

Vendita on line di alimenti: possibili strategie e strumentario per un controllo ufficiale

*“CyberFood controls”
Il controllo ufficiale degli alimenti commercializzati sul web*

Gaetano Liuzzo

Azienda USL di Modena - Servizio Veterinario

Gruppo di lavoro regionale etichettatura



31.5 miliardi di €
Fatturato e-commerce
B2C
ITALIA 2017

2.7%
Settore alimentare



Casaleggio Associati, 2018



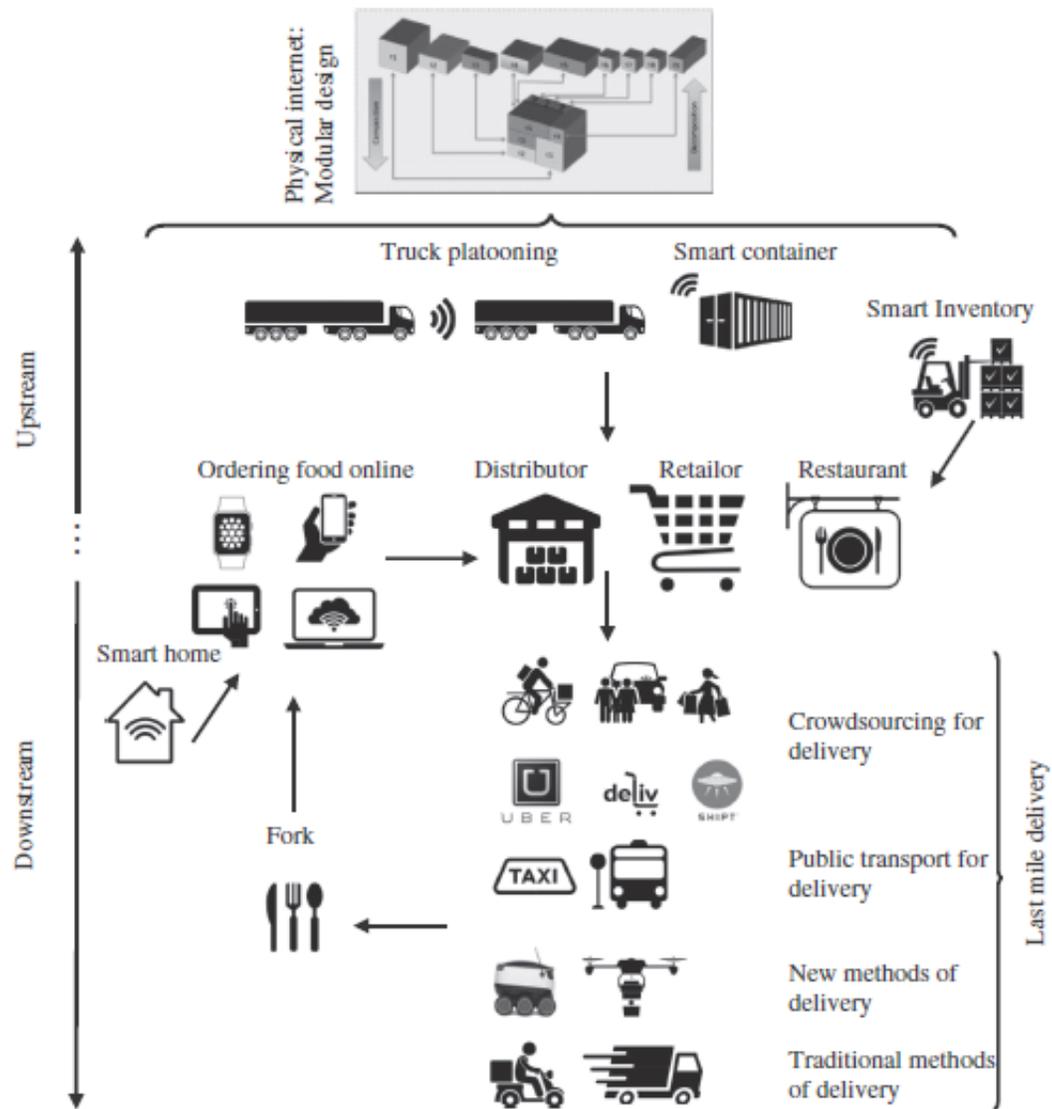


Fig. 8. Connectedness in the era of e-commerce.

