è stato espresso un giudizio in merito, sono stati sollevati ulteriori dubbi e perplessità e sono stati forniti altri *input* all'iniziativa.

² Commenti disponibili al sito Internet ufficiale dedicato della Commissione europea: https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13028-Etichettatura-dei-prodotti-alimentari-revisione-delle-norme-relative-alle-informazioni-fornite-ai-consumatori-per-le-bevande-alcoliche_it (Accessibile nel mese di settembre, 2022).

Entrando nel dettaglio, un primo aspetto da mettere in luce è rappresentato dalle posizioni simili prese all'interno di una stessa categoria di *stakeholder*, anche considerando Stati membri diversi. Ciò è dettato dal fatto che gli interessi in questione sono tra loro diversi, ma spesso coincidenti all'interno della categoria stessa: ognuno, essendo in prima persona coinvolto, proverà a difendere la propria realtà e ad avere il maggior numero di vantaggi o il minor svantaggio possibile da una modifica normativa. Ogni gruppo verrà qui di seguito trattato separatamente quindi.

- CITTADINO UE

La maggior parte dei cittadini dell'Unione europea che ha espresso il proprio commento nell'arco della consultazione si è orientata verso l'opzione 2³ (11 cittadini UE su 13), con il fine di ottenere maggior tutela. Il consumatore finale ha voluto quindi esprimere la propria volontà ed il proprio diritto di conoscere la composizione, in particolar modo, delle bevande alcoliche, tra cui il vino, che andrà ad acquistare e bere. Si auspica venga reso obbligatorio l'elenco degli ingredienti e la dichiarazione nutrizionale, analogamente a quanto già previsto per il resto degli alimenti.

Una delle criticità principali emerse è la mancata conoscenza di eventuali additivi, insieme all'assenza dell'indicazione del contenuto calorico, quest'ultimo spesso sottovalutato o non considerato parlando di bevande alcoliche, il che innalzerebbe così il rischio per la salute. Viene fatto presente che la consapevolezza dell'alto contenuto energetico potrebbe sfavorire un consumo eccessivo di alcolici da parte dei giovani, aspetto utile nell'interesse della prevenzione al cancro e ad altre malattie.

Un consumatore enfatizza il fatto che le informazioni dovrebbero apparire per intero e in maniera chiara sull'etichetta, escludendo una comunicazione *off-label* (ad esempio, sito *web* o *QR-code*).

Secondo un cittadino, una più completa conoscenza delle informazioni favorirebbe un confronto tra le diverse bevande ed i diversi produttori, necessaria per la decisione di acquisto finale. Questa mancata trasparenza tra produttore e consumatore infonderebbe in quest'ultimo idee prive di fondamento sul contenuto delle bevande alcoliche, in particolar modo dei vini: infatti, viene palesata la presenza nel prodotto finale di sostanze pericolose per la salute impiegate per produrlo, chiaro riferimento

³ *OPTION 2: Revise the rules for all alcoholic beverages: revoke the exemption and require all indications on-label.*

ai prodotti fitosanitari utilizzati in vigneto e ad altri coadiuvanti tecnologici autorizzati per la trasformazione dell'uva in vino. Secondo questo parere tali sostanze, dato per certo dai cittadini che siano presenti all'interno dei vini, qualora comunicate ne disincentiverebbero l'acquisto ed il consumo. Una maggior trasparenza e chiarezza sarebbe quindi vista come una forma di rispetto per il consumatore.

Un cittadino sottolinea come sarebbe importante mettere in guardia il pubblico sui pericoli dell'alcol correlati al cancro, al pari del tabacco, con avvertenze sanitarie in etichetta.

Solo due cittadini si sono espressi in maniera contraria alla revisione della normativa in tema di etichettatura delle bevande alcoliche (opzione 0⁴), sostenendo che una trasmissione di informazioni sulla composizione dei prodotti non tutelerebbe il segreto industriale. Unica eccezione la farebbero le sostanze che causano allergie, le quali dovrebbero sempre essere comunicate in etichetta.

▪ IMPRESA / ORGANIZZAZIONE PROFESSIONALE

Le imprese e le organizzazioni professionali hanno preso posizione, ma non è prevalsa una linea comune o prevalente.

Due sono a favore dell'opzione 0, la quale manterrebbe le condizioni e gli obblighi vigenti fino ad oggi. Le motivazioni di tale schieramento sono due. Il primo commento fa riferimento al fatto che l'alcol non dovrebbe essere visto come un alimento in senso stretto o come un integratore alimentare utile a soddisfare il fabbisogno calorico individuale, quanto piuttosto dovrebbe essere considerato come un prodotto in grado di svolgere una funzione sociale. Questa è la ragione per cui, secondo loro, i consumatori non sarebbero interessati ad ulteriori informazioni rispetto a quelle già presenti in etichetta. Il secondo commento mette in luce come non servirebbe aggiungere in etichetta informazioni che non verrebbero mai lette da nessuno. Viene proposto, invece, l'incremento di campagne educative su un uso consapevole e responsabile delle bevande alcoliche.

Quattro sono le imprese e organizzazioni professionali favorevoli ad una revisione della normativa. In particolare, un commento si pone a favore dell'opzione 1⁵, vista

⁴ *OPTION 0: Baseline ("business as usual").*

⁵ *OPTION 1: Revise the rules for all alcoholic beverages: revoke the exemption and allow certain indications off-label.*

come il passo più logico e sequenziale: si instaurerebbe un quadro normativo armonizzato e allineato sulle regole di etichettatura a livello unionale tra tutti gli alimenti, bevande alcoliche comprese, e ci sarebbero condizioni di parità tra tutti gli operatori. Questa equità porterebbe a svariati vantaggi, come la libera circolazione delle merci nel mercato interno dell'Unione europea e una concorrenza leale che stimoli allo stesso tempo la competitività e l'innovazione nell'UE.

D'altro canto, con riferimento alle bevande spiritose, si sottolinea il fatto che sono tra i prodotti alimentari più regolamentati nell'UE, soprattutto in riferimento all'autoregolamentazione del settore del 2018 e al Regolamento (UE) 2019/787⁶ che garantisce un alto livello di protezione e informazione in fase di acquisto dei prodotti per i consumatori. Per il vino, nuove regole sull'informazione ai consumatori sono già state negoziate nel contesto del regolamento OCM nell'ambito della riforma della PAC *post* 2020 (in coerenza con il Piano europeo contro il cancro), regole che includono la comunicazione di informazioni sull'etichetta (informazioni sul contenuto energetico, anche utilizzando il simbolo «E») e *online* (altre informazioni di vario tipo, non obbligatorie in etichetta, come la dichiarazione nutrizionale completa e l'elenco degli ingredienti), identificando i mezzi elettronici in etichetta/confezione e con il divieto di rendere visibili *online* altre comunicazioni con finalità di *marketing* o vendita. Questi sono i principali motivi per cui qui è stata preferita l'opzione 1 a discapito dell'opzione 2.

Un altro commento, riferendosi sempre alla riforma della PAC, ha chiesto esplicitamente di escludere tutti i prodotti vitivinicoli dal campo di applicazione della revisione del Regolamento (UE) n. 1169/2011, essendo già state concordate precedentemente delle regole per questo comparto, le quali terrebbero conto della specificità del settore. Infatti, è stato autorizzato l'uso di strumenti digitali (*e-labels*) attraverso cui fornire l'elenco degli ingredienti e la dichiarazione nutrizionale, mantenendo la presenza obbligatoria in etichetta del contenuto energetico e delle sostanze allergeniche. L'etichetta elettronica viene vista come un ottimo strumento

⁶ Regolamento (UE) 2019/787 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 aprile 2019, relativo alla definizione, alla designazione, alla presentazione e all'etichettatura delle bevande spiritose, all'uso delle denominazioni di bevande spiritose nella presentazione e nell'etichettatura di altri prodotti alimentari, nonché alla protezione delle indicazioni geografiche delle bevande spiritose e all'uso dell'alcole etilico e di distillati di origine agricola nelle bevande alcoliche, e che abroga il regolamento (CE) n. 110/2008, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 130, 17.5.2019, pp. 1-54.

grazie a cui migliorare l'informazione ai consumatori e ridurre la frammentazione del mercato, poiché contribuirebbe a garantire un elevato grado di adattabilità e di flessibilità e a diminuire l'onere per le imprese (opzione 0, ma con risultati che si otterrebbero simili all'opzione 1).

C'è chi si esprime poi dicendo che rendendo l'autoregolamentazione del settore vitivinicolo parte integrante del diritto comunitario con una proposta legislativa da parte della Commissione europea, come auspicato dal settore stesso (attuando quindi una normativa parallela all'opzione 1), gli obiettivi che ci si era autoimposti diventerebbero vincolanti per tutti gli operatori: trasmettere informazioni dirette per un'immediata comprensione e preservare il mercato unico dal rischio di legislazioni nazionali frammentate. Viene messo in rilievo come il settore vitivinicolo, oltre ad aver da tempo chiesto ai responsabili politici dell'UE di sviluppare disposizioni obbligatorie sulla dichiarazione nutrizionale e sull'elenco degli ingredienti per i vini, si starebbe impegnando a rendere accessibili ai consumatori informazioni pertinenti, chiare e di facile comprensione. In questo modo, si potrebbero prendere decisioni informate e consapevoli in fase di acquisto, con conseguente riduzione del consumo dannoso di alcol, e potrebbe essere migliorata la conoscenza sul vino. Un cambio di regole viene interpretato come un elemento che andrebbe a discapito della struttura del settore vitivinicolo, caratterizzato da micro e piccole imprese e da un'alta eterogeneità di prodotti, in cui sarebbe difficile garantire parità di condizioni tra le aziende. In questo *feedback* si può quindi percepire la parziale apertura all'opzione 1.

- ONG

Le organizzazioni non governative (ONG) si sono nettamente schierate, quasi *in toto*, a favore dell'opzione 2. La maggior parte di esse ha come missione quella di eliminare o ridurre i danni causati dall'alcol.

Per 27 ONG su 29 è auspicata la modificazione della legislazione in modo tale che essa venga applicata in maniera omogenea a tutti gli alimenti, bevande alcoliche comprese, così da evitare un'eccessiva frammentazione del mercato. Viene evidenziato il fatto che i consumatori, per prendere decisioni consapevolmente, dovrebbero conoscere gli ingredienti e la dichiarazione nutrizionale delle bevande alcoliche. Infatti, una maggior conoscenza faciliterebbe scelte informate da parte loro, grazie alle quali verrebbe ridotto il consumo dannoso di alcol con benefici sia per la

salute pubblica sia per i costi della sanità pubblica, prevenendo oltretutto il rischio di dipendenze. Potrebbero essere adottate abitudini più sane e potrebbe venir meglio monitorata la dieta personale, soprattutto grazie alla tendenza attuale verso uno stile di vita sempre più attento alla salute e alle calorie assunte. Per tale motivo, potrebbe essere quindi ridotto il consumo di bevande alcoliche e, indirettamente, i loro effetti negativi. Non di meno, secondo queste organizzazioni negare il diritto alla conoscenza in maniera più o meno volontaria mediante l'omissione di informazioni sul prodotto sarebbe una pratica commerciale sleale, come da Direttiva UE (art. 7)⁷.

L'alcol è qui paragonato ad una sostanza psicoattiva con un significativo impatto sul carico sanitario europeo e con un ingente costo sociale: conseguentemente, secondo le ONG, dovrebbe avere standard più elevati e requisiti più severi rispetto al resto degli alimenti e delle bevande. In più, informazioni aggiuntive in etichetta potrebbero migliorare ulteriormente la salute pubblica, come i limiti di età legale per bere alcolici, il rischio di assunzione di alcol durante la gravidanza o prima di guidare, il collegamento tra alcol e cancro o altre malattie (indicazione di rischio per la salute, come nel tabacco).

Vengono citati anche in questo caso i prodotti fitosanitari, chiamati "pesticidi", come già successo per i cittadini dell'UE, poiché viene evidenziata la necessità di informare sia il consumatore sugli ingredienti contenuti all'interno del vino, compresi i residui dei prodotti fitosanitari, sia i cittadini che vivono nelle zone antistanti i vigneti in merito alla loro esposizione ai trattamenti fitosanitari.

Si ritiene che le proposte presentate dalla Commissione europea, con riferimento in particolar modo all'opzione 2, pur essendo idonee a supportare efficacemente gli obiettivi del Piano europeo contro il cancro, dovrebbero essere incrementate per ottenere una riduzione del consumo dannoso di alcol di almeno dieci punti percentuali entro il 2050. L'autoregolamentazione viene vista come uno strumento insufficiente per raggiungere gli obiettivi minimi di maggior trasparenza nei confronti dei consumatori e di una loro protezione dai danni causati dall'alcol.

L'opzione 1 viene scartata a priori dal momento che si ritiene difficile l'utilizzo di *QR-code* o siti *web* da parte del cliente finale dal momento che mai o raramente il consumatore utilizzerebbe fonti di informazioni *off-label* per documentarsi sui valori

⁷ Direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005.

nutrizionali e sugli ingredienti delle bevande alcoliche⁸ e poiché è ancora grande il divario digitale da colmare nella popolazione. Non verrebbero quindi rispettati i principali obiettivi di rafforzamento dell'informazione dei consumatori e di miglioramento della salute pubblica. Un *feedback* aggiunge che un'informazione *off-label* non avrebbe giustificabili motivi, vantaggi o altri valori aggiunti per essere preferita rispetto a quella *on-label*. Per di più, si creerebbe un precedente che, secondo una ONG, rappresenterebbe un rischio di emulazione da parte di numerose altre aziende di prodotti alimentari. L'assunzione di informazioni tramite piattaforme *online* richiederebbe troppo tempo affinché il consumatore le assimili. Inoltre, viene sollevato il rischio di uno sfruttamento di questo strumento dalle aziende, le quali potrebbero raccogliere informazioni di contatto dei consumatori ed utilizzarle per scopi di *marketing*.

A tal proposito, un commento controbatte a chi dichiara che ci sarebbe il rischio di un *packaging* poco "estetico", con un eccessivo quantitativo di informazioni, affermando che il resto dei settori alimentari sono riusciti a rispettare gli standard dell'Unione europea in termini di etichettatura. A maggior ragione vengono richieste informazioni chiaramente leggibili grazie ad una dimensione adatta del carattere, ad un contesto grafico adeguato e all'impiego di simboli illustrati contro i rischi per la salute dovuti al consumo di alcol.

*Eurocare*⁹, importante ONG presa come punto di riferimento da molte altre organizzazioni, assume una posizione ancor più radicale. Auspicherebbe un approccio verso la disciplina delle bevande alcoliche attraverso una "*lex specialis*", cioè applicando una legislazione adattata alle caratteristiche di questi prodotti e non un regolamento orizzontale, valido per tutti i prodotti alimentari in genere: pur essendo le bevande alcoliche considerate legalmente un alimento, secondo *Eurocare* sono sostanzialmente diverse in quanto in possesso di proprietà psicoattive e di dipendenza, ciò a causa della presenza di alcol, sostanza rapidamente assimilabile dall'organismo umano. Oltretutto, il loro consumo avrebbe effetti differenti e avverrebbe in modo diverso rispetto a quello di altri alimenti. Questo sarebbe un fattore causale di oltre 200 condizioni di malattie e lesioni, disturbi mentali e

⁸ Affermato anche nel rapporto della Commissione europea sulle etichette degli alcolici del 2017.

⁹ *The European Alcohol Policy Alliance*, alleanza di 52 organizzazioni non governative di salute pubblica in 21 Paesi europei che si batte per la prevenzione e la riduzione dei danni causati dall'alcol in Europa.

comportamentali. L'organizzazione conclude dicendo che le bevande alcoliche non sono un alimento ordinario dal momento che causano notevoli danni per la salute individuale ed ingenti perdite sanitarie, sociali ed economiche per la società e i suoi cittadini.

Una seconda ONG, concorde con il commento precedente, aggiunge che i consumatori, oltre ad essere poche volte ben informati, spesso vengono male informati di proposito. L'accusa viene lanciata nei confronti dell'industria dell'alcol, colpevole a detta sua di travisare o minimizzare il rischio di cancro correlato al consumo dannoso di alcol e di rendere difficile l'accesso alle informazioni veritiere, accentuando così la disinformazione. Tutto ciò porterebbe alla conseguenza principale di una normalizzazione del consumo di alcol.

Un altro commento fa un passo ulteriore auspicando che, una volta rimosse le deroghe e le esenzioni per le bevande con più di 1,2% vol. di alcol, a tutte le bevande alcoliche sia applicata l'etichetta nella parte anteriore della confezione, come richiesto dalla strategia UE "*Farm to Fork*": un modo più efficace per informare i consumatori e rendere maggiormente visibili i contenuti dell'etichetta.

