

MERCATI E BUSINESS



BUSINESS PROMETTENTI

Il piatto ricco del food

Con la crescente attenzione verso il mondo alimentare, gli Studi legali d'affari si attrezzano con dipartimenti e team specializzati.

Per tutelare la creatività, le materie prime e facilitare l'apertura del Made in Italy alle tendenze culinarie oltre confine

DI LUIGI DELL'OLIO

Il piatto non è ricco solo per gli chef, nuove star della tv. Il food è diventato una delle principali voci dell'alimentare italiano nel mondo (38 miliardi di euro all'anno), senza dimenticare tutto ciò che di industriale si affianca al business della cucina, a cominciare dal food equipment. Non stupisce allora il registrare un interesse crescente degli studi legali d'affari per questo settore. Nei mesi scorsi Baker McKenzie, con il counsel **Paolo Galli**, ha assistito Scripps networks interactive nel lancio



ACQUISIZIONE
Luigi Verga, socio di Freshfields Bruckhaus Deringer, ha affiancato Foosta Aa, uno dei maggiori player europei nel mercato dei surgelati, negli accordi preliminari per l'acquisto del frozen food business di Nestlé Italiana



PROPRIETÀ INTELLETTUALE
«Gli aspetti più strategici su cui siamo chiamati a prestare consulenza sono quelli inerenti la tutela dei diritti della proprietà intellettuale», dice Dante De Benedetti, partner di Mdba

di Food network, nuovo canale tv posizionato sul 33 del digitale terrestre, mentre Freshfields Bruckhaus Deringer, con un team guidato dal socio **Luigi Verga**, ha affiancato Foosta Aa, uno dei maggiori player europei nel mercato dei surgelati, negli accordi preliminari per l'acquisto del frozen food business di Nestlé Italiana.

Nestlé Italiana è stata assistita da Molinari e Associati, con un team guidato dal socio **Margherita Santoiemma**. E, ancora, Dentons (con il partner **Ales-**

sandro Dubini a coordinare i lavori) ha assistito Alto Capital III nel perfezionamento della cessione del 96,6% detenuto in Dolciaria Val D'Enza a Valeo Foods, assistita dallo studio legale Lms. Infine, ma l'elenco potrebbe continuare ancora a lungo, Munari Cavani (con il name partner **Alessandro Munari**) ha assistito **Marco Gualtieri**, ideatore e organizzatore di Seeds&Chips, l'evento sul cibo che ha visto arrivare a Milano l'ex-presidente statunitense **Barack Obama**.

Le principali tematiche

Dante De Benedetti, partner di Mdba, segnala che nello studio il food costituisce un'area di crescente focalizzazione: oggi vale il 10% del fatturato e l'obiettivo è di salire al 15-20% nell'arco di un biennio. «L'attività di consulenza si rivolge a clienti come importanti chef, società di alta ristorazione e aziende produttrici di alimenti di elevata qualità». Per queste realtà Mdba presta consulenza in diversi settori, che spaziano dalla tutela dei marchi al contenzioso, dall'apertura di filiali all'estero alla contrattualistica e ai canali distributivi. «Gli aspetti più strategici su cui siamo chiamati a prestare consulenza sono quelli inerenti la tutela dei diritti della proprietà intellettuale, dal momento che l'aspetto saliente è quasi sempre la creatività che deve essere tutelata, rappresentando l'asset principale di cui grandi chef e società di alta ristorazione e produttori di alimenti di qualità dispongono», sottolinea. Quindi spiega le ragioni che hanno portato alla creazione di questa practice. «Ci siamo resi conto che, con il passare del tempo, i clienti che ci chiedevano assistenza in questo ambito erano sempre più numerosi ed era quindi molto sentita la necessità di una maggiore specializzazione». Un esempio dell'attività continuativa è rappresentata dall'assistenza che Mdba presta a Ernst Knam nella gestione dei contratti con i media e i diritti di immagine, oltre che la gestione dei diritti sulle pubblicazioni

