



CORSO DI DIRITTO DEI MERCATI AGROALIMENTARI

Prof. Roberto Saija

a.a. 2021/22

PRODOTTI E SISTEMI DI QUALITÀ

SEGNI DI QUALITÀ

Esiste una categoria unitaria racchiudibile sotto l'etichetta “segni di qualità”?

La dottrina maggioritaria ritiene difficoltoso ricostruire e classificare i “tipi di segni di qualità” utilizzabili per contraddistinguere sul mercato i prodotti alimentari.

La difficoltà del compito ricostruttivo si avverte sia a livello Europeo, sia a livello interno, anche per il fatto che molti Paesi (es. Italia) adottano strumenti a volte contrastanti col diritto UE.

A livello internazionale l'Accordo TRIPS ha tentato -senza successo- di uniformare le protezioni assicurate ai segni di qualità.

Qualche speranza potrebbe essere riposta nel recente Accordo (UE-Canada) denominato CETA (accordo economico e commerciale globale), nonché nel prossimo TTIP (Partenariato UE-USA sul commercio e gli investimenti).

Vedi Albisinni, *Strumentario di diritto alimentare europeo*, cap. I, pp. 42-45.

La difficoltà di ricostruzione unitaria dei “segni di qualità” deriva dalla scarsa consistenza giuridica del concetto di qualità.

Segue...

“Segni di qualità” = segni che prevedono cogenti meccanismi di tutela -soprattutto preventiva- ed un efficiente apparato sanzionatorio per i contravventori, che siano in grado di garantire al consumatore che l'alimento sia effettivamente in possesso delle caratteristiche promesse o che egli può legittimamente attendersi per la natura del prodotto o per il suo aspetto esteriore.

Esempio: se il consumatore compra “passata di pomodoro” si attende che il prodotto sia ottenuto dalla lavorazione del pomodoro fresco. Lo stesso per quanto riguarda i *claims* nutrizionali (esempio: “senza zuccheri”).

Il consumatore ritiene che rientri nel concetto di “prodotto di qualità” quello che possiede le caratteristiche promesse o che è in grado di dargli i benefici effetti sulla salute che gli sono stati promessi.

In questa logica svolge un ruolo strategico l'EFSA che valuta la fondatezza scientifica dei *claims*.

Segue...

- ▶ **Segni di qualità in senso lato:** anche la “Denominazione dell'alimento” è un segno di qualità, benché non in senso stretto, in quanto si limita a comunicare al consumatore che il prodotto appartiene ad un determinato genere merceologico. La denominazione ed il *claim* - nutrizionale o salutistico- sono segni liberamente utilizzabili da tutti i produttori, obbligati solo a dire la verità o ad uniformarsi alle regole per un corretto uso dei *claims*, cioè a non attribuire al prodotto qualità che il prodotto non possiede.
- ▶ **Segni di qualità in senso stretto:** sono quelli che rientrano nell'ambito di tutela della cd. “proprietà intellettuale”.

IL MARCHIO

Definizione di marchio

Il marchio è un segno che svolge la principale funzione di **permettere al consumatore di identificare un prodotto** - sia esso un bene o un servizio - **come proveniente da una determinata impresa, in modo da distinguerlo da prodotti o servizi** appartenenti allo stesso settore merceologico forniti da imprese concorrenti.

Tipologie di marchi

1. Individuali
2. Collettivi
3. di Certificazione

Novità legislativa

(D. Lgs 20 febbraio 2019 n. 15)

MARCHI D'IMPRESA E TOPONIMI

Può un marchio essere costituito e/o includere un nome geografico (toponimo)? Limite della (1) capacità distintiva e della (2) non ingannevolezza.

Art. 13 c.p.i.

Capacità distintiva

1. Non possono costituire oggetto di registrazione come marchio d'impresa i segni privi di carattere distintivo e in particolare:

2. quelli costituiti esclusivamente dalle denominazioni generiche di prodotti o servizi o da indicazioni descrittive che ad essi si riferiscono, come i segni che in commercio possono servire a designare la specie, la qualità, la quantità, la destinazione, il valore, la provenienza geografica ovvero l'epoca di fabbricazione del prodotto o della prestazione del servizio o altre caratteristiche del prodotto o servizio.

Art. 14 c.p.i.

Liceità e diritti di terzi

1. Non possono costituire oggetto di registrazione come marchio d'impresa:

b) i segni idonei ad ingannare il pubblico, in particolare sulla provenienza geografica, sulla natura o sulla qualità dei prodotti o servizi, ovvero sulla tipologia del marchio;

SEGUE: IL MARCHIO

Quando è possibile registrare un marchio “geografico”?

- Nessuna attinenza tra luogo geografico e il prodotto/servizio (es. sigarette “CAPRI”)
- Luogo geografico circoscritto sotto il profilo territoriale e sconosciuto al consumatore di riferimento

Quanto detto vale solo per il marchio individuale, fanno infatti eccezione i marchi collettivi e di certificazione:

Art. 11 c.p.i. – Marchio collettivo

Un marchio collettivo può consistere in segni o indicazioni che nel commercio possono servire per designare la provenienza geografica dei prodotti o servizi.

La registrazione del marchio collettivo può essere richiesta non da un singolo imprenditore per contraddistinguere i propri prodotti o i propri servizi (cioè quelli della propria azienda) ma dalle **persone giuridiche di diritto pubblico** o dalle **associazioni di categoria** di fabbricanti, produttori, prestatori di servizi o commercianti. Tali associazioni possono concedere l’uso del marchio a determinati produttori o commercianti che seguiranno il regolamento d’uso del marchio. **Le società di capitali** (es. S.p.A. e s.r.l.) **non possono essere titolari di marchi collettivi**.

Art. 11 bis c.p.i.* – Marchio di certificazione (novità introdotta nel 2019)

In deroga all'articolo 13, comma 1, un marchio di certificazione può consistere in segni o indicazioni che nel commercio possono servire per designare la provenienza geografica dei prodotti o servizi.

* Novità introdotta dal D. Lgs 20 febbraio 2019 n. 15 attuativo della Dir. (UE) 2015/2436

MARCHI COLLETTIVI E MARCHI DI CERTIFICAZIONE

La registrazione dei marchi di certificazione può essere richiesta dalle persone fisiche o giuridiche, tra cui istituzioni, autorità o organismi accreditati ai sensi della vigente normativa in materia di certificazione, a garantire l'origine, la natura, o la qualità di determinati prodotti o servizi, purché non svolgano un'attività che comporta la fornitura di prodotti o servizi del tipo certificato.

Anche per i marchi di certificazione, come per i marchi collettivi, è obbligatorio allegare alla domanda di registrazione i regolamenti concernenti l'uso dei marchi di certificazione, i controlli e le relative sanzioni.

La definizione di marchi di certificazione non è molto diversa da quella di marchi collettivi (come definiti tra il 1992 e il 2019), tant'è che una norma transitoria della riforma del 2019 ha previsto la possibilità, per i titolari di marchi collettivi registrati in base alla previgente normativa, di chiedere la conversione di tali marchi in marchi collettivi di nuovo regime o in marchi di certificazione.

MARCHI COLLETTIVI E MARCHI DI CERTIFICAZIONE

In passato, la funzione del marchio collettivo era quella tipica del marchio d'impresa, ovvero permettere l'identificazione di prodotti e servizi come provenienti dalle imprese utilizzatrici, senza che avessero la funzione di garantire la qualità del prodotto.

Dopo la riforma del 1992 vi è un forte legame tra il segno e la garanzia di conformità del prodotto o servizio alle regole d'uso circa la natura, la qualità e l'origine.

MARCHI
COLLETTIVI E
MARCHI DI
CERTIFICAZIONE
MARCHI
COLLETTIVI
GEOGRAFICI
(MCG)

Art. 13 c.p.i. = Non possono essere registrati come marchi d'impresa i segni privi di carattere distintivo e, in particolare, **quelli costituiti esclusivamente dalle denominazioni generiche di prodotti o servizi o da indicazioni descrittive che ad essi si riferiscono**, come i *segni che in commercio possono servire a designare la provenienza geografica del prodotto*.

A partire dalla dir. 89/104 e anche in base alla normativa europea vigente (dir. 2015/2436), gli SM possono consentire, con proprie norme nazionali, che i marchi collettivi (sia quelli di garanzia sia quelli di certificazione) abbiano ad oggetto segni atti a indicare la provenienza geografica di un prodotto o di un servizio.

Gli artt. 11 e 11 bis comma 4 c.p.i. prevedono, infatti, che in deroga all'art. 13, comma 1, un marchio collettivo o un marchio di certificazione può consistere in segni o indicazioni che nel commercio possono servire per designare la provenienza geografica dei prodotti o servizi.

MARCHI COLLETTIVI E MARCHI DI CERTIFICAZIONE MARCHI COLLETTIVI GEOGRAFICI (MCG)

Limiti alla registrazione

Ovviamente, per evitare abusi o effetti distorsivi della concorrenza, sono state adottate dal legislatore alcune cautele in riferimento a tale fattispecie, ovvero è possibile per l'Ufficio brevetti e marchi (UBM) rifiutare la registrazione del marchio collettivo quando

- a) si creano situazioni di ingiustificato privilegio (insufficiente garanzia di accesso al marchio alle stesse condizioni a tutti gli imprenditori insediati nella zona geografica di riferimento, il cui prodotto, se arbitrariamente escluso dal marchio, non sarebbe riconoscibile sul mercato come proveniente da un certo luogo ma potrebbe ingiustamente apparire di standard qualitativo inferiore al prodotto che si fregia del marchio) o
- b) si reca pregiudizio allo sviluppo di altre iniziative analoghe nella regione. Si tratta di una valutazione che l'UBM deve fare per evitare che l'iniziativa di operatori economici locali per la registrazione di un MCG possa interferire con interventi di portata più ampia coordinati da associazioni di categoria o da enti pubblici territoriali, finendo con l'ostacolarli

MARCHI COLLETTIVI E MARCHI DI CERTIFICAZIONE MARCHI COLLETTIVI GEOGRAFICI (MCG)

E in fase di utilizzazione?

Il fatto che il marchio collettivo geografico (o quello di certificazione) sia stato registrato non consente al titolare di vietarne a terzi l'uso del nome, purché questo sia conforme ai principi della correttezza professionale e quindi limitato.

Una indicazione di provenienza geografica non può costituire oggetto di un marchio d'impresa per effetto del divieto di cui all'art. 13 comma 1 c.p.i.

Niente impedisce che tale indicazione sia utilizzata semplicemente per descrivere il prodotto e non a fini distintivi. In questo caso si esclude ogni intento di creare confusione e, di conseguenza, che si tratti di una forma di concorrenza sleale a danno degli utilizzatori del marchio collettivo (o di certificazione).

MARCHI COLLETTIVI E MARCHI DI CERTIFICAZIONE MARCHI COLLETTIVI GEOGRAFICI (MCG)

È registrabile un marchio individuale che contenga l'indicazione geografica già registrata per un prodotto (o servizio) analogo come marchio collettivo?

Art. 13 c.p.i. =

Vieta la registrazione di marchi individuali costituiti esclusivamente da indicazioni di provenienza geografica.

Non vieta la registrazione di marchi che insieme ad una dicitura o ad un segno distintivo contengano anche un nome geografico.

Orientamento prevalente = interpretando l'art. 11 comma 4 c.p.i. È consentito l'uso del nome geografico registrato da parte di altri come marchio collettivo al solo fine di indicare la provenienza del prodotto e non in funzione distintiva (ciò accadrebbe se il nome geografico fosse parte di un marchio individuale).

A dimostrazione di ciò sta il fatto che tra l'art. 11 comma 4 c.p.i. e l'art. 13 vi è un rapporto di norma speciale (art. 11 comma 4) a norma generale (art. 13).

La norma speciale prevale su quella generale.

DIFFERENZA TRA MARCHI COLLETTIVI GEOGRAFICI E DO (DOP E IGP)

Tra marchi collettivi geografici e DOP/IGP è diversa la natura giuridica ed il regime disciplinare.

DOP/IGP = il nome che costituisce la DO (es.: mozzarella di bufala campana) consacra il legame che esiste tra un prodotto e il territorio e sarà quindi già socialmente affermato.

Registrazione marchio collettivo geografico = il segno deve essere nuovo al momento della registrazione, almeno dal punto di vista teorico (la prassi è orientata in senso diverso).

Regole d'uso delle DO (ovvero il disciplinare di produzione) = è soggetto a norme legislative (art. 7 reg. (UE) 1151/2012 ed è approvato con un Regolamento della Commissione (regime tipicamente pubblicitario)).

Regole d'uso del marchio collettivo = hanno fonte privatistica: il regolamento d'uso è elaborato, infatti, dal soggetto che chiede la registrazione.

Effetti della registrazione del marchio = il soggetto richiedente acquista il diritto all'uso esclusivo. Egli, attraverso atti negoziali di natura privatistica, attribuirà la possibilità di utilizzo del segno distintivo ad altri soggetti (soggetti terzi).

Effetti della registrazione della DOP/IGP = il diritto di utilizzo spetta direttamente a tutti i produttori (trasformatori, distributori) e non attraverso il filtro del Consorzio di tutela richiedente, purché nel rispetto del disciplinare di produzione (cfr. art. 7 Reg. (UE) 1151/2012).

DIFFERENZA TRA MARCHI COLLETTIVI GEOGRAFICI E DO (DOP E IGP)

Segue: Tra marchi collettivi geografici e DOP/IGP è diversa la natura giuridica ed il regime disciplinare.

Titolarità delle DOP = Chi è il titolare della DO.

Prima tesi = il Consorzio di tutela è titolare di un vero e proprio diritto di privativa su DOP/IGP. Tesi che noi rigettiamo.

L'orientamento della giurisprudenza di merito (cfr. Trib. Saluzzo ord. 5 gennaio 2001, in Giur. it., 2001, I, 318) esclude la sostenibilità di questa tesi dal momento che il riconoscimento della tutela europea alla DOP si ricollega al rispetto da parte dei produttori che vogliono avvalersene di regole oggettive, pubbliche ed omogenee, ovvero il rispetto del disciplinare.

