

Autori

GIORGIA ANDREIS è avvocato del Foro di Torino e socio dello Studio dell'Avvocato Andreis e associati, con sede a Torino e a Milano, specializzato sin dalla sua fondazione negli anni '60 in diritto alimentare.

L'avv. Andreis presta assistenza preventiva alle aziende del settore e consulenza, e assiste i clienti nella difesa giudiziale nanti le Autorità competenti, penali e amministrative, occupandosi degli aspetti relativi alla composizione, alla sicurezza e alla presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari e dei mangimi.

Partecipa come relatrice a numerosi convegni e seminari specialistici ed è autrice di articoli pubblicati su varie riviste di settore.

STEFANIA BUFFAGNI ha conseguito la Laurea Magistrale in *Economia ed istituzioni dell'ambiente e del territorio* ed il Master in *Management dell'impresa cooperativa* (Università degli Studi di Torino). È Cultore per il Settore scientifico disciplinare di Scienze merceologiche presso il Dipartimento di Management di detto Ateneo. Relatrice in numerosi seminari del Corso di laurea in economia e direzione delle imprese, è coautrice di diverse pubblicazioni afferenti le Scienze Merceologiche. Attualmente, è funzionaria di Confcooperative Fedagri Piemonte ove svolge, in particolare, attività di ricerca finalizzata allo sviluppo di progetti a sostegno delle Cooperative agricole aderenti.

ANGELA TARABELLA è Professore Associato presso il Dipartimento di Economia e Management dell'Università degli Studi di Pisa. È docente di *Merceologia* e di *Tecnologia dei cicli produttivi e qualità* ai corsi di laurea triennale nonché di *Sistemi di gestione e audit della qualità* e di *Marketing e qualità del prodotto* nei corsi di laurea magistrale dell'Università di Pisa.

Svolge intensa attività di ricerca sui temi della comunicazione e dell'etichettatura dei prodotti alimentari, della tutela del consumatore e della responsabilità sociale d'impresa.

È direttrice del Master in *Food Quality Management and Communication* del Dipartimento di afferenza.

È autrice di molteplici articoli e di monografie con editori nazionali ed internazionali.

Ha partecipato a numerosi congressi ed a progetti di ricerca sia italiani sia europei ed ha collaborato alla stesura delle relative pubblicazioni scientifiche conclusive.

È socio dell'Accademia Italiana di Scienze Merceologiche (AISME) e del

Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale (GBS) - Associazione nazionale per la ricerca scientifica su Bilancio Sociale.

ERICA VARESE, PhD, Università degli Studi di Torino, Dipartimento di Management, Sezione di Scienze Merceologiche. È stata *visiting professor* alla *Canterbury Christ Church University* (Canterbury, UK) ed all'*Université Nice Sophia Antipolis* (Nice, FR), ove ha svolto attività di didattica e di ricerca. Da febbraio 2009, è *invitée permanente* presso l'Università di Nice, FR.

Attualmente, è titolare presso l'Ateneo torinese di diversi insegnamenti per lauree triennali/specialistiche/magistrali e per Master tra cui quello di Etichettatura dei prodotti alimentari. Da anni, svolge attività di ricerca sui prodotti alimentari e non, indagando, in particolare, le aspettative, i punti di forza e gli elementi di criticità avvertiti al riguardo dalle imprese e dai consumatori.

È autore o coautore di numerose pubblicazioni concernenti le tematiche delle Scienze Merceologiche ed è stata invitata in qualità di relatore a diversi convegni nazionali ed internazionali.

Nel 2007, la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Torino le ha assegnato un "premio all'operosità scientifica" e, nel 2008, è risultata vincitrice del bando *World Wide Style*. Ha avuto il coordinamento scientifico del progetto "Una Buona Occasione", iniziativa che, il 24 novembre 2014, ha vinto la categoria "enti locali" della seconda edizione del Premio Whirlpool "Vivere a Spreco Zero".