Gharehgozli A. et al., 2017

Commercio elettronico

Il commercio elettronico è lo scambio di beni o servizi effettuato tramite internet, mediante accesso del compratore al sito web del venditore

Dropshipping: si intende un modello di vendita grazie al quale il venditore vende un prodotto ad un utente finale, senza possederlo materialmente nel proprio magazzino



Commercio elettronico

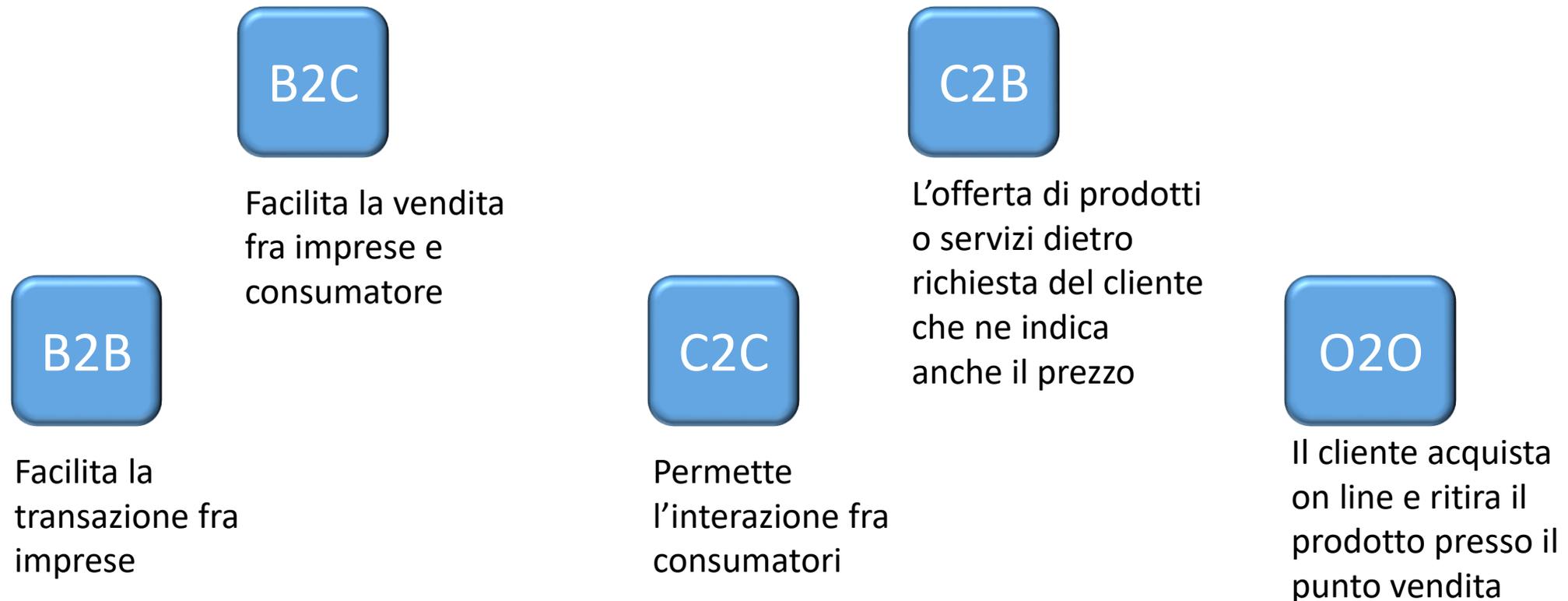
Commercio elettronico diretto

è lo scambio di beni o servizi per i quali anche l'esecuzione del contratto avviene tramite processo telematico o online. E' il caso di beni digitali o digitalizzabili, come gli e-book, i software o la musica, ma anche dei servizi consulenziali, in quanto le consulenze possono essere rese anche a distanza. Solo per il commercio elettronico indiretto sono applicabili le norme in materia di spedizioni e consegna.