La tutela della DOP/IGP è sicuramente più penetrante di quella del marchio (individuale o collettivo). E infatti la registrazione del marchio non impedisce ai terzi di utilizzare il nome geografico con funzione semplicemente descrittiva dell'origine del prodotto (non possono utilizzarlo in funzione distintiva).

Che la tutela delle DO sia più penetrante emerge dall'art. 13 Reg. 1151/2012 che assicura la protezione d'ufficio.

Il marchio si può «volgarizzare» se diventa una denominazione generica del prodotto (o servizio) e se perde la sua capacità distintiva, per effetto dell'attività o dell'inattività del titolare.

Le DO, ex art. 13 par. 3 Reg. 1151/2012 non possono diventare generiche.

DIFFERENZA TRA MARCHI COLLETTIVI GEOGRAFICI E DO (DOP E IGP)

Segue: Tra marchi collettivi geografici e DOP/IGP è diversa la natura giuridica ed il regime disciplinare.

Possibili interferenze tra marchio collettivo e DOP/IGP

Se è già stata registrata una DOP/IGP o comunque se il procedimento di registrazione ha raggiunto una certa fase, non è possibile registrare (a pena di nullità del marchio stesso) un marchio uguale o simile o in grado di creare confusione sull'origine del prodotto.

Viceversa, se è già stato registrato un marchio con lo stesso toponimo e per lo stesso prodotto, non sussiste alcun limite alla registrazione di una DOP o IGP, a meno che queste siano idonee ad ingannare il pubblico dei consumatori sull'identità del prodotto a causa della fama e della lunga tradizione del marchio ad essa preesistente.

In ogni caso la convivenza tra marchi e DO rimane difficile e fonte di conflitti.

CONFLITTI TRA MARCHIO COSTITUITO O CHE INCLUDE UN TOPONIMO E DOP/IGP IN ITALIA

Art. 14 c.p.i.

Liceità e diritti di terzi

1. Non possono costituire oggetto di registrazione come marchio d'impresa:

c-bis) i segni esclusi dalla registrazione, conformemente alla legislazione dell'Unione europea o dello Stato o ad accordi internazionali in materia di cui l'Unione europea o lo Stato è parte, relativi alla protezione delle denominazioni d'origine e delle indicazioni geografiche *;

c-ter) i segni esclusi dalla registrazione conformemente alla normativa dell'Unione europea o ad accordi internazionali in materia di cui l'Unione è parte, relativi alla protezione delle menzioni tradizionali per i vini *;

c-quater) i segni esclusi dalla registrazione conformemente alla normativa dell'Unione europea relativa alla protezione delle specialità tradizionali garantite o ad accordi internazionali in materia di cui l'Unione europea è parte *;

* *Novità introdotta dal D. Lgs 20 febbraio 2019 n. 15*

DOP - IGP - STG NEL DIRITTO UE

FONTI NORMATIVE PRINCIPALI IN AMBITO UE

Libro verde sulla qualità dei prodotti agricoli: norme di prodotto, requisiti di produzione e sistemi di qualità, 2008;

Regolamento UE n. 1151/2012 del 21 novembre 2012 (prodotti agricoli e alimentari).

Regolamento delegato UE n. 664/2014 del 18 dicembre 2013 (Reg. integrativo).

Regolamento di esecuzione UE n. 668/2014 del 13 giugno 2014 (Reg. esecutivo).

LIBRO VERDE QUALITÀ 2008

È un documento della Commissione Europea = immediato antecedente del reg. 1151/2012;

È un passaggio fondamentale nelle dinamiche evolutive del diritto agroalimentare europeo.

Il Libro verde, in effetti, più che occuparsi della «qualità», si occupa della «comunicazione».

Riguarda più i prodotti alimentari che i prodotti agricoli.

Rimane una certa confusione tra **requisiti minimi** (cioè *requisiti di sicurezza*) e **requisiti di qualità** = ciò nonostante il Libro Verde insista sulla necessità di fare chiarezza e di distinguere tra gli uni e gli altri.

Il Libro Verde **sorvola sui requisiti di qualità** legati al prodotto, o al processo produttivo, all'origine del prodotto e alla sua storia, mentre **si sofferma sulla disciplina della comunicazione sul mercato**.

Definizione di qualità = capacità di soddisfare le aspettative dei consumatori. La qualità si colloca nella relazione tra produttore e consumatore = La troviamo nell'introduzione al Libro Verde.

Non si guarda, invece, alla relazione tra *agricoltori e trasformatori*, ovvero tra *produttori agricoli e produttori alimentari*.

Il consumatore non consuma prodotti agricoli in quanto tali, ma consuma prodotti alimentari.

Viene trascurata l'area problematica dei «prodotti agricoli» in quanto tali = scarsa attenzione alla produzione primaria. Ciò è conseguenza dell'adozione di una prospettiva che privilegia il momento finale del consumo e quindi la commercializzazione, cioè quella fase che collega il prodotto direttamente al consumatore.

LIBRO VERDE QUALITÀ 2008

- ▶ Qualità come punto di forza dell'Unione grazie all'altissimo livello di sicurezza garantito dal diritto UE per tutta la catena alimentare = Qualità = garanzia di sicurezza igienica dei prodotti alimentari.
- ▶ Qualità come capacità di soddisfare le aspettative dei consumatori. Le qualità sono relative alle caratteristiche del prodotto, come i metodi di produzione usati o il luogo di produzione. Qualità intesa come «soddisfazione dei bisogni edonistici del consumatore», plurali, negoziabili, distinti e aggiuntivi rispetto alla sicurezza igienica.
- ▶ Sicurezza igienica = non negoziabile e uniforme.
- ▶ Qualità = negoziabile e plurale.
- ▶ Esigenze di base non negoziabili: quali sono? Sicurezza igienica, tutela dell'ambiente, benessere animale, rispetto delle risorse idriche.
- ▶ Dopo aver elencato queste esigenze, il LV parla di «cibi saporiti, tradizionali e genuini» come elemento richiesto dai consumatori con redditi più elevati (consumatori esigenti). Questa ricerca è associata al rispetto di **un più alto livello di benessere animale.**

LIBRO VERDE QUALITÀ E BENESSERE ANIMALE

- ▶ Ma i cibi saporiti cui si riferisce il Libro verde rispettano davvero il benessere animale?

Es.: patè di fegato d'oca, fritto di neonata (bianchetto), tecniche utilizzate per «sanare» i maiali per favorirne la crescita.

Il Libro verde non ci dice cosa siano davvero i «cibi saporiti, tradizionali e genuini», non ne dà alcuna definizione. Manca il riferimento al dibattito in tema di benessere degli animali destinati all'alimentazione umana.

Ha senso la dichiarazione di origine della materia prima? Solo nella misura in cui riporta a un luogo preciso e munito di una propria identità.

Non così quando si fa riferimento a un non-luogo, come nella indicazione di origine UE o addirittura UE-NON UE (cfr. reg. 1337/2013 Commissione sull'etichettatura delle carni macinate o in pezzi che ammette una etichettatura di origine riferita unitariamente e indistintamente all'UE).

POLITICA (POLITICHE) DI QUALITÀ

È corretto parlare di «politica della qualità» o di «politiche della qualità»?

Sicuramente è più azzeccata la seconda espressione.

Perché?

Non siamo in presenza di un unico paradigma.

- 1) Qualità di sistema = volta a individuare e garantire la qualità nella generalità dei prodotti europei, sia in fase di produzione sia nella fase della commercializzazione. Di qualità in questo senso generale si parla nel Reg. 797/1985 che ha sostituito le dir. socio-strutturali del '72, e nel reg. 1257/1999 sullo sviluppo rurale, ma anche prima sin dagli anni '60, e poi anni '70 (armonizzazione parziale) che fissano determinati standard qualitativi per determinate categorie di prodotti (miele, succhi di frutta, latte UHT, confetture, etc.). Il tema della qualità di massa (o di sistema) ricompare nella riforma di MT del 2003, nei regolamenti del 2005 sullo sviluppo rurale, sul RUP, del 2007 su OCM unica e del 2009 sui pagamenti diretti e trova conferma nei regolamenti del 2013 = politiche di sostegno della qualità.
- 2) Qualità di eccezione = volta a sostenere e valorizzare specifici prodotti, individuati in ragione delle caratteristiche peculiari legate al territorio o a tradizioni risalenti nel tempo (DOP/IGP/STG). Le origini di questa «qualità di eccezione» risalgono agli anni '60 (regolamenti sui VQPRD)

REGOLAMENTO 1151/2012

Il reg. 1151/2012 è conosciuto come «pacchetto qualità» 2012. In effetti non contiene, a dispetto di come è chiamato, una disciplina compiuta e coerente di tutti i profili che attengono alla qualità dei prodotti agroalimentari. Esso è solo una tappa del percorso che disciplina in maniera parziale, benché sicuramente rilevante, i sistemi di qualità i cui contenuti sono certamente più ampi per cui la regolazione è ancora incompleta.

REGOLAMENTO (UE) N. 1151/2012 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 21 novembre 2012 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari.

Il titolo del Regolamento è molto ambizioso anche se i contenuti disciplinari sono abbastanza limitati e presuppone ulteriori interventi normativi sistematici e coordinati.

Contiene alcune novità di rilievo rispetto alla vecchia disciplina che appaiono coerenti con la natura pubblicistica di DOP e IGP e con la loro natura di istituti di diritto europeo, beneficiari di una protezione uniforme in ambito UE:

a) Introduce la previsione di una tutela *ex officio* anche da parte degli Stati che si limitano a commercializzare i prodotti tutelati, in aggiunta a quella da parte degli Stati produttori (cfr. art. 13.3 reg. 1151/2012);

b) Assoggetta a controllo tutti gli operatori della filiera e non solo i produttori (cfr. art. 46.2 reg. 1151/2012).

I precedenti regolamenti si limitavano a prevedere che la verifica del rispetto del disciplinare è effettuata anteriormente all'immissione del prodotto sul mercato.

Gli obblighi di controllo e di tutela sono stati estesi dalla nuova normativa a tutte le autorità nazionali.

REGOLAMENTO 1151/2012

Base giuridica: art. 43, par. 2 + art. 118, 1° co. TFUE

Art. 43 par. 2 (PAC)

Art. 118, 1° co. TFUE = diritti di proprietà intellettuale.

Base giuridica plurima.

Procedura legislativa utilizzata = procedura ordinaria = proposta della Commissione, approvazione Consiglio e Parlamento = cooperazione rafforzata (post Lisbona).

Manca l'art. 114 TFUE (ex art. 95, ex art. 100A).

In altri regolamenti la base giuridica è stata plurima (cfr. reg. 178/2002; reg. 1169/2011; reg. 625/2017). Base giuridica plurima vuol dire pluralità di fini perseguiti e pluralità di valori e interessi.

Il reg. 1151/2012 parla di prodotti agricoli e alimentari anche se la maggior parte dei prodotti sono alimentari e molti trasformati. Pochi sono i prodotti agricoli non alimentari (fiori e piante ornamentali).

REGOLAMENTO 1151/2012

Considerando 1, 2 e 3 del Reg. 1151/2012

1) La qualità e la varietà della produzione agricola, ittica e dell'acquacoltura dell'Unione rappresentano un punto di forza e un *vantaggio competitivo importante* per i produttori dell'Unione e sono parte integrante del suo patrimonio culturale e gastronomico vivo. Ciò è dovuto alle competenze e alla determinazione degli agricoltori e dei produttori dell'Unione, che hanno saputo preservare le tradizioni pur tenendo conto dell'evoluzione dei nuovi metodi e materiali produttivi.

2) Sempre di più, i cittadini e i consumatori dell'Unione chiedono qualità e prodotti tradizionali e si preoccupano del mantenimento della varietà della produzione agricola dell'Unione. Queste esigenze determinano una domanda di prodotti agricoli o alimentari con caratteristiche specifiche riconoscibili, in particolar modo quelle connesse all'origine geografica.

3) I produttori possono continuare a produrre una gamma diversificata di prodotti di qualità solo se i loro sforzi sono equamente ricompensati. Ciò presuppone che essi possano comunicare agli acquirenti e ai consumatori le caratteristiche dei propri prodotti in *condizioni di concorrenza leale* e che i prodotti possano essere identificati correttamente sul mercato.

La politica europea della qualità si colloca direttamente all'interno delle politiche di mercato e di sostegno produttivo, con specifica attenzione all'esigenza di proteggere i produttori dalle pratiche sleali, garantendo condizioni di concorrenza leale anche per assicurare «il rispetto uniforme nell'intera UE dei diritti di proprietà intellettuale connessi ai nomi protetti» (cfr. considerando 19).

REGOLAMENTO 1151/2012

E il ruolo dei consumatori?

Consumatori e cittadini sono citati dai considerando nell'enunciare le ragioni che hanno indotto il legislatore europeo ad adottare il regolamento del 2012.

Il loro ruolo rimane tuttavia confinato al lato della domanda, nel senso che la disciplina giuridica contenuta nel regolamento deve essere idonea a porre i produttori nella condizione di soddisfare questa domanda.

Politiche di qualità = rientrano nella PAC cui le accomuna il proposito di semplificare le regole, uno dei cardini della riforma della PAC del 2013 (discussa nello stesso periodo in cui è approvato il reg. 1151/2012).

La PAC è quindi una delle basi giuridiche del regolamento 1151/2012. A questa base giuridica si affianca l'art. 118 sulla tutela dei diritti di proprietà intellettuale.

DOP – IGP: DEFINIZIONI

Il reg. (UE) n. 1151/2012 ha abrogato e sostituito i reg. (CE), n. 509 e 510/2006 che, a loro volta, avevano abrogato e sostituito i reg. 2081 e 2082/1992. Nonostante vi sia una continuità rispetto ai precedenti regolamenti, per DOP e IGP vi sono rilevanti novità nell'individuazione dell'elemento linguistico che identifica il prodotto sul mercato, valorizzando elementi identitari che possono prescindere dall'uso esplicito di un nome geografico.

Oggi è possibile, alla luce della nuova disciplina, riconoscere e registrare DOP/IGP che non contengono un nome geografico (es. Feta, oppure Finocchiona). In effetti, questa possibilità risale alla disciplina del '92 ed è stata confermata anche dalla riforma del 2006. Tuttavia il reg. 1151/2012 ha modificato la vecchia formula in maniera significativa. Infatti, se osserviamo la nuova formulazione, essa ha accentuato la caratterizzazione della denominazione del prodotto tutelato come riferibile ad un'origine geografica anche in assenza di un nome geografico in quanto tale.