È socio dell'Accademia Italiana di Scienze Merceologiche (AISME) ed è Accademico corrispondente dell'Accademia di Agricoltura di Torino.

Prefazione

Riccardo Beltramo ¹

Attorno al prodotto alimentare “Vino” si sono scritti e si scrivono fiumi di parole. Certamente ciò accade in Italia, considerato l’innervamento del vino nella dieta alimentare e l’importanza economica di questo prodotto, ma è un *trend* generalizzabile ad altri Paesi industrializzati dell’Occidente.

La globalizzazione dei mercati e l’evoluzione delle abitudini alimentari hanno fatto il resto per portare ad un aumento della letteratura scientifica e di quella divulgativa. La prima volta ad inventare rigorose metodiche per caratterizzare sempre più precisamente le numerose varietà di vini, i profili organolettici, le tecniche produttive, gli effetti sulla salute, l’utilizzo degli scarti ecc.; la seconda per costruire immagini, alimentare leggende, fomentare miti che potessero rafforzare l’immagine dei vini, compiacere e convincere platee sempre più ampie di consumatori.

Un insieme, quello del mondo scientifico, ed un altro insieme, quello degli affabulatori di folle, separati, ma accomunati dall’intento di realizzare e promuovere al meglio un prodotto strategico per la bilancia commerciale italiana. In alcuni casi attraverso affermazioni scarsamente fondate dal punto di vista scientifico, ma di forte impatto.

La capacità produttiva di questi insiemi raggiunge volumi tali da far dimenticare un anello della *supply chain*, che lega la produzione all’acquisto ovvero quello della commercializzazione.

L’opera di Erica Varese, Angela Tarabella, Stefania Buffagni e Giorgia Andreis occupa questo spazio compresso, contribuendo a costruire un sistema vino, per le interconnessioni che esplicita tra prodotto, produttori, distributori, commercianti, sistemi normativi ecc.

L’abitudine a frequentare enoteche o ipermercati virtuali per compiere acquisti può erroneamente inculcare nel consumatore l’idea di muoversi in uno spazio virtuale, governato solamente da regole in apparenza molto semplici: descrizione del

¹ Riccardo Beltramo è professore ordinario di *Operations Management* e Presidente del Corso di Studi in Amministrazione Aziendale, in modalità telematica, all’Università degli Studi di Torino.

È Presidente del Centro interdipartimentale sui rischi naturali in ambiente montano e collinare – NATRISK. È stato anche Direttore del Dipartimento di Scienze Merceologiche e membro del Consiglio Direttivo dell’Accademia Italiana di Scienze Merceologiche (AISME), di cui è attualmente socio.

prodotto, scelte di acquisto operate con pulsanti altrettanto virtuali, movimenti in dare e in avere di denaro elettronico.

Alle spalle di questa realtà virtuale, ce n'è una vera, molto più complicata, che vede la sovrapposizione di operazioni svolte da soggetti diversi, poste a garanzia del consumatore.

A chi si rivolge questo testo? In primo luogo a coloro (operatori del settore alimentare e consumatori) che desiderano affinare le proprie conoscenze sui temi dei diritti e regimi doganali e delle informazioni sugli alimenti ai consumatori, declinati anche nel settore vitivinicolo.

Il primo elemento che emerge da uno sguardo panoramico sul contenuto del testo è la gradualità dell'approccio scelto dalle Autrici per accompagnare il Lettore. La partenza affronta un tema generale, il concetto di qualità, proposto in modo funzionale ai successivi approfondimenti che investono problematiche complicate ed attuali, affrontate con dovizia di esempi ed argomentazioni molto circostanziate.

Man mano che si procede nella lettura, gli operatori del settore hanno a disposizione una guida aggiornata che mette in evidenza vincoli ed opportunità presentati dal panorama normativo e dagli strumenti volontari per la qualificazione delle aziende e dei prodotti.

