

## Etichettatura di prossimità e filiere corte: uno sguardo comparato

Matteo Ferrari

### 1.- Introduzione

Studi recenti hanno evidenziato il forte richiamo che riferimenti alla provenienza locale degli alimenti sono in grado di esercitare sui consumatori. Si tratta di un fenomeno che trova riscontro su entrambe le sponde dell'Atlantico. Uno studio europeo del 2013 riporta il crescente *appeal* che tale indicazione ha per i consumatori europei complessivamente considerati, nonostante le differenze che esistono tra sud e nord Europa<sup>1</sup>. Similmente, un report del Department of Agriculture statunitense del 2015 testimonia la forte presa che forme di etichettatura da filiera corta hanno sui consumatori del nuovo mondo<sup>2</sup>. Anche il Canada non rappresenta un'eccezione rispetto al quadro fin qui delineato: per il 42.5% dei canadesi il consumo di cibo locale è estremamente importante<sup>3</sup>. Non desta quindi sorpresa che l'offerta si stia adeguando in misura significativa alla domanda di prodotti locali.

Le ragioni che spingono i consumatori europei e nordamericani ad acquistare prodotti locali sono varie<sup>4</sup>. In primo luogo vi sono esigenze legate alla sicurezza e qualità degli alimenti: i prodotti locali sono infatti percepiti come più sicuri e, soprattutto, di qualità superiore rispetto agli altri prodotti. Con riferimento a quest'ultimo profilo, dalle interviste compiute emerge come un fattore centrale sia rap-

presentato dalla freschezza degli alimenti, che si presume maggiore nel caso di prodotti di origine prossima. In secondo luogo vi sono ragioni connesse alla tutela dell'ambiente: la vicinanza alla fonte di produzione dell'alimento dovrebbe garantire un minor impatto sull'ecosistema. Ancora, i consumatori dichiarano di acquistare alimenti locali per dare supporto all'economia locale e per ottenere un prezzo più vantaggioso: in quest'ultimo caso, l'assenza di una serie di intermediari permetterebbe di vendere il prodotto ad un prezzo inferiore rispetto a quello possibile in una filiera lunga. Va da sé che non si tratta di ragioni esclusive: il consumatore può comperare un prodotto locale per una o più delle motivazioni indicate, attribuendo una pluralità di significati alla sua scelta di acquisto.

Un ulteriore aspetto preliminare di interesse per la nostra analisi riguarda la tipologia di prodotti più interessati a forme di etichettatura "locale". In particolare si tratta di prodotti ortofrutticoli freschi e, anche se in misura minore, di carni e prodotti lattiero-caseari<sup>5</sup>. Prodotti, quindi, sia che richiedono processi di trasformazione differenti, sia che implicano tecniche di conservazione e gradi di deperibilità diversi.

Gli elementi indicati sono di grande rilievo non solo dal punto di vista economico, ma anche da quello giuridico. Ci si può, infatti, legittimamente interrogare su quali siano gli strumenti più efficaci che l'ordinamento mette a disposizione per valorizzare gli alimenti locali, incentivandone la produzione e distribuzione; nonché se le diverse tipologie di prodotto implicino esigenze di tutela diverse. I temi giuridici interessati dalle dinamiche di mercato evocate sono molteplici: dalle regole che presiedono alla sicurezza dei prodotti agroalimentari locali<sup>6</sup> ai rapporti tra

(<sup>1</sup>) M. Kneafsey et al., *Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics*, Joint Research Centre Scientific and Policy Reports, European Commission, 2013, 35 ss.

(<sup>2</sup>) S.A. Low et al., *Trends in U.S. Local and Regional Food Systems*, Ap-068, USDA Economic Research Service, 2015, 1 ss.

(<sup>3</sup>) J. Edge, *Cultivating Opportunities. Canada's Growing Appetite for Local Food*, Conference Board of Canada, 2013, 16.

(<sup>4</sup>) Kneafsey et al., *Short Food Supply*, cit., 36 ss.; Edge, *Cultivating Opportunities*, cit., 16 ss.; Low et al., *Trends in U.S. Local*, cit., 30 ss.