A questa consultazione ha partecipato anche una ONG del Regno Unito: è stata ritenuta utile una sua partecipazione attiva dal momento che ci potranno essere riflessi conseguenti alla possibile modifica del Regolamento anche all'esterno dei confini dell'Unione europea, essendo i due mercati tra loro interconnessi. Ad esempio, i produttori potrebbero fare un'unica etichetta valida sia per il mercato interno europeo sia per quello UK: in tal caso ci sarebbe un vantaggio anche per i consumatori del Regno Unito, i quali con la nuova etichettatura sarebbero maggiormente tutelati. Ci potrebbero essere poi ulteriori benefici indiretti in altri Paesi, come la definizione di nuovi standard che altre giurisdizioni cercherebbero di soddisfare. Questa organizzazione ha messo in luce come anche nel Regno Unito le informazioni presenti sulle etichette delle bevande alcoliche siano incoerenti a seguito di accordi volontari tra il governo e i produttori di alcolici. Ad esempio, come dichiarato dalla stessa ONG grazie a dati condotti da una loro ricerca¹⁰ in collaborazione con *Alcohol Health Alliance UK*, oltre il 70% di 424 etichette esaminate non includono le linee guida del

¹⁰ Alcohol Health Alliance (2020). Drinking in the dark: how alcohol labelling fails consumers. Disponibile al sito Internet: <https://ahauk.org/resource/drinking-in-the-dark/> (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

governo sul consumo di alcol a basso rischio dopo più di tre anni dall'accordo di aggiornamento.

Solo due ONG si sono espresse in controtendenza a quanto sopra analizzato.

La prima organizzazione difende il vino sostenendo che il fatto che sia una bevanda contenente alcol non dovrebbe automaticamente portare ad un pregiudizio negativo o ad un paragone con le restanti bevande alcoliche, spesso di matrice industriale al contrario del vino con radici nella tradizione, nella cultura e nella storia di molte società. Un consumo moderato, nel rispetto della dieta mediterranea, porterebbe a conclusioni diametralmente opposte se confrontate con quelle espresse in precedenza nel considerare un consumo eccessivo e dannoso di alcol. Sostiene poi che il settore vitivinicolo abbia già assunto, nel corso degli anni, un ruolo centrale nell'educazione al consumo consapevole e moderato nella società. Ciò nonostante, il rispetto della libertà e dei diritti dei cittadini viene anche qui messo al primo posto come prerequisito fondamentale per la nuova normativa, la quale dovrebbe soddisfare i bisogni dei consumatori e non limitarli.

La seconda organizzazione propone di mantenere invariata la situazione attuale, ovvero dove sussiste la volontarietà di comunicare l'elenco degli ingredienti e la dichiarazione nutrizionale, eventualmente anche *online*, oltre alla possibilità di mettere in etichetta solo il valore energetico per quanto riguarda la dichiarazione nutrizionale. Questa posizione è stata presa in ragione del fatto che lo spazio in etichetta per i prodotti alcolici sarebbe limitato e già occupato da molte informazioni obbligatorie, il che porrebbe problemi di chiarezza e leggibilità. Oltre a ciò, una modifica comporterebbe un aumento dei costi per la progettazione e la realizzazione delle etichette o dell'intero *packaging* a carico del produttore, aspetto importante soprattutto nel settore vitivinicolo, composto spesso da imprese medio-piccole.

▪ ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

Le associazioni di categoria, primi rappresentanti dei produttori stessi, hanno difeso prevalentemente gli interessi dei loro associati. Infatti, si sono schierati principalmente a favore dell'opzione 0 e 1 (23 commenti su 24).

Chi ha difeso l'opzione 0 (9 associazioni di categoria), come la Confartigianato Imprese in Italia, pur condividendo gli obiettivi della Commissione europea di tutela della salute umana mediante la riduzione del consumo dannoso di alcol, ritiene

ingiusto avere preconcetti generali sulle bevande alcoliche. Infatti, spiega come un consumo moderato ed una dieta equilibrata sarebbero sufficienti ed importanti ad evitare danni all'organismo. Si ritiene errato porre sullo stesso livello le bevande superalcoliche e quelle a basso contenuto alcolico, come il vino e la birra, il cui consumo moderato e consapevole è spesso "consigliato" dagli stessi medici. Si auspica venga lasciato alla discrezionalità di ogni singolo produttore apporre o meno le indicazioni nutrizionali e quelle relative all'elenco degli ingredienti in etichetta, compreso il valore energetico da poter trasmettere direttamente in etichetta o indirettamente con un *QR-code*/sito *web*. Vengono poi sollevate diverse criticità che emergerebbero a seguito dell'eventuale obbligatorietà di tali comunicazioni in etichetta: aumento dei costi, a discapito in particolar modo delle piccole e medie imprese, dovuti alla riprogettazione e sostituzione delle etichette o alla revisione dell'intero *packaging*; prodotti non standardizzabili, aspetto valido soprattutto per i vini dove varia la composizione delle materie prime di anno in anno a seconda della disponibilità; messa a rischio dell'esclusività del prodotto (la combinazione di ingredienti e tecniche) e del benessere dell'azienda a causa dell'elenco degli ingredienti reso pubblico che ne faciliterebbe la standardizzazione e la contraffazione. Alternativamente, viene proposto lo sviluppo di una serie di programmi nazionali o europei promosso dalle istituzioni stesse, aventi il fine di orientare e educare dal punto di vista alimentare i consumatori, così da renderli più consapevoli e meglio informati, oltre a farli avvicinare alle normative esistenti.

Due commenti sottolineano come a risentire di una revisione del Regolamento sarebbero per di più le microimprese poiché il rapporto costi-benefici sarebbe a loro svantaggio. Unica eccezione potrebbe farla la dichiarazione del valore energetico dal momento che ci si potrebbe facilmente basare sulla gradazione alcolica e sullo zucchero residuo, impostando dei valori di tolleranza nell'indicazione delle calorie. C'è poi chi sottolinea la criticità di apporre in etichetta ulteriori informazioni, le quali andrebbero in competizione di spazio (limitato) con tutte le informazioni obbligatorie, causando problemi di leggibilità e comprensione. Anche qui viene proposto l'ausilio dei mezzi elettronici, mantenendone però la volontarietà.

Un'associazione avanza quindi l'ipotesi di una "*lex specialis*", diversa però da come intesa precedentemente, capace di assicurare un certo equilibrio tra il quadro normativo orizzontale, uguale per tutti gli alimenti, e quello verticale, che valorizza le

loro specificità. Infatti, vengono richieste disposizioni adeguate al settore, in grado di comprenderne la sua specificità (struttura imprenditoriale mediamente piccola, diversità e specificità dei prodotti, modalità di consumo), ma al contempo capaci di garantire una certa armonizzazione tra le imprese. Tutto ciò in ragione del fatto che il settore vitivinicolo ha, in maniera proattiva, richiesto alla Commissione europea un quadro normativo vincolante nell'ambito della nuova PAC per l'indicazione sui prodotti vitivinicoli dell'elenco degli ingredienti e della dichiarazione nutrizionale. Verrebbe accettata la possibilità di indicare queste informazioni su supporto elettronico dematerializzato, secondo determinate regole e condizioni, a favore di un maggior dettaglio comunicativo, sempre aggiornato e nella propria lingua. Rimarrebbero nell'etichetta fisica alcune informazioni come le sostanze allergeniche ed il valore energetico. Ne consegue che la revisione del Regolamento (UE) n. 1169/2011 non dovrebbe mettere in discussione quanto finora fatto da ambedue le parti.

Chi ha difeso l'opzione 1 (14 associazioni di categoria), ad esempio Federvini¹¹ e CIA¹² in Italia, ha motivato questa presa di posizione dichiarando che sarebbe il passo più logico e sequenziale per passare gradualmente dall'autoregolamentazione alle regole obbligatorie. Inoltre, sarebbe una scelta coerente con l'accordo nel quadro della riforma della PAC sull'informazione ai consumatori. Così facendo, verrebbero ad instaurarsi delle condizioni di parità per tutti gli operatori del settore, favorevoli alla libera circolazione delle bevande alcoliche nel mercato interno dell'UE, per creare una leale concorrenza che stimoli la competitività e l'innovazione e per permettere al consumatore un'adeguata comprensione ed un equo confronto tra tutti i prodotti. Oltretutto, viene sottolineato anche qui come le bevande alcoliche siano tra i prodotti alimentari più regolamentati nell'UE. Con questa opzione si eviterebbe di porre in etichetta informazioni superflue per le bevande alcoliche, ad eccezione del valore energetico. Quest'ultimo sarebbe preferibile se venisse indicato con il simbolo internazionale «E» per una più facile comunicazione e per evitare problemi di comprensione linguistica (nella maggior parte degli Stati membri c'è l'obbligo legale di fornire le informazioni obbligatorie nella lingua nazionale). A sostegno

¹¹ Federazione Italiana Industriali Produttori, Esportatori ed Importatori di Vini, Acquaviti, Liquori, Sciroppi, Aceti ed affini.

¹² Confederazione Italiana Agricoltori.

dell'importanza di porre in etichetta obbligatoriamente solo il valore energetico, viene citata la relazione della Commissione europea del 2017, dove viene riportato che l'OMS ritiene che il potere calorifico sia l'informazione nutrizionale più importante da trasmettere ai cittadini. Si vuole comunque favorire il diritto alla conoscenza degli ingredienti e della dichiarazione nutrizionale del consumatore, il quale chiede sempre di più che ci sia trasparenza su questi temi.

Un *feedback* propone, in aggiunta, di fornire le informazioni per le bevande alcoliche per porzione, oltre a quelle riferite a 100 ml, per un'adeguata e immediata comprensione da parte dei consumatori, la cui dimensione varierebbe a seconda della categoria (per le bevande spiritose è generalmente di 30 ml, pari più o meno a 10 grammi di etanolo). Viene interpretato come un dato più significativo e rappresentativo del consumo probabile e moderato di questi prodotti.

Viene accettata la possibilità di comunicare tali informazioni fuori etichetta (vietata la contemporanea presenza di informazioni destinate a scopi di vendita o *marketing*), mediante altri mezzi come quello elettronico *off-label* (identificazione del sito *online* sempre tramite l'etichetta o la confezione, citandolo o attraverso codice a barre o *QR-code*), anche al fine di poter ridurre i costi per questi nuovi requisiti in etichetta ed aumentarne la flessibilità. Da ciò dovrebbero trarre beneficio i consumatori stessi grazie ad informazioni complete, semplici e di facile lettura. L'incremento dei costi potrebbe ricadere non solo sui produttori, ma anche sui consumatori mediante un aumento di prezzo del prodotto finale: andrebbe quindi fatto un bilancio costi-benefici per capire se il cliente finale sarebbe disposto comunque ad acquistare la bevanda a fronte di un maggior prezzo. Lo sviluppo di strumenti digitali sta avendo rapidi progressi e ciò rappresenta un netto vantaggio per l'informazione ai consumatori. Viene messo in rilievo come andrebbe specificato a livello legislativo chi sarebbe il responsabile della gestione di queste piattaforme.

È stata poi avanzata l'ipotesi di sviluppare una serie di strumenti che permettano di calcolare facilmente e dichiarare i valori nutrizionali, riducendo in questo modo gli oneri per tali operazioni che altrimenti dovrebbero essere compiute da ogni singolo operatore.

È auspicato a maggior ragione un periodo temporale adeguato di transizione per l'entrata in vigore della nuova normativa affinché si riescano a smaltire le scorte di etichette già presenti e aderenti alla vecchia normativa.

Le associazioni di categoria concordano nel precisare che il fine ultimo dell'iniziativa dovrebbe essere quello di ridurre il consumo dannoso di alcol e non il consumo di alcol in sé.

L'unica associazione di categoria ad essersi schierata a favore dell'opzione 2 è la CNA¹³ AgroAlimentare (Italia). Essa ritiene che questa direzione sia quella più corretta da intraprendere per aumentare la trasparenza da parte dei produttori e per dare ai consumatori la possibilità di sapere da cosa è composto il prodotto che stanno per acquistare o consumare. In ogni caso, viene sollevata la criticità di oneri e costi aggiuntivi che potrebbero essere percepiti maggiormente dai micro e piccoli operatori del settore, i quali spesso non hanno a disposizione le necessarie risorse e competenze. Inoltre, viene anche qui sottolineata la necessità di un periodo di tempo sufficiente per l'adeguamento alle eventuali nuove disposizioni da parte degli operatori della filiera, oltre a strumenti di supporto adeguati ad agevolare i cambiamenti in atto.

▪ ALTRI COMMENTI

Tre associazioni dei consumatori hanno difeso i diritti di quest'ultimi, nel caso specifico il diritto alla piena conoscenza e trasparenza delle sostanze contenute negli alimenti, come richiesto anche dalla strategia UE "*Green Deal*". Per tali ragioni, esse sono concordi con il rapporto del 2017 della Commissione UE in cui è stata dichiarata la mancanza di motivi oggettivi che giustificerebbero l'assenza dell'elenco degli ingredienti e della dichiarazione nutrizionale nell'etichetta delle bevande alcoliche. Hanno perciò attaccato le *lobby* dell'alcol, che a detta loro avrebbero impedito sin da subito l'armonizzazione delle normative tra tutti gli alimenti poiché avrebbero fatto prevalere le loro ragioni, a discapito della salute dei consumatori e del loro diritto all'informazione. Si sono espresse quindi a favore dell'opzione 2, chiedendo che la normativa delle bevande alcoliche si allinei con quella di tutti gli altri alimenti, come da Regolamento (UE) n. 1169/2011, dove al contempo verrebbe garantita una situazione più equa e coerente.

Secondo le loro motivazioni, la dichiarazione nutrizionale non dovrebbe limitarsi ad esprimere il valore energetico in etichetta e dovrebbe essere espressa prendendo

¹³ Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa.

come base di riferimento i 100 ml di prodotto e non la porzione dal momento che le sue dimensioni potrebbero variare di molto a seconda della bevanda e del consumatore. Viene sottolineato che sarebbe importante comunicare l'elenco degli ingredienti per tutelare quei consumatori che, allergici a sostanze meno comuni, non le troverebbero indicate tra gli allergeni attualmente comunicati obbligatoriamente. L'etichetta nutrizionale viene vista come uno strumento cruciale per permettere ai consumatori di compiere scelte informate e sane, riducendo ad esempio gli alti tassi di popolazione obesa o in sovrappeso essendo i prodotti alcolici altamente calorici (7 kcal/g di alcol, 4 kcal/g di zucchero residuo¹⁴). Viene esclusa la possibilità di trasmettere tali informazioni mediante codici a barre, siti *web* o *QR-code* poiché tali strumenti non permetterebbero, secondo queste associazioni, un facile confronto da parte dei consumatori tra le bevande disponibili a scaffale: l'accesso alle informazioni risulterebbe più oneroso, scomodo e dispendioso in termini di tempo, oltre ad esserci il rischio di escludere alcuni consumatori da tale conoscenza a causa di un divario digitale ancora troppo forte. Vengono poi sollevate le criticità relative alla sicurezza informatica e alla protezione dei dati del cittadino.

Ulteriore punto debole sarebbe quello di una significativa impronta ambientale delle etichette digitali, dovuta ad un alto consumo energetico dei *server* (il "*Green Deal*" UE ha come obiettivo quello di migliorarne l'efficienza energetica); questi strumenti verrebbero proposti erroneamente come alternativa "*green*" rispetto alle tradizionali etichette poiché si ridurrebbero gli imballaggi e i conseguenti rifiuti.

L'etichettatura elettronica verrebbe qui promossa, invece, in favore di informazioni supplementari, spesso inserite oggi nell'etichetta tradizionale, come i suggerimenti di ricette, gli abbinamenti o la storia del marchio, comuni nelle bottiglie di vino, liberando così spazio utile per le informazioni obbligatorie. La consultazione avverrebbe quando gli acquirenti hanno più tempo, qualora interessati, permettendo invece la diretta presa visione delle informazioni essenziali in fase di confronto e acquisto dei prodotti.

Anche due organizzazioni ambientaliste si sono espresse a favore dell'opzione 2. La motivazione è quella che la dichiarazione nutrizionale e l'elenco degli ingredienti dovrebbero mettere in guardia su tutti i componenti chimici e gli additivi che

¹⁴ Mercer, C. (2021).

compongono il prodotto, soprattutto rispetto al vino dove i processi in vigneto ed in cantina impiegano diversi *input* chimici, ritenuti cancerogeni e responsabili di altre malattie. Viene richiesta un'etichetta di maggior grandezza per indicare con più chiarezza tutte le informazioni ritenute necessarie e indispensabili.

Due sono i commenti pervenuti da istituti universitari e di ricerca. La loro posizione è a favore dell'opzione 2. Il motivo principale di questa decisione è la volontà di ridurre il consumo dannoso di alcol, sostanza psicoattiva associata a dipendenza, malattie non trasmissibili, malattie infettive, lesioni, disabilità e mortalità. L'opzione 2 permetterebbe di incrementare la conoscenza e la comprensione dei consumatori sul contenuto nutrizionale, sugli ingredienti delle bevande alcoliche e sugli effetti del loro consumo attraverso informazioni facilmente disponibili e di semplice comprensione. Così facendo, si avrebbero decisioni di acquisto e consumo più sane. Per di più, sarebbe importante comunicare i dati direttamente in etichetta, essendoci maggior probabilità che qui vengano letti, anche a tutela dei gruppi di cittadini in condizioni socioeconomiche inferiori che potrebbero non avere accesso ad *Internet*. L'etichetta obbligatoria potrebbe poi essere sviluppata nella parte anteriore del prodotto, secondo la strategia UE "*Farm to Fork*"; potrebbero essere introdotte raccomandazioni sulle dimensioni delle porzioni di consumo consigliate e le relative informazioni nutrizionali; in aggiunta, potrebbe essere indicato un orientamento su un possibile livello di consumo moderato di alcol e le avvertenze degli effetti sulla salute. Viene auspicato nuovamente un approccio armonizzato a livello unionale per ridurre la frammentazione del mercato.