Commercio elettronico indiretto

lo scambio di beni o servizi per i quali il contratto si conclude attraverso un processo telematico, ma l'esecuzione successiva e, quindi, lo scambio effettivo dei beni o dei servizi, avviene in modo tradizionale. **Ad es.**, nel caso di acquisto online di un bene materiale che poi viene spedito all'acquirente

Modelli agri food e-commerce



Zhang and Ma, 2015

Modalità di vendita

Attraverso un proprio sito

Attraverso un Social media

Attraverso un sito
di terza parte

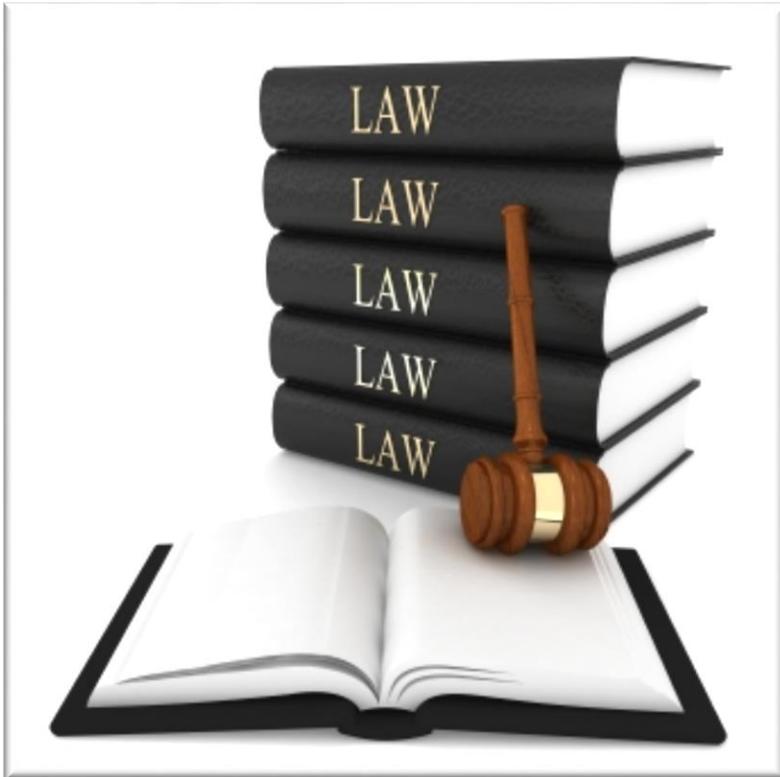


JUST EAT

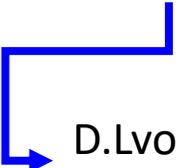


Takestop[®]
every things you need

Regolazione



DIR. 2011/83/UE sui Diritti dei consumatori

 D.Lvo 21 febbraio 2014 n.21
Che modifica il Codice del Consumo

Reg.(UE) 1169/2011

Art. 2.2
che definisce
la Tecnica di comunicazione a distanza
Art. 14
che regola la Vendita a distanza

Reg.(UE) 2017/625

Definizione legale: tecnica di comunicazione a distanza

- Art. 2 lu) Reg.(UE) 1169/2011

u) **«tecnica di comunicazione a distanza»**: qualunque mezzo che, senza la presenza fisica e simultanea del fornitore e del consumatore, possa impiegarsi per la conclusione del contratto tra dette parti.