(<sup>5</sup>) Kneafsey et al., *Short Food Supply*, cit., 47; Low et al., *Trends in U.S. Local*, cit., 12, dove i prodotti ortofrutticoli risultano i più venduti in termini di volume d'affari.

(<sup>6</sup>) G. Strambi, *I farmers markets e la normativa sull'igiene degli alimenti*, in *Rivista di diritto alimentare*, 2008, 3, 8; per alcune considerazioni sulla situazione negli Stati Uniti N.R. Johnson, A.B. Endres, *Small Producers, Big Hurdles: Barriers Facing Producers of "Local Foods"*, in 33 *Hamline Journal of Public Law and Policy* 49 (2011); D. Braaten, M. Coit, *Legal Issues in Local Food Systems*, in 15 *Drake Journal of Agricultural Law* 9 (2010), 18.

agricoltura biologica e filiera corta<sup>7</sup>, passando per gli interventi di regolazione pubblica della vendita diretta<sup>8</sup> e dei mercati contadini<sup>9</sup>, solo per fare alcuni esempi. In questo contesto si è scelto di concentrare l'attenzione su un aspetto specifico, vale a dire l'etichettatura come "locale" di prodotti a filiera corta. In altri termini, a quali condizioni è possibile apporre su un prodotto l'indicazione *locale*? Prima di provare a fornire una risposta a tale quesito è opportuno premettere due chiarimenti. In primo luogo è bene esplicitare la distinzione tra vendita diretta e filiera alimentare corta: le due espressioni alludono infatti a fenomeni parzialmente diversi. Con la prima si intende "la vendita effettuata direttamente dal produttore al consumatore, senza l'intervento di intermediari dal lato della vendita"; con la seconda, invece, si intendono "le vendite effettuate da un agricoltore ad un consumatore tramite un numero ridotto di intermediari"<sup>10</sup>. Ora, è solo con riferimento alla filiera alimentare corta che si pone un problema reale di utilizzo del termine locale in etichetta; viceversa, nel caso della vendita diretta tra consumatore e produttore si instaura un rapporto non mediato, in cui il primo si reca presso il luogo di produzione o entra comunque in contatto diretto con il produttore. In altri termini, non serve qui assicurare il consumatore tramite un'indicazione in eti-

chetta che lo renda edotto del carattere locale dell'alimento, in quanto si tratta di una informazione che può ragionevolmente trovare da sé. Facendo leva su tale considerazione, nel contributo si tralasceranno riferimenti alla vendita diretta. Il secondo chiarimento riguarda il metodo di analisi impiegato. Come già evidenziato, la valorizzazione del carattere locale delle produzioni agroalimentari rappresenta un fenomeno comune ad aree geografiche anche distanti tra loro: non sorprende quindi che ordinamenti diversi si siano trovati a dover affrontare il medesimo problema giuridico, cioè le condizioni di utilizzo del termine locale in etichetta. Ciò ha portato a condurre un'indagine che ponga in esponente il dato comparatistico, raffrontando le soluzioni che esperienze giuridiche diverse hanno fornito alla medesima questione<sup>11</sup>.

## 2.- La nozione di prodotto locale

Il primo aspetto che merita attenzione riguarda la definizione di cosa si debba intendere per prodotto locale. La riflessione di partenza comune alle tre esperienze considerate è che non esiste una definizione univoca del termine *locale*, alla luce dell'ovvia considerazione per cui soggetti diversi attribuiscono significati diversi all'aggettivo in parola.<sup>12</sup> Ciò nono-

(<sup>7</sup>) A. Tommasini, *Produzioni biologiche e filiera corta in funzione di un'alimentazione sostenibile*, in *Rivista di diritto agrario*, 2014, I, 33; E. Cristiani, *La filiera corta in agricoltura biologica*, in *q. Riv. [www.rivistadirittoalimentare.it](http://www.rivistadirittoalimentare.it)* n. 3-2008, p.15.