Infine, hanno espresso una loro opinione tre enti pubblici.

Il Ministero dell'Agricoltura della Repubblica Ceca ha difeso la propria legislazione nazionale, dove è stata normata come obbligatoria la dichiarazione della composizione degli alcolici, mentre rimane facoltativa la dichiarazione nutrizionale. Lo stato normativo attuale interno viene quindi ritenuto sufficiente e soddisfacente nel fornire informazioni sulle bevande alcoliche.

Il *Belgian Federal Public Service (FPS) Health, Food Chain Safety and Environment* sostiene, in accordo con la Commissione, che non sussisterebbero motivi che giustificano l'assenza di informazioni ai consumatori sugli ingredienti e sulla dichiarazione nutrizionale delle bevande alcoliche: attualmente i cittadini sarebbero perciò impossibilitati nel compiere scelte informate e ci sarebbe una condizione di

diseguaglianza tra gli operatori del settore alimentare stesso. Viene quindi presa in considerazione l'opzione 2, lasciando aperta una discussione sull'opzione 1: le informazioni in etichetta sarebbero da preferire affinché tutti i consumatori possano averne accesso, oltretutto meglio se direttamente disponibili in fase di acquisto. Per una riduzione del consumo dannoso di alcol si auspica l'introduzione in etichetta di avvertenze sanitarie sul consumo di alcol.

In linea con quest'ultimo commento, a favore dell'opzione 2, c'è anche il Ministero della Salute norvegese¹⁵. La revisione auspicata sarebbe in linea con la strategia nazionale del governo norvegese sull'assunzione di alcol: raggiungere l'obiettivo dell'OMS di riduzione del consumo dannoso di tale sostanza. Lo stesso parlamento norvegese ha più volte chiesto iniziative di etichettatura di questo tipo per proteggere la salute dei consumatori e garantire il loro diritto all'informazione. Inoltre, si instaurerebbero condizioni di parità nel mercato tra gli operatori dei diversi settori alimentari. L'opzione 1, pur rappresentando un passo in avanti rispetto all'opzione 0, è qui interpretata negativamente come un mantenimento di specifiche esenzioni per le bevande alcoliche e rappresenterebbe un ostacolo all'accesso diretto alle informazioni. Oltretutto, ulteriori critiche alle soluzioni *off-label* sono quelle che tali strumenti potrebbero essere sfruttati per finalità di *marketing* e che i controlli sul contenuto delle informazioni relative alle bevande alcoliche da parte delle autorità competenti potrebbero risultare maggiormente difficoltosi.

4.1.2. Consultazione pubblica

Successivamente, dal 13 dicembre 2021 al 7 marzo 2022 ha avuto luogo la consultazione pubblica, in cui è stato proposto dalla Commissione europea agli *stakeholder* un questionario dove, attraverso una serie di domande guidate, veniva chiesto di esprimere un proprio giudizio in merito all'attuale normativa e alla sua possibile revisione. Eventualmente veniva fornita la possibilità di esprimere ulteriori questioni e contributi in merito al tema trattato.

¹⁵ La Norvegia, pur non essendo uno Stato membro dell'Unione europea, aderisce al mercato interno mediante l'accesso SEE (Spazio Economico Europeo).

La Commissione europea ha redatto un *report*¹⁶ di sintesi relativo alla consultazione pubblica *online* sulla proposta di revisione del Regolamento (UE) n. 1169/2011.

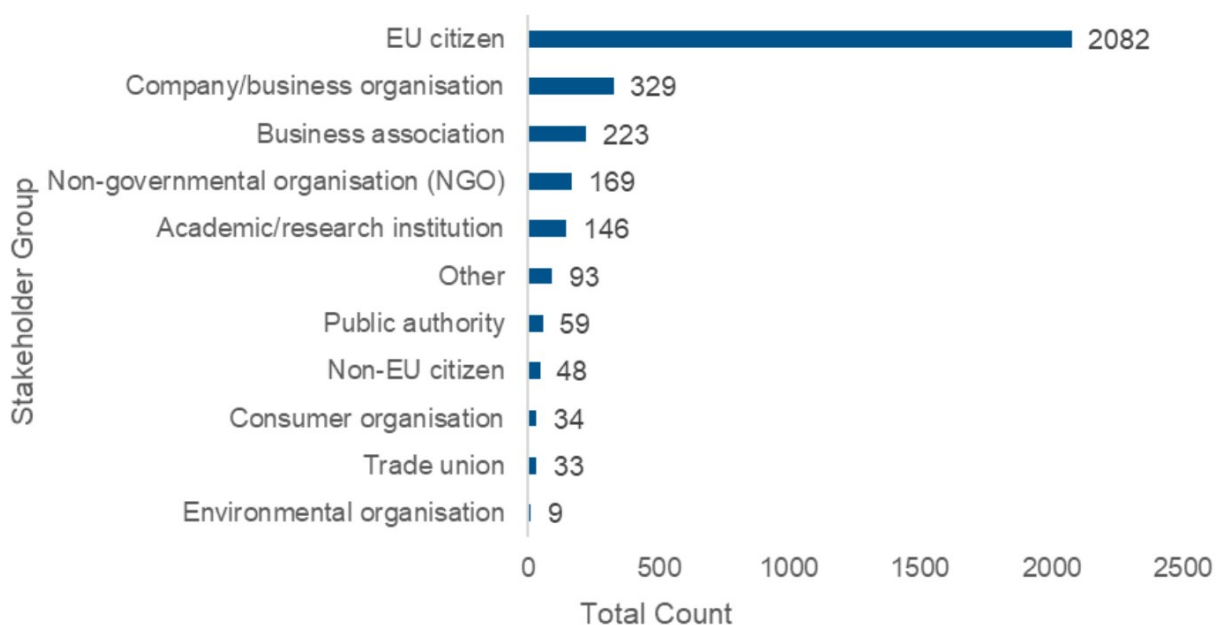


Figura 3: Numero di risposte per gruppo di stakeholder (fonte: Report di sintesi della consultazione pubblica online).

I dati non possono tuttavia essere considerati rappresentativi poiché il campione ottenuto non è probabilistico, bensì è basato sulla volontarietà alla compilazione del questionario da parte degli *stakeholder*. Sono state ottenute 3.225 risposte al questionario: il 65% dai cittadini dell'Unione europea, il 10% da società o organizzazioni imprenditoriali, il 7% da associazioni di imprese, il 5% da ONG, il 5% da istituti accademici o di ricerca, il restante 8% da altri soggetti, organizzazioni, associazioni non rientranti nelle categorie precedentemente citate (figura 3). Per ciò che concerne la provenienza geografica degli intervistati, il 95% risiede negli Stati membri dell'UE, in particolare il 37% in Francia, il 13% in Germania, il 9% in Spagna e l'8% in Italia, e sono pervenute risposte dalle autorità pubbliche di 17 Stati membri.

Le iniziative sottoposte a giudizio sono state quattro, di cui solo le prime due di stretto interesse per questo studio: etichettatura nutrizionale sulla parte anteriore dell'imballaggio e definizione dei criteri di profilazione dei nutrienti per limitare le

¹⁶ Factual summary report of the online public consultation in support of the revision of the Food Information to Consumers regulation, Ref. Ares(2022)3403916, del 3.5.2022.

indicazioni sugli alimenti (2.793 risposte utili), etichettatura delle bevande alcoliche (1.806 risposte utili), etichettatura di origine, indicazione della data di scadenza.

Analizzando i *feedback* ottenuti in merito all'etichettatura frontale, tutti i gruppi di *stakeholder* hanno fatto registrare un alto grado di accordo per tre affermazioni relative all'armonizzazione normativa e al mercato interno:

- *“Le imprese alimentari dovrebbero essere soggette alle stesse regole sull'etichettatura nutrizionale sulla parte anteriore della confezione in tutta l'UE”* (87% di riscontri *“pienamente d'accordo”* o *“d'accordo”*);
- *“Le informazioni nutrizionali sulla parte anteriore della confezione dovrebbero essere coerenti con le linee guida dietetiche”* (85% di riscontri *“pienamente d'accordo”* o *“d'accordo”*);
- *“I consumatori dovrebbero avere accesso alla stessa etichetta nutrizionale sulla parte anteriore della confezione in tutta l'UE”* (85% di riscontri *“pienamente d'accordo”* o *“d'accordo”*).

Percentuali inferiori di riscontri positivi (tra il 66% e il 75% di ogni gruppo) sono state registrate sulla possibilità che si verifichino miglioramenti delle abitudini alimentari grazie a questa nuova etichettatura, incrementi di attenzione dei consumatori, modificazioni delle loro decisioni di acquisto e riformulazioni aziendali dei prodotti, migliorandoli dal punto di vista nutrizionale. Per questi ultimi aspetti i portatori d'interesse maggiormente in disaccordo sono state le associazioni d'impresa, le società o le organizzazioni imprenditoriali ed i sindacati. Tuttavia, l'opzione di fornire *“informazioni sul valore nutrizionale complessivo di un prodotto attraverso un indicatore graduato”* è stata considerata per la maggioranza di molti gruppi di *stakeholder* la più probabile affinché si incoraggi un cambiamento del comportamento d'acquisto dei prodotti alimentari o delle scelte aziendali: rispettivamente *“molto probabile”* o *“probabile”* per l'80-83% delle istituzioni accademiche o di ricerca, per il 72-78% delle organizzazioni dei consumatori, per il 69-63% dei cittadini, per il 54-48% delle ONG e per il 62-61% delle autorità pubbliche. Al contrario, le organizzazioni aziendali hanno valutato altre opzioni come le più utili ad influenzare le scelte d'acquisto, mentre le associazioni imprenditoriali non hanno ritenuto probabile un cambiamento del comportamento d'acquisto dei

consumatori. Infine, la maggioranza di nessun gruppo *business* di portatori d'interesse ha ritenuto possibile influenzare in qualche modo le azioni aziendali.

Entrando poi nello specifico dei *feedback* sull'etichettatura delle bevande alcoliche, la maggioranza di ogni gruppo di *stakeholder*, tra il 67% ed il 94%, è “*pienamente d'accordo*” o “*d'accordo*” con quattro affermazioni:

- “*Un elenco di ingredienti e informazioni nutrizionali dovrebbero essere forniti ai consumatori per le bevande alcoliche come nel caso di altri alimenti e bevande*”;
- “*Il tipo di informazioni fornite ai consumatori dovrebbe essere lo stesso per tutte le categorie di bevande alcoliche (es. birre, vini, bevande spiritose...)*”;
- “*I consumatori dovrebbero avere accesso alle stesse informazioni per le bevande alcoliche in tutta l'UE*”;
- “*Le imprese alimentari di bevande alcoliche dovrebbero essere soggette alle stesse regole di etichettatura in tutta l'UE*”.

Al contrario, con tre affermazioni gli intervistati si sono posti come “*fortemente in disaccordo*” o “*non d'accordo*”, dal 63% al 67% all'interno dei vari gruppi:

- “*Gli operatori del settore alimentare forniscono volontariamente informazioni sufficienti ai consumatori sugli ingredienti delle bevande alcoliche*”;
- “*Gli operatori del settore alimentare forniscono volontariamente informazioni sufficienti ai consumatori sul contenuto nutrizionale delle bevande alcoliche*”;
- “*Gli operatori del settore alimentare forniscono volontariamente informazioni sufficienti ai consumatori sul valore energetico delle bevande alcoliche*”.

Il motivo del disaccordo va trovato sulla trasmissione volontaria e non obbligatoria delle informazioni da parte degli operatori del settore nei confronti dei consumatori. Ragion per cui queste informazioni sono state al contrario viste in maniera positiva dalle associazioni imprenditoriali, dalle società o organizzazioni di imprese e dai sindacati.

Per ciò che concerne la comunicazione di informazioni *on-label* oppure *off-label*, si può notare una netta spaccatura tra le risposte pervenute. La prima opzione è stata preferita dalle organizzazioni dei consumatori e dagli istituti accademici o di ricerca per oltre il 90%. Nel complesso, il 77% si è espresso a favore della dichiarazione nutrizionale completa in etichetta, il 71% a favore del solo valore energetico ed il 75% a favore dell'elenco degli ingredienti. La seconda opzione è invece stata prediletta

dalle associazioni di categoria e dai sindacati per l'indicazione della dichiarazione nutrizionale completa (34% e 38% rispettivamente) e dell'elenco degli ingredienti (63% e 70% rispettivamente), mentre per il solo valore energetico non è emersa alcuna opzione preferita. Le aziende non hanno preso una posizione ben delineata: infatti, per il 41% non servirebbe comunicare la dichiarazione nutrizionale completa, per il 44% il solo valore energetico andrebbe indicato *on-label*, mentre qui non è emersa alcuna preferenza per l'elenco degli ingredienti.

La maggioranza degli intervistati, tra il 54% ed il 93% all'interno dei diversi gruppi, era *“fortemente in disaccordo”* o *“non d'accordo”* con le affermazioni che dichiaravano il possesso da parte dei consumatori degli strumenti idonei da utilizzare per accedere all'elenco degli ingredienti e alla dichiarazione nutrizionale *off-label*, quindi accessibili tramite *QR-code* in etichetta ad esempio. Le percentuali si alzano tra l'86% e il 93% se si prende in considerazione solamente il gruppo dei consumatori. La percentuale complessiva più alta di intervistati (76%) era in disaccordo, in particolare, con l'affermazione *“i consumatori prestano la stessa attenzione alla dichiarazione nutrizionale e all'elenco degli ingredienti quando sono forniti in etichetta o quando sono forniti tramite un codice QR”*. All'opposto, tra il 64% e l'85% dei *feedback* delle associazioni imprenditoriali e dei sindacati ha considerato positivamente le affermazioni su una possibile comunicazione *off-label*.

Hanno fatto seguito una serie di consultazioni mirate con diverse parti interessate mediante sondaggi, interviste, studi dedicati e analisi di casi studio, ulteriori confronti con esperti nominati dai vari Stati membri, conferenze e seminari con tutti i portatori d'interesse.

Attualmente rimane in programma l'adozione da parte della Commissione della revisione delle norme relative alle informazioni fornite ai consumatori per le bevande alcoliche, calendarizzata per il quarto trimestre 2022. Questa dovrà essere preceduta dalla redazione di una Valutazione d'impatto finale da parte della Commissione europea, la quale dovrà confrontare e valutare i potenziali impatti emersi di ciascuna delle diverse opzioni proposte, tenendo in considerazione gli studi in materia, le valutazioni e le considerazioni pervenute dagli *stakeholder*, i potenziali effetti su consumatori, piccole e medie imprese (PMI) e operatori del settore alimentare. Da qui verrà ricavata la migliore opzione da adottare, o una combinazione tra le diverse

opzioni, in grado di affrontare nel migliore dei modi le sfide e le opportunità allo scopo di raggiungere l'obiettivo finale dell'iniziativa.

4.1.3. Osservazioni e considerazioni personali

Tutte le posizioni assunte dai vari portatori d'interesse sono giustificate, dal momento che si tratta di riflessioni e opinioni in cui alla base, nella maggior parte dei casi, è presente un ragionamento e una stregua difesa dei propri interessi o dei propri diritti.

Il rispetto della normativa attualmente in vigore sull'etichettatura delle bevande alcoliche da parte dei produttori non dovrebbe essere interpretata come un'ostruzione, da parte loro, al diritto dei consumatori di effettuare scelte d'acquisto consapevoli o al loro diritto alla salute. Tuttavia, potrebbe essere incrementata la tutela di questi principi con la proposta di modifica regolamentare, senza però dimenticare di considerare come anche l'acquirente, una volta messo nelle adeguate condizioni, abbia la responsabilità delle proprie scelte.

Come spesso accade in queste circostanze, nel pieno rispetto dei diritti e dei doveri di tutte le parti contraenti, è importante giungere ad un punto d'incontro tra gli interessi di tutti gli *stakeholder*, compito fondamentale che spetterà alla Commissione e a tutte le istituzioni europee.

Innanzitutto, una prima considerazione andrebbe compiuta sul bisogno che ogni ragionamento e decisione dovrebbero essere privi di preconcetti, soprattutto da parte di chi sarà chiamato a fare sintesi della discussione a livello legislativo.

Analizzando il punto di vista dei consumatori, essi legittimamente rimarcano il loro diritto ad essere informati sulla composizione delle bevande alcoliche che si stanno accingendo ad acquistare e consumare e il loro diritto a poter prendere decisioni commerciali libere e in totale consapevolezza. Oltretutto, potrebbe conseguire il vantaggio di incrementare, in questo modo, in loro l'"alfabetizzazione sanitaria" relativa all'alcol e a tutte le bevande che contengono questa sostanza. Di stesso avviso sono la maggior parte delle associazioni dei consumatori, degli istituti di ricerca, delle associazioni ambientaliste e delle ONG, quest'ultime aventi l'obiettivo di ridurre l'incidenza del cancro nella popolazione europea.