Infatti, se si guarda la definizione di DOP e di IGP contenuta nei vecchi regolamenti del '92:

DOP era il nome di una di una regione, di un luogo determinato o, in casi eccezionali, di un Paese che serve a designare un prodotto agricolo o alimentare;

IGP era il nome di una regione, di un luogo determinato o, in casi eccezionali di un Paese che serve a designare un prodotto agricolo o alimentare.

Ovviamente le due definizioni non erano uguali, in quanto cambiavano le altre caratteristiche.

Si trattava, quindi, in entrambi i casi, di un nome geografico di una regione, di un luogo o di un Paese ed in via eccezionale erano considerate DO alcune denominazioni tradizionali, geografiche o meno, che designavano un prodotto agricolo o alimentare originario di una regione, di un luogo determinato che soddisfacessero determinati requisiti.

SEGUE: DOP – IGP: DEFINIZIONI

Oggi, con il reg. 1151/2012 DO o IG non è il nome geografico ma il nome di un prodotto originario di un luogo, di una regione o, in casi eccezionali, di un Paese determinati.

Il nome di un prodotto, da solo, è il segno del territorio. Ciò a partire dal reg. 1151/2012. E' il prodotto, quindi, a identificare e rappresentare il territorio agli occhi dei consumatori e non è necessario che nel nome compaia un esplicito riferimento geografico, rimanendo ciò facoltativo nel senso che è il solo nome del prodotto DOP/IGP a rappresentare il territorio anche in mancanza del riferimento geografico.

Si adegua, in questo modo, la definizione normativa delle DOP/IGP alla sentenza Feta della Corte di Giustizia del 2005 (Germania e Danimarca contro Commissione) laddove aveva detto che pur in assenza del nome geografico «Grecia» all'interno della denominazione, i consumatori in tali SM percepiscono la Feta come un formaggio associato proprio alla Grecia, riconoscendo così la possibilità che il nome di un prodotto possa collocarsi tra i segni del territorio.

- ✓ **DOP:** Nomi che identificano un prodotto originario di un luogo, regione o, eccezionalmente, di un Paese determinati, la cui qualità o le cui caratteristiche sono dovute essenzialmente o esclusivamente ad un particolare ambiente geografico ed ai suoi intrinseci fattori naturali e umani, e **le cui fasi di produzione si svolgono tutte nella “zona geografica delimitata”** (cfr. art. 5, par. 1, lett. a) reg. 1151/2012);
- ✓ **IGP:** Nome che identifica un prodotto “originario” di un determinato luogo, regione o Paese, alla cui origine geografica sono essenzialmente attribuibili una data qualità, la reputazione o altre caratteristiche e la cui produzione si svolge **per almeno una delle sue fasi** nella zona geografica delimitata (cfr. art. 5, par. 2).

DOP - DENOMINAZIONE DI ORIGINE PROTETTA

La denominazione di origine protetta (DOP) afferisce a prodotti strettamente associati alla specifica area della quale portano il nome.

Devono sussistere due condizioni:

- 1) le qualità, ovvero le caratteristiche intrinseche del prodotto, devono dipendere essenzialmente, od esclusivamente, dalle specificità ambientali del suo luogo d'origine (le specificità ambientali sono definite dalle caratteristiche umane e naturali, quali clima, qualità del suolo, e conoscenze ascrivibili alle popolazioni locali);
- 2) produzione, trasformazione ed elaborazione, debbono svolgersi nella specifica area geografica di cui il prodotto porta il nome.

In sintesi, deve sussistere un collegamento stretto ed oggettivo tra le caratteristiche del prodotto e la sua origine geografica.

IGP - INDICAZIONE GEOGRAFICA PROTETTA

Anche l'indicazione geografica protetta (IGP) riguarda prodotti "collegati" ad un luogo geografico di cui portano il nome. Qui il collegamento è di natura diversa da quello che caratterizza le DOP.

Devono sussistere due condizioni:

- 1) deve esser stato prodotto entro l'area geografica della quale porta il nome. A differenza della DOP però, qui è sufficiente che almeno una tra le fasi di produzione, trasformazione ed elaborazione sia stata realizzata nell'area definita;
- 2) deve, inoltre, sussistere un collegamento tra il prodotto e l'area che gli conferisce la denominazione.

Qui il secondo requisito non è indispensabile od esclusivo, come nel caso della denominazione di origine protetta, consentendosi un più flessibile collegamento oggettivo. È sufficiente che all'origine geografica sia attribuibile una specifica qualità, reputazione od altra caratteristica.

SEGNI DEL TERRITORIO

Vengono riconosciuti come segni del territorio

- a) Prodotti **DOP** le cui *qualità* sono riferibili *ad un certo territorio d'origine* sotto un profilo oggettivo analiticamente verificabile;
- b) Prodotti **IGP**, le cui *qualità* distintive possono risolversi in un profilo eminentemente soggettivo, legato alla *reputazione* di cui i prodotti godono in ragione del legame storico con quel certo territorio, a prescindere dalla riproducibilità o meno delle caratteristiche obiettive del prodotto stesso.

La qualità distintiva di un alimento è tutelata:

- a) sia in presenza di peculiari caratteristiche del prodotto considerate in sé (DOP),
- b) sia nell'ambito della *relazione* tra il *prodotto* e la *storia del territorio*.

Il diritto europeo riconosce i «*Segni del territorio come espressione dello stretto rapporto che lega la reputazione di un prodotto ad un'origine territoriale e ad una collettività di produttori, alla quale viene riferita la costruzione della storia e dell'identità del prodotto*» (Albisinni).

SEGUE: SEGNI DEL TERRITORIO

La storia e l'identità del prodotto sono riconosciute:

- A livello normativa a partire dai regolamenti 2081 e 2082/1992;

- A livello giurisprudenziale:

- a) dalla Corte di Giustizia UE con la sentenza sul Torrone di Alicante (*Exportur* 10/11/92);
- b) Dalla **seconda sentenza Rioja** (2000) che riconosce la **legittimità delle norme che impongono l'imbottigliamento di un vino a DO nella zona geografica delimitata anche senza che vi siano ragioni tecniche** e quindi anche se l'imbottigliamento fuori dalla zona di produzione non rechi pregiudizio alle sue qualità materiali.

L'**idea di qualità** che ne scaturisce è **immateriale** ed **evocativa**. La qualità non è, quindi, solo la sommatoria di caratteristiche tecniche.

L'idea di territorio: esso si identifica con la comunità di produttori localmente stabilita (agricoltori e anche trasformatori che operano nella zgd). Il diritto europeo valorizza l'appartenenza dei produttori a questa determinata zgd.

I segni del territorio esprimono un duplice significato:

- a) Sono i segni che l'agricoltore ha impresso sul territorio, o meglio è il modo di essere del territorio rurale come oggetto delle cure dell'agricoltore;
- b) Sono i segni che sui prodotti sono impressi dal territorio come elemento che conforma il prodotto.

INDICAZIONI GEOGRAFICHE SEMPLICI

Per quanto riguarda il tema delle «indicazioni geografiche semplici», cfr. i seguenti casi:

- 1) *Exportur* (Corte Giust. 10 novembre 1992, causa C-3/91, *Exportur S.A.* (cd. sentenza sul Torrone di Alicante);
- 2) *Warsteiner* (Corte Giust. 7 novembre 2000, in causa C-321/98, *Warsteiner Brauerei*);
- 3) *Bud I* (Corte Giust. 8 novembre 2003, causa C-216/01)
- 4) *Bud II* (Corte Giust. 8 settembre 2009, causa C-478/07);
- 5) *Salame felino* (Corte Giust. 8 maggio 2014, in causa C-35/13).

INDICAZIONI GEOGRAFICHE SEMPLICI TERRITORIO, QUALITÀ E IDENTITÀ DEI PRODOTTI: CASO DEL TORRONE DI ALICANTE - 1992

Gli anni '90 del XX secolo, se per un verso hanno segnato la nascita dell'attenzione verso la sicurezza alimentare ed una attenzione crescente verso la filiera agroalimentare come destinataria delle regole, sono stati caratterizzati da un controverso rapporto tra prodotto alimentare e territorio, rapporto che sembrerebbe limitato alla dimensione di *regola di eccezione*, anche a seguito dell'introduzione del reg. 2081/92 (su DOP/IGP) che sembra consentire di evidenziare questo rapporto solo e soltanto come una eccezione e non come una regola.

In quel periodo la qualità, per la Comunità europea è solo quella materiale e obiettiva e si nega valore e rilevanza agli elementi evocativi e immateriali, spesso svalutati.

I consumatori sono indotti a considerare «speciali» prodotti abbastanza comuni, non molto distanti da uno standard medio.

Lo «spazio» sembra prevalere, perlomeno per la Commissione, sul «territorio». L'«uniformità globale» sembra destinata a vincere sulla «peculiarità locale».

Proprio in quel momento sia a livello giurisprudenziale sia a livello normativo si assiste ad una svolta.

TERRITORIO, QUALITÀ E IDENTITÀ DEI PRODOTTI: CASO DEL TORRONE DI ALICANTE - 1992

Caso del Torrone di Alicante = Era prodotto sia da una società spagnola con sede in Spagna (ad Alicante), sia da due società francesi aventi sede a Perpignan.

Nel 1973 era stata stipulata la Convenzione di Madrid tra Francia e Spagna sulla tutela delle denominazioni d'origine e delle denominazioni di alcuni prodotti. Tale Convenzione riservava la denominazione «Torrone di Alicante» solo ai prodotti spagnoli.

Sulla base della Convenzione, un produttore spagnolo chiede al tribunale di Perpignan (Francia) di vietare ai produttori francesi l'uso della denominazione. In primo grado la domanda viene respinta.

Il giudice di secondo grado nel dubbio che la Convenzione sia conforme al diritto europeo, rimette alla Corte di Giustizia la causa e solleva due questioni pregiudiziali:

- A) Se gli artt. 30 e 34 TCEE vietano la tutela delle DO e delle IG disposte dalla Convenzione del '73, in particolare della denominazione «Alicante»;
- B) In caso di risposta affermativa alla prima questione, se l'art. 36 TCEE debba essere interpretato nel senso che autorizza la tutela delle stesse denominazioni.

Nel giudizio interviene la Commissione europea che conferma la propria posizione in tema di origine dei prodotti e chiede che la Convenzione del '73 sia dichiarata illegittima per violazione delle norme comunitarie in materia di libera circolazione dei prodotti.

La Corte di Giustizia, con sentenza del novembre 1992, dopo un attento esame delle proprie precedenti sentenze, respinge la tesi della Commissione e ritiene legittima la Convenzione di Madrid del '73 che riserva ai produttori di una determinata zona geografica l'uso di alcune denominazioni.

INDICAZIONI GEOGRAFICHE SEMPLICI – TERRITORIO, QUALITÀ E IDENTITÀ DEI PRODOTTI: DAL TORRONE DI ALICANTE AL CASO BUDWEISER –2003

In sintesi, la Corte di Giustizia ha ritenuto legittima la disciplina di prodotti non DO o IG per i quali non può dirsi che una qualità o una caratteristica particolare siano dovute ad un determinato terreno ma che rivendicano comunque un'esclusiva nell'uso del nome geografico, in base ad un rapporto con le tradizioni locali riconosciuto da norme giuridiche.

La Commissione europea in seguito ha cercato nei suoi documenti ufficiali di limitare la portata del caso «Torrone di Alicante» ed ha sostenuto che non siamo in presenza di un precedente rilevante, in quanto la sentenza della Corte è anteriore all'entrata in vigore del reg. 2081/92 e pertanto da questo superato.

Diverso l'orientamento della giurisprudenza della Corte di Giustizia che considera la sentenza come «*leading case*» (ovvero caso pilota), richiamandolo nelle successive sentenze che hanno dichiarato legittime norme nazionali che attribuiscono un diritto esclusivo all'utilizzo di nomi geografici alle imprese stabilite nelle regioni o nei luoghi indicati da tali denominazioni, proprio allo scopo di garantire una concorrenza leale.

SENTENZA BUDWEISER – 18 NOVEMBRE 2003

INDICAZIONI GEOGRAFICHE SEMPLICI

La Corte di Giustizia ha deciso in senso favorevole alla tutela delle indicazioni di origine geografica semplice dei prodotti alimentari (si trattava di una birra ceca «Budweiser Budvar» prodotta nella Repubblica Ceca (a Budvar), rispetto ad una birra prodotta in Austria statunitense «American Bud».

Rispetto a questa sentenza la Commissione europea ha affermato che il Regolamento 2081/92 non impedisce che un accordo bilaterale conferisca una protezione assoluta ad una indicazione geografica, senza che sussista alcun nesso tra le caratteristiche del prodotto e la sua origine geografica.

La Commissione europea finalmente si adegua alla Corte di Giustizia, cambiando il proprio orientamento rispetto al passato. Ne deriva che è possibile ricavare dei principi generali in tema di origine territoriale dei prodotti che vanno oltre la normativa europea su DOP/IGP.

IDENTITÀ TERRITORIALE – LA CORTE DI GIUSTIZIA UE ANCORA SULLE INDICAZIONI GEOGRAFICHE SEMPLICI

A cavallo tra il XX secolo e quello attuale, è grazie all'azione della Corte di Giustizia UE che si procede verso la valorizzazione delle identità territoriali.

- Sentenza Warsteiner (7 novembre 2000): la Corte riafferma la compatibilità con il diritto UE di norme nazionali che assicurino la protezione delle IG anche al di fuori delle ipotesi disciplinate dalla normativa europea (allora, il reg. 2081/92), e quindi in assenza di qualunque legame tra le caratteristiche materiali del prodotto e la sua provenienza geografica, e in mancanza di differenze oggettive fra prodotti ottenuti in località diverse. Va segnalato che manca nella sentenza Warsteiner ogni richiamo agli artt. 30-36 TCE (misure di effetto equivalente alle restrizioni quantitative alle esportazioni), il che implica l'inizio di un nuovo percorso nell'interpretazione delle regole del commercio alimentare. La tutela del nome geografico, a partire da questa sentenza non è più vista come eccezione ma come regola.

