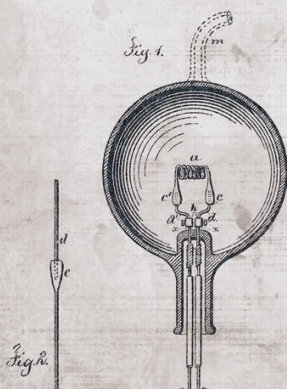
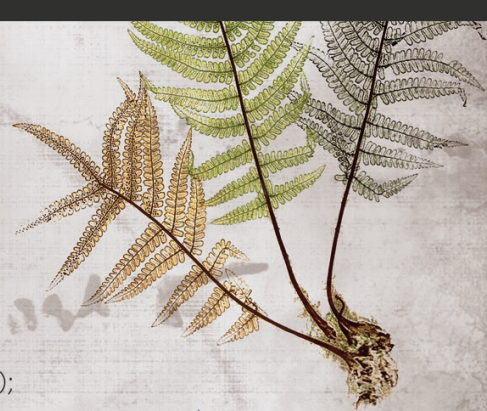


ART
LITERATURE
SCIENCE



```
main() {  
  extrn a, b, c;  
  putchar(a); putchar(b); putchar(c); putchar('!\n');  
}  
a 'hell';  
b 'o, w!';  
c 'orld';
```



19 FEBBRAIO 2013
ORE 17:30.

LE NUOVE REGOLE PER LE INFORMAZIONI SUI PRODOTTI ALIMENTARI E LA COSTRUZIONE DI UNA “RESPONSABILITÀ DEL CONSUMATORE”

Esperto:

Silvia Bolognini, Ricercatrice di diritto agrario - Università di Udine

Relatore:

Francesca Lotta, Dottoranda Agrisystem

Coordinatore:

Antonella Sciarrone Alibrandi, Facoltà di Scienze Bancarie, Finanziarie ed Assicurative - Università Cattolica

Luogo:

Bar dell'Università Cattolica (sede di Piacenza)

La comunicazione nel mercato agro-alimentare, nonostante benefici da tempo di un'attenzione pressoché costante da parte delle istituzioni europee, negli ultimi anni ha visto aumentare sensibilmente il numero degli interventi, peraltro non solo normativi, ma anche di natura programmatica, che, direttamente o indirettamente, la chiamano in causa. Ciò dimostra con evidenza che l'interesse del legislatore europeo nei confronti di tale tema si è intensificato.

Nel corso dell'incontro, discutendo del libro “La disciplina della comunicazione business to consumer nel mercato agro-alimentare europeo” con l'Autrice, si cercherà di dimostrare come, dietro l'apparente volontà di rendere più attuali disposizioni normative ritenute obsolete, si nasconda un progetto più ambizioso del legislatore europeo, che si traduce in un ripensamento e in un ampliamento delle funzioni demandate alla comunicazione nel mercato agro-alimentare, che il più delle volte si traducono in maggiori responsabilità per il consumatore europeo.

IN COLLABORAZIONE CON



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore



UCSC
ExpoLAB



SMEA
ALTA SCUOLA IN ECONOMIA
AGRO-ALIMENTARE



Piace
CIBO SANO

WWW.CAFFEXPO.COM