Il fulcro della questione starebbe, però, nella modalità di trasmissione di dati ed informazioni riguardanti l'elenco degli ingredienti, la dichiarazione nutrizionale e le avvertenze sanitarie, intendendo con ciò sia la forma sia il mezzo di comunicazione. In riferimento a quest'ultimo aspetto, un utilizzo esclusivo degli strumenti digitali potrebbe essere ancora troppo prematuro: come già evidenziato nei capitoli precedenti, il divario tecnologico è relativamente ampio sia in termini di una bassa diffusione ed impiego di questi mezzi nelle generazioni più adulte o anziane sia a causa di *gap* sociali o economici all'interno della popolazione che ne limitano il possesso. Inoltre, qualora queste difficoltà dovessero essere superate, una società sempre più frenetica, che si muove velocemente e in cui il tempo a disposizione è sempre più ridotto, dedicherebbe sempre meno tempo a fare la spesa o a compiere acquisti in generale. Per tali ragioni, trasmettere informazioni esclusivamente *online*, pur con tutti i rimandi possibili ai *link* in etichetta dove trovare queste informazioni, potrebbe far sì che non vengano consultate in una fase d'acquisto rapida e frenetica, caratterizzante la maggior parte dei consumatori.

Una critica potrebbe essere mossa nei confronti degli acquirenti, i quali molte volte non consultano nemmeno le informazioni presenti direttamente in etichetta: questa, però, non può essere una giustificazione all'assenza di comunicazione di determinati dati, come l'elenco degli ingredienti o la dichiarazione nutrizionale, per le bevande alcoliche o ad una loro trasmissione "secondaria", non accessibile a tutti per i diversi motivi precisati in precedenza.

Molteplici aspetti, al contrario, potrebbero venir valorizzati grazie all'impiego di un'etichettatura *off-label*. Questo metodo di comunicazione permetterebbe la contemporanea presenza di informazioni in diverse lingue: ciò potrebbe andare a favore sia di chi commercia lo stesso prodotto in Stati membri differenti, o addirittura in Paesi extra-UE, nel rispetto di eventuali standard normativi diversi, sia del consumatore che effettua l'acquisto in un Paese che non parla la sua stessa lingua. Inoltre, ci sarebbe la possibilità di aggiornare rapidamente il contenuto delle informazioni, quasi in tempo reale, correggendo così eventuali errori o cambiamenti, riducendo o eliminando qualsiasi costo che il produttore dovrebbe altrimenti affrontare per la modifica dell'etichetta nel *packaging* o per il ritiro dei prodotti non conformi alla commercializzazione, a causa dell'etichetta non più aderente alla realtà del contenuto.

Una comunicazione *off-label* potrebbe essere un miglioramento importante per la trasparenza informativa tra produttore e consumatore, poiché darebbe l'opportunità di trasmettere informazioni molto più mirate e dettagliate rispetto a quelle comunicate *on-label*. Tale aspetto varrebbe, in particolar modo, in un periodo come quello attuale caratterizzato dalla pandemia, in cui ci sono stati diversi cambi di abitudini, di mobilità, di modelli di consumo nella popolazione, qualcuno momentaneo, qualcun altro più strutturale. L'educazione all'uso delle tecnologie digitali ha visto un rapido incremento durante il periodo di confinamento, insieme agli acquisti *online* di qualsiasi genere di prodotto alimentare o non alimentare, vini e bevande alcoliche comprese. Trasmettere informazioni ai consumatori mediante strumenti digitali li potrebbe aiutare a conoscere appieno, anche a distanza, ciò che stanno per acquistare e consumare.

Qualora tutte le informazioni venissero trasmesse direttamente in etichetta, i produttori e le loro associazioni criticano il fatto che ciò comporterebbe diverse difficoltà di spazio, essendo già attualmente tutto occupato, oltre a rappresentare un rischio di maggior confusione o di minor attenzione presso gli acquirenti. In parte questi due problemi sono collegati e probabilmente risolvibili. Andrebbe tenuto conto del fatto che il resto degli alimenti hanno dimostrato nella pratica dei fatti che è possibile superare questa criticità, in particolar modo le bevande analcoliche, essendo quelle aventi lo spazio in etichetta più simile a quello degli alcolici. Rimarrebbe, però, la questione che un eccesso di informazioni potrebbe scoraggiare i consumatori alla loro consultazione durante la fase di acquisto: ciò potrebbe limitare la possibilità che vengano prese scelte più sane e consapevoli. Di conseguenza, potrebbero essere lette successivamente, prima o durante il consumo del prodotto: l'acquisto, però, sarebbe ormai già stato effettuato e, inoltre, non ci sarebbe la certezza che tali informazioni, qualora consultate, vengano interiorizzate per future decisioni. Tuttavia, molto spazio è oggi occupato da informazioni aggiuntive non obbligatorie, soprattutto in riferimento ai vini: abbinamenti gastronomici, storia del vino e del produttore, immagini varie o cartine geografiche, modalità di servizio del vino, sentori gustativi ed olfattivi, *etc.* Seppur molto importanti per la valorizzazione, la promozione e la vendita dei prodotti, potrebbero essere comunicate attraverso mezzi digitali, lasciando così libero lo spazio in etichetta per informazioni quali l'elenco degli ingredienti, la dichiarazione nutrizionale, valore energetico compreso, ed

eventualmente le avvertenze sanitarie. Così facendo, le informazioni principali potrebbero venir consultate in fase d'acquisto, mentre le restanti potrebbero essere visionate più tranquillamente in un secondo momento o anch'esse durante la scelta del prodotto, qualora il consumatore sia effettivamente interessato a sapere maggiori dettagli o abbia più tempo a propria disposizione. Si andrebbe così incontro anche alle diverse esigenze delle aziende produttrici, le quali spesso necessitano di maggior spazio in etichetta per trascrivere determinate indicazioni, senza però sacrificare l'eleganza e la presentabilità di una bottiglia di vino, aspetti non di secondo piano per il settore vitivinicolo.

Un costo aggiuntivo per le imprese, dovuto alla revisione delle etichette dei prodotti, dovrebbe in ogni caso essere sostenuto. Tuttavia, esso potrebbe venir attenuato da una limitata modifica dell'etichetta, che non vada ad intaccare l'intero *packaging*, sfruttando anche la comunicazione *off-label*, oltre che da un periodo temporale adeguato necessario alla completa vendita presso il mercato di tutti i prodotti con le etichette non più aderenti all'eventuale nuova normativa. Un aiuto potrebbe arrivare anche da possibili contributi economici a queste spese, soprattutto pensando alle piccole e medie imprese, dove questa modifica regolamentare potrebbe pesare notevolmente nel bilancio aziendale finale. Codesti potrebbero derivare dai risparmi economici in campo sanitario e sociale, ottenuti grazie a conseguenti scelte più sane e consapevoli da parte dei cittadini che conducono ad una minor incidenza di malattie croniche o tumori. Ciò nonostante, dovrebbe comunque essere fatto un rapporto tra questi maggiori oneri per i produttori e gli interessi dei consumatori: a tal proposito, andrebbe valutato se quest'ultimi siano disposti a spendere di più per lo stesso prodotto, qualora il produttore sia costretto a far ricadere sul prezzo finale le spese aggiuntive che egli dovrebbe sostenere per allinearsi alla revisione normativa, se non in grado di gestire internamente all'azienda questo investimento.

Il produttore stesso potrebbe trarre poi dei benefici a lungo termine da questa maggior trasparenza comunicativa: potrebbe, infatti, instaurarsi un rapporto di fiducia con i consumatori, i quali verrebbero così rassicurati su ciò che stanno per consumare, senza che abbiano la sensazione che ci sia qualche aspetto, caratteristica o sostanza che volutamente venga tenuta loro nascosta per ragioni di profitto. Si instaurerebbe una solida fedeltà nel mercato tra acquirente e venditore.

Non va però dimenticato il motivo principale di questa proposta di modifica del Regolamento (UE) n. 1169/2011: la salvaguardia della salute dei cittadini europei. La comunicazione dell'elenco degli ingredienti, della dichiarazione nutrizionale e delle avvertenze sanitarie potrebbe essere fondamentale per incrementare la conoscenza dei consumatori su ciò che stanno acquistando e consumando. È scarsa la consapevolezza da parte loro sul fatto che questi prodotti hanno un alto contenuto calorico, ad esempio, e che per tali motivi potrebbero esserci gravi ripercussioni sulla propria salute, determinate anche dalla presenza di alcol. La comunicazione di determinati dati in etichetta, oltre ad aumentare la conoscenza e la consapevolezza in merito a certi prodotti da parte delle persone, potrebbe essere una forma di prevenzione dall'eccessiva assunzione di calorie o alcol, aspetti distinti, ma allo stesso tempo interconnessi. L'indicazione del contenuto energetico anche per porzione di bevanda (porzione variabile considerando vino, birra, spiriti, *etc.*), oltre che per 100 ml di prodotto, potrebbe aiutare ad avere una percezione tangibile della realtà. Un'etichetta indicante i valori nutrizionali potrebbe essere poi un incentivo per i produttori, nei limiti del possibile, a migliorare la qualità nutrizionale delle proprie bevande alcoliche, ad esempio riducendo il contenuto di zuccheri e/o alcol.

In aggiunta, la prevenzione potrebbe anche passare attraverso la diffusione di maggior conoscenza rispetto al cancro causato dall'assunzione di alcol mediante avvertenze sanitarie in etichetta, simili a quelle già in uso nel tabacco. Questa correlazione, come analizzato in precedenza, è poco conosciuta e spesso sottovalutata dai consumatori. D'altro canto, però, non dovrebbe essere generalizzata l'assunzione di alcol: non andrebbe messo sullo stesso piano un consumo consapevole e moderato con l'abuso nocivo di questa sostanza. Seppur nemmeno un'assunzione equilibrata possa escludere eventuali rischi per la salute umana, apporre avvertenze sanitarie, sulla falsa riga di quelle nelle sigarette, per contrastare il cancro potrebbe essere controproducente: *in primis*, ci potrebbe essere una ricaduta di carattere economico sul comparto vitivinicolo e, in generale, su tutti i settori delle bevande alcoliche; in aggiunta, non si cercherebbe di educare il consumatore facendogli comprendere la situazione reale, bensì si disincentiverebbe l'assunzione di bevande alcoliche solo attraverso messaggi fondati sul terrore e sulla paura. In quest'ottica, positive sono state le decisioni prese dal Parlamento europeo per ciò che riguarda la sostituzione delle avvertenze sanitarie contro il cancro con indicazioni che incentivino un

consumo moderato e responsabile delle bevande alcoliche. Potrebbero poi essere rese obbligatorie ulteriori indicazioni in etichetta, in linea con quanto appena detto, mediante un breve messaggio o attraverso simboli semplici ed immediati: ad esempio, il limite legale d'età per l'assunzione di alcolici, il rischio per il feto dovuto al consumo di alcol durante la gravidanza, il consiglio a non mettersi alla guida dopo aver bevuto bevande alcoliche. Utili potrebbero risultare anche campagne educative, promosse da istituzioni, enti o associazioni, volte a sensibilizzare il consumatore su queste tematiche.

In definitiva, potrebbe essere sviluppata un'etichetta semplice e veloce da consultare e comprendere, contenente, oltre alle informazioni già obbligatorie, quelle sugli ingredienti presenti nel prodotto e sulla dichiarazione nutrizionale, in particolar modo evidenziando il contenuto energetico della bevanda alcolica. In aggiunta a questo, potrebbe essere apposta una dicitura indicante la necessità che avvenga un loro consumo moderato e responsabile. Ciò potrebbe permettere una comprensione da parte del consumatore in meno tempo e necessitando di poca attenzione, anche grazie ad una disposizione grafica, simbolica, cromatica che consenta un'adeguata ed intuitiva valutazione. Altre indicazioni volontarie aggiuntive potrebbero, invece, essere comunicate *off-label*, inserendo in etichetta l'indicazione del sito *web* o un codice a barre/*QR-code/tag RFID* che rimandi a questo, su cui poterle trovare qualora interessati. In alternativa, nel caso in cui si preferisse una comunicazione più diretta *on-label*, potrebbero essere inserite direttamente in etichetta, se ci fosse lo spazio a disposizione, oppure avvalendosi dell'ausilio di collarini o cartellini aggiuntivi da apporre sul collo della bottiglia. Di conseguenza, dovrebbe così essere agevolato un utile confronto tra i vari prodotti a disposizione tra cui scegliere per un acquisto consapevole, anche al fine di praticare una dieta più sana, consultando direttamente in etichetta le informazioni utili a tale obiettivo. Ove il consumatore dovesse essere più esigente, ad esempio nell'eventualità in cui voglia scegliere il vino adeguato ad un evento o ad un particolare abbinamento gastronomico, tali informazioni potrebbero comunque essere consultate, avvalendosi di maggior tempo ed attenzione, con gli strumenti digitali adeguati.

Questa proposta è in parte coerente con l'opzione 2 della Commissione UE, nel caso in cui fosse comunicato tutto *on-label* o con l'ausilio di collarini o cartellini aggiuntivi sul collo della bottiglia. Qualora ci si dovesse avvalere degli strumenti *off-label*, essa

non coinciderebbe totalmente con l'opzione 1, la quale prevede l'indicazione dell'elenco degli ingredienti e della dichiarazione nutrizionale obbligatori in etichetta oppure in un sito *Internet*, ad eccezione del valore energetico esclusivamente *on-label*. L'opzione 1, pur essendo a detta di molti addetti del settore il passo più logico e sequenziale da intraprendere rispetto alla normativa attuale, potrebbe non bastare per incidere a sufficienza sulle scelte e sulla consapevolezza dei consumatori, bensì potrebbe essere una modalità con cui compiere certi cambiamenti che in realtà non si vorrebbe affrontare. L'opzione 1 rappresenterebbe comunque uno sforzo in più rispetto all'opzione 0, in cui la volontarietà di trasmettere o meno certe informazioni lascerebbe tutto invariato rispetto allo stato dell'arte attuale.

Una scelta uniforme di etichettatura a livello unionale potrebbe favorire una minor confusione nel consumatore, il quale si troverebbe a confrontare prodotti aventi etichette tra loro armonizzate, arrivando così ad una scelta aderente ai suoi bisogni e alle sue aspettative. Affinché ci sia omogeneità tra tutte le etichette delle bevande alcoliche, quindi, sarebbe auspicabile rendere obbligatorie le indicazioni da trasmettere *on-label* e *off-label*. La volontarietà, da questo punto di vista, potrebbe rappresentare un rischio: non ci sarebbe la certezza su quanti operatori adotterebbero determinate regole facoltative, causando così un disorientamento al consumatore finale, essendoci un certo grado di disomogeneità. Oltretutto, in una situazione regolamentata ci sarebbe un ulteriore vantaggio anche per i produttori, i quali si troverebbero ad operare in un mercato caratterizzato da una concorrenza leale, la quale apporterebbe competitività ed innovazione. Un'attenzione particolare andrebbe in ogni caso posta nei confronti delle piccole e medie imprese: lo sviluppo dovrebbe essere equo e sostenibile per tutti gli operatori, anche da un punto di vista economico.

La revisione normativa è resa particolarmente ostica dalle specificità dei vari settori delle bevande alcoliche, difficili da omologare sia al loro interno sia con i restanti prodotti alimentari. *In primis*, il consumo di bevande alcoliche presenta grande variabilità da un lato per il contenuto alcolico altamente diversificato, ad esempio tra vino o birra (medio-bassa gradazione alcolica) e bevande spiritose o superalcolici (medio-alta gradazione alcolica), dall'altro sono assai variegata le quantità assunte e i momenti in cui è più frequente una loro consumazione. In secondo luogo, molte bevande alcoliche sono artigianali, non fatte industrialmente in serie: per

queste potrebbe essere particolarmente operoso e gravoso economicamente modificare l'etichetta ad ogni lotto o in ogni annata, trattandosi di prodotti non standardizzabili, in cui gli ingredienti, il contenuto finale e le tecniche di produzione potrebbero variare continuamente. Potrebbe essere importante, quindi, inserire nella normativa un numero minimo di eccezioni, per specifiche bevande alcoliche, rispetto alla comunicazione in etichetta di determinate sostanze che, altrimenti, dovrebbero essere indicate obbligatoriamente, la cui presenza non è certa al variare del prodotto o dell'annata. Ciò andrebbe incontro alle specificità dei prodotti artigianali, come lo possono essere la maggioranza dei vini, ma anche molte birre o bevande spiritose. A tal proposito, un aiuto potrebbe arrivare proprio dai mezzi digitali con cui comunicare quelle informazioni che non rimarrebbero costanti da un prodotto all'altro. Per gli stessi motivi, dovrebbe essere permesso di inserire dati sulla dichiarazione nutrizionale affidabili, ma indicativi, senza il bisogno di analizzare ogni singolo lotto di produzione. Questo per favorire i piccoli produttori, che altrimenti potrebbero essere costretti a dover sostenere costi ingenti e poco sostenibili per le analisi in laboratorio.