INDICAZIONI GEOGRAFICHE SEMPLICI – CASO DEL SALAME FELINO

La denominazione di origine non registrata non gode della tutela ai sensi della normativa UE, ma può essere tutelata da una disposizione nazionale nel caso di prodotti con caratteristiche non strettamente connesse all'origine geografica, a condizione che tale disposizione non sia in contrasto con le norme UE sulla tutela di DOP e IGP e sulla libera circolazione delle merci.

La Corte di Giustizia si è pronunciata sulla denominazione “Salame Felino” nel 2014. Tale denominazione veniva utilizzata per un tipo di salame tradizionalmente prodotto a Felino in provincia di Parma (Emilia Romagna). All'epoca dei fatti, la denominazione “Salame Felino” non era registrata come DOP/IGP. Nel 1998 l'Associazione per la tutela del Salame Felino aveva citato in giudizio la Kraft S.p.A. dinanzi al Tribunale di Parma per *concorrenza sleale*, lamentando che la convenuta aveva posto in vendita un salame recante la denominazione “Salame Felino”, prodotto in Lombardia. Il tribunale, con sentenza del 2001, aveva stabilito che l'Associazione Tutela Salame Felino non poteva avvalersi delle norme comunitarie sulla tutela delle DOP/IGP in mancanza di registrazione; la sentenza aveva però riconosciuto che l'Associazione Tutela Salame Felino poteva far valere la protezione nazionale *ex art. 31 D. Lgs. n. 198/1996*.

Il tribunale accerta che i prodotti commercializzati dalla Kraft non provenivano dal territorio di Parma, e che il Salame Felino godeva di una reputazione presso i consumatori in virtù delle sue caratteristiche derivanti da una peculiarità collegata all'ambiente geografico, e condanna la Kraft per concorrenza sleale.

INDICAZIONI GEOGRAFICHE SEMPLICI – *SEGUE: CASO DEL SALAME FELINO*

L'appello fu respinto (Corte d'Appello, Bologna, 12 gennaio 2006). A seguito di ricorso in Cassazione, in cui i ricorrenti soccombenti in primo e secondo grado affermano che il sistema di protezione delle denominazioni di origine di cui al Regolamento CE 2081/92 osta a che una normativa nazionale possa conferire un diritto di utilizzare in esclusiva una denominazione di origine priva di registrazione comunitaria, e che in ogni caso l'esistenza di una protezione concessa a una denominazione di origine presuppone la presenza di una specifica normativa non riscontrabile nel procedimento principale, la Corte di Cassazione italiana sospende il procedimento per sottoporre alla Corte di Giustizia UE due questioni pregiudiziali:

- 1) Se il regolamento CE 2081/1992 debba essere interpretato nel senso di escludere che una associazione di produttori possa vantare il diritto di utilizzare in esclusiva una denominazione geografica per designare un certo tipo di salume, senza aver previamente ottenuto un provvedimento giuridicamente vincolante nel quale risultino stabiliti i confini della zona geografica di produzione, il disciplinare della produzione, ed eventuali requisiti che i produttori debbano possedere per beneficiare del diritto di utilizzare la denominazione stessa.
- 2) Quale sia, con riferimento alle disposizioni dello stesso regolamento, il regime da applicare nel mercato dell'Unione Europea e in quello di uno Stato membro ad una denominazione geografica priva di registrazione.

La Corte UE ha risposto alla seconda questione dichiarando che il regolamento CE 2081/92 non attribuisce un regime di protezione a una denominazione geografica priva di registrazione comunitaria, ma che questa può essere protetta eventualmente ai sensi di norme nazionali che tutelino le denominazioni geografiche per i prodotti le cui caratteristiche non siano connesse in modo particolare alla loro origine geografica, a condizione tuttavia che tali nome non compromettano gli obiettivi del regolamento CE 2081/92 e che non siano in contrasto con le norme comunitarie sulla libera circolazione delle merci – circostanze che spetta al giudice nazionale verificare.

Nulla ha detto la Corte UE sulla prima questione, dal momento che risultava accertato che la denominazione geografica Salame Felino non godeva di registrazione comunitaria all'epoca dei fatti e che quindi (come precisato dalla risposta alla seconda questione) l'Associazione non poteva avvalersi del diritto esclusivo di utilizzare la denominazione in esclusiva in base al regolamento CE 2081/92.

CONCLUSIONI DELLA CORTE GIUST. SULLE INDICAZIONI GEOGRAFICHE SEMPLICI

Dall'esame delle sentenze richiamate (*Exportur*, *Warsteiner*, *Bud I e II*, *Salame felino*), emerge che secondo la Corte di Giustizia UE, le denominazioni geografiche usate per prodotti per i quali non si può dimostrare che gli stessi debbano un sapore particolare ad un determinato terreno e che non sono stati ottenuti secondo requisiti di qualità, ovvero le cd. Indicazioni Geografiche Semplici, **possono godere comunque di una grande reputazione presso i consumatori e costituire**, per i produttori stabiliti nei luoghi che esse **designano un mezzo essenziale per costituirsi una clientela**, sicché è **legittimo che tali indicazioni godano di una qualche forma di tutela a livello nazionale**, senza che le relative previsioni siano in contrasto con il diritto europeo.

SEGUE IDENTITÀ TERRITORIALE – LA CORTE DI GIUSTIZIA UE

A cavallo tra il XX secolo e quello attuale, è grazie all'azione della Corte di Giustizia UE che si procede verso la valorizzazione delle identità territoriali.

- **Il Sentenza Rioja (16 maggio 2000)**: la Corte, in una controversia tra Belgio e Spagna, dichiara legittima la norma spagnola che impone l'imbottigliamento nella zona d'origine del vino Rioja (VQPRD), sulla base della considerazione espressa dalla Corte per cui il diritto comunitario manifesta una tendenza generalizzata alla valorizzazione dei prodotti nell'ambito della PAC, assumendo quest'ultima (la PAC) come canone di governo non solo della *produzione* ma anche della *commercializzazione*. Infatti, la responsabilità della buona reputazione di una DOP appartiene alla comunità dei produttori della zgd, i più idonei a garantire un efficace sistema di controlli della qualità. A differenza della prima sentenza Rioja (9 giugno 1992), che aveva dichiarato illegittimo l'obbligo di imbottigliamento in zona d'origine (zgd) considerandolo come misura di effetto equivalente ad una restrizione alla libera circolazione delle merci, nella seconda sentenza del 2000, l'efficacia dei controlli è collocata dalla Corte all'interno dello stretto rapporto che lega la reputazione di un prodotto ad un'origine territoriale e ad una collettività di produttori e assegnando al prodotto «vino» una dimensione di appartenenza alla comunità di produttori e dunque al territorio di produzione. Benchè l'imbottigliamento fuori dalla zona d'origine non incida sulla qualità intrinseca del vino, concedere questa possibilità, ciò non basta a concedere a produttori al di fuori dalla zgd poiché avrebbe un impatto negativo sulla *reputazione* del vino stesso e non basta a mantenere la buona reputazione del vino fornire le informazioni sulla zona d'imbottigliamento in etichetta. Ciò, infatti, creerebbe nei consumatori di un vino VQPRD una certa confusione, in quanto essi confidano (fiducia) nel fatto che tutte le fasi debbano svolgersi sotto il controllo e la responsabilità della collettività interessata.

SEGUE IDENTITÀ TERRITORIALE – LA CORTE DI GIUSTIZIA UE

Valorizzazione delle identità territoriali

Grazie alle sentenze richiamate (**Warsteiner e Rioja II**), **il territorio diventa canone di identità e garanzia**: esso non si risolve semplicemente in un dato geografico ma si identifica con la comunità di produttori localmente stabilita, agricoltori (produttori vitivinicoli) e non agricoltori, cioè le imprese che si occupano dell'imbottigliamento (cfr. II sentenza Rioja) che operano nella zgd.

Questo percorso giudiziale inizia con la sentenza Exportur del 1992 sul torrone di Alicante e viene confermato con la seconda sentenza Rioja.

Esso trova conferma in alcuni regolamenti come:

- a) quello del 1996 sull'ortofrutta che richiede che sui prodotti sia indicata l'origine del prodotto (art. 6 reg. 2200/1996);
- b) quello su pesca e acquacoltura (n. 104/1999) che richiede, per l'immissione in commercio di pesci, molluschi e crostacei un'adeguata etichettatura che indichi non solo la denominazione commerciale della specie, il metodo di cattura (in mare o allevamento), la zona FAO di cattura;
- c) Il regolamento 820/1997 che ha introdotto, per le carni bovine, l'etichettatura di origine di area vasta.

SEGUE IDENTITÀ TERRITORIALE – LA CORTE DI GIUSTIZIA UE

Valorizzazione delle identità territoriali

I principi enunciati dalla II sentenza Rioja sono stati recepiti anche dalle sentenze sul confezionamento in zgd del **Prosciutto di Parma** e del **Grana Padano** (20 maggio 2003) che hanno dichiarato **legittima la limitazione del confezionamento alle sole zone di produzione dei due prodotti**: nella motivazione si conferma l'attenzione verso la comunità locale di produttori come garanzia di sicurezza e di qualità dei prodotti.

TAR del Lazio, 2003 = cambiando rotta rispetto ai propri precedenti orientamenti, il TAR ha recepito le indicazioni provenienti dalla II sentenza Rioja ed ha considerato il **territorio come canone che non si risolve nel semplice dato geografico, ma si identifica con l'intera comunità di produttori localmente stabilita**.

La sentenza riguarda la **legittimità del disciplinare che prevede l'imbottigliamento in zgd del vino Soave Superiore DOCG** = è legittimo secondo il TAR.

Il ESFD (sistema europeo di diritto alimentare) diventa un sistema di regolazione policentrico che valorizza *interazione* e *dialogo* tra legislatori e corti interne ed europee.

Esso si articola in una trama disciplinare volta ad assicurare fini e obiettivi molteplici e ciò attraverso l'adozione di sistemi di responsabilità, di regole e di procedure uniformi che coinvolgono tutti i protagonisti della produzione e attraverso la valorizzazione di strumenti di auto-organizzazione, sulla base dei principi comunitari e costituzionali di *sussidiarietà*.

SEGUE: SEGNI DEL TERRITORIO

Significato del termine «territorio»

Territorium urbis (Cicerone) = la terra intorno alla città, cioè la terra che appartiene alla città e che dalla città riceve identità. Non si tratta dei semplici confini geografici dello Stato.

Il territorio è ciò che riceve una determinata identità da un luogo al quale, al tempo stesso restituisce identità. Tra il luogo e il territorio si crea, quindi, un rapporto di relazione.

Dizionario Zingarelli = «*Territorio = Distretto, terreno annesso a una città e sim.*»

Territorio = spazio che dà regole ed è, a sua volta, regolato in ragione delle proprie attività produttive e del proprio rapporto con il mercato. Si tratta di un concetto risalente ma tutt'ora presente nelle nostre abitudini e nelle nostre pratiche linguistiche, anche commerciali. Trova rilievo nella disciplina europea su DOP e IGP.

Calvino = Territorio che si mangia (cfr. Capatti – Montanari, 1999) per significare come i prodotti alimentari rechino i segni del territorio d'origine.

DOP E IGP: DIFFERENZE

DOP e **IGP** si distinguono per la diversa intensità del legame del processo produttivo al territorio di origine e per una diversa quantità di caratteristiche ad esso collegate.

DOP: le caratteristiche fondamentali del prodotto devono essere attribuibili esclusivamente o essenzialmente all'ambiente geografico;

IGP: anche solo una caratteristica può essere attribuita all'origine geografica.

SEGUE...

DOP: le proprietà del prodotto derivanti dall'ambiente geografico, dal *know-how* diffuso nella zona, dal microclima, dalle materie prime, devono essere caratteristiche intrinseche (es., il gusto, il colore, l'aroma, il legame ad una tradizione, etc.).

IGP: il legame col territorio può riguardare anche la semplice reputazione derivante, di solito, da una origine storica del prodotto da quella determinata area geografica. In questo caso il diritto europeo protegge la reputazione e soprattutto l'IGP per il suo valore economico come fonte di reddito per il produttore.

SEGUE...

DOP: tutte le fasi (produzione, trasformazione, elaborazione) devono svolgersi nella zona geografica delimitata;

IGP: è sufficiente che una sola fase sia svolta entro la zona geografica, in modo da conferire qualcuna delle caratteristiche o da guadagnare al prodotto la sua specifica reputazione.

STG - SPECIALITÀ TRADIZIONALI GARANTITE – BREVICENNI - RINVIO

Per la STG non è necessario un legame tra prodotto e territorio ma soltanto il rispetto della ricetta tradizionale.

Sono state introdotte dal Reg. 2082/1992 come «Attestazioni dispecificità» AS.

La finalità della STG è di garantire una certificazione di carattere specifico a prodotti che siano tradizionali e che possiedano caratteristiche distintive rispetto ad altri analoghi, appartenenti alla stessa categoria.

La tradizionalità può consistere nell'utilizzo di materie prime tradizionali, oppure nella composizione tradizionale, oppure ancora nel metodo di produzione e/o di trasformazione.

Requisito della “tradizione”: un uso sul mercato comunitario di almeno 25 anni.

La qualità delle STG prescinde dall'aspetto territoriale.

Procedura di registrazione = cfr. DOP/IGP.

Attuali STG Italiane: pizza napoletana e mozzarella. In Spagna il Jamon Serrano

Logo ufficiali UE per DOP - IGP -STG



Esempio DOP



Esempio IGP



Esempio STG



IL NOME DEL PRODOTTO AGRICOLO O ALIMENTARE

Il nome del prodotto agricolo o alimentare deve comprendere la denominazione di origine o l'indicazione geografica, cioè il nome della regione, di uno specifico luogo, o, in casi eccezionali, di una nazione.

In deroga a questa prescrizione, la normativa UE prevede che sia per le DOP che per le IGP si possa ricorrere ad un nome tradizionale, non necessariamente geografico, che indichi un prodotto dell'agricoltura o un alimento che trae origine da una specifica regione o da una definita area geografica.