**NO PRESENZA FISICA E
SIMULTANEA
FORNITORE E CONSUMATORE**

Vendita a distanza alimenti preimballati

Articolo 14

Vendita a distanza

1. Fatti salvi i requisiti d'informazione previsti dall'articolo 9, **per gli alimenti preimballati** messi in vendita mediante tecniche di comunicazione a distanza:

a) **le informazioni obbligatorie sugli alimenti, a eccezione delle indicazioni di cui all'articolo 9, paragrafo 1, lettera f), sono disponibili prima della conclusione dell'acquisto e appaiono sul supporto della vendita a distanza o sono fornite mediante qualunque altro mezzo adeguato chiaramente individuato dall'operatore del settore alimentare.** Quando si usano altri mezzi adeguati, le informazioni obbligatorie sugli alimenti sono fornite senza che l'operatore del settore alimentare imponga costi supplementari ai consumatori;

b) **tutte le indicazioni obbligatorie sono disponibili al momento della consegna.**

NO TMC/DS

1. Informazioni obbligatorie disponibili prima della conclusione dell'acquisto
2. Appaiono sul supporto della vendita a distanza
3. o sono fornite mediante qualunque altro mezzo

Vendita a distanza alimenti NON preimballati

2. Nel caso di alimenti non preimballati messi in vendita mediante tecniche di comunicazione a distanza, le indicazioni richieste a norma dell'articolo 44 sono rese disponibili ai sensi del paragrafo 1 del presente articolo.

Solo le indicazioni richieste?...quindi allergeni

Vendita a distanza alimenti NON preimballati

Articolo 44

Disposizioni nazionali per gli alimenti non preimballati

1. Ove gli alimenti siano offerti in vendita al consumatore finale o alle collettività senza preimballaggio oppure siano imballati sui luoghi di vendita su richiesta del consumatore o preimballati per la vendita diretta,
- a) la fornitura delle indicazioni di cui all'articolo 9, paragrafo 1, lettera c), è obbligatoria;
 - b) la fornitura di altre indicazioni di cui agli articoli 9 e 10 non è obbligatoria, a meno che gli Stati membri adottino disposizioni nazionali che richiedono la fornitura, parziale o totale, di tali indicazioni o loro elementi.

ART.9 I c) ALLERGENI
obbligatorio

ART.9-10
No obbligatorio (?)

ADEMPIMENTI

SCIA al comune di competenza

Richiesta P.IVA

Indicazione P.IVA su home page

Comunicazione all'agenzia delle entrate: sito web, dati identificativi internet service provider, indicazione codice ATECO

Registrazione alla Camera di Commercio (solo ingrosso)

Indicazione all'atto della SCIA della volontà di commercio intracomunitario (iscrizione UVAC??)

ONERI INFORMATIVI

Indicazioni identità del merchant

Indicazioni identità del bene offerto

Indicazioni sugli accessori alla vendita

Indicazioni sulle proprietà speciali

Es. Diritto di recesso art. 52 Codice al consumo

ETICHETTA

ESCLUSIONE Diritto di recesso

Beni alimentari di cui all'art. 47 c1 le) e art. 59

Prodotti alimentari deteriorabili

Art. 62 della L. 27/2012

L. 24 Marzo 2012 n.27

LEGGE 24 marzo 2012, n. 27
Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 24 gennaio 2012, n. 1, recante
disposizioni urgenti per la concorrenza, lo sviluppo delle infrastrutture e la competitività
(12G0048) (GU n. 71 del 24-3-2012 - Suppl. Ordinario n.53)
Entrata in vigore del provvedimento: 25/03/2012

Art. 62 c4 L. 27/2012

4. Per «prodotti alimentari deteriorabili» si intendono i prodotti che rientrano in una delle seguenti categorie:

a) prodotti agricoli, ittici e alimentari preconfezionati che riportano una data di scadenza o un termine minimo di conservazione non superiore a sessanta giorni;

b) prodotti agricoli, ittici e alimentari sfusi, comprese erbe e piante aromatiche, anche se posti in involucro protettivo o refrigerati, non sottoposti a trattamenti atti a prolungare la durabilità degli stessi per un periodo superiore a sessanta giorni;

c) prodotti a base di carne che presentino le seguenti caratteristiche fisico-chimiche:

aW superiore a 0,95 e pH superiore a 5,2

oppure

aW superiore a 0,91

oppure

pH uguale o superiore a 4,5;

c) tutti i tipi di latte.

