UNIVERSITY OF TRENTO - Italy
Faculty of Law

lawtech

Trento Law and Technology Research Group

Student Paper n. 53

LA PROTEZIONE DELLE INDICAZIONI GEOGRAFICHE: IL SISTEMA EUROPEO E IL SISTEMA CINESE A CONFRONTO

MARTA COGO

ISBN: 978-88-8443-857-7
COPYRIGHT © 2019 MARTA COGO

This paper can be downloaded without charge at:
Trento Law and Technology Research Group
Student Papers Series Index:
http://www.lawtech.jus.unitn.it

IRIS:
http://hdl.handle.net/11572/240892

Questo paper Copyright © 2019 **Marta Cogo**
è pubblicato con Licenza Creative Commons Attribuzione-Non commerciale-Non opere derivate 4.0 Internazionale. Maggiori informazioni circa la licenza all'URL:
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/it/

KEYWORDS

Intellectual property – Protected Designation of Origin (PDO) – Protected Geographical Indication (PGI) – Trademark – Evocation

About the author

Marta Cogo (marta.cogo@alumni.unitn.it) graduated in Law at the University of Trento, under the supervision of Prof. Roberto Caso and Prof. Matteo Ferrari (July 2019).
The opinion stated in this paper and all possible errors are the Author's only.

PAROLE CHIAVE

Proprietà intellettuale – Denominazione d'origine protetta (DOP) – Indicazione geografica protetta (IGP) – Marchio – Evocazione

Informazioni sull'autore

Marta Cogo (marta.cogo@alumni.unitn.it) ha conseguito la Laurea in Giurisprudenza presso l'Università di Trento con la supervisione del Prof. Roberto Caso e del Prof. Matteo Ferrari (luglio 2019).
Le opinioni e gli eventuali errori contenuti sono ascrivibili esclusivamente all'autore.

ABSTRACT

Il presente studio intende esplorare la natura dell'istituto giuridico delle Indicazioni geografiche attraverso la comparazione del sistema europeo con il sistema cinese, passando per la discussa affermazione dell'istituto a livello internazionale. La comparazione, infatti, è uno degli strumenti giuridici più efficaci per riuscire ad astrarsi dal proprio sistema adottando una prospettiva che consenta di comprenderlo.

L'interesse per tale argomento nasce sullo spunto offerto da un caso pratico che è stato sottoposto all'attenzione dell'Ambasciata d'Italia a Pechino nel 2015: un Consorzio italiano si è visto rifiutare la registrazione della indicazione geografica che rappresentava, non riuscendo ad ottenerne tutela nel territorio cinese. La vicenda, conclusasi positivamente grazie all'intervento delle autorità italiane, consente di prendere atto della dimensione transnazionale delle indicazioni geografiche, un fenomeno che non si esaurisce a livello italiano né europeo. Nello studio, dunque, si procede approfondendo la dimensione europea (Cap. I), internazionale (Cap. II) e cinese (Cap. III) dell'istituto in oggetto per svelare i meccanismi e gli interessi che consentono ad un toponimo di veicolare la qualità, la storia e la tradizione dei suoi frutti.

Il Capitolo I del presente studio inizia concentrandosi sul binomio "locale" e "globale", due termini ossimorici che contribuiscono in egual misura a spiegare la nascita e diffusione delle indicazioni geografiche. Se il primo rappresenta l'essenza del suddetto istituto, il secondo, che evoca la dimensione planetaria, spiega il diffondersi dei prodotti nonché la necessità di trovare una soluzione con riferimento alla loro tutela. Si proseguirà constatando come tale dematerializzazione dei confini abbia comportato la nascita di movimenti culturali identitari che mirano alla conservazione e valorizzazione del patrimonio tradizionale, nel quale comincia ad essere ricompreso anche l'oggetto delle indicazioni geografiche. Una simile impostazione dà adito alla discussione circa la natura giuridica dell'istituto, il quale infatti, per alcuni, dovrebbe trascendere dai meri interessi dei produttori di cui si fanno veicolo i diritti di proprietà intellettuale. Pur abbracciando l'idea per cui le indicazioni geografiche consentono di tutelare il patrimonio culturale dell'Unione, il legislatore europeo adotta ugualmente uno strumento di proprietà intellettuale: con la specificazione che si tratta di un sistema sui generis. Occorrerà, allora, chiarire cosa comporti la natura ibrida, privatistica e pubblicistica, delle indicazioni geografiche e come queste ultime si distinguano dai marchi. Entrambi gli strumenti concorrono ad offrire protezione all'origine geografica dei pro-

dotti europei, andando a delineare un complesso sistema di cui si cercherà di dare atto nel capitolo, analizzando la disciplina sui marchi, sulle indicazioni geografiche e sulle indicazioni geografiche semplici.