A differenza di quello che alcune ONG hanno proposto, non ci dovrebbe essere la necessità di penalizzare i diversi settori di bevande alcoliche con requisiti più severi e restrittivi. Basterebbe, invece, omologare i loro obblighi con quelli in capo a tutti gli altri alimenti, magari sfruttando le nuove tecnologie digitali.

4.2. ESEMPI DI NUOVE ETICHETTATURE E SOLUZIONI ALTERNATIVE PER IL SETTORE VITIVINICOLO

Le tecnologie *ICT*¹⁷ dovrebbero essere strettamente finalizzate, in questo ambito, ad accorciare la filiera "informativa"¹⁸ e ad incrementare le conoscenze dei consumatori, utili a facilitare loro le scelte di acquisto e consumo e a renderle sane e consapevoli. L'informazione digitale, seppur piena di potenzialità, è stata ed è tuttora oggetto di forte dibattito sul fatto che essa possa essere o meno utile e necessaria per il miglioramento della trasparenza informativa tra produttore e consumatore e per la riduzione della frammentazione del mercato. D'altro canto, questo tipo di

¹⁷ Acronimo di *Information and Communication Technologies*.

¹⁸ Ammannati, L. (2020).

comunicazione fornisce un elevato grado di adattabilità e flessibilità agli operatori economici, nella fattispecie quelli del settore vitivinicolo, e potrebbe inoltre permettere una riduzione degli oneri amministrativi ed economici che gravano su queste aziende. Questi moderni mezzi comunicativi sono centrali anche in relazione alle Linee guida delle Nazioni Unite¹⁹ (principio 3, lettera c) sulla protezione dei consumatori, secondo cui i governi dovrebbero favorire e garantire un accesso ad informazioni adeguate alla popolazione, utili a far compiere ai cittadini scelte consapevoli.

Una questione cruciale viene in particolar modo individuata nella necessità che si instauri nuovamente un clima di fiducia stabile e duraturo tra il cittadino e il produttore, in cui un ruolo rilevante potrebbe essere svolto dalle tecnologie digitali²⁰; tuttavia, le relazioni digitalizzate necessitano di affidabilità sulle misure di sicurezza (ad esempio la protezione dei dati personali sul *web*), sulla trasparenza delle informazioni, sulla responsabilità di chi le comunica, sulla loro fonte di origine, sulla loro veridicità, correttezza, completezza e comprensibilità, sull'apertura e sull'accessibilità dei dati²¹. Un maggior coinvolgimento pubblico potrebbe, a tal proposito, aumentare la fiducia dei cittadini²², la quale potrebbe, infatti, essere interpretata come un atteggiamento relazionale caratterizzato dalla vulnerabilità e dall'assenza di garanzie²³, messo a dura prova qualora ci sia una comunicazione incoerente, contraddittoria e poco chiara²⁴.

Un punto a favore è rappresentato dall'utilità di questi moderni mezzi comunicativi nella riduzione del sovraccarico delle informazioni riportate in etichetta, facilitandone la chiarezza informativa generale, soprattutto in questo caso dove si vorrebbe incrementarne la quantità. Ciò andrebbe a vantaggio della trasparenza nella comunicazione, che dovrebbe essere agevolata anche grazie alla chiarezza

¹⁹ NATIONS, U. (2003). United Nations Guidelines for Consumer Protection. *New York: United Nations-Department of Economic and Social Affairs*.

²⁰ Cho, J. H., & Chan, K. S. (2013). Building trust-based sustainable networks. *IEEE Technology and Society Magazine*, 32(2), 32-38.

²¹ Tallacchini, M., Gemo, M., Rana, A., & Aguilar, E. (2014). Open Data in Health: how knowledge may generate trust. *Publications Office of the European Union*.

²² Gerald, R., Liberatore, A. (2001). Democratizing Expertise and Establishing Scientific Reference Systems. *White Paper on Governance Work area 1, Broadening and enriching the public debate on European matters*.

²³ Leone, L. (2017).

²⁴ De Marchi, B. (2010). Le origini della comunicazione del rischio nella legislazione europea, in Rodotà, S., Tallacchini, M. (a cura di), *Trattato di biodiritto, Ambito e fonti del biodiritto*, Vol. I, Giuffrè, Milano, p. 478.

informativa e non solo al numero di dati trasmessi²⁵: così facendo, le informazioni recepite dal consumatore verrebbero trasformate in conoscenze reali qualora egli ne abbia le competenze, aspetto non secondario²⁶. Una riflessione andrebbe quindi fatta in merito al fatto che i cittadini dovrebbero essere dotati di adeguate competenze nell'uso appropriato delle tecnologie digitali, grazie a cui comprendere il contenuto delle informazioni²⁷. L'efficacia finale non dipenderà solo dalla quantità, ma anche dalla qualità informativa²⁸.

Visualizzando nel dettaglio come potrebbero essere le nuove etichette in seguito alla modifica del Regolamento (UE) n. 1169/2011, queste potrebbero risultare di diverso contenuto ed aspetto a seconda dell'opzione scelta dalla Commissione europea.

Qualora si dovesse optare per l'opzione 0, verrebbe mantenuta invariata la forma ed il contenuto dell'etichetta presenti attualmente (figure 4-5). Farebbero eccezione possibili scelte volontarie sul trasmettere informazioni aggiuntive *on-label* oppure *off-label*.



Figura 4: Esempio di etichetta di una bottiglia di vino aderente all'attuale normativa vigente.

²⁵ Di Lauro, A. (2012). Nuove regole per le informazioni sui prodotti alimentari e nuovi analfabetismi. La costruzione di una "responsabilità del consumatore". *Rivista di diritto alimentare*, VI(2), pp. 4-12.

²⁶ Bolognini, S. (2012). Linee-guida della nuova normativa europea relativa alla «fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori», *Le nuove leggi civili commentate*, pp. 613-678.

²⁷ Ammannati, L. (2020).

²⁸ Leone, L. (2017).

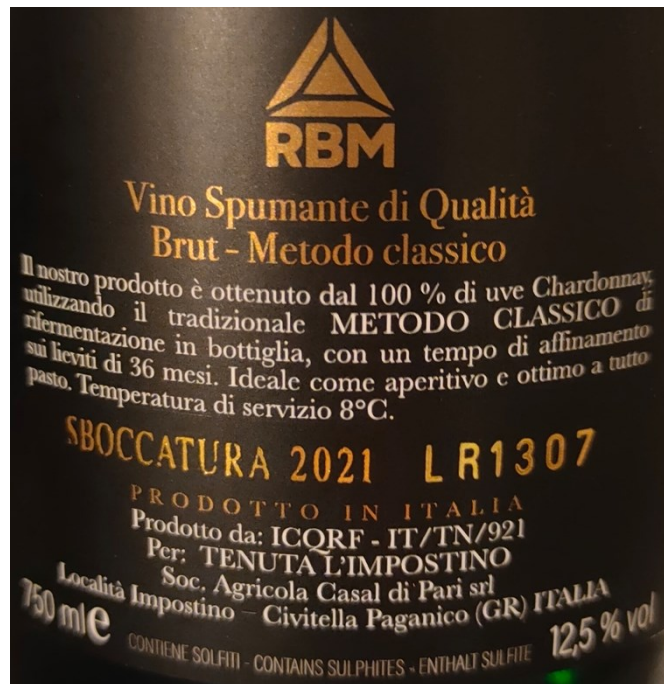


Figura 5: Esempio di etichetta di una bottiglia di vino aderente all'attuale normativa vigente.

Scegliendo l'opzione 1, invece, ci sarebbe l'obbligo di inserire in etichetta solo il valore energetico (figure 6-7) ed un collegamento al sito Internet, citandolo direttamente (figura 8) o mediante codice a barre (figure 9-10) o QR-code (figure 11-12), in cui verrebbero inseriti obbligatoriamente l'elenco degli ingredienti e la dichiarazione nutrizionale.



Figura 6: Esempio di etichetta di una bottiglia di vino indicante il valore energetico.



Figura 7: Esempio di etichetta di una bottiglia di vino indicante il valore energetico.



Figura 8: Esempio di etichetta di una bottiglia di vino indicante il sito web.



Figura 9: Esempio di etichetta di una bottiglia di vino indicante il codice a barre.



Figura 10: Esempio di etichetta di una bottiglia di vino indicante il codice a barre.



Figura 11: Esempio di etichetta di una bottiglia di vino indicante il QR-code.



Figura 12: Esempio di etichetta di una bottiglia di vino indicante il QR-code.

Come ultima soluzione, la quale fa riferimento all'opzione 2, andrebbero inseriti obbligatoriamente in etichetta sia la dichiarazione nutrizionale (figure 13-14), tra cui il valore energetico, sia l'elenco degli ingredienti (figura 15).



Figura 13: Esempio di etichetta di una brick di vino indicante la dichiarazione nutrizionale.

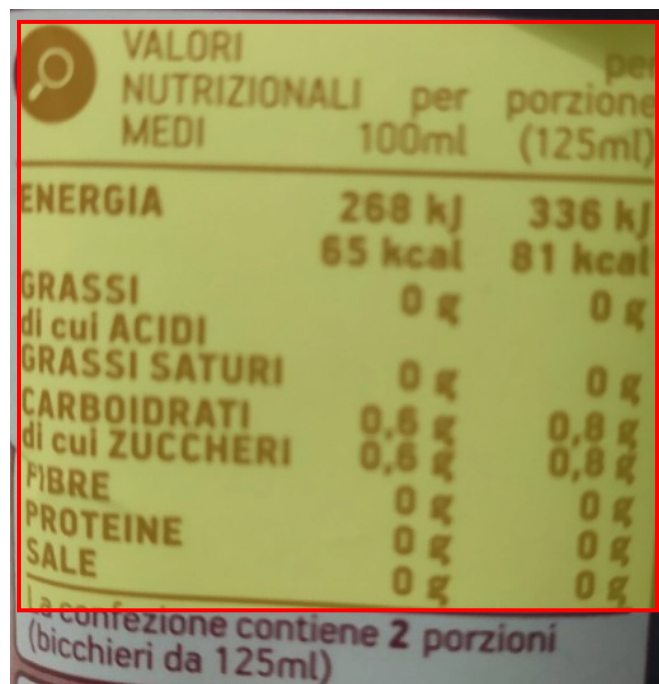


Figura 14: Esempio di etichetta di un brick di vino indicante la dichiarazione nutrizionale.

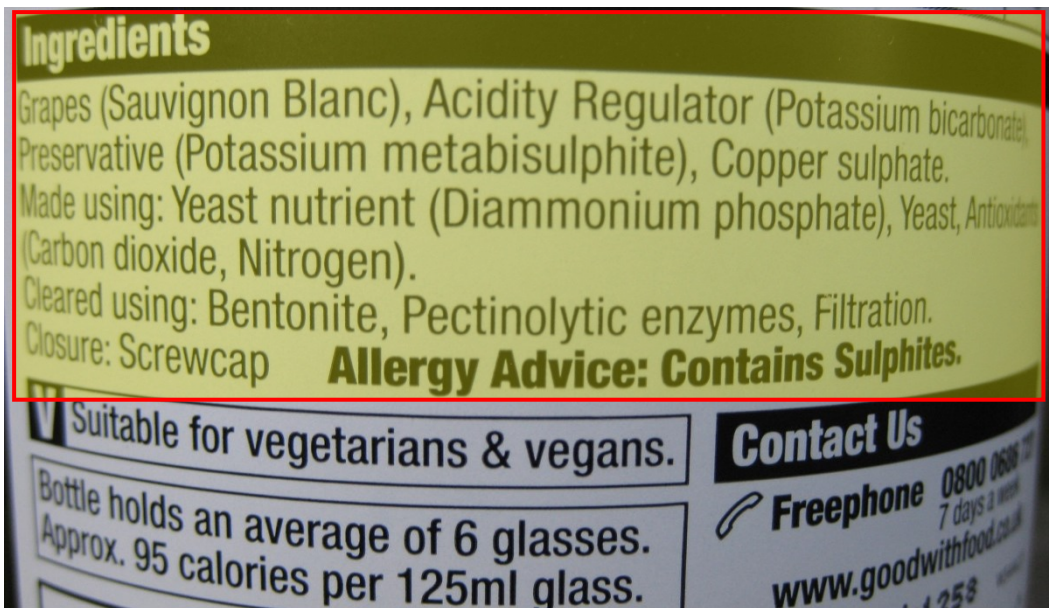


Figura 15: Esempio di etichetta di una bottiglia di vino indicante l'elenco degli ingredienti.

Infine, è stato proposto di apporre, in aggiunta, un'avvertenza sanitaria contro lo sviluppo di cancro legato al consumo di alcol, seguendo lo stile di ciò che viene già fatto per il tabacco (figure 16-17).



Figura 16: Esempio di etichetta (attualmente in uso in Canada) indicante l'avvertenza sanitaria contro il cancro e le linee guida per ridurre i rischi per la salute umana.

il vino provoca il cancro

Figura 17: Esempio di dicitura indicante l'avvertenza sanitaria contro il cancro, simile a quella attualmente presente per il tabacco.

Due soluzioni alternative possibili, adottabili volontariamente nel caso dell'opzione 0 oppure obbligatoriamente con l'opzione 1, potrebbero essere quelle dell'impiego del *tag RFID*²⁹ e del collarino o cartellino attaccato con lo spago al collo della bottiglia.

Nel primo caso (figure 18-19) si tratterebbe di un'etichetta "tecnologica": lettori appositi (tra cui la maggior parte degli *smartphone*) sono in grado di identificare le onde radio di un codice emesso dall'antenna di un *microchip*, dopo averlo attivato mediante un segnale, e di riconoscere le informazioni a breve distanza (qualche centimetro con lo standard *NFC*³⁰), memorizzate al suo interno, come il *link* ad un sito *web*. L'etichetta esteticamente risulterebbe del tutto simile a quelle più classiche.



Figura 18: Esempio di tag RFID apposto sulla capsula di una bottiglia di vino.

²⁹ Acronimo di *Radio-Frequency IDentification*.

³⁰ Acronimo di *Near Field Communication*.

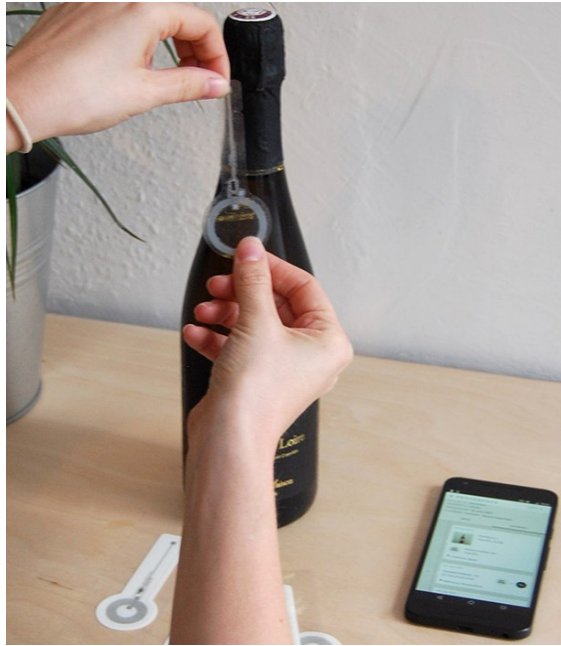


Figura 19: Apposizione del tag RFID sul collo di una bottiglia di vino.

Nel secondo caso si tratterebbe di un'apposizione aggiuntiva rispetto all'etichetta e alla contro-etichetta normalmente presenti in una bottiglia di vino. Per tale motivo potrebbe essere posizionata anche in un secondo momento. Qui potrebbero essere direttamente inserite le informazioni, ad esempio l'elenco degli ingredienti, la dichiarazione nutrizionale e le avvertenze sanitarie, oppure indirettamente mediante un rimando al sito Internet dell'azienda citando il *link* dell'indirizzo *web* o attraverso un codice a barre o un *QR-code* (figure 20-21-22).



Figura 20: Esempio di cartellino aggiuntivo sul collo di una bottiglia di vino con all'interno un QR-code.



Figura 21: Esempio di cartellino aggiuntivo sul collo di una bottiglia di vino con all'interno informazioni dirette e un QR-code.



Figura 22: Esempio di collarino aggiuntivo sul collo di una bottiglia di vino con all'interno un QR-code.

Infine, le informazioni ai consumatori potrebbero essere trasmesse utilizzando *database Open Data* contenenti i dati richiesti sulle bevande alcoliche, ad accesso gratuito per una consultazione libera da parte di chiunque, con il riferimento Internet del *link* in etichetta. Questa opzione attualmente rimane però marginale nelle considerazioni dell'industria alimentare a causa delle problematiche connesse alla proprietà dei dati che verrebbero inseriti, seppur si stia impegnando nel contribuire a fornire ai clienti adeguate conoscenze sui propri prodotti, aggiungendo così valore alla propria azienda e ai propri alimenti, aspetto necessario ed utile per l'innovazione e la crescita sostenibile futura dell'azienda³¹. Un esempio in tal senso è la piattaforma "*U-Label*", utilizzabile già da novembre 2021 e lanciata dall'industria del vino (*CEEV*³²) e delle bevande spiritose *Spirits Europe* a seguito degli impegni presi dai produttori per ciò che riguarda le autoregolamentazioni di settore. Essa è accessibile mediante *QR-code* in etichetta per la consultazione da parte dei consumatori di informazioni dettagliate su vini e liquori di aziende che si basano a questa tecnologia. Rappresenterebbe una soluzione semplice e conveniente sia per le aziende sia per i cittadini stessi³³.