c) tutti i tipi di latte.

pH uguale o superiore a 4,5;

Controllo ufficiale

- Lo schema dell'ispezione degli alimenti così come concepito nell'ordinamento europeo non può essere facilmente applicato alla vendita di alimenti on line (Schreiber G.A., 2013)
- Le autorità competenti devono attrezzarsi a riguardo per consentire un controllo efficace e il rispetto delle norme dell'UE applicabili agli alimenti commercializzati online.

Alcuni obiettivi rilevanti per il controllo ufficiale

- L'identificazione di prodotti che contengono ingredienti con attività farmacologica (cfr. art.14 Reg.(CE) 178/2002);
- L'identificazione di prodotti con etichettatura non conforme (cfr. Reg.(UE) 1169/2001);
- L'identificazione di prodotti con "claims" non approvati (cfr. Reg.(CE) 1924/2006)
- L'identificazione di "novel food" non approvati (cfr. Reg.(CE) 258/1997) (Krewinkel A.,*et al.*, 2016)



*Bruxelles, 24.7.2017
C(2017) 4986 final*

RACCOMANDAZIONE DELLA COMMISSIONE

del 24.7.2017

***relativa a un piano coordinato di controllo riguardante i controlli ufficiali di determinati
alimenti commercializzati online***

(Testo rilevante ai fini del SEE)



Ministry of Environment
and Food of Denmark
Danish Veterinary and
Food Administration

Danish e-commerce control system for food

Christina Møller



Food
Standards
Agency
food.gov.uk

Food Sold Online

Guidance for local authorities

December 2016

ALIMENTI E SALUTE
é anche una questione di etichetta

Bologna
20 Settembre 2018



ELSEVIER

Food Control

journal homepage: www.elsevier.com/locate/foodcont



Concept for automated computer-aided identification and evaluation of potentially non-compliant food products traded via electronic commerce



Alexandra Krewinkel ^a, Sebastian Sünkler ^b, Dirk Lewandowski ^b, Niklas Finck ^a,
Boris Tolg ^a, Lothar W. Kroh ^c, Georg A. Schreiber ^{d,1}, Jan Fritsche ^{a,*}

^a Hamburg University of Applied Sciences, Faculty Life Sciences, Ulmenliet 20, 21033, Hamburg, Germany

^b Hamburg University of Applied Sciences, Faculty Design, Media, Information, Finkenau 35, 22081, Hamburg, Germany

^c Institute of Food Technology and Food Chemistry, Berlin University of Technology, Gustav-Meyer-Allee 25, 13355, Berlin, Germany

^d Federal Office of Consumer Protection and Food Safety, Mauerstraße 39 – 42, 10117, Berlin, Germany

ART. 15.5 I b) OBBLIGHI DEGLI OPERATORI

5. Ai fini dell'articolo 10, paragrafo 2, e fatto salvo l'articolo 10, paragrafo 3, gli operatori forniscono alle autorità competenti almeno i seguenti dettagli aggiornati:

a) **nome e forma giuridica;** e

b) **le specifiche attività svolte, comprese le attività effettuate mediante tecniche di comunicazione a distanza, e i luoghi sotto il loro controllo.**

REG.(UE), 2017/625

Art. 53

- d) le autorità doganali o altre autorità pubbliche possono eseguire compiti specifici di controllo, nella misura in cui tali compiti non rientrino già nella responsabilità di tali autorità relativamente:
- i) alle partite di cui all'articolo 65, paragrafo 2;
 - ii) al bagaglio personale dei passeggeri;
 - iii) a merci ordinate mediante vendite tramite contratti a distanza, incluso via telefono o via internet;
 - iv) agli animali da compagnia che rispondono alle condizioni stabilite dall'articolo 5 del regolamento (UE) n. 576/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio ⁽¹⁾;