(<sup>8</sup>) F. Albisinni, *La vendita diretta dei prodotti agricoli*, in L. Costato, A. Germanò, E. Rook Basile (a cura di) *Trattato di diritto agrario*, Utet, Torino, I, 263; M.R. Alabrese, *La vendita diretta dei prodotti agricoli*, in *Rivista di diritto alimentare*, 2008, 3, 3; S. Masini, *I mercati (mercati degli imprenditori agricoli a vendita diretta)*, in *Diritto e giurisprudenza agraria, alimentare e dell'ambiente*, 2007, 289; A. Germanò, *Commento all'art. 4 D. Lg. 228/2001*, in *Rivista di diritto agrario*, 2002, 275. Con riferimento all'esperienza statunitense A. Condra, *Cottage Food Laws in the United States*, Report, Harvard Food Law and Policy Clinic (2013); M. Shirley, *Food Ordinances: Encouraging Eating Local*, in *37 William and Mary Environmental Law and Policy Review* 511 (2013).

(<sup>9</sup>) E. Sirsi, *I mercati contadini tra teoria e prassi*, in *q. Riv. [www.rivistadirittoalimentare.it](http://www.rivistadirittoalimentare.it)* n.3-2008, p. 2; A. Rossi, G. Brunori, F. Guidi, *I mercati contadini: un'esperienza di innovazione di fronte ai dilemmi della crescita*, in *q. Riv. [www.rivistadirittoalimentare.it](http://www.rivistadirittoalimentare.it)* n.3-2008, p. 21. Con riferimento all'esperienza USA D. Viti, *L'esperienza dei Farmers' markets negli USA tra food security e food safety*, in *q. Riv. [www.rivistadirittoalimentare.it](http://www.rivistadirittoalimentare.it)* n. 4-2008, p. 43.

(<sup>10</sup>) Entrambe le definizioni sono contenute nella Relazione della Commissione al Parlamento europeo e al Consiglio sull'opportunità di istituire un regime di etichettatura relativo all'agricoltura locale e alla vendita diretta, COM(2013) 866, 6 dicembre 2013, 4. Si noti come nel caso della vendita diretta si faccia riferimento al produttore, mentre per le filiere alimentari corte all'agricoltore. Nel proseguo del documento non viene evidenziata la ragione di questa differenziazione terminologica, che d'altra parte non trova riscontro nei testi inglese, tedesco, spagnolo e francese della Relazione, dove si utilizza unicamente il termine agricoltore. Si può quindi ragionevolmente ritenere che la distinzione tra produttore e agricoltore presente nella versione italiana sia un errore in cui si è incappati in sede di traduzione.

(<sup>11</sup>) Si tratta, in altri termini, di quello che i cultori del diritto comparato chiamano *metodo funzionalista*, in cui il problema rappresenta il punto di partenza che permette il raffronto tra le soluzioni approntate nei diversi ordinamenti considerati.

(<sup>12</sup>) S. Martinez et al., *Local Food Systems. Concepts, Impacts, and Issues*, USDA Economic Research Report, 97, 2010, iii; Relazione della Commissione COM(2013) 866, cit., 4-5; Edge, *Cultivating Opportunities*, cit., 6.

stante, una lettura più attenta permette di cogliere alcune differenze. L'approccio europeo può essere riassunto nello slogan: *let the consumer decide!* Infatti, la relazione della Commissione del 2013 ritiene che, "tenendo conto delle svariate interpretazioni dell'espressione 'zona locale', una definizione a livello dell'UE sembrerebbe arbitraria. Sostanzialmente è il consumatore a decidere se un prodotto provenga o meno da una 'zona locale'<sup>13</sup>. Nell'ordinamento statunitense troviamo invece una definizione di *local*, anche se tale definizione è contenuta in una legge che non ha quale scopo quello di disciplinare forme di etichettatura di prossimità, bensì di offrire una definizione utile per poter accedere a programmi pubblici di credito<sup>14</sup>. In base a tale disposizione, un prodotto agroalimentare può essere considerato *locally produced* se viene venduto entro un raggio di quattrocento miglia dal luogo di produzione oppure entro i confini dello stato in cui è stato prodotto<sup>15</sup>. Infine, l'esperienza canadese è quella che ha cercato di offrire una definizione più precisa di quando si possano inserire in etichetta *local food claims*. La *Canadian Food Inspection Agency*, l'ente federale canadese che ha competenze anche in materia di controllo delle etichette dei prodotti alimentari, ha pubblicato nel 2014 una *Interim Policy* in base alla quale un prodotto può essere etichettato come *local* se è stato prodotto nella Provincia o Territorio in cui è venduto, oppure se è venduto entro un raggio di cinquanta chilometri dai confini della Provincia o Territorio in cui è stato prodotto<sup>16</sup>. Per quanto arbitrarie e ampie possano apparire<sup>17</sup>, le definizioni apprestate dai regolatori statunitense e canadese rappresentano un primo tentativo di porre rimedio ad una situazione che costituisce fonte di confusione. L'Unione euro-