Il nome geografico può riferirsi ad un comune, una provincia o una regione, ma anche ad una zona non amministrativa ma che sia delimitata (es. "Brianza"), ed inoltre può essere definito anche attraverso un aggettivo (es. "Sopressa Vicentina").

IL DISCIPLINARE DI PRODUZIONE

L'art. 7 del Reg. 1151/2012 prevede che una denominazione di origine protetta o un'indicazione geografica protetta deve rispettare un disciplinare che comprende determinati requisiti (lett. a -h).

Il disciplinare è una vera e propria “guida alla produzione” che definisce tutti i passaggi del processo produttivo, ponendo limiti e stabilendo prescrizioni, procedure e metodi oggettivi, facilmente attuabili e controllabili.

Il disciplinare deve essere redatto in modo tale che un organismo indipendente possa certificare, sulla base di controlli analitici, l'applicazione corretta delle norme e delle procedure, e quindi garantire i parametri di qualità del prodotto ottenuto.

IL DISCIPLINARE DI PRODUZIONE

Art. 7 del Reg. 1151/2012 (v., per aggiornamenti, il Reg. 2117/2021 art. 2)

Elementi del Disciplinare:

- a) il nome da proteggere come denominazione di origine o indicazione geografica, quale utilizzata nel commercio o nel linguaggio comune, e solo nelle lingue attualmente o storicamente utilizzate per descrivere il prodotto specifico nella zona geografica delimitata;
- b) la descrizione del prodotto, comprese se del caso le materie prime, nonché le principali caratteristiche fisiche, chimiche, microbiologiche od organolettiche del prodotto;
- c) la definizione della zona geografica delimitata riguardo al legame di cui alla lettera f), punto i) o punto ii), del presente paragrafo e, se del caso, gli elementi che indicano il rispetto delle condizioni di cui all'articolo 5, paragrafo 3;
- d) gli elementi che dimostrano che il prodotto è originario della zona geografica delimitata di cui all'articolo 5, paragrafo 1 o 2;
- e) la descrizione del metodo di ottenimento del prodotto e, se del caso, dei metodi locali, leali e costanti nonché informazioni relative al confezionamento, quando il gruppo richiedente stabilisce in tal senso e fornisce sufficienti motivazioni specifiche per prodotto per cui il confezionamento deve aver luogo nella zona geografica delimitata per salvaguardare la qualità, garantire l'origine o assicurare il controllo, tenendo conto del diritto dell'Unione, in particolare della libera circolazione dei prodotti e della libera prestazione di servizi;
- f) gli elementi che stabiliscono:
 - 1) il legame fra la qualità o le caratteristiche del prodotto e l'ambiente geografico di cui all'articolo 5, paragrafo 1; o
 - 2) se del caso, il legame fra una data qualità, la reputazione o un'altra caratteristica del prodotto e l'origine geografica di cui all'articolo 5, paragrafo 2;
- g) il nome e l'indirizzo delle autorità o, se disponibili, il nome e l'indirizzo degli organismi che verificano il rispetto delle disposizioni del disciplinare a norma dell'articolo 37, e i relativi compiti specifici;
- h) qualsiasi regola specifica per l'etichettatura del prodotto in questione.

PROCEDURA DI REGISTRAZIONE

La registrazione di una DOP o IGP è il frutto di un'iniziativa privata e volontaria da parte dei produttori interessati: il primo passo è dato dalla presentazione di una richiesta di registrazione.

Il regolamento UE prevede che la domanda di registrazione può essere presentata da un'associazione. Il regolamento inoltre precisa che per “associazione” si intende qualsiasi organizzazione, a prescindere dalla sua forma giuridica o dalla sua composizione, di produttori o di trasformatori che trattano il medesimo prodotto agricolo o il medesimo prodotto alimentare.

Una associazione può presentare domanda di registrazione esclusivamente per i prodotti agricoli o alimentari che essa stessa produce o elabora.

SEGUE...

La richiesta deve indicare se la denominazione da sottoporre a registrazione sia relativa ad una DOP ovvero ad una IGP, e deve essere presentata dall'associazione al MIPAF corredata da:

- delibera assembleare (o documento equipollente) del soggetto richiedente per ogni prodotto per il quale si chiede il riconoscimento in ambito comunitario;
- atto costitutivo e statuto del soggetto richiedente;
- disciplinare;
- documento unico (specifico formulario previsto dal Regolamento UE);
- relazione tecnica;
- relazione storica;
- cartografia.

CONTENUTO DELLA DOMANDA DI REGISTRAZIONE

Art. 8 Reg. 1151/2012

1. Una domanda di registrazione di una denominazione di origine o di un'indicazione geografica a norma dell'articolo 49, paragrafo 2 o 5, comprende almeno:

a) il nome e l'indirizzo del gruppo richiedente e delle autorità o, se disponibili, degli organismi che verificano il rispetto delle disposizioni del disciplinare;

b) il disciplinare di cui all'articolo 7;

c) un documento unico contenente gli elementi seguenti:

i) gli elementi principali del disciplinare: il nome, una descrizione del prodotto, incluse, se del caso, le norme specifiche applicabili al confezionamento e all'etichettatura, e una descrizione concisa della delimitazione della zona geografica;

ii) la descrizione del legame del prodotto con l'ambiente geografico o con l'origine geografica di cui all'articolo 5, paragrafo 1 o 2, a seconda dei casi, inclusi, se del caso, gli elementi specifici della descrizione del prodotto o del metodo di produzione che giustifica il legame.

Una domanda di cui all'articolo 49, paragrafo 5, contiene, inoltre, la prova che il nome del prodotto è protetto nel suo paese di origine.

2. Un fascicolo di domanda di cui all'articolo 49, paragrafo 4, comprende:

a) il nome e l'indirizzo del gruppo richiedente;

b) il documento unico di cui al paragrafo 1, lettera c), del presente articolo;

c) una dichiarazione dello Stato membro in cui quest'ultimo afferma che la domanda presentata dal gruppo richiedente e che beneficia della decisione favorevole soddisfa le condizioni del presente regolamento e le disposizioni adottate a norma del medesimo;

d) il riferimento della pubblicazione del disciplinare.

SEGUE FASE “NAZIONALE”

- **Verifica documentazione e legittimità**: effettuata dal MIPAF entro 30 giorni dal ricevimento della richiesta.

- **Riunione di pubblico accertamento**: con l'associazione richiedente, Regioni e/o Province autonome, Camere di Commercio territorialmente competenti, con invito a partecipare i Comuni, le organizzazioni professionali e di categoria, i produttori e gli operatori economici interessati.

Scopo di questa fase è di **permettere al Ministero**, nella veste di soggetto preposto alla notifica alla Commissione Europea della domanda di registrazione di DOP e IGP, **di verificare la rispondenza della disciplina proposta agli usi leali e costanti previsti dal Regolamento UE**.

- **Pubblicazione in Gazzetta Ufficiale**: la proposta di riconoscimento con il disciplinare proposto, per permettere a tutti i soggetti interessati di prenderne visione e, nel caso, di formulare valutazioni e osservazioni entro il termine di 30 giorni.

- **Notifica in sede UE**: Trascorso tale termine, in mancanza di osservazioni o dopo averle valutate e aver risolto eventuali dissensi, il Ministero notifica alla Commissione Europea la richiesta di registrazione e la documentazione relativa.

PROTEZIONE NAZIONALE TRANSITORIA

Art. 9 Reg. 1151/2012

A decorrere dalla data di presentazione della domanda alla Commissione, uno Stato membro può concedere a un nome, solo in via transitoria, una protezione ai sensi del presente regolamento a livello nazionale.

Tale protezione nazionale cessa alla data in cui è adottata una decisione di registrazione a norma del presente regolamento oppure alla data in cui la domanda è ritirata.

Qualora un nome non sia registrato ai sensi del presente regolamento, le conseguenze di tale protezione nazionale sono responsabilità esclusiva dello Stato membro interessato.

Le misure adottate dagli Stati membri a norma del primo comma hanno efficacia solo a livello nazionale e non incidono in alcun modo sugli scambi intraunionali o internazionali.

(SEGUE) FASE “COMUNITARIA”

- **Esame della Richiesta**: Entro 12 mesi la Commissione esamina le richieste pervenute attraverso per verificare che sia conforme a tutti i requisiti necessari, e che il nome sia proteggibile.
- **Integrazione di informazioni**: se la Commissione rileva che la richiesta non sia chiara o necessiti ulteriori dati, può richiedere informazioni supplementari al Paese Membro attraverso un carteggio.
- **Pubblicazione**: Se la richiesta soddisfa i requisiti di registrazione si procede con pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea.
- **Opposizioni di terzi**: Eventuali dichiarazioni opposte potranno essere trasmesse alla Commissione entro 6 mesi dalla data della pubblicazione.

Se la Commissione riceve una dichiarazione d'opposizione, si apre una apposita procedura.

(*SEGUE*) FASE “COMUNITARIA”

Tali dichiarazioni d’opposizione possono essere inviate alla Commissione da uno dei Paesi membri o anche da Paesi terzi.

Anche persone fisiche o giuridiche stabilite o residenti in uno Stato membro, diverso da quello in cui è stata richiesta la registrazione, possono opporsi alla registrazione mediante presentazione di una dichiarazione motivata. Questa richiesta dovrà essere presentata allo Stato membro in cui si risiede, in tempo utile per permettere l’opposizione nei termini stabiliti.

- **Iscrizione nel registro UE DOP-IGP:** Se nessuna dichiarazione d’opposizione perviene entro i 6 mesi successivi alla pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale, o se l’esito di una procedura d’opposizione ne dimostra l’infondatezza, il nome in questione viene iscritto dalla Commissione nel registro delle DOP o in quello delle IGP.

DIRITTI DI ESCLUSIVA – TUTELA D'UFFICIO

La registrazione assicura una tutela alle DOP ed IGP, per evitare

- (1) usurpazioni,
- (2) imitazioni o anche
- (3) evocazioni che possano ingannare i consumatori.

La registrazione conferisce ai produttori il diritto d'esclusiva all'utilizzo del nome per il loro prodotto.

Questo diritto d'esclusiva è un vero e proprio diritto di proprietà intellettuale.

Questo diritto d'esclusiva non appartiene solo ai produttori che avanzano la richiesta in quel determinato luogo, vale a dire ai membri originari dell'associazione di produttori richiedenti, ma anche a tutti gli altri produttori presenti nella specifica area geografica, sempreché si conformino alle condizioni di produzione stabilite nel disciplinare.

Tutti i produttori presenti nell'area geografica interessata possono vietare a soggetti terzi di utilizzare il nome registrato.

Solo questi produttori possono commercializzare o pubblicizzare il loro prodotto col nome registrato, usufruendo della designazione di “Denominazione di ⁶⁶Origine Protetta (DOP)” e “Indicazione Geografica Protetta (IGP)”.

SEGUE: TUTELA D'UFFICIO

Il **Regolamento UE n. 1151/2012 (Art. 13)** proibisce espressamente:

- a) ogni utilizzo commerciale, diretto od indiretto, del nome, per prodotti non coperti da registrazione, nella misura in cui detti prodotti siano comparabili a quelli aventi nome registrato; lì dove invece, i prodotti non siano comparabili a quelli registrati, la proibizione si applica solo nella misura in cui il loro utilizzo del nome sfrutti la reputazione del nome protetto;
- b) ogni uso scorretto, **usurpazione, imitazione o evocazione**, anche previa indicazione della reale origine del prodotto, o se il nome protetto è tradotto in altra lingua o accompagnato da espressioni del tipo: “stile”, “tipo”, “metodo”, “come prodotto in”, “imitazione” o simili;
- c) ogni altra indicazione falsa o ingannevole (fuorviante) relativa a provenienza, origine, natura o qualità essenziali del prodotto, utilizzata all'esterno o all'interno della confezione, su materiali pubblicitari o su vari altri documenti, ovvero l'uso di contenitori per il *packaging* tali che comunichino una falsa impressione circa l'origine del prodotto stesso;
- d) ogni altra pratica che possa trarre in inganno il pubblico circa la reale origine del prodotto.

Il Regolamento UE prevede anche che un nome protetto non possa diventare generico, sia che il produttore difenda il proprio diritto, sia che non lo faccia.

TUTELA D'UFFICIO: USURPAZIONE, IMITAZIONE, EVOCAZIONE

Usurpazione = si intende, un'attività di appropriazione della denominazione protetta, con conseguente indebita acquisizione di pregi e qualità non pertinenti. In altri termini, si sostanzia in una condotta di chi si arroga il diritto al nome di spettanza altrui.

Imitazione = l'attività di riproduzione “con plagio” della denominazione protetta. Tale attività presuppone la sussistenza di un modello che si cerca di riprodurre e, dunque, l'alterità del bene imitato.

Evocazione = la pratica commerciale scorretta capace di suscitare nel consumatore l'idea che quel prodotto abbia le stesse caratteristiche e qualità del prodotto a denominazione registrata o che sia esso stesso prodotto a denominazione registrata. Attività, quindi, che intende suscitare il ricordo di un modello.

Fonte: La protezione delle indicazioni geografiche: La nozione di evocazione, di F. Gualtieri, S. Vaccari, B. Catizzone, in www.rivistadirittoalimentare.it, 2017, fasc. 2, p. 16 (cfr. più avanti, giurisprudenza sul concetto di «evocazione»).

TUTELA D'UFFICIO: USURPAZIONE, IMITAZIONE, EVOCAZIONE

Nella prassi spesso non è facile distinguere in maniera netta le tre fattispecie, soprattutto quando oggetto della concorrenza sleale sono prodotti fra di loro comparabili.

Non può, tuttavia, escludersi che un richiamo alla denominazione protetta e l'indebito sfruttamento della sua reputazione si possa riscontrare anche per prodotti tra loro non comparabili.

Il diritto derivato europeo offre, tuttavia, una protezione molto ampia, anche nel caso di non comparabilità dei prodotti tra quello il cui nome è protetto e quello "usurpante" o "evocante", in quanto essa è posta a tutela di più beni giuridici, dalla tutela del consumatore alla protezione del patrimonio culturale europeo, alla tutela dei produttori delle indicazioni geografiche.

Cfr.: La protezione delle indicazioni geografiche: La nozione di evocazione, di F. Gualtieri, S. Vaccari, B. Catizzone, in www.rivistadirittoalimentare.it, 2017, fasc. 2, p. 16 (cfr. più avanti, giurisprudenza sul concetto di «evocazione»).

