

Ad Alice e Sara, stelline di mamma e papà

Indice

	<i>pag.</i>
<i>Elenco delle abbreviazioni</i>	XI

Capitolo Primo

CONSIDERAZIONI INTRODUTTIVE

1. L'origine delle merci fra diritto, società e consumi	3
2. L'evoluzione dell'integrazione europea: da Comunità economica a "Comunità di diritto"	7
3. L'evoluzione dei Trattati nel "ventennio costituzionale europeo"	12
4. I riflessi sul mercato interno della crescente attenzione per l'individuo	16
5. Sulla opportunità di una rilettura del tema dell'origine delle merci nell'attuale fase dell'integrazione europea (delimitazione del campo di indagine e definizione dell'approccio della ricerca)	27

Capitolo Secondo

ORIGINE DELLE MERCI E COMUNICAZIONE AL CONSUMATORE

1. Le diverse funzioni dell'indicazione dell'origine di una merce e le difficoltà di un approccio sistematico alla materia	31
2. La nozione di "origine" dei prodotti nel diritto dell'Unione europea	34
3. <i>Segue.</i> Il settore alimentare: eccezione o laboratorio di sperimentazione per il futuro?	38
4. <i>Segue.</i> La nozione "doganale" di origine e la sua (inopportuna) estensione alla comunicazione commerciale. Cenni introduttivi	42
5. <i>Segue.</i> L'acquisizione del "carattere originario" di una merce in base al CDUE e le sue "aporie" sul piano comunicativo	48
6. <i>Segue.</i> Norme dell'Unione europea sull'origine e " <i>preemption</i> "	51
7. Obbligo di indicazione dell'origine e libera circolazione delle merci	60
8. <i>Segue.</i> Gli sviluppi più recenti: lo stato derivante dall'approccio giurisprudenziale al tema del " <i>Made in</i> " (...)	64
9. <i>Segue.</i> (...) ed i tentativi (falliti) di risolverlo sul piano normativo	66
10. <i>Segue.</i> Le c.d. "clausole di mutuo riconoscimento" quale "nuova via" per tutelare gli obblighi nazionali di indicazione dell'origine (fra perdurante violazione del diritto dell'Unione europea e discriminazione alla rovescia)	72

Capitolo Terzo

IL “*MADE IN*” FRA STRUMENTI DI VALORIZZAZIONE DELLA QUALITÀ
E CONTRASTO ALLE PRATICHE COMMERCIALI SLEALI

1. L’origine come strumento della politica della qualità nell’ordinamento dell’Unione europea. Cenni introduttivi	79
2. Le indicazioni geografiche come diritti “ <i>sui generis</i> ” fra proprietà industriale e valorizzazione del territorio nell’ordinamento giuridico dell’Unione europea	85
3. <i>Segue.</i> La definizione di “indicazione geografica” quale denominazione di prodotto e le sue criticità	90
4. <i>Segue.</i> La dimensione “territoriale” delle indicazioni geografiche protette ed il loro collegamento effettivo ai metodi produttivi “leali e costanti”	94
5. <i>Segue.</i> La difficile distinzione fra le indicazioni geografiche “semplici” e quelle “qualificate”	96
6. <i>Segue.</i> La proposta di estensione del regime di tutela delle indicazioni geografiche dell’Unione europea ai prodotti non agroalimentari	105
7. Gli “altri segni del <i>Made in</i> ”: inquadramento della problematica	112
8. <i>Segue.</i> I marchi pubblici di qualità territoriale nella giurisprudenza della Corte di giustizia e nella prassi più recente	114
9. <i>Segue.</i> Le c.d. “autodichiarazioni” sul “ <i>Made in</i> ” ed il problema del “ <i>sounding</i> ”. Cenni sugli strumenti internazionali di tutela	124
10. <i>Segue.</i> La disciplina dell’Unione europea	127
11. <i>Segue.</i> Casistica	135
12. La tutela del “ <i>Made in</i> ” nella normativa italiana: adattamento alle norme dell’Unione sulla lotta alle pratiche commerciali sleali o ostacolo tecnico alla libera circolazione delle merci?	144

Capitolo Quarto

VALUTAZIONI CONCLUSIVE. TUTELA DEL “*MADE IN*”
E NUOVE SFIDE PER L’INTEGRAZIONE EUROPEA

1. Limiti alla tutela del “ <i>Made in</i> ” ed integrazione europea: una possibile rilettura critica della materia	153
2. Origine delle merci e diritti culturali. Considerazioni preliminari e quadro internazionale	158
3. L’eccezione (o specificità) culturale nel processo di integrazione europea	166
4. La giurisprudenza della Corte di giustizia sulla valenza dei diritti culturali rispetto alle libertà fondamentali	171
5. L’informazione e l’autodeterminazione del consumatore come diritti fondamentali nell’ordinamento giuridico dell’Unione europea. Cenni introduttivi	183

	<i>pag.</i>
6. <i>Segue.</i> La politica dei consumatori nel processo di integrazione europea	184
7. <i>Segue.</i> Il ruolo dell'informazione commerciale oggi	189
8. Valutazioni conclusive	195
 <i>Bibliografia</i>	 207