Il Capitolo II prosegue approfondendo l'istituto nella sua dimensione nazionale, concentrandosi esemplificativamente sul sistema italiano. Così facendo si possono indagare i rapporti tra diritto nazionale ed europeo in materia, nonché descrivere la situazione di uno dei Paesi che si distingue a livello globale per numero di Ig: indicazioni geografiche, marchi e altri strumenti locali convivono nel suo sistema. Nell'Unione europea l'Italia non si distingue solo per la ricchezza del suo patrimonio enogastronomico ma anche per l'efficacia dell'azione dell'autorità designata a tutela della qualità italiana, l'ICQRF, additato quale best practice in Ue per la repressione di violazioni nel territorio europeo e sul web. Proprio la dimensione telematica internazionale consente di esplorare la questione della titolarità delle Ig quali diritti di privativa, nonché mostra chiaramente come il fenomeno della contraffazione trovi un terreno fertile nel web. Il caso della contraffazione nelle piattaforme on-line cinesi (in particolare nella forma dell'evocazione) testimonia simili problematiche. Diventa allora necessario chiarire cosa prevedano le norme internazionali in materia di indicazioni geografiche ed il livello di tutela offerto all'istituto in sede transnazionale.

Il Capitolo III offre un caso concreto di implementazione delle norme internazionali in un Paese che, fino a pochi anni fa, era privo di qualsiasi disposizione in materia: la Cina. Affrontare il sistema giuridico cinese appare interessante, oltre che per il peso economico che oggi le viene riconosciuto a livello internazionale, in virtù dell'interesse europeo ed italiano ad investire in paese in continua crescita demografica ed economica. Per tale ragione verrà proposto un caso studio avente ad oggetto la denominazione "Prosecco" al fine di sottolineare rischi e benefici di un sistema così diverso dal nostro. In secondo luogo, l'importanza dell'agricoltura nonché la ricchezza del patrimonio agroalimentare cinese offrono un interessante riflessione in termini di sviluppo presente e futuro dell'istituto nel territorio asiatico. In concreto, si affronteranno problemi e soluzioni dell'attuale disciplina cinese in materia di Ig, attraverso un'analisi speculare a quella effettuata nel Capitolo I sull'Unione europea.

Con il presente studio dunque si intendono mettere in luce gli aspetti cruciali della disciplina in materia di indicazioni geografiche: cosa sono, che messaggio veicolano, quali sono gli interessi sottesi a tale strumento e le sue possibili evoluzioni future.

INDICE

INTRODUZIONE…….....1

CAPITOLO 1
IL MODELLO EUROPEO……3

1. Considerazioni introduttive…….3

2. Globalizzazione e qualità: legame con il terroir……...5

3. Indicazioni geografiche quali elementi tangibili del patrimonio culturale Immateriale……...11

4. Oggetto di tutela e origini dell'istituto nel diritto dell'Unione europea……...14
   4.1. Prodotti vitivinicoli, liquorosi e vini aromatizzati……14
   4.2. Prodotti agro-alimentari…….....18
   4.3. "Altri prodotti"……....21

5. Marchi e indicazioni geografiche: la convivenza……24
   5.1. Marchi come segni di qualità……...24
   5.2. Indicazioni geografiche……...30
   5.3. Indicazioni geografiche per i prodotti vitivinicoli……51
   5.4. Indicazioni geografiche semplici…….52

6. Osservazioni sul sistema europeo……..58

CAPITOLO 2

DALLA DIMENSIONE NAZIONALE ALLA DIMENSIONE GLOBALE: ATTRAVERSO LA CONTRAFFAZIONE……60

1. In Italia……..60

1.1. L'importanza della tradizione……..63

1.2. Indicazioni geografiche……...64

1.3. Il marchio……...70

1.4. Il "Made in Italy"……73

2. La tutela: alla ricerca della titolarità tra dimensione nazionale e dimensione globale……....77

2.1. La posizione dell'ICQRF: la tutela sul web……..82

2.2. La contraffazione: evocazione e le sue varie sfaccettature……....84

2.3. Il potenziale della evocazione nella lingua cinese……87

3. Le Convenzioni internazionali……...89

3.1. I primi accordi in materia: la Convenzione di Parigi, l'Accordo di Madrid, la Convenzione di Stresa, l'Accordo di Lisbona……89