Per simmetria, gli stessi elementi sono a disposizione dei consumatori i quali, nel leggere le informazioni riportate in etichetta, possono affrontare le scelte di acquisto in modo consapevole, premiando i produttori più attenti a comunicare le caratteristiche dei loro prodotti e a rendere pubbliche le proprie scelte di politiche aziendali, attente alla soddisfazione del cliente, ma anche tali da considerare il rapporto tra la produzione e l'ambiente ed altri aspetti volontari, sempre più importanti.

Infine, coloro che potranno trarre immediato beneficio dalla lettura e dallo studio del testo sono gli Studenti universitari i quali, grazie all'impostazione ampia e multidisciplinare loro proposta, si trovano tra le mani un saggio della complessità che accompagna un prodotto in tutto il ciclo di vita. Un modo di forte impatto, ma certamente efficace per aiutare a capire che il "virtuale" ha alle spalle un imprescindibile reale, basato su merci, prodotti, tecniche, regole e valori.

Le considerazioni brevemente argomentate, a sostegno dell'opera "V.E.DO. Vini Etichettature Dogane", conducono anche alle felicitazioni che desidero esprimere alle Colleghe, che ci offrono un nuovo strumento nell'ambito di un tema che continuano a trattare con passione e competenza, quello degli scambi commerciali internazionali, coinvolgendo soggetti pubblici e privati, per presentare, in ogni occasione, opere rigorose ed aggiornate.

Premessa

Erica Varese

*It's not what you look at that matters,
it's what you see*
Henry David Thoreau (1817-1862)

“Vino” è la prima parola scelta per il titolo di questa monografia perché può essere considerato il *fil rouge* di questo lavoro: esso, infatti, oltre ad essere, secondo recenti dati Ismea, il settore trainante dell'*export* agro-alimentare italiano, è contraddistinto da “segni di qualità” cogenti e volontari.

Oggi, il termine “qualità” è ampiamente diffuso ed utilizzato nel vocabolario sia dei consumatori sia delle imprese e, nel corso dei millenni, ha assunto connotazioni e significati davvero differenti.

Nel settore agro-alimentare, si possono distinguere caratteristiche qualitative di un alimento discendenti dal rispetto di normative cogenti (“qualità legale”) e/o da disposizioni cui gli Operatori del settore alimentare scelgono di sottostare, per conferire ai loro prodotti ulteriori attestazioni oggettive di “qualità” (“qualità volontaria”).

Date le numerose accezioni del termine, si è deciso di dedicare la Prima Parte di questo volume alla presentazione dell'evoluzione che il concetto di “qualità” ha avuto nel corso del tempo e di proporre una modalità per la sua determinazione.

Il sistema agro-alimentare ed i suoi *out-put* sono caratterizzati dalla presenza di numerosi “segni di qualità” che gli Operatori del settore possono discrezionalmente scegliere. L'*export* agro-alimentare italiano, dal 2010 al 2015 (primo trimestre), è in continua crescita e presenta un andamento sostenuto rispetto all'esportazione italiana complessiva; il vino ne rappresenta una delle principali componenti.

La Seconda e la Terza Parte della monografia sono dedicate a due “segni di qualità” cogenti: i diritti ed i regimi doganali previsti nell'Unione europea e la disciplina della fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori.

Si tratta di disposizioni che nei prossimi mesi saranno oggetto di innovazioni.

L'anno 2016, infatti, nell'intento del Legislatore, sarà portatore di importanti novità con riferimento alle tematiche sia doganali (il 1° maggio 2016 dovrebbe entrare in applicazione il Codice doganale dell'Unione) sia a quelle della fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori (il 13 dicembre 2016, entrerà in appli-

cazione l'indicazione relativa all'obbligatorietà della dichiarazione nutrizionale).