Le sofisticazioni alimentari

Andrea Orabona dello studio legale Orabona pone l'accento sul tema delle sofisticazioni e contraffazioni, che assume un peso particolare in ambito alimentare per le ricadute in termini di sicurezza. «Il contrasto a questi fenomeni gode di un'ampia tutela in sede penale attraverso il sequestro probatorio di alimenti e bevande, adulterate o recanti etichettature mendaci, seguita dall'instaurazione di un giudizio di merito finalizzato all'irrogazione di sanzioni detentive, e condanna al risarcimento del danno patrimoniale, nei confronti degli amministratori di società produttrici o distributrici di prodotti non genuini», ricorda. La repressione di questo fenomeno, inoltre, «è assicurata in fase d'indagini preliminari dall'emissione di provvedimenti di sequestro preventivo, anche nella nota forma cosiddetta 'per equivalente', dei profitti economici illecitamente conseguiti dalla messa in commercio di alimenti e bevande muniti di denominazioni d'origine o segni distintivi adulterati».

che realizza. Tra le operazioni più recenti rientra anche l'affiancamento ad Alajmo nell'affidamento dell'offerta di ristorazione del T Fondaco dei Tedeschi a Venezia.

Ritorno alle origini

Raffaele di Paola, di Eunomia Studio di Avvocati, si aspetta un «ritorno alle origini» rispetto al prodotto e all'offerta, con una vigorosa attenzione alla qualità della materia prima, all'implementazione di tecniche di preservazione delle caratteristiche organolettiche della stessa, al rispetto della stagionalità dei prodotti presenti nell'offerta, alla spasmodica ricerca della filiera corta e al controllo della provenienza, puntando a rimettere nel carrello e/o nel piatto



TUTELA PENALE

«Le sofisticazioni e contraffazioni assumono un peso particolare in ambito alimentare per le ricadute in termini di sicurezza, per questo il contrasto a questi fenomeni gode di un'ampia tutela in sede penale», spiega Andrea Orabona dello Studio Legale Orabona



CONSULENZA NEL REGOLATORIO

Secondo Paola Ghezzi, partner di Cms, è fondamentale l'attività di consulenza in campo regolatorio, con riferimento alla corretta etichettatura dei prodotti, alle procedure Haccp, al marketing e pubblicità dei prodotti

to la genuinità dei cibi, prima ancora che formule e ricette particolari».

Per l'avvocato il made in Italy sarà sempre più aperto all'introduzione di cibi d'oltre confine (in particolare spezie e asian food) in modo da rendere più agevole l'ingresso delle aziende nazionali nei mercati emergenti (Cina ed Emirati arabi in particolare), sia di ampliare l'offerta interna verso i consumatori nazionali. «Quanto alle aziende del settore», aggiunge, «prevedo un trend positivo di operazioni di capitale per lo sviluppo, anche attraverso l'acquisizione di quote di minoranza, che portino "struttura" e capitali a realtà imprenditoriali nate come singole iniziative ma già in partenza preordinate a far l'occhiolino a gemmazioni e modelli di franchising».

Tra i clienti seguiti dallo studio figurano il fruppo Langosteria, la startup "PizzaLoL", Impresa Verde Srl, AltroBio Srl, Cantine Baroni Martucci, Cantine del Colle e la federazione Coldiretti.

Focus sul settore regolatorio

Paola Ghezzi, partner dello studio legale e tributario Cms, segnala tra le attività calde nel settore l'attività di consulenza continuativa in campo regolatorio, con particolare riferimento alle questioni di corretta etichettatura dei prodotti, procedure Haccp, marketing e pubblicità dei prodotti. «L'importanza del settore è legata a molti aspetti: prima di tutto, alla sempre crescente attenzione del pubblico dei consumatori verso la qualità dei prodotti e la conoscenza delle loro caratteristiche, ma anche all'affermazione di tendenze in campo di comportamenti alimentari, amplificate dai media e dal web e che costituiscono veri e propri movimenti ideologici», sottolinea. «Un ruolo notevole lo svolge anche la nuova frontiera dei reality, con i diversi protagonisti e con la creazione di storie e personaggi che molto influenzano il costume generale». ♦