TUTELA D'UFFICIO: USURPAZIONE, IMITAZIONE, EVOCAZIONE

La Corte di Giustizia, nell'illustrare le ragioni di tale ampia protezione, ha sottolineato come la normativa “...*manifesta una tendenza generale alla valorizzazione della qualità dei prodotti nell'ambito della politica agricola comune ... mira in particolare a soddisfare l'attesa dei consumatori in materia di prodotti di qualità e di un'origine geografica certa nonché a facilitare il conseguimento da parte dei produttori, in condizioni di concorrenza uguali, di migliori redditi in contropartita di uno sforzo qualitativo reale ... tutela i beneficiari contro l'uso illegittimo delle dette denominazioni da parte di terzi che intendano profittare della reputazione da esse acquisita*”

Cfr.: Corte di Giustizia (Grande Sezione), C-478/07, sentenza 8 settembre 2009, *Budějovický Budvar, národní podnik vs Rudolf Ammersin GmbH*, parr. 109-110).

SEGUE: TUTELA D'UFFICIO TITOLARITÀ DELLE DOP/IGP? BENE COMUNE?

Il regime giuridico europeo su DOP e IGP non prevede l'appropriazione del segno da parte di soggetti individualmente identificati o identificabili (né singole imprese, né soggetti collettivi).

I segni DOP/IGP non sono oggetto di titolarità privatistica.

Tali segni sono utilizzabili dalla comunità di produttori localmente operante e stabilita.

I Consorzi di tutela (compresi quelli dei vini DOP/IGP) non sono proprietari della denominazione tutelata, non possono disporne o cederla a terzi. Essi hanno solo compiti di tutela e valorizzazione nell'interesse dell'intera comunità degli utilizzatori attuali o potenziali della denominazione, anche se non iscritti al Consorzio.

DOP/IGP sono «beni comuni»? Hanno la caratteristica della

- a) **«non escludibilità»**, nel senso che possono essere utilizzati da un numero indefinito di soggetti legittimati; della
- b) **«non rivalità»** o **«non consumabilità»**, poiché l'utilizzo del bene comune da parte di più soggetti non ne determina l'esaurimento e non pregiudica l'utilizzo da parte di altri soggetti legittimati.

Si tratterebbe, pertanto, di un bene comune riconosciuto dal potere pubblico (Commissione UE) attraverso un atto amministrativo che conclude un procedimento avente natura bifasica (interna e UE) che trova la propria ragion d'essere in una storia consolidata che precede il riconoscimento.

SEGUE: TUTELA D'UFFICIO RICONOSCIMENTO

Riconoscimento: la registrazione è una dichiarazione del potere pubblico che riconosce l'esistenza dei presupposti di esistenza della DOP/IGP e impegna il potere pubblico a tutelare l'uso del nome, espressione di un'identità territoriale e geografica ufficialmente riconosciuto come tale e dunque bene pubblico, in coerenza con le regole fissate nel disciplinare.

La tutela d'ufficio avviene ad opera di tutti gli SM non solo produttori ma anche di semplice commercializzazione dei prodotti DOP/IGP. Ciò solo a partire dal reg. 1151/2012. Si tratta di una **novità rilevante** che ha sanato una grave carenza della disciplina di settore, che era emersa con la **sentenza della Corte di Giustizia sul caso Parmesan** (2008).

Prima del reg. 1151/2012 non erano previsti obblighi di azione d'ufficio dei singoli SM in caso di violazione delle disposizioni in tema di DOP/IGP. L'iniziativa era rimessa ai singoli soggetti interessati (Consorti di tutela), trasferendo dalle strutture pubbliche ai soggetti privati gli oneri di tutela di un bene per sua natura pubblico.

Il reg. 1151/2012 introduce un obbligo di tutela d'ufficio a carico di tutti gli SM anche quelli che si limitano a commercializzare i prodotti.

VINI DI QUALITÀ – DISCIPLINA VIGENTE

A partire dal 2008, la Commissione si muove verso una radicale riforma dell'OCM vino.

Con il Reg. 479/2008, per permettere l'istituzione di un quadro trasparente e più completo che corrobora le indicazioni di qualità dei vini si prevede un regime che permetta di allineare la disciplina dei vini di qualità a quella dei prodotti alimentari diversi dal vino e dalle bevande spiritose (allora contenuta nel reg. 510/2006).

Per diversi anni il riconoscimento delle indicazioni di qualità dei vini avveniva a livello nazionale. Da quel momento in poi il riconoscimento avviene in due fasi:

Una **fase nazionale**, regolata oggi dalla legge 238/2012 (e dal DM 7/11/2012) che legittima a presentare la domanda di riconoscimento qualunque Associazione di produttori, inclusi i Consorzi di tutela in possesso dei requisiti previsti dall'art. 17 D.Lgs. 61/2010. **Le domande vanno presentate tramite la Regione** che svolge una **preistruttoria** e trasmette la documentazione al **MIPAAF** corredata da un proprio parere. Il Ministero verifica a con l'ausilio del Comitato Nazionale vini (ex art. 40 TU vigna e vino) e in caso di esito positivo **pubblica il disciplinare e il documento unico** sul sito internet e **trasmette la domanda** di protezione con la documentazione allegata **alla Commissione** europea che decide in via definitiva (**fase comunitaria**).

Scompaiono le vecchie VQPRD e IGT che vengono sostituite da DOP e IGP.

DOP E IGP VINI – DENOMINAZIONI DI ORIGINE

Il Reg. 1151/2012 non si applica alle bevande spiritose, ai vini e ai prodotti vitivinicoli, ma si applica all'aceto. Non si applica alla produzione e all'etichettatura dei prodotti biologici

Il Reg. 1308/2013, modificato dal Reg. 2117/2021 (cfr. Art. 1) definisce agli artt. 92 e ss. le DOP e IGP sui i vini:

Si intende per:

a) "**denominazione di origine**", un nome, compreso un nome usato tradizionalmente che serve a designare un prodotto di cui all'art. 92 par. 1 del Reg. 1308/2013, in possesso dei seguenti requisiti:

1) la qualità e le caratteristiche del prodotto sono dovute essenzialmente o esclusivamente a un particolare ambiente geografico e ai suoi fattori naturali e umani;

2) originario di un luogo, di una regione o, in casi eccezionali, di un Paese determinati

3) ottenuto da uve che provengono esclusivamente da tale zona geografica;

3) la produzione avviene in detta zona geografica e

4) il prodotto è ottenuto da varietà di viti appartenenti alla specie *Vitis vinifera* o da un incrocio tra la specie *vitis vinifera* e altre specie del genere *vitis*.

VINI IGP E SEGNI DI QUALITÀ DEI VINI DA TAVOLA

I vini IGP non solo sostituiscono i vini IGT ma, a differenza di questi ultimi che erano «vini da tavola», rientrano nel prestigioso ambito dei «vini di qualità».

Si intende per:

a) "**indicazione geografica**", l'indicazione che si riferisce a un nome, compreso un nome usato tradizionalmente che identifica un prodotto di cui all'articolo 92, paragrafo 1, conforme ai seguenti requisiti:

- 1) possiede qualità, notorietà o altre caratteristiche specifiche sono attribuibili alla sua origine geografica;
- 2) originario di un determinato luogo, Regione o in casi eccezionali, Paese:
- 3) le uve da cui è ottenuto provengono per almeno l'85% esclusivamente da tale zona geografica;
- 4) la produzione avviene in detta zona geografica e
- 5) è ottenuto da varietà di viti appartenenti alla specie *Vitis vinifera* o da un incrocio tra la specie *Vitis vinifera* e altre specie del genere *Vitis*.

E i vini da tavola? Possono fregiarsi di segni di qualità?

Sì. A partire dalla riforma del 2008 possono recare in etichetta indicazioni come l'annata e la varietà delle uve, che il consumatore avverte come segno di qualità, e ciò anche per prodotti privi di elementi di territorialità.

DISCIPLINARE VINI DOP/IGP – ART. 94 REG. 1308/13

Il disciplinare di produzione contiene almeno:

- a) il nome di cui è chiesta la protezione;
- b) una descrizione del vino o dei vini:
 - 1) per quanto riguarda una denominazione di origine, la descrizione delle principali caratteristiche analitiche e organolettiche;
 - 2) per quanto riguarda una indicazione geografica, la descrizione delle principali caratteristiche analitiche e la valutazione o indicazione delle caratteristiche organolettiche;
- c) se del caso, le pratiche enologiche specifiche utilizzate nell'elaborazione del vino o dei vini nonché le relative restrizioni applicabili a detta elaborazione;
- d) la delimitazione della zona geografica interessata;
- e) le rese massime per ettaro;
- f) un'indicazione della o delle varietà di uve da cui il vino o i vini sono ottenuti;
- g) gli elementi che evidenziano il legame di cui al paragrafo 1, lettera a), punto i), oppure, secondo i casi, al paragrafo 1, lettera b), punto i) dell'articolo 93;
- h) le condizioni applicabili previste dalla legislazione unionale o nazionale oppure, se così previsto dagli Stati membri, da un'organizzazione che gestisce la designazione di origine protetta o l'indicazione geografica protetta, tenendo conto del fatto che tali condizioni devono essere oggettive, non discriminatorie e compatibili con il diritto dell'Unione;
- i) il nome e l'indirizzo delle autorità o degli organismi che verificano il rispetto delle disposizioni del disciplinare di produzione, nonché le relative attribuzioni.

CHI PUÒ PRESENTARE DOMANDA DI PROTEZIONE?

Richiedenti (art. 95)

La domanda di protezione di una denominazione di origine o di una indicazione geografica può essere presentata da **qualsunque gruppo di produttori** o, in casi eccezionali e debitamente giustificati, da **singoli produttori**. Possono partecipare alla domanda anche altre parti interessate.

I produttori possono chiedere la protezione esclusivamente per i vini che producono.

FASE NAZIONALE PRELIMINARE – ART. 96 REG. 1308/13

Le domande di protezione di una denominazione di origine o di un'indicazione geografica di vini originari dell'Unione sono esaminate nell'ambito di una procedura nazionale preliminare.

La domanda di protezione è presentata nello Stato membro del cui territorio è originaria la denominazione di origine o l'indicazione geografica.

Lo Stato membro cui è presentata la domanda di protezione la esamina per verificare se essa sia conforme alle condizioni stabilite dalla presente sottosezione.

Lo Stato membro mette in atto una procedura nazionale che garantisce l'adeguata pubblicazione della domanda e prevede un periodo di almeno due mesi dalla data della pubblicazione, nel corso del quale ogni persona fisica o giuridica avente un interesse legittimo e residente o stabilita sul suo territorio può fare opposizione alla protezione proposta presentando allo Stato membro una dichiarazione debitamente motivata.

Lo Stato membro che valuta la domanda la rigetta se considera che la denominazione di origine o l'indicazione geografica non soddisfi le condizioni applicabili stabilite nella presente sottosezione, o sia incompatibile con il diritto dell'Unione.

Se ritiene che le condizioni applicabili siano soddisfatte, lo Stato membro che valuta la domanda mette in atto una procedura nazionale che garantisce l'adeguata pubblicazione del disciplinare di produzione perlomeno su internet e inoltra la domanda alla Commissione.

FASE EUROPEA

La Commissione pubblica la data di presentazione della domanda di protezione della denominazione di origine o dell'indicazione geografica.

La Commissione verifica se le domande di protezione soddisfano le condizioni stabilite dalla disciplina europea (reg. 1308/13, artt. 93 ss.) e, se ritiene soddisfatte le condizioni previste, atti di esecuzione relativi alla pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale UE del documento unico e al riferimento alla pubblicazione del disciplinare di produzione fatta nel corso della procedura nazionale preliminare. Se, invece, ritiene che le condizioni non siano soddisfatte, adotta atti di esecuzione che rigettano la domanda.

Entro due mesi dalla data di pubblicazione prevista all'art. 94, par. 1, lettera d), **ogni Stato membro** o Paese terzo, od ogni persona fisica o giuridica avente un legittimo interesse e residente o stabilita in uno Stato membro diverso da quello che chiede la protezione o in un Paese terzo, **può opporsi alla protezione proposta presentando alla Commissione una dichiarazione debitamente motivata** relativa alle condizioni di ammissibilità disposte nella normativa europea.

In base alle informazioni a sua disposizione, una volta terminata la procedura di opposizione, la Commissione adotta atti di esecuzione che conferiscono la protezione alla DO o alla IG che soddisfa le condizioni stabilite nella normativa europea ed è compatibile con il diritto dell'Unione, oppure che rigettano la domanda, se le condizioni non sono soddisfatte.

REG. 1151/2012 CODIFICAZIONE UNIFICANTE

Il reg. 1151/2012 non si occupa delle misure specifiche nel settore dell'agricoltura a favore delle regioni ultra-periferiche dell'Unione.

Manca una disciplina compiuta e sistematicamente ordinata della qualità dei prodotti alimentari da inserire coerentemente all'interno del più ampio quadro delle regole di produzione e di mercato.

In ogni caso il reg. 1151/2012 ha compiuto un passo significativo nel processo volto a ricomporre in un unico testo una serie di disposizioni prima frammentarie. Abbiamo quindi oggi regole unitarie e condivise.

Unificazione piena anche delle norme sui controlli ufficiali, sulla presentazione delle domande e sulle opposizioni (procedure) = si tratta di una codificazione unificante.

INDICAZIONI FACOLTATIVE DI QUALITÀ

È istituito anche un regime relativo alle IFQ per agevolare la comunicazione da parte dei produttori delle caratteristiche o proprietà dei prodotti agricoli che conferiscono a questi un valore aggiunto.

Titolo IV reg. 1151/2012.

Prodotto di montagna

Prodotto di agricoltura delle Isole.

Con regolamenti delegati della Commissione ne possono essere introdotte altre.

La Commissione presenta una proposta volta a istituire un nuovo regime di etichettatura relativo all'agricoltura locale e alla vendita diretta per assistere i produttori nella commercializzazione dei loro prodotti a livello locale.

Riconosce così sul piano formale possibili elementi di qualità dei prodotti a filiera corta, riferibili ad un modello evolutivo di qualità di sistema e non di qualità di eccezione.