pea ha preferito mantenere un atteggiamento più cauto sul piano definitorio, concentrandosi maggiormente sul tipo di strumenti che i produttori possono utilizzare per comunicare al mercato la provenienza locale dei propri prodotti, come si vedrà nella sezione seguente.

### 3.- *Gli strumenti di tutela*

Mentre negli Stati Uniti e Canada il tentativo si è concentrato fin da subito sulla regolamentazione dei *voluntary claims* che possono essere inseriti in etichetta per rendere edotti i consumatori del carattere di prossimità dei prodotti venduti, il panorama europeo è caratterizzato da una maggiore complessità, senza che si sia peraltro ancora imboccato un preciso percorso normativo. Questo non deve stupire: la ricca disciplina offerta dalla legislazione comunitaria non solo in materia di etichettatura, ma anche di regimi di qualità permette di delineare strategie regolative diverse. Non è un caso che la relazione della Commissione del 2013 ipotizzi due possibili soluzioni. La prima consiste nella possibilità di creare un regime di etichettatura specifico, che: a) sia facoltativo per i produttori; b) eviti procedure di certificazione ed accreditamento; c) fornisca chiari criteri di ammissibilità<sup>18</sup>. Su questo ultimo punto il documento non offre ulteriori indicazioni: si tratta tuttavia di un punto essenziale per riempire di contenuti un regime che altrimenti rimarrebbe privo di effettività, anche alla luce della scelta europea di non offrire alcuna definizione (quantomeno per ora) di cosa si debba intendere per locale. Ciò che la Commissione aggiunge è che il regime di etichettatura dovrebbe essere integrato con misure di sostegno che supportino i produttori nell'individuare

<sup>(13)</sup> Relazione della Commissione COM(2013) 866, *cit.*, 5.

<sup>(14)</sup> B. Rose, *Locally Grown Food: Examining the Ambiguity of the Term 'Local' in Food Marketing*, in 9 *Journal of Food Law & Policy* 135 (2013).

<sup>(15)</sup> Food, Conservation, and Energy Act, 2008, sez. 6015. Si veda Rose, *Locally Grown*, *cit.* Per una disamina delle iniziative intraprese dalla presidenza Obama per fornire supporto a forme di agricoltura locale si veda S.J. Morath, *The Farmer in Chief: Obama's Local Food Legacy*, in 93 *Oregon Law Review* 91 (2014).

<sup>(16)</sup> La Policy è visualizzabile al seguente indirizzo: <http://www.inspection.gc.ca/food/labelling/food-labelling-for-industry/origin/local-food-claims/eng/1368135927256/1368136146333>.

<sup>(17)</sup> Ad es. con riferimento all'esperienza statunitense, Rose, *Locally Grown*, *cit.*, 141, pone in evidenza come la definizione contenuta nella legislazione del 2008 non sia in linea con le aspettative dei consumatori, che normalmente riferiscono il termine *local* ad un ambito territoriale più circoscritto rispetto a quello delineato dal legislatore federale.

<sup>(18)</sup> Relazione della Commissione COM(2013) 866, *cit.*, 10.

ed implementare strumenti di vendita alternativi<sup>19</sup>.