Art.77

Articolo 77

Norme in merito a controlli ufficiali specifici e alle misure da adottare in seguito all'esecuzione di tali controlli

1. La **Commissione** adotta conformemente all'articolo 144 atti delegati al fine di integrare il presente regolamento con norme per l'esecuzione di controlli ufficiali specifici e in materia di misure in caso di non conformità, al fine di tener conto delle specificità delle seguenti categorie di animali e merci o delle relative modalità e mezzi di trasporto:

f) animali e merci ordinati mediante vendite tramite contratti a distanza e consegnati da un paese terzo a un indirizzo nell'Unione, nonché i necessari obblighi di notifica per consentire la corretta esecuzione dei controlli ufficiali;

SANZIONI

...al soggetto responsabile

D.Lvo 231/2017

Art. 7.

Violazione delle disposizioni relative alla vendita a distanza di cui all'articolo 14 del regolamento

1. Salvo che il fatto costituisca reato, la violazione delle disposizioni relative alla vendita a distanza di cui all'articolo 14 del regolamento comporta l'applicazione al soggetto responsabile della sanzione amministrativa pecuniaria del pagamento di una somma da 2.000 euro a 16.000 euro.



COMMISSIONE
EUROPEA

Bruxelles, 24.7.2017
C(2017) 4986 final

RACCOMANDAZIONE DELLA COMMISSIONE

del 24.7.2017

**relativa a un piano coordinato di controllo riguardante i controlli ufficiali di determinati
alimenti commercializzati online**

(Testo rilevante ai fini del SEE)

IL CONTROLLO UFFICIALE

È importante che le AC (locali) adattino i loro tradizionali schemi ispettivi e di campionamento alla realtà on line, per assicurarsi che gli alimenti commercializzati «on line» rispettino i requisiti legali richiesti

IL CONTROLLO UFFICIALE: *questioni da affrontare*

- TECNICHE ISPETTIVE
- CAMPIONAMENTO
- CATTURA DELLE «EVIDENZE DIGITALI»

1. Identificazione osa «on line»

- Identificazione degli OSA che operano nella vendita on line nell'ambito del territorio di pertinenza

Il Reg.(UE) 2017/625 prevede che le autorità competenti redigano e tengano aggiornati gli elenchi degli operatori (del settore alimentare) (cfr. art. 10.2) e per consentire questo, gli operatori forniscono alle autorità competenti almeno i seguenti dettagli aggiornati:

- a) nome e forma giuridica; e
- b) le specifiche attività svolte, comprese le attività effettuate mediante tecniche di comunicazione a distanza, e i luoghi sotto il loro controllo (art. 15.5)

1. Identificazione osa «on line»

- L'assessorato alle attività produttive della Regione Emilia Romagna ha deliberato l'adozione del modello unico a livello nazionale della notifica sanitaria ai fini della registrazione ai sensi dell'art.6.2 del Reg. (CE) 852/2004. Nel modello di notifica, deliberato con DGR 921 del 28 giugno 2017, è prevista al punto 1.2 (Tipologia di attività), ma solo per il Commercio al dettaglio di alimenti e bevande, la tipologia **“Per corrispondenza/internet/forme speciali di vendita al dettaglio”**.