4.3. PROSPETTIVE PER IL SETTORE VITIVINICOLO

Il settore vitivinicolo europeo, in particolare quello italiano, è formato soprattutto da imprese medio-piccole, spesso addirittura microaziende a conduzione familiare: nell'industria vitivinicola dell'UE le PMI rappresentano circa il 90% secondo dati forniti da *CEEV*³⁴.

Questa caratteristica strutturale da un lato può rappresentare un valore aggiunto per quanto riguarda il tessuto rurale, economico e sociale delle famiglie e delle comunità interessate, oltre che per l'attrattività enoturistica dei luoghi e dei territori coinvolti, settore economico in continua ascesa.

³¹ Leone, L. (2017).

³² Acronimo di *Comité Européen des Entreprises Vins*.

³³ Per il vino arriva l'etichetta che "dice tutto" (2021). *L'Informatore Agrario*. Disponibile al sito Internet: <https://www.informatoreagrario.it/filiere-produttive/vitevino/per-il-vino-arriva-letichetta-che-dice-tutto/> (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

³⁴ Mercer, C. (2018). EU wine trade body publishes calorie labelling plan. *Decanter*. Disponibile al sito Internet: <https://www.decanter.com/wine-news/eu-wine-calorie-labelling-plan-385956/> (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

Tuttavia, dall'altro lato, la dimensione spesso poco elevata di tali imprese ed aziende non favorisce repentini cambiamenti ed innovazioni di qualunque natura, ad esempio strutturali, tecnologici, produttivi, organizzativi. Ciò determina quindi, tra gli altri aspetti, una certa rigidità nei confronti delle revisioni normative, le quali potrebbero avere effetti diretti, come in questo caso, con un aumento dei costi aziendali per l'adattamento alla possibile modifica regolamentare e la conseguente progettazione e realizzazione di nuove etichette, di un nuovo *packaging*, di un sito Internet. Questi oneri potrebbero in parte essere limitati qualora venisse concesso un periodo temporale di transizione, che consentirebbe al mercato di assorbire tutti i prodotti in magazzino e pronti ad essere commercializzati con l'etichetta o la confezione conformi alla legislazione non ancora revisionata. La criticità dell'ammortizzazione dei costi aggiuntivi è maggiore al diminuire delle dimensioni dell'azienda: infatti, più l'impresa è grande come struttura e dimensione economica più sarà in grado di applicare un'economia di scala ai propri prodotti, aspetto cruciale e fondamentale per riuscire a tenere contenuti i prezzi dei prodotti finali al consumo. Al contrario, le PMI potrebbero essere costrette a far ricadere questi aumenti di costi sul prezzo del prodotto finale acquistato dal consumatore poiché non sarebbero capaci di ricavare un utile adeguato dalla vendita di questi prodotti e quindi di sostenere finanziariamente l'azienda.

In questi casi potrebbe essere riconosciuto un incentivo economico da parte dell'Unione europea, ad esempio attraverso la PAC, al fine di consentire una concorrenza equa sotto tutti i punti di vista, *in primis* quello economico e sociale, tra il piccolo e medio produttore e i grandi produttori o le multinazionali, che esistono anche in questo settore e ne rappresentano un punto importante. Ciò permetterebbe, oltretutto, che non si verificassero cessazioni di attività a causa delle modificazioni regolamentari, il che consentirebbe in particolar modo di tenere vitale il tessuto economico e sociale di molte famiglie, comunità e territori, che altrimenti sarebbero lasciati in uno stato di abbandono venendo a mancare la convenienza economica nel proseguire con determinati lavori.

La revisione normativa da un lato e l'incentivo economico dall'altro potrebbero favorire sia i consumatori sia i produttori. Per ciò che riguarda i primi, verrebbero accolte e soddisfatte le loro richieste e necessità di maggior tutela verso il diritto a conoscere ciò che acquistano e consumano e verrebbe data loro la capacità di

effettuare un confronto equilibrato tra tutti i prodotti che il mercato offre. Per i secondi, invece, maggiori informazioni trasmesse rappresenterebbero un indice di trasparenza, che potrebbe quindi fornire un valore aggiunto all'azienda per una sua crescita sostenibile e al passo con i tempi. Inoltre, un'armonizzazione legislativa unionale agevolerebbe loro il commercio all'interno del mercato unico europeo, evitando le conformazioni *ad hoc* alle diverse normative nazionali qualora si operi anche al di fuori dei confini del proprio Paese. Un aiuto a tal proposito potrebbe arrivare da una banca dati del sistema informativo sull'etichettatura degli alimenti, come FLIS³⁵, la quale ha al suo interno tutti i requisiti informativi richiesti dalle normative comunitarie e nazionali: gli operatori del settore sarebbero così agevolati nel conformarsi alla legislazione in materia di etichettatura, necessaria per immettere nel mercato i loro prodotti. Ne trarrebbero vantaggio anche le stesse autorità di controllo nell'effettuare la loro attività di vigilanza³⁶.

L'impiego di una comunicazione non vincolata all'etichetta fisica tradizionale, quindi *off-label*, potrebbe inoltre agevolare il settore da un punto di vista linguistico. Infatti, apportando in etichetta solamente un rimando al sito Internet attraverso la trascrizione dell'indirizzo *web* stesso o mediante, ad esempio, il codice a barre, il *QR-code*, il *tag RFID*, sarebbe possibile far scegliere direttamente al consumatore in che lingua consultare le informazioni, le quali verrebbero tradotte ed inserite nel *link* in tutte le lingue dell'Unione europea. L'etichetta del prodotto sarebbe ugualmente tradotta nelle diverse lingue per ciò che riguarda il suo contenuto; tuttavia, la quantità di parole e dati sarebbe nettamente inferiore. Aspetto non meno importante sarebbe la facilità e la rapidità con cui le informazioni *off-label* potrebbero essere corrette o aggiornate, quasi in tempo reale potendolo fare direttamente il produttore modificando il sito *web*, senza quindi la necessità di aggiornare e ristampare le nuove etichette, con costi aggiuntivi anche per il ritiro eventuale di prodotti aventi un'etichetta errata o non conforme alla realtà del contenuto dell'alimento.

Nel caso in cui fosse adottata l'opzione 2 da parte della Commissione europea, o in ogni caso per alleggerire le informazioni in etichetta, qui potrebbero essere messe solo le informazioni obbligatorie, mentre le restanti potrebbero essere fornite attraverso strumenti elettronici, ad esempio. Attualmente nelle etichette dei vini,

³⁵ Acronimo di *Food Labelling Information System*.

³⁶ Paganizza, V. (2020).

oltre ai dati obbligatori, molte volte sono riportati anche suggerimenti di ricette, abbinamenti, consigli sul servizio del vino, storia del vino, dell'azienda e del territorio, spiegazione sulle tecniche di vinificazione del prodotto, cartine geografiche o altre immagini, *etc.*: tutto ciò potrebbe essere comunicato *online* con un richiamo in etichetta al *link* in cui trovare tutte queste informazioni. Se da un lato queste rappresentano una fonte di attrattività del consumatore, quindi uno strumento di *marketing*, dall'altro rischierebbero di rendere troppo pesante e confusionaria l'etichetta, soprattutto qualora dovessero essere incrementate le informazioni obbligatorie da apportare su di essa.

Ulteriore vantaggio per gli operatori potrebbe essere quello di creare, in collaborazione tra di loro, una piattaforma *online* condivisa con cui trasmettere al consumatore le informazioni necessarie dei vini in vendita. Ciò permetterebbe di ridurre gli oneri economici, temporali, amministrativi, burocratici per le aziende vitivinicole, in particolar modo quelle medio-piccole.

Prendendo in considerazione la dichiarazione nutrizionale e in particolar modo la dicitura del valore nutrizionale, un'opzione per migliorare i parametri relativi al contenuto di alcol e quindi agli apporti calorici potrebbe essere quella di incentivare i vini dealcolati (ottenuti con varie tecniche, ma rimane vietata la diluizione con acqua). Dall'ormai imminente futura PAC 2023-2027 sarà infatti possibile applicare la tecnica di dealcolazione ai vini al fine di ridurre o eliminare completamente l'alcol presente al loro interno. Tale alternativa potrebbe oltretutto rappresentare un vantaggio rispetto ad una eventuale indicazione in etichetta di possibili avvertenze sanitarie contro il cancro, che nel caso in cui fosse eliminato l'alcol dal prodotto alimentare non sarebbe più necessaria. Al contrario invece, secondo il regolamento (UE) 2021/2117, qualora il titolo di alcol finale sia inferiore al 10%, l'etichetta dovrà specificare se la dealcolazione è totale o parziale, il termine minimo di conservazione, la dichiarazione nutrizionale e l'elenco degli ingredienti; inoltre, qualora questi vini siano in possesso di qualifica, potranno fregiarsi delle indicazioni geografiche. Secondo un'indagine dell'*IWSR*³⁷ i prodotti *no/low alcohol* costituiscono il 3,5% dei volumi totali di bevande alcoliche consumate nei primi dieci mercati mondiali (Francia, Germania, Spagna, Regno Unito, Stati Uniti, Canada, Brasile, Sud Africa,

³⁷ Acronimo di *International Wines and Spirits Record*.

Giappone e Australia). Questo ramo di prodotti vitivinicoli ha fatto registrare nel 2021, a livello globale, un incremento del 6% in valore delle vendite; tale crescita è prevista pari ad un tasso annuo dell'8% tra il 2021 e il 2025. In termini economici, si è passati da un giro d'affari pari a 7,8 miliardi di dollari USA nel 2018 a poco meno di 10 miliardi di dollari USA nel 2021 (+28,2%). Tuttavia, pur essendo l'Italia il principale produttore mondiale di vino, è molto restia a questo genere di prodotto, oggetto di accese polemiche tra chi sostiene il vino dealcolizzato, in ragione soprattutto di promettenti nuovi mercati di vendita nazionali ed internazionali, e chi ritiene che esso non possa essere definito «vino». L'Italia rimane quindi in controtendenza rispetto al resto del mondo: infatti, la crescita di vendita e consumo di vini dealcolati parzialmente o totalmente viene registrata soprattutto nei Paesi con una solida tradizione di vendita di vino. Questo sviluppo, al contrario di ciò che si potrebbe pensare, attualmente non interessa significativamente i Paesi musulmani, dove la fede religiosa vieta il consumo di alcol. Prendendo a riferimento gli Stati Uniti, il principale mercato vitivinicolo mondiale con 33 milioni di ettolitri venduti nel 2020, secondo un *report* di *Wine Intelligence* l'incremento previsto del consumo di vini dealcolati è del 10% annuo fino al 2024, crescita superiore ad ogni altro Paese. Tale dato è frutto di diversi fattori: il 45% dei consumatori USA sta moderando il proprio consumo di alcolici, tra cui il 19% ne riduce le occasioni di consumo, il 12% si orienta verso bevande analcoliche e il 14% preferisce prodotti con un minor contenuto di alcol. Tendenze analoghe vengono fatte registrare anche nei consumatori abituali di altri Paesi. Le ragioni sono da ricercare in una maggior attenzione alla salute personale, come un minor contenuto calorico o il mantenimento di lucidità e controllo di sé stessi, in maniera più marcata nella popolazione più giovane (*under 33*) e negli adulti di sesso maschile. Motivo ulteriore per comprendere questa tendenza potrebbe essere rappresentato dal fatto che il 70% della popolazione mondiale non beve alcolici³⁸.

L'Europarlamento ha modificato la relazione sul Piano di azione contro il cancro, come auspicato dal settore vitivinicolo *in primis*, dichiarando che “*c'è differenza tra consumo nocivo e moderato di bevande alcoliche e non è il consumo in sé a costituire fattore di rischio per il cancro*”. Di conseguenza, è stata esclusa la possibilità di apporre

³⁸ Lo Surdo, G. (2022). Vini dealcolati in forte crescita. *L'Informatore Agrario*, n. 15, p. 24.

in etichetta possibili avvertenze sanitarie contro il cancro a causa del consumo di alcol, mentre al contrario è stato proposto di sostituire ciò con l'inclusione di informazioni su un consumo moderato e responsabile di alcol. È stato poi aggiunto il termine “nocivo” di seguito al consumo di alcol nel Piano della Commissione UE, evitando qualsiasi tipo di generalizzazione in merito. Infine, è stato bocciato un emendamento che faceva riferimento al ricorso alla tassazione come una delle opzioni con cui scoraggiare il consumo nocivo di bevande alcoliche, costo che avrebbe avuto ricadute sia sul consumatore finale, a causa di un aumento di prezzo del prodotto, sia sul produttore, per vendite inferiori in termini di quantità³⁹.

In precedenza, nel gennaio 2022, la Commissaria europea alla salute e alla sicurezza alimentare, Stella Kyriakydes, rilasciando un'intervista a “L'Informatore Agrario”, ha dichiarato: “[...] *non stiamo proponendo di apporre sulle bottiglie di vino il tipo di etichette che si trovano sui prodotti del tabacco. Con il Piano europeo per la lotta contro il cancro stiamo definendo un nuovo e moderno approccio dell'UE alla prevenzione, al trattamento e alla cura del cancro. [...] Nell'ambito delle nostre azioni sulla prevenzione del cancro ci siamo impegnati a esaminare come possiamo sostenere stili di vita più sani. Ciò include esaminare come possiamo ridurre il consumo nocivo di alcol. [...] Quando si tratterà di iniziative future su ulteriori informazioni sanitarie [...] baseremo il nostro lavoro su dati scientifici reali, solidi e completi*”⁴⁰.

Ciò nonostante, rimane comunque una grande incognita a livello europeo su quelle che saranno le prospettive future. L'OMS – Regione Europa ha adottato a settembre 2022 un documento, “*European framework for action on alcohol 2022-2025*”⁴¹, contenente le linee guida per ridurre il consumo dannoso di alcol, accolte integralmente da tutte le delegazioni, compresa quella italiana. L'obiettivo finale sarebbe quello di arrivare ad una riduzione del 10% *pro capite* entro il 2025. L'UIV⁴² si è schierata apertamente contro, facendo riferimento al rischio di un nuovo “proibizionismo” in

³⁹ Vino e cancro: l'Europarlamento ci mette una pezza (2022). *L'informatore Agrario*. Disponibile al sito Internet: https://www.informatoreagrario.it/filiere-produttive/vino-e-cancro-leuroparlamento-ci-mette-una-pezza/?utm_campaign=IA&utm_medium=email&utm_source=MagNews (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

⁴⁰ Kyriakydes: niente terrorismo sulle etichette del vino (2022). *L'Informatore agrario*. Disponibile al sito Internet: <https://www.informatoreagrario.it/filiere-produttive/kyriakydes-niente-terrorismo-sulle-etichette-del-vino/> (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

⁴¹ *European framework for action on alcohol 2022-2025*, World Health Organization – European Region, Tel Aviv, Israele, 12-14 settembre 2022.

⁴² Acronimo di Unione Italiana Vini.

Europa e sollevando il problema che non verrebbe così fatto un contrasto al consumo nocivo, compulsivo e dannoso di alcol, bensì a qualsiasi consumo di alcol, anche quello consapevole e moderato, senza fare distinzioni tra le diverse tipologie di bevande alcoliche, come superalcolici, vino o birra. L'organizzazione stessa ha messo in luce come il documento, combattendo l'alcol in generale e non un suo consumo dannoso, contraddice quanto previsto dalla stessa strategia dell'OMS⁴³ e dal "Cancer plan" del Parlamento europeo. Nel documento vengono proposte diverse azioni che, qualora dovessero venir attuate, porrebbero il settore vitivinicolo e delle bevande alcoliche in generale in una situazione di grande incertezza: aumento della tassazione di tali prodotti, divieto di una loro pubblicità, promozione o *marketing* in qualsiasi forma, diminuzione della disponibilità di bevande alcoliche, obbligo di avvertenze sanitarie in etichetta contro il cancro dovuto al consumo di alcol, oltre all'esclusione dell'intero settore dalla discussione sulle politiche da attuare⁴⁴. Tuttavia, attualmente prevale un approccio più equilibrato con una limitazione alla sponsorizzazione di eventi sportivi a partecipazione giovanile da parte dei grandi produttori di bevande alcoliche, escludendo così una limitazione più generale e indistinta⁴⁵.

⁴³ World Health Organization. (2021). Towards an action plan (2022-2030) to effectively implement the Global strategy to reduce the harmful use of alcohol.

⁴⁴ Il mondo del vino di fronte alla minaccia del proibizionismo (2022). *L'Informatore Agrario*. Disponibile al sito Internet: <https://www.informatoreagrario.it/filiere-produttive/vitevino/il-mondo-del-vino-di-fronte-alla-minaccia-del-proibizionismo/> (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

⁴⁵ Mazzeo, J. (2022).