La seconda proposta avanzata dalla Commissione riguarda la creazione di una indicazione facoltativa di qualità. Come noto, il reg. 1151/2012 prevede la possibilità di istituire regimi di indicazioni facoltative di qualità tramite le quali “agevolare la comunicazione, da parte dei produttori, nel mercato interno delle caratteristiche o proprietà dei prodotti agricoli che conferiscono a questi ultimi valore aggiunto”<sup>20</sup>. Si tratta di una proposta che si spiega anche in ragione del fatto che proprio il reg. 1151/2012, all’art. 55, aveva previsto che la Commissione dovesse elaborare una relazione “sull’opportunità di istituire un nuovo regime di etichettatura relativo all’agricoltura locale e alla vendita diretta”. Già quindi la disposizione del 2012 sembrava prefigurare la possibilità di ricondurre forme di etichettatura di prossimità all’interno dei regimi di qualità. La Commissione precisa in minima parte il possibile contenuto di questa nuova indicazione facoltativa di qualità<sup>21</sup>: dovrebbe consistere solo in un testo, e non in un logo o simbolo; dovrebbe inoltre contemplare le modalità tramite cui regolare la compresenza dell’indicazione comunitaria con eventuali regimi di etichettatura nazionali o locali, pubblici o privati. Qualche indicazione ulteriore, seppur di carattere generale, può essere tratta dall’art. 29, par. 1 del reg. 1151/2012, il quale specifica i criteri che le indicazioni facoltative devono soddisfare. In primo luogo l’indicazione si deve riferire ad una caratteristica di una o più categorie di prodotti; inoltre, tale indicazione deve conferire valore al prodotto rispetto a prodotti simili; infine, l’indicazione deve avere una dimensione europea. Quest’ultimo riferimento si ricollega evidentemente al delicato rapporto tra indicazione facoltativa di qualità e principio di libera circolazione delle merci. Ciò che il legislatore comunitario vuole evitare è che, per il tramite di un’indicazione di qua-

lità, si introducano forme surrettizie di valorizzazione dei prodotti ancorate alla loro provenienza geografica e riservate solo ad alcuni operatori operanti nelle zone geografiche evocate. Per la Commissione risulta invece decisivo che lo strumento di valorizzazione sia accessibile a tutti gli operatori comunitari, a prescindere dalla loro zona di appartenenza<sup>22</sup>: di qui il riferimento alla dimensione comunitaria, quasi a voler rimarcare la necessità che l’indicazione sia utilizzabile da tutti i produttori europei. Trasversale, poi, rispetto alla distinzione tra etichettatura e indicazioni (facoltative) di qualità il limite generale per cui le informazioni fornite non devono essere false o decettive e, in ogni caso, devono evitare di creare rischi di confusione a danno dei consumatori.

Come si accennava, la situazione è molto meno frastagliata nel nuovo mondo, dove l’indicazione locale viene ricondotta univocamente all’interno della disciplina dell’etichettatura. D’altro canto oltreoceano difetta una cornice regolativa in materia di qualità analoga a quella prevista in Europa dal reg. 1151/2012, per cui si potrebbe dire che mancano prima di tutto principi e concetti che permettano di ricondurre l’espressione *local* nell’alveo della nozione di qualità. Va poi ulteriormente notato come la possibilità di comunicare al mercato informazioni circa le caratteristiche dei propri prodotti costituisca, quantomeno negli Stati Uniti, un diritto costituzionale, particolarmente forte, che rientra nel più ampio genus del c.d. *free speech*. Tale diritto può essere limitato solo se, nel campo specifico dell’etichettatura, agevola la diffusione di informazioni *false* o *misleading*, per cui diviene mezzo per trarre in inganno i consumatori e per competere in modo sleale con i concorrenti. Ciò precisato, con riferimento specifico all’etichettatura di prossimità, dobbiamo differenziare la nostra analisi in ragione del-

<sup>(19)</sup> Id. 11.

<sup>(20)</sup> Art. 27, Regolamento (UE) 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio del 21 novembre 2012 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari.

<sup>(21)</sup> In aggiunta, la Commissione specifica alcuni dei vantaggi che si avrebbero creando un’indicazione facoltativa di qualità: oneri amministrativi, finanziari e di controllo limitati; protezione contro usi impropri e frodi; possibilità di utilizzare meccanismi comunitari di sostegno, specie nell’ambito degli interventi di sviluppo rurale.