3.2. L'Accordo TRIPs……....94

3.3. Dall'Accordo TRIPs ai TRIPs plus: l'esperienza europea……97

CAPITOLO 3

IL MODELLO CINESE: UNO STUDIO DI DIRITTO COMPARATO……..104

1. Lo scenario internazionale……...104

1.1. I diritti di proprietà intellettuale in prospettiva globale: la Repubblica popolare cinese……..104

1.2. Un caso italiano: l'esperienza cinese del Prosecco ……108

2. L'affermazione dei diritti di proprietà intellettuale in Cina: l'ingresso della RPC nella OMC……...114

3. Le indicazioni geografiche in Cina: recenti evoluzioni……..120

4. Dal punto di vista storico: "legal transplantation"……....122

4.1. Protezione offerta dal marchio collettivo e dal marchio di certificazione…….....126

4.2. Protezione attraverso il primo meccanismo sui generis…….129

4.3. Il secondo sistema sui generis del Ministry of Agriculture and Rural Affairs per i prodotti agricoli…….133

5. Considerazioni sulla tutela offerta alle Ig in Cina…….135

6. Riflessioni conclusive……...136

BIBLIOGRAFIA……140

INTRODUZIONE

Nel momento in cui si comincia a riflettere sulle indicazioni geografiche ci si rende conto che sono dappertutto. Di certo questa è la situazione in Italia, dove la produzione locale ha una grande risonanza in tutto il paese e dove ci si sposta per "assaggiare" una pietanza tipica di un luogo, poiché sussiste una consapevolezza della dimensione locale dei prodotti che consumiamo.

La ricerca oggetto del presente studio è nata sullo spunto offerto da un caso pratico che è stato sottoposto all'attenzione dell'Ambasciata d'Italia a Pechino nel 2015: un Consorzio italiano si è visto rifiutare la registrazione della indicazione geografica che rappresentava, non riuscendo ad ottenerne tutela nel territorio cinese. La vicenda, conclusasi positivamente grazie all'intervento delle autorità italiane, consente di prendere atto della dimensione transnazionale delle indicazioni geografiche, un fenomeno che non si esaurisce a livello italiano né europeo. Il presente studio intende, di conseguenza, esplorare la dimensione europea (Cap. I), internazionale (Cap. II) e cinese (Cap. III) dell'istituto in oggetto per svelare i meccanismi e gli interessi che consentono ad un toponimo di veicolare la qualità, la storia e la tradizione dei suoi frutti. L'analisi dell'ordinamento cinese, in particolare, consente di interrogarsi sulle evoluzioni più recenti dell'istituto e sull'attuale "stato dell'arte" delle indicazioni geografiche.

Il Capitolo I del presente studio inizia concentrandosi sul binomio "locale" e "globale", due termini ossimorici che contribuiscono in egual misura a spiegare la nascita e diffusione delle indicazioni geografiche. Se il primo rappresenta l'essenza del suddetto istituto, il secondo, che evoca la dimensione planetaria, spiega il diffondersi dei prodotti nonché la necessità di trovare una soluzione con riferimento alla loro tutela. Si proseguirà constatando come tale dematerializzazione dei confini abbia comportato la nascita di movimenti culturali identitari che mirano alla conservazione e valorizzazione del patrimonio tradizionale, nel quale comincia ad essere ricompreso anche l'oggetto delle indicazioni geografiche. Una simile impostazione dà adito alla discussione circa la natura giuridica dell'istituto, il quale infatti, per alcuni, dovrebbe trascendere dai meri interessi dei produttori di cui si fanno veicolo i diritti di proprietà intellettuale. Pur abbracciando l'idea per cui le indicazioni geografiche consentono di tutelare il patrimonio culturale dell'Unione, il legislatore europeo adotta ugualmente uno strumento di proprietà intellettuale: con la specificazione che si tratta di un sistema sui generis. Occorrerà, allora, chiarire cosa comporti la natura ibrida, privatistica

e pubblicistica, delle indicazioni geografiche e come queste ultime si distinguano dai marchi. Entrambi gli strumenti concorrono ad offrire protezione all'origine geografica dei prodotti europei, andando a delineare un complesso sistema di cui si cercherà di dare atto nel capitolo.