CONCLUSIONI

La modifica del Regolamento (UE) n. 1169/2011 relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori (Regolamento *FIC*), nello specifico la revisione delle norme relative alle informazioni sui vini e su tutte le bevande alcoliche, potrebbe incidere su diversi aspetti: sulle scelte dei consumatori, quindi sulla loro comprensione e consapevolezza di ciò che stanno acquistando e consumando, sulla conoscenza dei rischi legati ad una dieta caratterizzata da un eccessivo apporto calorico e di alcol, sulla loro salute personale e sui loro diritti come persone e cittadini.

Gli interessi che verrebbero ad essere coinvolti sono molti: questi provengono da tutti gli *stakeholder* del settore delle bevande alcoliche, dal produttore al consumatore, passando per tutti gli intermediari della filiera produttiva e distributiva, finendo nel comprendere anche qualsiasi organizzazione, associazione o ente che sia interessato o coinvolto, direttamente o indirettamente, in questo possibile cambio di scenario normativo nell'Unione europea.

Pur rispettando e cercando di assecondare gli interessi di tutti, il diritto all'informazione dei consumatori e il diritto alla salute individuale dovrebbero essere anteposti a qualsiasi logica commerciale, economica o di qualunque altro genere.

Ciò nonostante, il cambiamento dovrebbe comunque essere sostenibile da un punto di vista economico, sociale, sanitario, etico ed ambientale sia per le aziende sia per i cittadini.

Bisognerebbe tener presente, inoltre, che il consumatore non è una figura statica nel corso del tempo. Egli si evolve sia da un punto di vista individuale e personale (età, gusti, abitudini, stile di vita, ceto sociale, sensibilità verso particolari tematiche, *etc.*) sia sotto l'aspetto dell'evoluzione e del progresso della società stessa. Ne consegue che la revisione normativa dovrebbe cercare quanto meno di assecondare o, ancor meglio, anticipare i bisogni e le esigenze della popolazione e dovrebbe avere al suo interno anche una certa flessibilità di adattamento ai cambiamenti.

In ogni modo, sarebbe altrettanto importante che non ci fosse un continuo cambio legislativo. Ciò potrebbe andare a discapito sia dei consumatori, i quali verrebbero in tal modo disorientati, sia dei produttori. Per quest'ultimi, nello specifico per le PMI vitivinicole, potrebbe rappresentare una forte criticità in chiave organizzativa e

finanziaria, essendo obbligati ad allinearsi continuamente ad una nuova normativa. Il settore vitivinicolo, in particolare, è stato proattivo su questo fronte, prima con l'autoregolamentazione sulle informazioni da trasmettere nelle etichette dei vini del 2018, seppur poco efficace, poi con la collaborazione alla riforma dell'OCM Vino per la futura PAC 2023-2027, attuata con il Regolamento (UE) 2021/2117, che interessa anche l'etichettatura dei prodotti vitivinicoli. Il rischio potrebbe essere quello che una revisione del Regolamento (UE) n. 1169/2011, per ciò che concerne la comunicazione di informazione sui vini ai consumatori, possa entrare in contrasto con la riforma dell'OCM Vino, sovrapponendosi ad essa, arrecando incertezza e poca chiarezza alle aziende produttrici e non dando loro alcuna possibilità di programmazione futura.

In ogni modo, una variazione normativa sarebbe auspicabile si verificasse, con conseguente riflesso sull'etichettatura dei vini e delle bevande alcoliche. Per tale motivo l'opzione 0, ovvero lasciare volontaria la trasmissione di informazioni *on-label* oppure *off-label* sull'elenco degli ingredienti, sulla dichiarazione nutrizionale e su indicazioni di responsabilità o di carattere sanitario, non sarebbe la scelta migliore poiché manterrebbe invariata la situazione attuale. L'opzione 2, quella che prevede l'indicazione obbligatoria di tutti i dati in etichetta, sarebbe quella in grado di fornire maggiori garanzie al consumatore. Tuttavia, essendoci state diverse opposizioni a questa, soprattutto da parte degli operatori del settore, un compromesso andrebbe trovato: potrebbe essere quello di avvalersi di strumenti *off-label* per la trasmissione di eventuali informazioni aggiuntive, rendendo invece obbligatorie in etichetta, oltre alle informazioni già tali, anche quelle di carattere compositivo, nutrizionale e sanitario. Questa alternativa prende spunto dall'opzione 1, la quale, però, consiste nel rendere obbligatorie le informazioni nutrizionali, dando la possibilità di trasmetterle in alternativa in etichetta oppure *online*, ad eccezione del valore energetico da citare esclusivamente *on-label*. In ogni caso, imprescindibile dovrebbe essere l'instaurarsi di omogeneità ed equità all'interno del settore vitivinicolo e possibilmente anche tra tutti i settori delle bevande alcoliche, oltre alla necessità che ci sia un'armonizzazione all'interno dell'Unione europea.

Sotto questo aspetto, va sottolineato che il Regolamento (UE) n. 1169/2011 norma la fornitura di informazioni sugli alimenti preimballati ai consumatori. Di conseguenza, rimangono esclusi da questa normativa e da una sua eventuale modifica i vini sfusi. Tuttavia, andrebbe fatto allineare anche questo comparto alle decisioni

legislative che potrebbero venir prese per i vini confezionati (bottiglie, *brick*, *bag-in-box*, *etc.*), studiando misure *ad hoc*, al fine di permettere un'equa competizione interna al settore e allo scopo di concorrere a raggiungere gli stessi obiettivi finali.

Questa possibile revisione potrebbe avere riflessi positivi anche al di fuori dei confini dell'UE. Potrebbe, infatti, incentivare anche altri Paesi a seguire l'esempio europeo in termini di etichettatura delle bevande alcoliche, così da contrastare anche in altre zone del mondo gli effetti dannosi sulla salute delle persone. Inoltre, l'utilizzo di strumenti *off-label* potrebbe rappresentare un vantaggio dal punto di vista linguistico, con riflessi economici: qui le informazioni potrebbero essere inserite in tutte le lingue degli Stati in cui i prodotti verrebbero esportati, agevolando allo stesso tempo la comprensione da parte dei consumatori in viaggio in altri Paesi e riducendo gli oneri economici nel creare diverse etichette.

In conclusione, andrebbe considerato il fatto che l'eventuale adozione di norme aggiornate avrebbe bisogno di tempo per concretizzarsi nella realtà della società e per far vedere i suoi effetti positivi rispetto ad una miglior comprensione delle nuove etichette da parte dei consumatori, ad un incremento della loro conoscenza su problematiche e rischi derivanti da un eccessivo apporto di calorie e alcol con la propria dieta, ad un beneficio per la loro salute e ad un vantaggio sociale ed economico per i sistemi sanitari dei diversi Stati membri. Nel bilancio finale andrebbe tenuto conto anche del tempo che dovrebbe essere concesso agli operatori del settore per la realizzazione effettiva delle nuove etichette e dei nuovi siti *web*, oltre che del periodo transitorio per l'ingresso dei prodotti aggiornati nel mercato, a discapito di quelli con l'etichettatura non più aderente alla normativa, che nel frattempo dovrebbero venir esauriti commercializzandoli o ritirandoli dal mercato.

BIBLIOGRAFIA

- Albisinni, F. (2020). National enforcement of food communication rules. *Rivista di diritto alimentare*, XIV(1), pp. 6-10.
- Ammannati, L. (2020). Information in agri-food market: the role of digital technologies. *Rivista di diritto alimentare*, XIV(1), pp. 51-56.
- Amorosino, S. (2015). Trasparenze, certezze e sicurezze dei prodotti e dei mercati agroalimentari: correlazioni e funzioni. *Rivista di diritto alimentare*, IX(1), pp. 39-42.
- Artom, A. (2017). Il divieto di indicazioni nutrizionali per le bevande alcoliche dopo il Decreto legislativo 27/2017. *Rivista di diritto alimentare*, XI(3), pp. 41-48.
- Bolognini, S. (2012). Linee-guida della nuova normativa europea relativa alla «fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori», *Le nuove leggi civili commentate*, pp. 613-678.
- Borghi, P. (2011). Risk-related Communication and Food-related Communication: What Information to Consumers? *Rivista di diritto alimentare*, V(2), pp. 49-52.
- Cho, J. H., & Chan, K. S. (2013). Building trust-based sustainable networks. *IEEE Technology and Society Magazine*, 32(2), 32-38.
- Commission Staff Working Paper, Consumer Empowerment in the EU, SEC(2011) 469 final, Brussels, 07.04.2011.
- De Marchi, B. (2010). Le origini della comunicazione del rischio nella legislazione europea, in Rodotà, S., Tallacchini, M. (a cura di), *Trattato di biodiritto, Ambito e fonti del biodiritto*, Vol. I, Giuffrè, Milano, p. 478.
- Di Lauro, A. (2012). Nuove regole per le informazioni sui prodotti alimentari e nuovi analfabetismi. La costruzione di una “responsabilità del consumatore”. *Rivista di diritto alimentare*, VI(2), pp. 4-12.

- EFSA Panel on Nutrition, Novel Foods and Food Allergens (NDA), Turck, D., Bohn, T., Castenmiller, J., de Henauw, S., Hirsch-Ernst, K. I., Knutsen, H. K., Maciuk, A., Mangelsdorf, I., McArdle, H. J., Naska, A., Peláez, C., Pentieva, K., Thies, F., Tsabouri, S., Vinceti, M., Bresson, J. L., & Siani, A. (2022). Scientific advice related to nutrient profiling for the development of harmonised mandatory front-of-pack nutrition labelling and the setting of nutrient profiles for restricting nutrition and health claims on foods. *EFSA Journal*, 20(4), e07259.
- European Association for the Study of Liver Disease (2018). Risk factors and the burden of liver disease in European and selected Central Asian Countries. *HEPAHEALTH Project Report*.
- European framework for action on alcohol 2022-2025*, World Health Organization – European Region, Tel Aviv, Israele, 12-14 settembre 2022.
- Factual summary report of the online public consultation in support of the revision of the Food Information to Consumers regulation, Ref. Ares(2022)3403916, del 3.5.2022.
- Gerald, R., Liberatore, A. (2001). Democratising Expertise and Establishing Scientific Reference Systems. *White Paper on Governance Work area 1, Broadening and enriching the public debate on European matters*.
- Germanò, A., Rook, E., & Lucifero, N. (2019). *Manuale di legislazione vitivinicola* (Seconda edizione). G. Giappichelli Editore, Torino.
- Gregori, M., Galletto, L., Malorgio, G., Pomarici, E., & Rossetto, L. (2017). *Il Marketing del Vino. capire·decidere·agire*, EdiSES, Napoli, pp. 353. *REARIVIST*, 217.
- Griswold, M. G., Fullman, N., Hawley, C., Arian, N., Zimsen, S. R., Tymeson, H. D., ... & Farioli, A. (2018). Alcohol use and burden for 195 countries and territories, 1990–2016: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2016. *The Lancet*, 392(10152), 1015-1035.

- Himmelsbach, E., Allen, A., & Francas, M. (2014). Study on the impact of food information on consumers' decision making. *TSN European Behaviour Studies Consortium: Brussels, Belgium*.
- Lanni, S. (2020). Front-of-package food labels and consumer's autonomous decision-making. *Rivista di diritto alimentare, XIV(1)*, pp. 57-64.
- Laurence, A. E. (2022). Strengthening Europe in the fight against cancer.
- Leonardi, F. (2019). *Comportamento omissivo dell'impresa e pratiche commerciali scorrette*. Wolters Kluwer CEDAM, Milano.
- Leone, L. (2017, luglio-settembre). Towards new "digital insights". The value of Open Data for food information in Europe. *Rivista di diritto alimentare, XI(3)*, pp. 4-19.
- Lo Surdo, G. (2022). Vini dealcolati in forte crescita. *L'Informatore Agrario*, n. 15, p. 24.
- Masini, S. (2019). Sulle fonti dell'obbligo di informazione degli alimenti: etichettatura, comunicazione e responsabilità. *Rivista di diritto alimentare, XIII(3)*, pp. 55-61.
- Naghavi, M., Abajobir, A. A., Abbafati, C., Abbas, K. M., Abd-Allah, F., Abera, S. F. et al. (2017). Global, regional, and national age-sex specific mortality for 264 causes of death, 1980–2016: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2016. *The Lancet*, 390(10100), 1151-210.
- NATIONS, U. (2003). United Nations Guidelines for Consumer Protection. *New York: United Nations-Department of Economic and Social Affairs*.
- Paganizza, V. (2020). A European overview on Regulation (UE) No 1169/2011 after the entry into force. *Rivista di diritto alimentare, XIV(1)*, pp. 11-30.
- Rumgay, H., Shield, K., Charvat, H., Ferrari, P., Sornpaisarn, B., Obot, I., Islami, F., Lemmens, V., Rehm, J., & Soerjomataram, I. (2021). Global burden of cancer in 2020 attributable to alcohol consumption: a population-based study. *The Lancet Oncology*, 22(8), 1071-1080.

Scoccianti, C., Cecchini, M., Anderson, A. S., Berrino, F., Boutron-Ruault, M. C., Espina, C., Key, T. J., Leitzmann, M., Norat, T., Powers, H., Wiseman, M. & Romieu, I. (2016). European Code against Cancer 4th Edition: Alcohol drinking and cancer. *Cancer epidemiology*, 45, 181-188.

Sentenza della Corte (Prima Sezione) del 25 luglio 1991. Procedimento penale a carico di Roger Guitard. Domanda di pronuncia pregiudiziale: Tribunal correctionnel de Carcassonne – Francia. Organizzazione comune del mercato vitivinicolo – Gradazione alcolica minima del vino – Smercio di un vino senza alcol. Causa C-75/90.

Sourin, V. (2022). Vino: ingredienti e valori nutrizionali presto in etichetta. *L'Informatore Agrario*, n. 17.

Spoto, G. (2018). Tutela del consumatore, etichette a semaforo, e informazioni “negative”. *Rivista di diritto alimentare*, XII(2), pp. 28-41.

Tallacchini, M., Gemo, M., Rana, A., & Aguilar, E. (2014). Open Data in Health: how knowledge may generate trust. *Publications Office of the European Union*.

Valutazione d'impatto iniziale, Ref. Ares(2021)4128214, del 24.6.2021.

World Health Organization (2012). Piano d'azione europeo per ridurre il consumo dannoso di alcol 2012-2020. *WHO Regional Office for Europe*.

World Health Organization (2021). Towards an action plan (2022-2030) to effectively implement the Global strategy to reduce the harmful use of alcohol.

SITOGRAFIA

Alcohol Health Alliance (2020). Drinking in the dark: how alcohol labelling fails consumers. Disponibile al sito Internet: <https://ahauk.org/resource/drinking-in-the-dark/> (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

Autoregolamentazione birra (2018). File PDF disponibile al sito Internet: https://food.ec.europa.eu/system/files/2018-03/fs_labelling-nutrition_legis_alcohol-self-regulatory-proposal_brewers_en.pdf (Accessibile nel mese di settembre, 2022).

Autoregolamentazione sidro e vino di frutta (2018). File PDF disponibile al sito Internet: https://food.ec.europa.eu/system/files/2018-03/fs_labelling-nutrition_legis_alcohol-self-regulatory-proposal_cider_en.pdf (Accessibile nel mese di settembre, 2022).

Autoregolamentazione spiriti (2018). File PDF disponibile al sito Internet: https://food.ec.europa.eu/system/files/2018-03/fs_labelling-nutrition_legis_alcohol-self-regulatory-proposal_annex-spirits-en.pdf (Accessibile nel mese di settembre, 2022).

Autoregolamentazione vino e prodotti vitivinicoli aromatizzati (2018). File PDF disponibile al sito Internet: https://food.ec.europa.eu/system/files/2018-03/fs_labelling-nutrition_legis_alcohol-self-regulatory-proposal_annex-wine-en.pdf (Accessibile nel mese di settembre, 2022).

Consulenza scientifica EFSA base per futura etichettatura armonizzata su parte anteriore confezioni alimentari e per restrizioni a indicazioni salutistiche (2021). *Sito ufficiale dell'EFSA European Food Safety Authority*. Disponibile al sito Internet: <https://www.efsa.europa.eu/it/news/efsas-scientific-advice-inform-harmonised-front-pack-labelling-and-restriction> (Accessibile nel mese di novembre, 2022).

Couespel, N., Price, R. et al. (2020). Strengthening Europe in the fight against cancer: going further, faster. *Studio richiesto dalla Commissione parlamentare europea per l'ambiente, la sanità pubblica e la sicurezza alimentare (ENVI: Environment, Public Health and Food Safety)*. Disponibile al sito Internet: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/642388/IPO_L_STU\(2020\)642388_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/642388/IPO_L_STU(2020)642388_EN.pdf) (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

Danish Cancer Society Research 2020: annual research impact report. *Danish Cancer Society*. Disponibile al sito Internet: <https://www.cancer.dk/dyn/resources/File/file/6/9116/1612169820/kbf-forskningsrapport-2020-gb-spreads-web.pdf> (Accessibile nel mese di novembre, 2022).

