

INDICE

INTRODUZIONE.....	4
--------------------------	----------

CAPITOLO I: LA DISCIPLINA DELL'ETICHETTATURA

1.1 La regolamentazione europea in materia di etichettatura, la fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori e le indicazioni obbligatorie.....	8
---	----------

1.2. Le pratiche commerciali scorrette nella Direttiva n. 2005/29/CE, il Codice del consumo ed il ruolo della diligenza professionale.....	19
---	-----------

1.3.Le asimmetrie informative e i principi di leale comunicazione commerciale nel Codice di Autodisciplina.....	37
--	-----------

CAPITOLO II: “HEALTH AND NUTRITION CLAIMS”

2.1. Le indicazioni nutrizionali e salutistiche “i nuovi segni distintivi degli alimenti”. Le caratteristiche ed il confronto con le indicazioni obbligatorie	38
---	----

2.2 Il ruolo dell’E.F.S.A. nella procedura di autorizzazione e valutazione scientifica. L’elenco delle indicazioni ammesse.....	49
---	----

CAPITOLO III: GLI INTERVENTI A TUTELA DEL CONSUMATORE

3.1. L’Autorità Garante a tutela di concorrenza e consumatori, l’applicazione del diritto <i>Antitrust</i> ed il regime sanzionatorio.....	56
--	----

3.2. L’Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria ed i poteri inibitori. Le Autorità nazionali a confronto.....	69
---	----

3.3. La Pubblicità ingannevole.....	73
-------------------------------------	----

3.3.1. Le soluzioni dell’AGCM nei casi <i>Danacol</i> e <i>Pro Active</i>	79
---	----

3.3.2 Le pronunce del Giurì nei casi <i>Omega 3 Double Plus ++</i> e <i>Kilocal Magra</i>	83
---	----

CONCLUSIONI.....	90
------------------	----

BIBLIOGRAFIA.....	95
-------------------	----