CONTROLLI UFFICIALI SULLA QUALITÀ

Il Reg. 1151/2012 estende a tutti gli SM l'obbligo di attivare sistemi di controllo d'ufficio, sia quelli di produzione sia quelli di commercializzazione.

Tutti gli operatori di filiera sono soggetti a controllo, anche se si limitano a distribuire, immagazzinare o commercializzare i prodotti.

Per quanto riguarda i controlli ufficiali, il reg. 1151/2012 si limita a un rinvio al sistema dei controlli contenuto nel reg. 882/2004 che tuttavia riguarda i profili igienico-sanitari di sicurezza.

A partire dal 2006, per i prodotti DOP/IGP, e 2007 per i prodotti biologici (reg. 834/2007) abbiamo assistito alla progressiva adozione di un modello unificato di individuazione degli organismi di controllo dei prodotti alimentari, originariamente introdotto dal reg. 882/2004 con finalità esclusivamente igienico-sanitarie ed **esteso ai controlli di qualità e di rispetto dei disciplinari, e dunque di certificazione**, sia per i prodotti DOP/IGP che per i prodotti BIO.

L'estensione del modello aveva riguardato la certificazione dei prodotti DOP/IGP/STG e BIO, ovvero ambiti di regolazione diversi da quelli della generalità dei prodotti agroalimentari disciplinati dalle OCM (e poi dall'OCM unica), non soggetti a certificazioni di filiera ma a controlli di prodotto in riferimento agli standard di mercato, articolati secondo modelli risalenti, in forza dei quali era affidato agli SM il compito di controllare in maniera selettiva, sulla base dell'analisi del rischio, la conformità dei prodotti alle rispettive norme di commercializzazione.

I meccanismi di controllo volti alla certificazione dei prodotti di qualità operano in via straordinaria e preventiva, ovvero non può essere venduto un prodotto come DOP/IGP etc. che non sia stato preventivamente certificato lungo l'intera filiera. I prodotti di massa, invece, sono immessi sul mercato solo sulla base dell'assunzione di responsabilità del produttore e sono soggetti ad un controllo selettivo che investe, in larga misura, direttamente il prodotto finito.

Anche per i prodotti di qualità è stata introdotta una certificazione di filiera, utilizzando lo stesso meccanismo introdotto per i controlli di filiera igienico-sanitari.

Oggi il Reg. 625/2017 ha unificato i controlli sulla sicurezza (*food safety*) e quelli sulla qualità, compresi i controlli su DOP/IGP/STG e prodotti bio.

Sistema unitario che muove dalla consapevolezza della crescente organizzazione degli scambi, a conferma del peso assunto dal tema della qualità nello scenario in cui i produttori europei operano.

**RAPPORTO TRA MARCHI
D'IMPRESA E INDICAZIONI
GEOGRAFICHE:
NORME DI RIFERIMENTO
E NOVITÀ LEGISLATIVE DEL 2019**

RELAZIONI FRA MARCHI, DOP E IGP NEL REGOLAMENTO UE N. 1151/2012

Il rapporto tra DOP/IGP e marchi è disciplinato dall'art. 14 del Regolamento UE n. 1151/2012 che contempla 2 casi:

1) Qualora una denominazione di origine o un'indicazione geografica sia registrata ai sensi del presente regolamento, la registrazione di un marchio il cui uso violerebbe l'articolo 13, paragrafo 1, e che riguarda un prodotto dello stesso tipo è respinta se la domanda di registrazione del marchio è presentata dopo la data di presentazione della domanda di registrazione relativa alla denominazione di origine o all'indicazione geografica presso la Commissione.

I marchi registrati in violazione del primo comma sono annullati.

2) nel caso in cui un marchio - il cui uso violi l'articolo 13, paragrafo 1 - di cui sia stata depositata la domanda di registrazione, che sia stato registrato o, nei casi in cui ciò sia previsto dalla legislazione pertinente, acquisito con l'uso in buona fede sul territorio dell'Unione anteriormente alla data di presentazione alla Commissione della domanda di protezione della denominazione di origine o dell'indicazione geografica, può continuare a essere utilizzato e rinnovato per il prodotto di cui trattasi nonostante la registrazione di una denominazione di origine o di un'indicazione geografica, purché non sussistano motivi di nullità o decadenza del marchio ai sensi del regolamento (CE) n. 207/2009 del Consiglio, del 26 febbraio 2009, sul marchio comunitario (1), o ai sensi della direttiva 2008/95/CE. In tali casi l'uso della denominazione di origine protetta o dell'indicazione geografica protetta, nonché l'uso dei marchi in questione, è consentito.

Quindi coesistenza tra DOP/IGP e marchio anteriore.

Il rapporto tra DOP/IGP e marchi che godono di notorietà è invece disciplinato dall'Art. 6 (4) del Regolamento UE n. 1151/2012:

Un nome proposto per la registrazione come denominazione di origine o indicazione geografica non è registrato qualora, tenuto conto della notorietà e della reputazione di un marchio e della durata di utilizzazione dello stesso, la registrazione del nome proposto come denominazione di origine o indicazione geografica sarebbe tale da indurre in errore il consumatore quanto alla vera identità del prodotto.

RIMEDI PREVISTI DALLA NORMATIVA ITALIANA IN CASO DI CONTRASTO TRA DOP O IGP DA PARTE DI UN MARCHIO D'IMPRESA

1. Esame dell'U.I.B.M. (Ufficio Italiano Brevetti e Marchi)
2. Opposizione di sede amministrativa dinnanzi all'UIBM
3. Azione di nullità in sede amministrativa dinnanzi all'UIBM
4. Azione giudiziaria dinnanzi ai Tribunali specializzati

**CONFLITTO TRA MARCHI
D'IMPRESA E INDICAZIONI
GEOGRAFICHE
NELLA GIURISPRUDENZA**

EVOCAZIONE – CASO «PIEMONTINO»/TOMA PIEMONTESE DOP

DECISIONE della Prima Commissione di ricorso del 16 luglio 2018 - Procedimento R 2110/2017-1

VALGRANA S.p.A. - Richiedente/ Ricorrente

Il 17 marzo 2017 la VALGRANA S.p.A. chiedeva la registrazione del marchio dell'Unione europea di tipo figurativo, per i seguenti prodotti: Classe 29 - Formaggi.



Domanda Marchio UE

TOMA PIEMONTESE

DOP

L'Esaminatore EUIPO respingeva la domanda di registrazione "PIEMONTINO" a norma dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera j), RMUE perché **evocativo** della denominazione d'origine (DOP) "Toma Piemontese", protetta dal Regolamento (UE) n. 1151/2012 del 21 novembre 2012, per un formaggio.

CONCETTO DI “EVOCAZIONE”: SENTENZA CAMBOZOLA

Il termine utilizzato per designare un prodotto incorpora una parte di una denominazione protetta.

(CG sentenza 4.3.1999, C-87/97, caso “CAMBOZOLA”, Consorzio Gorgonzola vs. Kaserei C.H./E.Bracharz).

La Corte ha inoltre chiarito che l'ipotesi dell'evocazione sussiste in presenza di analogie fonetiche, ottiche e, se del caso, concettuali tra le denominazioni in conflitto, in un contesto in cui i prodotti di cui è causa sono simili nel loro aspetto esterno, ossia di apparenza analoga.

Le sentenze con cui la Corte di Giustizia ha fissato i principi della fattispecie di evocazione sono numerose ed è utile riassumere le principali.

Nel caso ‘Gorgonzola’/‘Cambozola’, relativo all'utilizzo del nome ‘Cambozola’ nell'etichettatura di un formaggio erborinato, la Corte ha avuto modo di evidenziare che *“Trattandosi di un formaggio a pasta molle erborinato il cui aspetto esterno presenta analogie con quello del formaggio «Gorgonzola», sembra legittimo ritenere che vi sia evocazione di una denominazione protetta qualora la parola utilizzata*

per designarlo termini con le due medesime sillabe della detta denominazione e ne comporti il medesimo numero di sillabe, risultandone una similarità fonetica ed ottica manifesta tra i due termini”

CONCETTO DI “EVOCAZIONE”: CASO «PARMESAN»/«PARMIGIANO REGGIANO»

Nella nota pronuncia ‘Parmigiano Reggiano’/‘Parmesan’ la Corte di giustizia ha sancito che “*Nella presente causa sussistono analogie fonetiche ed ottiche fra le denominazioni «parmesan» e «Parmigiano Reggiano» in un contesto in cui i prodotti di cui è causa sono formaggi a pasta dura, grattugiati o da grattugiare, cioè simili nel loro aspetto esterno (v., in tal senso, sentenza Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola, punto 27). Peraltro, che la denominazione «parmesan» sia o meno la traduzione esatta della DOP «Parmigiano Reggiano» o del termine «Parmigiano», si deve tener conto anche della somiglianza concettuale tra tali due termini, pur di lingue diverse, testimoniata dal dibattito dinanzi alla Corte. Tale somiglianza, come già le somiglianze fonetiche e ottiche rilevate al punto 46 della presente sentenza, è idonea ad indurre il consumatore a prendere come immagine di riferimento il formaggio recante la DOP «Parmigiano Reggiano» quando si trova dinanzi ad un formaggio a pasta dura, grattugiato o da grattugiare, recante la denominazione «parmesan». In tale contesto, l’uso della denominazione «parmesan» dev’essere considerato un’evocazione della DOP «Parmigiano Reggiano» ex art. 13, n. 1, lett. b), del reg. n. 2081/92.”*

La sentenza ha, inoltre, fissato il principio che è sufficiente, ai fini dell’evocazione della DOP ‘Parmigiano Reggiano’ l’utilizzo di una parte di uno soltanto del nome composto.

CONCETTO DI “EVOCAZIONE”: CASO «CALVADOS»/«VERLADOS»

Sentenza ‘Calvados’/‘Verlados’ - 21 gennaio 2016, la Corte di Giustizia ha ulteriormente espanso i principi fissati nelle precedenti decisioni. In tale pronuncia, relativa ad un caso di **divieto di commercializzazione di un’acquavite di sidro di mele prodotta in Finlandia**, denominata ‘Verlados’, in quanto ritenuta in **violazione dell’IGP francese ‘Calvados’**, la Corte, dopo aver richiamato la giurisprudenza consolidata in materia, ha precisato che, per valutare la sussistenza di evocazione di un nome protetto:

- *“il giudice nazionale deve sostanzialmente fondarsi sulla presunta reazione del consumatore nei confronti del termine utilizzato per designare il prodotto in questione, essendo essenziale che il consumatore effettui un collegamento tra detto termine e la denominazione protetta”*;

- tenuto conto della necessità di garantire un livello di protezione elevato dei consumatori e una protezione effettiva e uniforme delle IGP nell’intero territorio UE, al fine di determinare se esista un’evocazione *“spetta al giudice nazionale fare riferimento alla percezione di un consumatore medio normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto, dovendo quest’ultima nozione essere intesa come riferita a un consumatore europeo e non solo a un consumatore dello Stato membro in cui si fabbrica il prodotto che dà luogo all’evocazione dell’indicazione geografica protetta”*;

- in risposta al giudice del rinvio che chiede se il fatto che la parte iniziale del nome ‘verlados’ corrisponda al nome del paese finlandese di produzione dell’acquavite in questione (Verla, paese noto al consumatore finlandese), e la conseguente esclusione della possibilità di indurre in errore il consumatore finlandese, integrino circostanze rilevanti nella valutazione dell’esistenza di un’evocazione, la Corte, dopo aver chiarito, come rilevato, che il consumatore di riferimento è il consumatore europeo, esclude che tali circostanze siano da considerare per valutare la sussistenza di un’evocazione. A tale riguardo, la Corte **conferma il principio espresso nella sentenza ‘Cognac’ (14/7/2011)** a mente del quale può esservi evocazione anche se la vera origine del prodotto è indicata e ribadisce l’irrelevanza, ai fini dell’evocazione, della possibilità di un rischio di confusione tra i prodotti.

CONCETTO DI “EVOCAZIONE”: SEGUE CASO «CALVADOS»/«VERLADOS»

Evidenziando un principio già espresso nel caso ‘Gorgonzola’/‘Cambozola’, la Corte precisa che *“Spetta altresì al giudice del rinvio tener conto, conformemente alla giurisprudenza della Corte, degli eventuali elementi che possano indicare che la similarità fonetica e visiva tra le due denominazioni non è frutto di circostanze fortuite”*, richiamando a tal fine le considerazioni espresse dalla Francia, secondo cui circostanze, quali l’aggiunta del suffisso ‘dos’ avvenuta solo dopo la registrazione di un significativo incremento delle esportazioni di ‘Calvados’ in Finlandia e la mancanza di un significato particolare del medesimo suffisso nella lingua finlandese, avrebbero costituito indizi che consentivano di ritenere che la similarità fonetica e visiva dei due nomi non fosse frutto di circostanze fortuite;

- l’utilizzo di una denominazione qualificata come «evocazione» dal giudice nazionale, non può essere autorizzata se non in presenza delle ipotesi di limitazione della protezione previste dal Regolamento e neanche qualora non sussista alcun rischio di confusione.

Pur se la sentenza Verlados riguardava l’evocazione di un prodotto tutelato ai sensi del Reg. UE 110/08, i principi ivi fissati sono applicabili anche alle ipotesi che ricadono nell’alveo del Reg. n. 1151/12 e del Reg. (UE) n. 1308/2013 (per i vini DOP/IGP) e devono guidare il giudice nazionale per valutare se sussista una evocazione di un nome registrato come DOP⁹² o IGP.

CONCETTO DI “EVOCAZIONE”: PRINCIPI ELABORATI DALLA GIURISPRUDENZA COMUNITARIA

1) Il termine utilizzato per designare un prodotto incorpora una parte di una denominazione protetta.

(CG sentenza 4.3.1999, C-87/97, caso “CAMBOZOLA”, Consorzio Gorgonzola vs. Kaserei C.H./E.Bracharz).

2) Valutazione della possibile evocazione tenendo conto:

1) dell’incorporazione parziale di una indicazione geografica protetta nella denominazione controversa,

2) di una similarità fonetica e/o visiva di tale denominazione con tale indicazione, o

3) ancora di una somiglianza concettuale tra detta denominazione e detta indicazione.