Entrambe le normative impongono agli Operatori del settore alimentare il rispetto di determinate regole che, di riflesso, contribuiscono a determinare caratteristiche qualitative "legali" agli *out-put* aziendali che questi producono.

Nel terzo millennio, le strategie aziendali per il commercio internazionale non possono prescindere dalla conoscenza dei diritti doganali e delle principali caratteristiche delle destinazioni doganali.

La conoscenza degli oneri (economici e finanziari) correlati alle operazioni doganali e l'individuazione preventiva del corretto dazio applicabile alle merci rappresentano uno strumento indispensabile per la pianificazione del *business plan* aziendale.

Si evidenzia come le recenti modifiche della normativa doganale dirette ad aumentare il livello di sicurezza dei commerci, abbiano fra l'altro introdotto stringenti regole per l'ingresso delle merci nell'Unione, al fine di tutelare l'ambiente, garantire la sicurezza dei prodotti, la salute dei consumatori e la protezione dei cittadini in genere.

L'Operatore deve saper discernere tra le diverse opportunità che la normativa offre, a seconda della finalità che con quelle merci si prefigge di conseguire.

Egli deve altresì conoscere la disciplina concernente la fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, nata nell'allora Comunità economica europea (ora Unione europea) quasi 40 anni fa con la direttiva 79/112/Cee.

Negli anni, il Legislatore ha avvertito la necessità di predisporre modifiche volte sia all'eliminazione di ostacoli alla libera circolazione delle merci nel territorio dell'Unione europea, sia alla previsione di un più elevato livello di tutela dei consumatori.

I consumatori, con riferimento alla realizzazione dei bisogni, pare siano passati dalla mera soddisfazione dei *needs* (bisogni in senso stretto) ai *wants* (desideri): si ritiene evidente, quindi, che l'etichettatura rappresenti uno strumento imprescindibile per le imprese anche per orientare i consumatori nelle loro preferenze.

A tal proposito, il Legislatore dell'Unione con il regolamento (Ue) n. 1169/2011 ha voluto rafforzare il quadro giuridico relativo alle informazioni sui prodotti alimentari fornite ai consumatori da parte degli Operatori del settore alimentare in tutte le fasi della filiera. La normativa è stata predisposta con l'intento di stabilire una maggiore protezione dei consumatori anche grazie ad un'etichettatura degli alimenti più chiara, più comprensibile e più leggibile. I contenuti del regolamento non sono considerabili come una semplice evoluzione della disciplina ma rappresentano una vera e propria "rivoluzione", prevedendo un maggior coinvolgimento di tutti gli attori della filiera agro-alimentare (dalle imprese al consumatore).

Si desidera osservare, tuttavia, che se da un lato risulta necessario che le imprese, nel predisporre l'etichettatura, seguano "pratiche leali di informazione", dall'altro, appare imprescindibile che il consumatore acquisisca conoscenze utili per comprendere le indicazioni obbligatorie e quelle facoltative a corredo degli alimenti. Tali conoscenze appaiono imprescindibili per poter compiere scelte oculate ed informate, anche vagliando le caratteristiche merceologiche degli alimenti.

La Quarta Parte, in conclusione, affronta nello specifico il tema dei diritti doganali e dell'etichettatura del vino.

La redazione di questo volume è stata possibile grazie alla collaborazione di Autori che, negli anni, hanno maturato significative esperienze con riferimento alla merceologia intesa come disciplina che studia le merci, le loro caratteristiche qualitative e le modalità attraverso cui queste possono essere commercializzate.

L'intento è stato quello di predisporre un utile strumento per orientare il Lettore (impresa o consumatore) nel complesso "mondo" delle "dogane" e dell'"etichettatura" degli alimenti, con particolare attenzione al vino.

Questa monografia, tra l'altro, completa ed aggiorna i volumi pubblicati da Giapichelli nel 2012 "*Dazi e regimi doganali*" e "*Consumatori e imprese. La disciplina delle informazioni sugli alimenti. Considerazioni merceologiche e normative*".