Definizione del termine «vino». *Enciclopedia Treccani*. Disponibile al sito Internet: <https://www.treccani.it/vocabolario/vino/> (Accessibile nel mese di luglio, 2022).

Di' la tua, Etichettatura dei prodotti alimentari – revisione delle norme relative alle informazioni fornite ai consumatori per le bevande alcoliche. *Sito ufficiale della Commissione europea*. Disponibile al sito Internet: https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13028-Etichettatura-dei-prodotti-alimentari-revisione-delle-norme-relative-alle-informazioni-fornite-ai-consumatori-per-le-bevande-alcoliche_it (Accessibile nel mese di settembre, 2022).

Eurocare, European Alcohol Policy Alliance. Disponibile al sito Internet: <https://www.eurocare.org/index.php> (Accessibile nel mese di novembre, 2022).

European Commission's Joint Research Centre JRC (2022). Evidence on food information – Empowering consumers to make healthy and sustainable choices. *Sito ufficiale della Commissione europea*. Disponibile al sito Internet: https://joint-research-centre.ec.europa.eu/jrc-news/evidence-food-information-empowering-consumers-make-healthy-and-sustainable-choices-2022-09-09_en (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

Farm to Fork strategy. *Sito ufficiale della Commissione europea*. Disponibile al sito Internet: https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/farm-fork-strategy_en (Accessibile nel mese di settembre, 2022).

Healthy Ireland survey 2016: summary of findings. *Ipsos MRBI*. Disponibile al sito Internet: <https://assets.gov.ie/16000/9e29f3fde1f048468485985093754bfd.pdf> (Accessibile nel mese di novembre, 2022).

Il mondo del vino di fronte alla minaccia del proibizionismo (2022). *L'Informatore Agrario*. Disponibile al sito Internet: <https://www.informatoreagrario.it/filiere-produttive/vitevino/il-mondo-del-vino-di-fronte-alla-minaccia-del-proibizionismo/> (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

Kennismonitor Alcohol 2020: onderzoek onder volwassenen naar kennis over alcoholische drank. *Trimbos instituut*. Disponibile al sito Internet: <https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/2021/11/AF1883-Kennismonitor-Alcohol-2020.pdf> (Accessibile nel mese di novembre, 2022).

Kyriakydes: niente terrorismo sulle etichette del vino (2022). *L'Informatore agrario*. Disponibile al sito Internet: <https://www.informatoreagrario.it/filiere-produttive/kyriakydes-niente-terrorismo-sulle-etichette-del-vino/> (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

L'agricoltura e il Green Deal. *Sito ufficiale della Commissione europea*. Disponibile al sito Internet: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal/agriculture-and-green-deal_it (Accessibile nel mese di settembre, 2022).

Mazzeo, J. (2022). European Parliament rejects health warnings on wine labels. *Decanter*. Disponibile al sito Internet: <https://www.decanter.com/wine-news/european-parliament-rejects-health-warnings-on-wine-labels-475013/> (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

Mercer, C. (2014). Should there be calorie counts on wine labels? *Decanter*. Disponibile al sito Internet: <https://www.decanter.com/wine-news/opinion/the-editors-blog/should-there-be-calorie-counts-on-wine-labels-29714/> (Accessibile nel mese di novembre, 2022).

Mercer, C. (2014). UK retailers split over calories on wine labels. *Decanter*. Disponibile al sito Internet: <https://www.decanter.com/wine-news/uk-retailers-split-over-calories-on-wine-labels-29719/> (Accessibile nel mese di novembre, 2022).

Mercer, C. (2018). EU wine trade body publishes calorie labelling plan. *Decanter*. Disponibile al sito Internet: <https://www.decanter.com/wine-news/eu-wine-calorie-labelling-plan-385956/> (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

Mercer, C. (2021). How many calories are there in wine? Ask Decanter. *Decanter*. Disponibile al sito Internet: <https://www.decanter.com/learn/advice/how-to-count-the-calories-in-wine-ask-decanter-296021/> (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

Nutrition labelling. *Sito ufficiale della Commissione europea*. Disponibile al sito Internet: https://food.ec.europa.eu/safety/labelling-and-nutrition/food-information-consumers-legislation/nutrition-labelling_en (Accessibile nel mese di settembre, 2022).

Per il vino arriva l'etichetta che "dice tutto" (2021). *L'Informatore Agrario*. Disponibile al sito Internet: <https://www.informatoreagrario.it/filiere-produttive/vitevino/per-il-vino-arriva-letichetta-che-dice-tutto/> (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

Piano europeo di lotta contro il cancro: un nuovo approccio dell'UE in materia di prevenzione, trattamento e assistenza (2021). *Sito ufficiale della Commissione europea*. Disponibile al sito Internet: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/it/ip_21_342 (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

Profilazione nutrizionale: consulenza scientifica per l'iniziativa dell'UE "Dal produttore al consumatore" (2022). *Sito ufficiale dell'EFSA European Food Safety Authority*. Disponibile al sito Internet: <https://www.efsa.europa.eu/it/news/nutrient-profiling-scientific-advice-eu-farm-fork-initiative> (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

Proposal for a revision of the Regulation on Food Information to Consumers (FIC). *Sito ufficiale della Commissione europea*. Disponibile al sito Internet: https://food.ec.europa.eu/safety/labelling-and-nutrition/food-information-consumers-legislation/proposal-revision-regulation-fic_en (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

Realizzare il Green Deal europeo. *Sito ufficiale della Commissione europea*. Disponibile al sito Internet: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal/delivering-european-green-deal_it (Accessibile nel mese di settembre, 2022).

Report dell'European Cancer Organisation (2021). Disponibile al sito Internet: <https://www.europeancancer.org/resources/213:new-report-primary-prevention-united-for-action.html> (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

Tardi, A. (2022). A perfect storm: Nutri-Score, alcohol and health. *Decanter*. Disponibile al sito Internet: <https://www.decanter.com/wine-news/a-perfect-storm-nutri-score-alcohol-and-health-474784/> (Accessibile nel mese di novembre, 2022).

Un Green Deal europeo. *Sito ufficiale della Commissione europea*. Disponibile al sito Internet: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_it (Accessibile nel mese di settembre, 2022).

Universal Declaration of Human Rights. *United Nations*. Disponibile al sito Internet: <https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights> (Accessibile nel mese di novembre, 2022).

Vino e cancro: l'Europarlamento ci mette una pezza (2022). *L'informatore Agrario*. Disponibile al sito Internet: https://www.informatoreagrario.it/filiere-produttive/vino-e-cancro-leuroparlamento-ci-mette-una-pezza/?utm_campaign=IA&utm_medium=email&utm_source=MagNews (Accessibile nel mese di ottobre, 2022).

RIFERIMENTI NORMATIVI

Articolo 2135 del Codice civile (Imprenditore agricolo).

Articolo 2195 del Codice civile (Imprenditori soggetti a registrazione).

Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea (2016/C 202/02), in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea C 202, 7.7.2016, pp. 389-405.

COM(1999) 719 def. Libro bianco sulla sicurezza alimentare, Commissione delle Comunità europee, Bruxelles, 12.1.2000.

COM(2007) 279 def. Libro bianco della Commissione delle Comunità europee, Una strategia europea sugli aspetti sanitari connessi all'alimentazione, al sovrappeso e all'obesità, Bruxelles, 30.5.2007.

COM(2017) 58 final. Relazione della Commissione al Parlamento europeo e al Consiglio sull'etichettatura obbligatoria dell'elenco degli ingredienti e della dichiarazione nutrizionale per le bevande alcoliche, Bruxelles, 13.3.2017.

COM(2019) 640 final. Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle Regioni, Il Green Deal europeo, Bruxelles, 11.12.2019.

COM(2020) 207 final. Relazione della Commissione al Parlamento europeo e al Consiglio sull'uso di forme di espressione e presentazione supplementari della dichiarazione nutrizionale, Bruxelles, 20.5.2020.

COM(2020) 381 final. Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle Regioni, Una strategia "Dal produttore al consumatore" per un sistema alimentare equo, sano e rispettoso dell'ambiente, Bruxelles, 20.5.2020.

COM(2021) 44 final. Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo e al Consiglio, Piano europeo di lotta contro il cancro, Bruxelles, 3.2.2021.

Decreto legislativo 3 aprile 2006, n. 152, Norme in materia ambientale, in Gazzetta ufficiale della Repubblica Italiana Serie generale n. 88 – Supplemento ordinario n. 96, 14.4.2006, pp. 1-425.

Decreto legislativo 7 febbraio 2017, n. 27, Disciplina sanzionatoria per la violazione delle disposizioni di cui al regolamento (CE) n. 1924/2006 relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui prodotti alimentari, in Gazzetta ufficiale della Repubblica Italiana Serie generale n. 64, 17.3.2017, pp. 20-26.

Decreto legislativo 15 dicembre 2017, n. 231, Disciplina sanzionatoria per la violazione delle disposizioni del regolamento (UE) n. 1169/2011, relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori e l'adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del medesimo regolamento (UE) n. 1169/2011 e della direttiva 2011/91/UE, ai sensi dell'articolo 5 della legge 12 agosto 2016, n. 170 «Legge di delegazione europea 2015», in Gazzetta ufficiale della Repubblica Italiana Serie generale n. 32, 8.2.2018, pp. 1-10.

Direttiva 87/250/CEE della Commissione, del 15 aprile 1987, relativa all'indicazione del titolo alcolometrico volumico nell'etichettatura di bevande alcoliche destinate al consumatore finale, in Gazzetta ufficiale delle Comunità europee n. L 113, 30.4.87, pp. 57-58.

Direttiva 90/496/CEE del Consiglio, del 24 settembre 1990, relativa all'etichettatura nutrizionale dei prodotti alimentari, in Gazzetta ufficiale delle Comunità europee n. L 276, 6.10.90, pp. 40-44.

Direttiva 1999/10/CE della Commissione, dell'8 marzo 1999, che introduce deroghe alle disposizioni di cui all'articolo 7 della direttiva 79/112/CEE del Consiglio per quanto riguarda l'etichettatura dei prodotti alimentari, in Gazzetta ufficiale delle Comunità europee L 69, 16.3.1999, pp. 22-23.

Direttiva 2000/13/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 marzo 2000, relativa al ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri concernenti l'etichettatura e la presentazione dei prodotti alimentari, nonché la relativa pubblicità, in Gazzetta ufficiale delle Comunità europee L 109, 6.5.2000, pp. 29-42.

Direttiva 2002/67/CE della Commissione, del 18 luglio 2002, relativa all'etichettatura dei generi alimentari contenenti chinino e dei prodotti alimentari contenenti caffeina, in Gazzetta ufficiale delle Comunità europee L 191, 19.7.2002, pp. 20-21.

Direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e che modifica la direttiva 84/450/CEE del Consiglio e le direttive 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e il regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio («direttiva sulle pratiche commerciali sleali», in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 149, 11.6.2005, pp. 22-39.

Direttiva 2008/5/CE della Commissione, del 30 gennaio 2008, relativa alla specificazione sull'etichetta di alcuni prodotti alimentari di altre indicazioni obbligatorie oltre a quelle previste dalla direttiva 2000/13/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 27, 31.1.2008, pp. 12-16.

Direttiva 2011/91/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 13 dicembre 2011, relativa alle diciture o marche che consentono di identificare la partita alla quale appartiene una derrata alimentare, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 332, 16.12.2011, pp. 1-5.

IP/97/370. Libro verde sulla legislazione europea in materia di prodotti alimentari del 30 aprile 1997.

Legge 12 dicembre 2016, n. 238 Disciplina organica della coltivazione della vite e della produzione e del commercio del vino, in GU Serie Generale n. 302 del 28.12.2016.

Regolamento (CEE) n. 337/79 del Consiglio, del 5 febbraio 1979, relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, in Gazzetta ufficiale delle Comunità europee L 54, 5.3.79, pp. 1-47.

Regolamento (CE) n. 1493/1999 del Consiglio, del 17 maggio 1999, relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, in Gazzetta ufficiale delle Comunità europee L 179, 14.7.1999, pp. 1-84.

Regolamento (CE) n. 178/2002 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 28 gennaio 2002, che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare, istituisce l'Autorità europea per la sicurezza alimentare e fissa procedure nel campo della sicurezza alimentare, in Gazzetta ufficiale delle Comunità europee L 31, 1.2.2002, pp. 1-24.

Regolamento (CE) n. 608/2004 della Commissione, del 31 marzo 2004, relativo all'etichettatura di prodotti e ingredienti alimentari addizionati di fitosteroli, esteri di fitosterolo, fitostanoli e/o esteri di fitostanolo, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 97, 1.4.2004, pp. 44-45.

Regolamento (CE) n. 1991/2004 della Commissione, del 19 novembre 2004, recante modifica del regolamento (CE) n. 753/2002 che fissa talune modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 1493/1999 del Consiglio per quanto riguarda la designazione, la denominazione, la presentazione e la protezione di taluni prodotti vitivinicoli, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 344, 20.11.2004, pp. 9-10.

Regolamento (CE) n. 1924/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 dicembre 2006, relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui prodotti alimentari, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 404, 30.12.2006, pp. 9-25.

Regolamento (CE) n. 1925/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 dicembre 2006, sull'aggiunta di vitamine e minerali e di talune altre sostanze agli alimenti, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 404, 30.12.2006, pp. 26-38.

Regolamento (CE) n. 1234/2007 del Consiglio, del 22 ottobre 2007, recante organizzazione comune dei mercati agricoli e disposizioni specifiche per taluni prodotti agricoli (regolamento unico OCM), in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 299, 16.11.2007, pp. 1-149.

Regolamento (CE) n. 479/2008 del Consiglio, del 29 aprile 2008, relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, che modifica i regolamenti (CE) n. 1493/1999, (CE) n. 1782/2003, (CE) n. 1290/2005 e (CE) n. 3/2008 e abroga i regolamenti (CEE) n. 2392/86 e (CE) n. 1493/1999, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 148, 6.6.2008, pp. 1-61.

Regolamento (CE) n. 491/2009 del Consiglio, del 25 maggio 2009, che modifica il regolamento (CE) n. 1234/2007 recante organizzazione comune dei mercati agricoli e disposizioni specifiche per taluni prodotti agricoli (regolamento unico OCM), in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 154, 17.6.2009, pp. 1-56.

Regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, che modifica i regolamenti (CE) n. 1924/2006 e (CE) n. 1925/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio e abroga la direttiva 87/250/CEE della Commissione, la direttiva 90/496/CEE del Consiglio, la direttiva 1999/10/CE della Commissione, la direttiva 2000/13/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, le direttive 2002/67/CE e 2008/5/CE della Commissione e il regolamento (CE) n. 608/2004 della Commissione, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 304, 22.11.2011, pp. 18-63.

Regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 21 novembre 2012, sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 343, 14.12.2012, pp. 1-29.

Regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, recante organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli e che abroga i regolamenti (CEE) n. 922/72, (CEE) n. 234/79, (CE) n. 1037/2001 e (CE) n. 1234/2007 del Consiglio, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 347, 20.12.2013, pp. 671-854.

Regolamento (UE) 2019/787 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 aprile 2019, relativo alla definizione, alla designazione, alla presentazione e all'etichettatura delle bevande spiritose, all'uso delle denominazioni di bevande spiritose nella presentazione e nell'etichettatura di altri prodotti alimentari, nonché alla protezione delle indicazioni geografiche delle bevande spiritose e all'uso dell'alcole etilico e di distillati di origine agricola nelle bevande alcoliche, e che abroga il regolamento (CE) n. 110/2008, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 130, 17.5.2019, pp. 1-54.

Regolamento (UE) 2021/2117 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 2 dicembre 2021, che modifica i regolamenti (UE) n. 1308/2013 recante organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli, (UE) n. 1151/2012 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari, (UE) n. 251/2014 concernente la definizione, la designazione, la presentazione, l'etichettatura e la protezione delle indicazioni geografiche dei prodotti vitivinicoli aromatizzati e (UE) n. 228/2013 recante misure specifiche nel settore dell'agricoltura a favore delle regioni ultraperiferiche dell'Unione, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 435, 6.12.2021, pp. 262-314.

Rettifica del Regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, che modifica i regolamenti (CE) n. 1924/2006 e (CE) n. 1925/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio e abroga la direttiva 87/250/CEE della Commissione, la direttiva 90/496/CEE del Consiglio, la direttiva 1999/10/CE della Commissione, la direttiva 2000/13/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, le direttive 2002/67/CE e 2008/5/CE della Commissione e il regolamento (CE) n. 608/2004 della Commissione (GU L 304 del 22.11.2011), in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 167, 30.6.2017, p. 59.

Versione consolidata del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea, dal Trattato di Lisbona firmato il 13 dicembre 2007, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea C 202, 7.6.2016, pp. 1-388.

Versione consolidata del Trattato sull'Unione europea, dal Trattato di Lisbona firmato il 13 dicembre 2007, in Gazzetta ufficiale dell'Unione europea C 202, 7.6.2016, pp. 1-366.