Il Capitolo II prosegue approfondendo l'istituto nella sua dimensione nazionale, concentrandosi esemplificativamente sul sistema italiano. Così facendo si possono indagare i rapporti tra diritto nazionale ed europeo in materia, nonché descrivere la situazione di uno dei Paesi che si distingue a livello globale per numero di Ig: indicazioni geografiche, marchi e altri strumenti locali convivono nel suo sistema. Nell'Unione europea, l'Italia non si distingue solo per la ricchezza del suo patrimonio enogastronomico ma anche per l'efficacia dell'azione dell'autorità designata a tutela della qualità italiana, l'ICQRF, additato quale best practice in Ue per la repressione di violazioni nel territorio europeo e sul web. Proprio la dimensione telematica internazionale consente di esplorare la questione della titolarità delle Ig quali diritti di privativa, nonché mostra chiaramente come il fenomeno della contraffazione trovi un terreno fertile nel web. Il caso della contraffazione nelle piattaforme on-line cinesi (in particolare nella forma dell'evocazione) testimonia simili problematiche. Diventa allora necessario chiarire cosa prevedano le norme internazionali in materia di indicazioni geografiche ed il livello di tutela offerto all'istituto in sede transnazionale.

Il Capitolo III offre un caso concreto di implementazione delle norme internazionali in un Paese che, fino a pochi anni fa, era privo di qualsiasi disposizione in materia: la Cina. Affrontare il sistema giuridico cinese appare interessante, oltre che per il peso economico che oggi le viene riconosciuto a livello internazionale, in virtù dell'interesse europeo ed italiano ad investire in paese in continua crescita demografica ed economica. Per tale ragione verrà proposto un caso studio avente ad oggetto la denominazione "Prosecco" al fine di sottolineare rischi e benefici di un sistema così diverso dal nostro. In secondo luogo, l'importanza dell'agricoltura nonché la ricchezza del patrimonio agroalimentare cinese offrono un interessante riflessione in termini di sviluppo presente e futuro dell'istituto nel territorio asiatico. In concreto, si affronteranno problemi e soluzioni dell'attuale disciplina cinese in materia di Ig, attraverso un'analisi speculare a quella effettuata nel Capitolo I sull'Unione europea.

Il presente studio intende comparare la dimensione europea, internazionale e cinese delle indicazioni geografiche al fine di operare un confronto che ci consenta di comprendere interessi e meccanismi che regolano un istituto molto presente nella nostra quotidianità.

La comparazione è uno degli strumenti giuridici più efficaci per riuscire ad astrarsi dal proprio sistema per adottare una prospettiva che ci aiuti a comprenderlo.

CAPITOLO 1

IL MODELLO EUROPEO

1. Considerazioni introduttive.

Il termine giuridico *indicazione geografica* allude a specifici segni apposti ai prodotti, parole necessarie a fornire informazioni utili per caratterizzare il prodotto e la sua provenienza. Questi, al pari dei *marchi*, hanno un ruolo fondamentale negli scambi commerciali, nonché in quello che si va delineando come un mercato "muto"[1].

Infatti, negli scambi che avvengono nel mercato, anche internazionale, le parole tra i contraenti perdono sempre più rilievo poiché la "proposta" consiste spesso nella mera offerta visiva dell'oggetto da parte del produttore e la "accettazione" è data dalla silenziosa apprensione della cosa da parte del consumatore. Non viene meno però la necessaria comunicazione di dati e informazioni che consentano al consumatore di individuare il bene di cui ha bisogno nonché di scegliere tra oggetti simili sul mercato.[2]

In un simile contesto tali segni, oltre a fornire informazioni utili sul prodotto e su chi lo ha prodotto, consentono altresì di "narrare" la sua storia, il suo "valore" dovuto a fattori naturali e a fattori umani, il suo "rapporto" con un territorio e con una comunità, l'immagine di una terra e della sua gente[3]. Solitamente consistono nel nome del luogo geografico di produzione, quando lo stesso sia caratterizzato dalla capacità di esprimere una cultura e, al contempo, di conservarla rispetto allo scorrere del tempo.

L'informazione del valore del territorio attraverso un riferimento geografico del prodotto o con cui si designa un prodotto è cosa antica. Si narra che quando l'imperatore Enrico III scese in Italia, inviò un messo a Bonifacio, padre di Matilde contessa di Toscana,

---

[1] Sul mercato "muto" v. N. IRTI, *Scambi senza accordo*, in *Riv. Trim. Dir. e Proc. Civ.*, 1998, vol. 52, fasc. 2, 347; R. SAIJA, *I contratti del mercato agroalimentare*, in (a cura di) F. ALBISINNI, M. GIUFFRIDA, R. SAIJA, A. TOMMASINI, Napoli, 2013, 305; A. GERMANO', E. ROOK BASILE, N. LUCIFERO, *Manuale di legislazione vitivinicola*, Torino, 2017, 161.