<sup>(22)</sup> In tal senso I. Canfora, *Quando la Corte costituzionale è più realista del re. Sugli ostacoli alla libera circolazione delle merci derivanti da leggi regionali che valorizzano i prodotti locali*, in *Riv. dir. agr.*, 2014, II, 32, 40. Si veda anche F. Albisinni, *Continuiamo a farci del male: la Corte costituzionale e il Made in Lazio*, in *Diritto e giurisprudenza agraria, alimentare e dell’ambiente*, 2012, 526, 533; A. Germanò, *Le indicazioni in etichetta (e la loro natura) e i segni degli alimenti*, in *Riv. dir. agr.* 2012, I, 207, 251 ss.

l'ordinamento, canadese o statunitense, preso in considerazione. In Canada esistono delle *policy guidelines* che non solo offrono una definizione di *local*, come già indicato, ma che ulteriormente specificano le condizioni di utilizzo, prevedendo che l'uso del *claim* sia volontario, stabilendo che tale uso non debba violare le disposizioni contenute nel *Food and Drugs Act*, con particolare riferimento al divieto di etichettare in modo falso o fuorviante un alimento e, infine, incoraggiando il produttore ad aggiungere *qualifiers* all'indicazione *local*, quali in particolare il nome della città da cui l'alimento proviene.

Negli Stati Uniti, invece, non esiste alcuna disposizione federale che regoli in modo specifico l'etichettatura di prossimità; anche la definizione di *locally produced* non riguarda direttamente il tema dell'etichettatura, bensì le politiche di supporto economico, come prima ricordato. Ciò non ha tuttavia significato che i singoli Stati non abbiano provato ad introdurre disposizioni idonee a colmare la lacuna a livello federale. È questo il caso del Vermont, che ha inserito nella propria legislazione una disposizione, ricompresa nella sezione dedicata al commercio e alla tutela dei consumatori, in base alla quale termini quali *local*, *locally grown* o simili possono essere utilizzati per prodotti che trovano la propria origine nello stato del Vermont o, nel caso in cui la loro origine si collochi fuori dai confini del Vermont, entro trenta miglia dal luogo in cui sono venduti<sup>23</sup>. Con riferimento a quest'ultima ipotesi, la norma aggiunge che la limitazione al raggio di trenta miglia non si applica nel caso in cui il termine *local* sia impiegato unitamente ad un'indicazione geografica specifica,

tanto che consista in un nome di una località (es.: *local to New England*) quanto in una precisa distanza geografica (es.: *local-within 100 miles*)<sup>24</sup>.

#### 4.- Considerazioni conclusive

L'analisi fin qui condotta evidenzia alcuni aspetti problematici. Il primo è rappresentato dai controlli: il carattere locale di un alimento è infatti un attributo che gli economisti definirebbero *credence*, cioè una qualità la cui presenza il consumatore non è in grado di valutare in modo autonomo neppure dopo l'atto di consumo<sup>25</sup>. Nel caso di attributi *credence*, il grado di fiducia che il consumatore deve riporre nell'informazione che gli viene fornita è massimo: come può infatti comprendere se la mela che sta gustando è veramente di provenienza locale come gli è stato detto? Il consumatore si fiderà dell'informazione fornitagli proporzionalmente al grado di verifica cui tale informazione è soggetta. Ma verificare le informazioni importa dei costi; e proprio nei costi si annida il secondo aspetto problematico. La comunicazione della Commissione esclude, ad esempio, il ricorso a sistemi di certificazione ed accreditamento nel caso di etichettatura di prossimità<sup>26</sup>; mentre per quanto riguarda l'indicazione facoltativa di qualità, non prende espressamente posizione sul punto, nonostante richiami i modesti oneri, anche sul piano dei controlli, che tali indicazioni comportano, quasi a voler indicare che anche in questo caso non si ricorrerà a forme di certificazione<sup>27</sup>. D'altro canto anche Stati Uniti e Canada non condizionano la possibilità di utilizzare il termi-

<sup>(23)</sup> 9 Vermont Statutes 2465a. Anche altri Stati federati hanno fornito definizioni di cosa intendere per *local*: si veda ad esempio il caso dell'Illinois, riportato in M. Galey, A.B. Endres, *Locating the Boundaries of Sustainable Agriculture*, in 17 *NEXUS Journal of Law and Public Policy* 3 (2012), 26 ss. Per un'analisi dei diversi livelli regolativi, statali e municipali, che negli USA possono concorrere a definire le politiche in materia di agricoltura locale, N. Hamilton, *Putting a Face on our Food: How State and Local Food Policies Can Promote the New Agriculture*, in 7 *Drake Journal of Agricultural Law* 407 (2002).