(CG sentenza 7.6.2018, C-44/17, caso “Scotch Whisky, Scotch Whisky Association v. Michael Klotz)

3) Non è necessario, affinché si determini evocazione, che sussista un rischio di confusione per il consumatore, è sufficiente che vi sia un’associazione d’idee concernente l’origine dei prodotti

(CR, decisione 25.1.2018, R 674/2017-1, caso Yorkshire Provender).

DIFESA DEL RICHIEDENTE E POSIZIONE DELLA COMMISSIONE DEI RICORSI EUIPO – CASO «PIEMONTINO»

1) La richiedente sostiene che il comune riferimento al Piemonte (una regione italiana) non basta per poter configurare la fattispecie dell'evocazione. Secondo la Commissione riferimento al Piemonte è ciò che caratterizza, dal punto di vista del consumatore, la DOP e tale riferimento è ripreso nel marchio. Trattandosi, nella fattispecie, di prodotti appartenenti alla stessa classe merceologica (formaggi, classe 13 dell'annesso XI del regolamento di esecuzione n. 668/2014), il comune riferimento geografico è sufficiente affinché venga evocata, nel consumatore, l'immagine del formaggio protetto dalla DOP.

2) La richiedente sostiene che nel comparare il marchio richiesto con la DOP, l'Esaminatore EUIPO abbia trascurato l'elemento "Toma" contenuto nella DOP stessa. Secondo la Commissione l'elemento "Toma" non svolge alcuna funzione di indicazione geografica - si tratta del nome generico di una tipologia di formaggio - e il suo ruolo, all'interno della DOP, è secondario. Il ruolo primario lo svolge l'aggettivo "Piemontese" poiché è quell'aggettivo ad indicare l'origine geografica del prodotto ed è tale origine a godere della protezione ai sensi del Regolamento 1151/2012.⁹⁴

EVOCAZIONE – CASO PIEMONTE

3) La richiedente sostiene che le differenze di apparenza che presentano, da un lato la toma piemontese e dall'altro il formaggio a marchio "PIEMONTE", contribuiscono ad escludere il rischio di evocazione nella fattispecie. A parere della Commissione, l'apparenza (uguale) dei prodotti aggrava il rischio di evocazione ma la diversità di apparenza non basta ad escluderla. Affinché ricorra la protezione di cui all'articolo 13, paragrafo 1, Regolamento n. 1151/2012, non è necessario che il prodotto contraddistinto dal marchio abbia la stessa apparenza di quello oggetto della DOP o della IGP, ma è sufficiente che sia "comparabile" a quest'ultimo. Il concetto di comparabilità (tra prodotti) va compreso come prossimità dal punto di vista merceologico, e non dal punto di vista delle caratteristiche di apparenza o, magari, sapore, dei prodotti. Pertanto, il fatto che i formaggi in questione siano, l'uno, di media stagionatura e a pasta semidura (la toma) e l'altro, stagionato e a pasta dura (il formaggio a marchio "PIEMONTE"), non è sufficiente ad escludere, di per sé, il rischio di evocazione.

4) La richiedente sostiene che il riferimento alla regione Piemonte non è sufficiente affinché il consumatore venga indotto a pensare, in presenza del formaggio a marchio "PIEMONTE", all'immagine del formaggio tutelato dalla DOP perché, la regione PIEMONTE è nota per essere il luogo di produzione di molti formaggi. Secondo la Commissione ad essere decisivo al fine di stabilire se il marchio richiesto è evocativo, non è l'esistenza di altri formaggi, anche DOP, di origine piemontese, bensì il fatto che solo uno di essi, vale a dire la toma piemontese, è tutelato da una DOP che include il riferimento al Piemonte (diversamente da altri formaggi piemontesi DOP quali la "Robiola di Roccaverano", il formaggio "Castelmagno" o il formaggio "Raschera").

EVOCAZIONE – CASO «PIEMONTINO» VS. TOMA PIEMONTESE

5)La richiedente sostiene poi che l'idoneità di un marchio ad evocare una DOP preesistente dipende dalla notorietà della DOP stessa. Secondo la Commissione il regime di tutela della DOP, così come instaurato dal Regolamento n. 1151/2012, non viene fatto in alcun modo dipendere dalla notorietà di tale denominazione.

6)La richiedente sostiene che il riferimento geografico al Piemonte, contenuto nel proprio marchio, debba considerarsi “fortuito” perché il formaggio viene prodotto in Piemonte. Ad avviso della Commissione, il fatto che il marchio si ispiri alla regione Piemonte, in maniera analoga all'unica DOP di formaggi piemontesi che include il nome della regione, non può considerarsi alla stregua di una circostanza fortuita ma, al contrario, intenzionale, nel senso di creare, presso il consumatore, un'associazione d'idee con la DOP. Se la richiedente avesse voluto evitare di ingenerare, presso il consumatore, quell'associazione d'idee e la formazione dell'immagine della toma piemontese, non avrebbe scelto, per il proprio marchio, un generico riferimento al Piemonte (come fa la DOP) bensì un'indicazione geografica più localizzata, ad esempio - considerando il luogo di produzione della richiedente - Cuneo, le Langhe, ecc.

Conclusioni della Commissione dei Ricorsi EUIPO

Nella fattispecie, quel tipo di associazione mentale è tanto più evidente se si considera che il marchio riguarda lo stesso tipo di prodotto caseario protetto dalla DOP, e consiste esclusivamente in un chiaro riferimento geografico (“Piemontino”) già presente (“Piemontese”) nella DOP.

Pertanto, per le ragioni indicate sopra e per quelle espresse nella decisione impugnata, un formaggio recante il marchio “PIEMONTINO” genererà, nella mente dei consumatori europei, l’immagine della toma piemontese DOP, con il che si viene a materializzare il requisito dell’*evocazione*.

EVOCAZIONE – «MORBIDOSO TOSCANO»/PECORINO TOSCANO DOP

Trib. Firenze 17/05/2017 - R.G. 1737/2017

CASEIFICIO BUSTI/Attore contro
MINISTERO POLITICHE AGRICOLE ALIMENTARI E FORESTALI/Convenuto

Caseificio BUSTI di BUSTI Remo e C. S.n.c. proponeva opposizione verso l'ordinanza ingiunzione con cui il Ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali, Ispettorato centrale Repressione Frodi di Firenze gli aveva contestato di aver prodotto, etichettato e presentato formaggio recante nelle etichette, tra le altre, le diciture “MORBIDOSO® FORMAGGIO TOSCANO” e “MORBIDOSO TOSCANO” così evocando nel consumatore finale medio la denominazione di origine protetta “Pecorino Toscano”, la cui denominazione (DOP) è tutelata nella U.E. fin dal 1996.

Secondo l'opponente non sarebbe stato possibile evocare il Pecorino Toscano DOP con un formaggio nel quale in etichetta non compaia la parola “PECORINO”, tanto più che “il formaggio “MORBIDOSO”, come indica anche il nome, è un formaggio molle prodotto con latte misto vaccino e ovino, pertanto non riconducibile neanche per le caratteristiche fisiche, di pasta, organolettiche e visive ad un Pecorino Toscano DOP.

Secondo il Tribunale la violazione invece è pienamente sussistente posto che il consumatore medio, leggendo tali etichette, riconduce il prodotto a quello oggetto di denominazione protetta, in quanto la DOP è rappresentata proprio dalla parola TOSCANO.

EVOCAZIONE – «MORBIDOSO TOSCANO»/PECORINO TOSCANO DOP

Difatti, anche se non vi è identità dei prodotti, per diversità degli ingredienti, ai fini della sussistenza della dedotta contraffazione è sufficiente l'affinità dei prodotti contrassegnati da marchi simili tra loro, se a causa di ciò, come nella fattispecie, possa determinarsi un rischio di confusione per il pubblico, che può consistere anche in un rischio di associazione fra i due segni.

Il rischio di associazione nel caso in esame è sussistente posto che il consumatore dotato di media avvedutezza si sofferma sia sul tipo di prodotto e sugli ingredienti, ma anche sul luogo di produzione, associando così a quest'ultimo le stesse caratteristiche e gli ingredienti del prodotto DOP.

Pertanto, essendo la parola TOSCANO utilizzata in entrambe le etichette “MORBIDOSO® FORMAGGIO TOSCANO” e “MORBIDOSO TOSCANO”, essa è idonea ad indicare il luogo di provenienza del prodotto alimentare de quo ed a catturare l'attenzione del consumatore, rievocando l'omonima DOP, tale da intendersi come evidenziato, il nome di una regione, di un luogo determinato o, in casi eccezionali, di un paese che serve a designare un prodotto agricolo o alimentare, in ragione dell'origine del prodotto o dei suoi ingredienti del luogo di produzione, trasformazione e elaborazione.

Inevitabile è, dunque, l'associazione del territorio della Regione Toscana al formaggio MORBIDOSO e di conseguenza al PECORINO TOSCANO DOP, con conseguente configurabilità di uno sfruttamento indebito della reputazione della denominazione protetta.

EVOCAZIONE – «BALSAMOSO»/ACETO BALSAMICO DI MODENA IGP

Trib. Bologna 27/10/2017 - R.G. 2395/2017

CATTANI/CASA DEL BALSAMICO MODENESE S.r.l. /Attore
MINISTERO POLITICHE AGRICOLE ALIMENTARI E FORESTALI/Convenuto

Le attrici (Cattani/Casa del Balsamico modenese s.r.l.) proponevano opposizione alla ordinanza ingiunzione del MIPAAF/ICQRF.

Le attrici sono attive nella produzione di aceti e condimenti, in continuità con la produzione condotta dalla famiglia CATTANI dei primi anni del diciannovesimo secolo, e quindi assai prima della istituzione della DOP. Tra i prodotti di maggior successo, figura un condimento balsamico commercializzato con i marchi della CATTANI e il segno denominativo “BALSAMOSO” registrato sia quale nome a dominio (nel luglio 2009) che come marchio di impresa nazionale, comunitario e americano, a seguito di domande presentate dal 2008 in poi.

Né il packaging né le etichette aggiunte contenevano riferimenti alla provincia di Modena, ovvero alle produzioni di aceto balsamico DOP o IGP ivi esistenti.

EVOCAZIONE – «BALSAMOSO»/ACETO BALSAMICO DI MODENA IGP

Il Ministero riteneva, invece, che le indicazioni riportate sulle confezioni valessero a trarre in inganno il consumatore, circa l'origine del prodotto, evocando la denominazione registrata "Aceto Balsamico Tradizionale di Modena", anche perché la dicitura veniva utilizzata non in funzione distintiva, ma descrittiva del prodotto, posto che "attraverso la denominazione di fantasia Balsamoso" il consumatore è indotto a qualificare il prodotto associandolo a quelli che nella sua mente, e in virtù della sua esperienza, si presentano ad essi più simili, quali appunto i prodotti a denominazione registrata che recano, nel nome, il riferimento all'aggettivo balsamico".

Il prodotto "Balsamoso" non risponde alle caratteristiche indicate nel disciplinare e quindi non può fregiarsi della DOP Aceto Balsamico Tradizionale di Modena,

Il termine "aceto" designa un prodotto agricolo generico, e il termine "balsamico" non designa di per sé un prodotto agricolo o alimentare, ma, più in generale, cose che hanno le caratteristiche o l'odore del balsamo; si tratta, quindi, di un aggettivo della lingua corrente che non può formare oggetto di un uso esclusivo e riservato; in coerenza con questo convincimento la protezione comunitaria è conferita alla sola denominazione composta "Aceto Balsamico di Modena".

EVOCAZIONE – «BALSAMOSO»/ACETO BALSAMICO DI MODENA IGP

L'amministrazione ha, peraltro, rilevato che nel caso di specie la presentazione del prodotto "Balsamoso" è, in concreto, evocativa del prodotto IGP, suggerendo al consumatore un collegamento con l'aceto balsamico tradizionale di Modena, e questo convincimento è condivisibile, sulla base di dati oggettivi, e tutti compresenti nella presentazione.

In effetti sulle confezioni esterne e sulle bottigliette del "Balsamoso" si trova scritto, in posizione preminente e ben visibile "Acetaia Cattani"; è riportata la provenienza, "Modena" ed è presente il richiamo alla tradizione, esplicito nel riferimento alla *"antica tradizione della famiglia Cattani da cinque generazioni custode dell'arte di fare "balsamico"*.

DENOMINAZIONI DIVENUTE GENERICHE – CASO FETA

La Corte di Giustizia si è pronunciata sul rapporto tra DOP e nomi generici con due sentenze «Feta I» del 1999 e «Feta II» del 2005. La vicenda prende avvio con la registrazione come DOP del noto formaggio greco “Feta” (1996). La Corte, con la prima sentenza, ha ritenuto che tale denominazione fosse divenuta generica, in quanto non riconducibile ad alcuna ricetta peculiare o ad una zona geografica in particolare. Nel 1996, dunque, la registrazione è stata per questi motivi annullata.

Con la seconda sentenza, la Corte ha mutato avviso con la seguente motivazione: I formaggi che recano in etichetta la denominazione “Feta” in ambito UE contengono nell’etichetta un riferimento implicito o esplicito al territorio, alle tradizioni culturali o alla civiltà greca, attraverso diciture o disegni a forte connotazione ellenica, benché siano prodotti in Stati membri diversi dalla Grecia. Ne deriva che il legame tra la denominazione “Feta” e il territorio ellenico è volontariamente suggerito e ricercato in quanto costituisce un argomento di vendita inerente alla rinomanza del prodotto di origine, ma ciò comporta il rischio reale di indurre il consumatore in confusione. Le etichette apposte sul formaggio “Feta” non originario della Grecia, commercializzato effettivamente nel territorio comunitario con tale denominazione senza fare allusione diretta o indiretta alla Grecia, oltre ad essere numericamente minoritarie, costituiscono una porzione estremamente ridotta del mercato comunitario della “Feta” in termini di quantitativi di formaggio effettivamente commercializzato in questo modo.

La Corte, dunque, riconoscendo un forte richiamo e collegamento del formaggio “Feta” al territorio e alla cultura greca, ha concluso che la denominazione «Feta» non è generica.

Grazie per l'attenzione