Desidero personalmente ringraziare per le preziose informazioni e per gli interessanti spunti di riflessione (in ordine alfabetico):

Riccardo Beltramo, Sezione di Scienze Merceologiche, Dipartimento di Management, Università degli Studi di Torino;

Lisa Bernstein, SA8000, Social Accountability Accreditation Services (SAAS), New York – NY;

Luigi Bollani, Dipartimento di Scienze economico-sociali e matematico-statistiche, Università degli Studi di Torino;

Francesco Caruso, Agenzia delle Dogane e dei Monopoli;

Leopoldo Cassibba, economista agrario, già Docente della Facoltà di Agraria dell'Università degli Studi di Torino, già Dirigente presso l'Assessorato Agricoltura della Regione Piemonte;

Pieter Ravaglia, Ministero dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare, Direzione generale per lo sviluppo sostenibile, per il danno ambientale e per i rapporti con l'Unione europea e gli organismi internazionali;

Claudio Vagnarelli, Agenzia delle Dogane e dei Monopoli;

Salvatore Veltri, Agenzia delle Dogane e dei Monopoli;

Enrica Vesce, Sezione di Scienze Merceologiche, Dipartimento di Management, Università degli Studi di Torino.

V.E.DO. è certamente l'acronimo dei tre principali temi trattati nella presente monografia (Vini Etichettature Dogane) ma è anche la prima persona singolare del verbo transitivo *vedere*, dal latino *videre*, che tra i suoi significati ha anche quello di *conoscere*, di *capire*¹.

¹ Aa.Vv. (2007), *Lo Zingarelli*, Zanichelli, Bologna, p. 2056.

Ciò che “vedo” è il risultato di un’azione osservativa: do un primo sguardo e, poi, grazie alla presa di coscienza (salto qualitativo) giungo alla comprensione di quanto osservato.

Auspicio, quindi, che il Lettore “guardato” il testo, possa più chiaramente “vedere” (capire) i temi oggetto di questo volume.

Parte Prima

**“QUALITÀ” E SISTEMA
AGRO-ALIMENTARE:
SEGNI COGENTI E VOLONTARI.
IL CASO DEL VINO**

I.1.1) prevedeva sanzioni in caso di non rispetto di caratteristiche qualitative minime per la realizzazione di un'abitazione³⁻⁴⁻⁵:

«Se un costruttore costruisce una casa per abitazione e non la rende solida e la casa costruita crolla causando la morte del proprietario della casa, quel costruttore sarà messo a morte.

Se causa la morte di un figlio del proprietario della casa, sarà messo a morte un figlio del costruttore.

Se causa la morte di uno schiavo del proprietario della casa, il costruttore darà al proprietario della casa uno schiavo di ugual valore.

Se distrugge delle proprietà, egli dovrà ricostruire quanto distrutto e poiché non ha costruito una casa solida, egli ricostruirà la casa crollata a sue spese.

Figura I.1.1. – Codice di Hammurabi



Fonte: Centro studi la runa, *Il codice di Hammurabi*, in <http://www.centrostudilaruna.it/codicedihammurabi.html>, consultato il 1° dicembre 2015.

Se il costruttore costruisce una casa e la costruzione non soddisfa le aspettative del proprietario e un muro crolla, quel costruttore dovrà rinforzare il muro a sue spese».

Questo esempio mette in luce come nella società babilonese il non rispetto di standard qualitativi indispensabili per la costruzione di case costituisse un reato che aveva per effetto l'irrogazione di una sanzione rappresentata, sostanzialmente dal taglione.

Per attestare la presenza, fin dal passato, di strumenti atti a validare il rispetto di determinate caratteristiche qualitative,

donne e degli schiavi. Ad Hammurabi è riconosciuto il merito di aver definito precisamente i reati, di aver indicato le conseguenti sanzioni, evitando così che le eventuali condanne fossero lasciate al giudizio arbitrario dei giudici. In mancanza di un "codice", infatti, i giudizi di questi ultimi sarebbero potuti risultare talvolta sproporzionati rispetto al reato commesso e/o, in altri casi, influenzati da personali interessi.