IDENTIFICAZIONE ON LINE DEGLI O.S.A NELL'AREA DI COMPETENZA DELL'A.U.S.L

- **Quando l'identità e l'attività dell'operatore deve essere "trovata"**
 - le modalità con cui scoprirle sono da ricercare nell'utilizzo di motori di ricerca come Google nella modalità "avanzata"
 - utilizzo di un **metasearch**, un **motore di ricerca** che interroga il contenuto di altri motori di ricerca e siti web e aggrega i risultati ricevuti in un'unica posizione.
 - Se nei siti web il recapito del commerciante manca, è incompleto o inesatto, si dovrebbe tentare una ricerca "**whois**" o una ricerca dei dati di registrazione della società al fine ottenere informazioni pertinenti.
 - Volendo ricercare operatori che utilizzano piattaforme come eBay, all'interno del sito è possibile eseguire ricerca per area commerciale.
 - In prima istanza è possibile ricercare l'identità di questi operatori richiedendo alle Camere di Commercio e/o alle Agenzie delle Entrate i dati riguardanti gli operatori che si sono registrati presso queste enti e/o agenzie.
- <https://www.whois.net/> cfr. **Commissione Europea**, RACCOMANDAZIONE DELLA COMMISSIONE del 24.7.2017 relativa a un piano coordinato di controllo riguardante i controlli ufficiali di determinati alimenti commercializzati online, C(2017) 4986 final. 24/07/2017



ISPEZIONE ON LINE

- Sono due le situazioni di fronte alle quali l'autorità competente può ritrovarsi:
- O.S.A non registrati ma identificati sul WEB
- O.S.A non registrati e non identificati

1. Identificazione osa «on line»



2. verifica/ispezione/audit

- L'ispezione deve essere volta alla rilevazione di non conformità che a differenza delle tradizionali tecniche ispettive (verifiche, ispezioni, audit) ha la necessità di “**catturare**” le evidenze oggettive riscontrate nel corso dell'ispezione on line.
- Per fare questo è necessario ricorre a tecniche quali lo “**screenshots**”: processo, attivato da un comando, che consente di salvare sotto forma di immagini ciò che viene visualizzato sullo schermo di un computer.
- Esistono programmi che consentono di realizzare il salvataggio di ciò che si visualizza sullo schermo (Hypercam, BB Flashback, ed altri ancora) (FSA, 2016).

LIVELLI DI NON CONFORMITA'

- Mancata registrazione dell'O.S.A
- Non ottemperanza agli obblighi derivati dalla normativa in materia di igiene degli alimenti
- Non ottemperanza agli obblighi derivati dalla normativa in materia di commercio elettronico
- Non ottemperanza degli obblighi derivanti dalla normativa in materia di fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori

Digital forensics

- Computer Forensics
- Network Forensics
- Mobile Forensics

La prova digitale

- Electronic evidence: informazione generata, memorizzata e trasmessa attraverso un supporto informatico che può avere valore in tribunale (IOCE: International Organization on Computer Evidence)
- Digital evidence: qualsiasi informazione, con valore probatorio, che sia o meno memorizzata o trasmessa in un formato digitale (SWGDE: Scientific Working Group on Digital Evidence)
- Estrema complessità
- Digital «*divide*» sofferto dalla maggior parte degli operatori del diritto, può squilibrare le risultanze processuali a favore della parte digitalmente più forte (Vaciago G., 2012)
- Alfabetizzazione informatica di tutti gli attori coinvolti

3. campionamento

- L'Autorità Competente "locale" dovrebbe a questo proposito dotarsi di:
 - Indirizzo @ anonimo
 - Carta di credito anonima
 - Indirizzo di consegna non riconducibile all'AC locale
 - Computer autonomo con connessione internet indipendente (F.S.A., 2016)

CONTROLLO UFFICIALE: CAMPIONAMENTO

- (49) Per eseguire controlli ufficiali sul commercio tramite internet o altre modalità a distanza, le autorità competenti dovrebbero poter ottenere campioni mediante ordini effettuati in modo anonimo (noti anche come «acquisto con clienti civetta») da sottoporre successivamente ad analisi, prove o verifica della conformità. Le autorità competenti dovrebbero adottare tutte le misure necessarie per tutelare i diritti degli operatori a una controperizia.

MODALITA' RICHIESTA ANONIMA PER CAMPIONI: ACQUISTO CON CLIENTI CIVETTA?????