<sup>(24)</sup> La norma specifica che l'indicazione geografica deve essere accurata e che deve essere riportata con i medesimi caratteri e prominenza del termine *local*.

<sup>(25)</sup> P. Nelson, *Information and consumer behaviour*, in 78 *Journal of Political Economy* 311 (1970); M. Darby, E. Karni, *Free competition and the optimal amount of fraud*, in 16 *Journal of Law and Economics* 67 (1973); A. Wolinsky, *Competition in markets for credence goods*, in 151 *Journal of Institutional and Theoretical Economics* 117 (1995).

<sup>(26)</sup> Sulla relazione tra attributi *credence* e certificazioni B. Roe, I. Sheldon, *Credence good labelling: the efficiency and distributional implications of several policy approaches*, in 89 *American Journal of Agricultural Economics* 1020 (2007), 1023; G. Jahn, M. Schramm, A. Spiller, *The reliability of certification: quality labels as a consumer policy tool*, in 28 *Journal of Consumer Policy* 53 (2005).

<sup>(27)</sup> È opportuno richiamare al riguardo anche l'art. 34 del reg. 1151/2012, che impone agli Stati membri di procedere "a controlli in base a un'analisi del rischio per garantire che siano rispettate le prescrizioni" in materia di indicazioni facoltative di qualità.

ne *local* alla presenza di una certificazione. Il bilanciamento tra la necessità di garantire al consumatore la veridicità delle informazioni fornite e l'esigenza degli operatori di contenere i costi, specie a fronte del tipo di produttori, piccoli o piccolissimi, che potrebbero più beneficiare dell'etichettatura di prosimità, rappresenta un elemento di riflessione particolarmente delicato. Potrebbe essere interessante al riguardo sperimentare forme di certificazione collettiva, in cui il processo certificativo (e i relativi costi) interessa non il singolo operatore, ma un gruppo di produttori che collaborano, in forma diversa, assieme<sup>28</sup>. Il terzo profilo problematico consiste nella definizione di cosa si debba intendere con l'aggettivo *locale*. Qui assistiamo ad una divisione tra le due sponde dell'Atlantico: nonostante le limitazioni che ogni definizione reca con sé, è apprezzabile che Stati Uniti e Canada abbiano quantomeno provato a definire le condizioni di uso del termine *local*. La decisione europea di astenersi da qualsivoglia definizione è invece una scelta giocoforza temporanea: se si vuole proseguire sulla strada del-

l'istituzione di un regime di etichettatura per l'agricoltura locale, a prescindere dalla forma giuridica che tale regime assumerà, si dovrà necessariamente confrontarsi con l'individuazione dei criteri di ammissibilità e, conseguentemente, con la definizione di cosa si debba intendere per *locale*.

## ABSTRACT

*The paper aims at analysing what the term "local" means and under which conditions such a claim can be used in the labelling of food products. Taking into consideration the solutions envisaged in Europe, USA and Canada, the article highlights the problems arising in defining the word local, the different tools which can be implemented to regulate it and the open issues still to be confronted, revolving around the costs and controls that a "local" labelling scheme implies.*

□

<sup>(28)</sup> Si veda ad esempio l'iniziativa di certificazione di gruppo promossa da GlobalGAP per quanto riguarda la produzione primaria: [http://www.globalgap.org/export/sites/default/.content/galleries/documents/130315\\_gg\\_gr\\_part\\_ii\\_v4\\_0-en.pdf](http://www.globalgap.org/export/sites/default/.content/galleries/documents/130315_gg_gr_part_ii_v4_0-en.pdf); si veda altresì M. Will, *GlobalGAP smallholder group certification*, in B. van der Meulen (ed.), *Private Food Law*, Wageningen Academic Publishers, Wageningen, 2011, 203.