M.A. Tolazzi (2015), *L'arte svelata. Volume primo*, Robertson Edizioni, Tarcento (Udine) (IT), p. 34.

P. Mirabella (2009), *L'uomo e i suoi diritti: una riflessione etica a partire dalla dichiarazione universale dei diritti dell'uomo*, Effatà Editrice, Cantalupa (Torino) (IT), p. 46.

² Hammurabi, Re della prima dinastia di Babele, regnò tra il 1792-1750 a.C.

M. Van De Mieroop (2005), *King Hammurabi of Babylon: a biography*, Blackwell Publishing, Oxford (UK), p. 1.

³ R. Giovagnoli (2011), *Il nuovo regolamento sui contratti pubblici*, Giuffrè, Milano (IT), p. 770.

⁴ F. Laner (1993), *Il limite della dispersione: controllo e sperimentazione dei componenti edilizi*, Franco Angeli, Milano (IT), p. 65.

⁵ V. Perrone (2014), *Il cemento armato con il vecchio metodo delle tensioni ammissibili (volume primo)*, Lulu.com Editore (IT), p. XL.

è abitualmente citata una decorazione pittorica rinvenuta nella tomba di Rekh-Mi-Re⁶ a Tebe, datata 1450 a.C. In un particolare, essa mostra come, mediante l’ausilio di una corda e di due bastoni, sia possibile controllare la caratteristica qualitativa della “perpendicolarità” dei blocchi di pietra (Figura I.1.2)⁷.

Figura I.1.2. – Verifica della caratteristica qualitativa “perpendicolarità” di un blocco di pietra



Fonte: Acc, *Brick making in the tomb of King Rekhmire the visor in Thebes*, in <https://acc.dau.mil/communitybrowser.aspx?id=520913>, consultato il 1° dicembre 2015.

I Fenici⁸ (1200-300 a.C. circa) elaborarono delle specifiche qualitative e, qualora esse fossero state violate ripetutamente, ispettori appositamente preposti ai controlli erano incaricati di eliminare il ripetersi di irregolarità tagliando la mano a chi avesse realizzato un manufatto non conforme agli standard.⁹

⁶ Rekh-Mi-Re fu *visir* e governatore di Tebe (seconda metà del II millennio a.C.) durante i regni di Tuthmosis III e di Amenophis II. Nella sua tomba sono raffigurate scene abituali della vita quotidiana e, in particolare, è rappresentata l’attività del *visir*: egli doveva svolgere funzioni giudiziarie e finanziarie, gestire l’esercito, la marina, l’agricoltura, gli affari interni, occuparsi della riscossione dei tributi ed anche sovrintendere alla verifica del lavoro di artigiani e di operai.

N.G. Davies (1943), *The Tomb of Rekh-mi-Re at Thebes. Volume I & II*, Publications of the Metropolitan Museum of Art, New York – NY (USA).

⁷ S. Farné (2010), *Qualità operativa. Ottimizzare per competere e raggiungere l’eccellenza*, Franco Angeli, Milano (IT), p. 29.

J.A. Bosch (edited by) (1995), *Evolution of measurement*, Marcel Dekker Inc., New York – NY (USA), p. 2.

⁸ M. Guidetti (a cura di), (2004), *Storia del Mediterraneo nell’antichità: 9°-1° secolo a.C.*, Jaca Book, Milano (IT), pp. 17-45.

⁹ E.L. Gambel (2004), *Qualità totale: il metodo Gambel per raggiungere il miglioramento e la certificazione: testimonianze ABI, Franco Acqua Vera, AICQ, Certiagro, Cicrespi, CISQ*, Franco Angeli, Milano (IT), p. 23.