

Indice

pag.

Introduzione

Barbara Pozzo

XIII

Il richiamo dell'Italia. Dal Grand Tour all'Overtourism

Gianmarco Gaspari

- | | |
|--|----|
| 1. Una, due, tre Italie | 1 |
| 2. “Un pugnale in un mazzo di fiori” | 4 |
| 3. Il “Grand Tour”. E c'è anche il “Petit Tour” | 6 |
| 4. Un caso paradigmatico. L'Italia del Settecento vista da un chirurgo inglese | 9 |
| 5. Grand Tour e “Gothic Novel” | 11 |
| 6. Il “carattere degli italiani”. Ancora su Baretti e Sharp | 14 |
| 7. Un epilogo. O forse no | 17 |

La musica italiana tra storia ed eccellenza

Geo Magri

- | | |
|--|----|
| 1. L'Italia e la nascita del melodramma | 21 |
| 2. Il melodramma italiano patrimonio culturale immateriale UNESCO | 23 |
| 3. Le fondazioni lirico sinfoniche tra inefficienze e prospettive di riforma | 26 |
| 4. Il Codice dello spettacolo: un'occasione mancata che torna sulla scena | 29 |
| 5. Conclusioni | 31 |

L'accesso al credito per le eccellenze del *Made in Italy*: il caso dei prosciutti e dei formaggi a lunga stagionatura

Jorge L. Esquirol

- | | |
|------------------------|----|
| 1. Introduzione | 35 |
| 2. Il quadro d'insieme | 37 |

	<i>pag.</i>
3. Le norme sulle operazioni garantite in Italia	40
3.1. Monti di Pietà	41
3.2. Il pegno nel Codice civile	42
3.2.1. Lo spossessamento del debitore	43
3.2.2. Le universalità di mobili	44
4. Le anticipazioni bancarie	44
5. Le clausole contrattuali	45
6. I privilegi bancari	48
7. La nuova legge del 2016	51
8. Le leggi speciali per il prosciutto crudo e i formaggi a lunga stagiona- tura	53
9. Conclusioni	60

La creazione di un formaggio iconico: la mozzarella di bufala campana DOP

Michele Graziadei

1. Introduzione	63
2. Un assaggio del prodotto autentico	66
3. Latte di bufala, sviluppo socio-economico locale: l'organizzazione e le regole a sostegno della produzione della mozzarella di bufala campana DOP	68
4. Pluralismo caseario	76
5. Rilievi finali	77

La tutela della qualità nella *governance* globale del cibo. Una prospettiva transatlantica

Lorenzo Bairati

1. Introduzione	81
2. Tradizione e <i>mcdonaldizzazione</i> nella tutela della qualità agroalimentare	82
3. Il marketing della qualità nell'etichettatura degli alimenti	87
4. La ricostruzione della qualità alimentare attraverso le indicazioni geo- grafiche	92
5. Osservazioni conclusive (in merito alla posizione italiana sul fenomeno del- l' <i>Italian Sounding</i> nel mondo)	98

La pasta *Made in Italy* fra protezionismo, liberalizzazione e sfida della sostenibilità

Fernanda G. Nicola - Gino Scaccia

1. Introduzione: nazionalismo e tradizione nella disciplina della pasta alimentare italiana	103
2. La disciplina della pasta in prospettiva storica	110
2.1. Ideologia Fascista, valori rurali e protezionismo come regola	110
2.2. La globalizzazione della pasta <i>Made in Italy</i> nel periodo del boom economico e della 'dolce vita'	113
3. Il mercato unico europeo: liberalizzazione interna e protezionismo all'esterno	114
3.1. La disciplina della pasta alimentare dinanzi alla Corte di giustizia dell'Unione europea	115
3.1.1. Il caso Zoni del 1988	116
3.1.2. Le conclusioni dell'Avvocato generale G. Federico Mancini: il nome 'pasta' come denominazione tipica	119
4. La produzione di paste alimentari fra legislatore e Corte costituzionale	123
4.1. La giurisprudenza costituzionale	123
4.2. La reazione del Parlamento	128
5. La disciplina dei prodotti alimentari nell'Unione Europea	130
5.1. Protezionismo e liberalizzazione verso prodotti non EU	131
5.2. L'iper-regolazione nel mercato unico	133
5.3. L'etichettatura di origine: una nuova guerra della pasta	135
6. La pasta <i>Made in Italy</i> alla ricerca della qualità e della sostenibilità	139
6.1. Le nuove frontiere nella produzione della pasta: contratti di filiera ed etichettatura di qualità e di origine	140
6.2. La sostenibilità della pasta <i>Made in Italy</i>	141
7. Conclusioni	142

La disciplina contrattuale nella filiera agroalimentare

Bianca Gardella Tedeschi

1. La sicurezza alimentare e il potere negoziale nella filiera agroalimentare	145
2. Le principali caratteristiche della filiera alimentare a livello europeo	146
3. La filiera agroalimentare a livello europeo	149
4. La disciplina italiana dei contratti della filiera agroalimentare	152
5. In Europa, di nuovo	154

	<i>pag.</i>
6. L'attuazione in Italia della direttiva contro le pratiche sleali nella filiera agroalimentare	159
7. Conclusioni	161

Nutri-Score versus NutrInform: come tutelare il vero *Made in Italy*?

Maria Vittoria Borghetto

1. I sistemi di etichettatura nutrizionale volontaria " <i>front-of-pack</i> " e la disciplina europea	163
2. Criticità e opportunità di armonizzazione	167
3. Dal Regolamento UE n. 1169/2011 alla Strategia "Dal produttore al consumatore": la Proposta di un'etichettatura nutrizionale FOP obbligatoria e armonizzata a livello europeo	169
4. <i>Nutri-Score</i> versus <i>NutrInform</i>	171
4.1. Caratteristiche e disciplina giuridica	171
4.2. Tutela della salute dei consumatori o tutela dei marchi di qualità?	172
4.3. Le critiche dell'Italia al sistema <i>Nutri-Score</i>	176
5. Il ruolo delle campagne pubbliche di informazione e di educazione alimentare	179
6. Osservazioni conclusive	181

"Bello e ben fatto": la tutela della moda *Made in Italy*

Barbara Pozzo

1. " <i>Made in Italy</i> ": un marchio con una lunga storia	183
2. La codificazione del <i>buon gusto</i>	185
3. Un nuovo inizio	188
4. La nascita della moda <i>Made in Italy</i> nel dopoguerra	191
5. L'affermazione della moda <i>Made in Italy</i> : un complesso gioco di forze	192
6. La definizione di <i>Made in Italy</i> da parte del legislatore italiano	194
7. Contraffazione e tutela dei consumatori	198
8. La tutela dei marchi storici	201
9. Dietro il sipario del <i>Made in Italy</i>	202
10. Le nuove sfide	204
11. Conclusioni	206

*pag.***La tutela giudiziale del *Made in Italy*:
un caso di efficienza della giustizia civile**

Francesca Ferrari

1. Il <i>Made in Italy</i> e la contraffazione	209
2. Il <i>Made in Italy</i> e il marchio individuale, il marchio collettivo e il marchio di certificazione	210
3. La tutela del <i>Made in Italy</i> nel contesto delle condotte di concorrenza sleale	216
4. Gli strumenti di tutela del <i>Made in Italy</i> previsti dal c.p.i.	217
5. Conclusioni	234