REG.(UE), 2017/625

Art.36

REG.(UE), 2017/625

Operazioni di campionamento su animali e merci messi in vendita mediante tecniche di comunicazione a distanza

1. Nel caso di animali e merci messi in vendita mediante tecniche di comunicazione a distanza, si possono impiegare ai fini di un controllo ufficiale campioni che le autorità competenti ordinano dagli operatori senza svelare la propria identità.
2. Le autorità competenti, una volta in possesso dei campioni, adottano tutte le misure necessarie affinché gli operatori dai quali sono stati ordinati detti campioni in conformità del paragrafo 1:
 - a) siano informati del fatto che tali campioni sono stati prelevati nel contesto di un controllo ufficiale e, a seconda dei casi, sono analizzati o sottoposti a prove al fine di eseguire tale controllo ufficiale; e
 - b) se i campioni di cui a detto paragrafo sono analizzati o sottoposti a prove, possano esercitare il diritto a una controperizia come previsto all'articolo 35, paragrafo 1.
3. I paragrafi 1 e 2 si applicano agli organismi delegati e alle persone fisiche a cui sono stati delegati determinati compiti riguardanti i controlli ufficiali.

BIBLIOGRAFIA

- **AA.VV.**, Imprese ed e-commerce. Marketing, aspetti legali e fiscali, 1/2013, Unioncamere Piemonte, 2013
- **Krewinkel A., Sünkler S., Lewandowski D., Finck N., Tolg B., Kroh L.W., Schreiber G.A., Fritsche J.(2016)**, Concept for automated computer-aided identification and evaluation of potentially non-compliant food products traded via electronic commerce, Food Control 61, 204-212
- **YiwuZenga, Fu Jiab, Li Wanc, and HongdongGuo (2017)**, E-commerce in agri-food sector: a systematic literature review, International Food and Agribusiness Management Review, Volume 20 Issue 4, 439-459
- **FSA**(Food Standard Agency), Food sold online. Guidance for local authorities, December 2016, Food.Gov.UK
- **FSAI** (Food Safety Authority of Ireland), Selling or advertising food online, 2017, www.fsai.ie

BIBLIOGRAFIA

- **EU Commission-Directorate-General for Health and Food safety**, The first EU coordinated control plan on line offered food products. Analysis of the main outcome of the implementation of the Commission recommendation on a coordinated control plan on the official control of certain foods marketed through the Internet, 15/02/2018
- **Commissione Europea**, RACCOMANDAZIONE DELLA COMMISSIONE del 24.7.2017 relativa a un piano coordinato di controllo riguardante i controlli ufficiali di determinati alimenti commercializzati online, C(2017) 4986 final. 24/07/2017
- **Møller C. (s.a)**, Danish e-commerce control system for food, Ministry of Environment and Food of Denmark, Danish Veterinary and Food Administration
- **Bodini A., Zanolli R.**, Competitive factors of the agro-food e-commerce, Paper prepared for presentation at the 113th EAAE Seminar “A resilient European food industry and food chain in a challenging world”, Chania, Crete, Greece, date as in: September 3 - 6, 2009
- **Ranvier M., Sury R. and Lehuede F., Muller A.**, La Vente de produits alimentaires sur internet: un état des lieux en 2009, Crédoc, Chaier de recherché n.262, December 2009

BIBLIOGRAFIA

- **Filippini V. (2016)**, Vendita online dei beni alimentari: requisiti, adempimenti e peculiarità, Altalex, 28 ottobre 2016.
- **Schreiber G.A., (2013)**, Lebensmittelkontrolle und Verbraucherinformation im digitalen Zeitalter, J. Verbr. Lebensm. (2013) 8:267–269
- **Zhang Y., Huang L.,(2015)**, China's e-commerce development path and mode innovation of agricultural product based on business model canvas method. Wuhan International Conference on E-Business. Available at: <http://tinyurl.com/m3sub5c>
- **Bolognini S.**, La disciplina della comunicazione Business to consumer nel mercato agro-alimentare europeo, G. Giappicchelli Editore, Torino, 2012, p.116-117
- **Casaleggio Associati**, Rapporto E-Commerce in Italia 2018, Report maggio 2018 n°16