[2] A. GERMANO', E. ROOK BASILE, *Il diritto dei mercati dei prodotti agricoli nell'ordinamento internazionale, Corso di lezioni.* Torino, 2010, 88.

[3] A. GERMANO', E. ROOK BASILE, ibidem, 89.

L'espressione "immagine di una terra e della sua gente" è in A. GERMANO', "*Volgarizzazione" delle denominazioni merceologiche legali e ruolo della Corte di Giustizia della CEE,* in (a cura di) E. CAPIZZANO, *Impresa e azienda nel diritto agrario. Strumenti della PAC e ruolo delle Regioni,* Atti delle Seconde Giornate camerti di Diritto agrario comunitario, Camerino, 1989, 272.

per avere un po' di quell'aceto balsamico "che aveva udito farsi perfettissimo in Canossa": si trattava, allora come ora, dell'aceto balsamico di Modena.[4]

Guardando all'evoluzione del diritto, è nel ventesimo secolo che il legislatore europeo comincia a definire i contorni giuridici dell'istituto. Il legame origine-qualità si presenta come risalente nel tempo, ma la sua tutela giuridica è anche geograficamente diffusa, in quanto esperienza comune a diversi paesi. I singoli Stati membri dell'Unione Europea, ad esempio, presentavano un proprio sistema di riconoscimento per i segni distintivi collegati a particolari qualità del prodotto, prerogative ricondotte, dalla comune esperienza, all'origine geografica. Per agevolare gli scambi nel territorio comunitario, il legislatore europeo decise, dunque, di adottare il regolamento n. 2081/92, del 14 luglio 1992, con il quale, per la prima volta, si introdusse una tutela specifica e comune anche in materia di denominazioni d'origine protette (DOP) e di indicazioni geografiche protette (IGP)[5]. Si tratta dell'origine di una tutela apprestata a prodotti agricoli che attribuisce ai produttori dell'area geografica considerata un diritto di esclusiva sul toponimo di riferimento. Elementi di novità sono, da un lato, l'oggetto di tale normativa poiché, fino a quel momento, la tutela comunitaria si fermava alle categorie vinicole[6], dall'altro, la base giuridica in forza della quale fu adottato, ossia l'art. 43 (oggi 37) del Trattato[7] sulla politica agricola comune ed il mercato agricolo, in una prospettiva attiva di governo del mercato secondo le regole di concorrenza, e non di semplice ravvicinamento delle legislazioni[8].

Per comprendere la portata ed il funzionamento di tale istituto, a cui per ora ci riferiremo con il termine generico di *indicazione geografica* (Ig), è necessario approfondire il concetto di nesso origine-qualità, il quale costituisce il fulcro della tutela giuridica apprestata al toponimo di determinati prodotti agricoli, alimentari e vinicoli. La trattazione del primo capitolo del presente studio verterà, dunque, sulla dimensione europea dell'istituto, ripercorrendo le esigenze che sembrano spingere verso il modello delle Ig e le riflessioni su una

---

[4] Cfr. F. CANTARELLI, *Marketing tra sussistenza, cultura, economia*, Parma, 2002, 54.

[5] Il *considerando* (7) del Reg. (CEE) n. 2081/92 sinteticamente chiariva: "che le prassi nazionali di elaborazione e di attribuzione delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche sono attualmente eterogenee; che è necessario prospettare un approccio comunitario; che in effetti un quadro normativo comunitario recante un regime di protezione favorirà la diffusione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine poiché garantirà, tramite un'impostazione più uniforme, condizioni di concorrenza uguali tra i produttori dei prodotti che beneficiano di siffatte diciture, ciò che farà aumentare la credibilità dei prodotti in questione agli occhi dei consumatori".

[6] Alquanto più risalente è l'iniziativa normativa in materia di vini di qualità prodotti in regioni determinate; si veda il Regolamento (CEE) n. 24 del Consiglio, del 4 aprile 1962, relativo alla graduale attuazione di un'organizzazione comune del mercato vinicolo.

[7] Trattato sul Funzionamento dell'Unione europea (TFUE).

[8] F. ALBISINNI, *Nomi geografici e marchi commerciali. Regole del mercato e sistemi locali*, in *Economia e Diritto Agroalimentare*, 2007, XII 2, 44.

possibile dimensione immateriale meritevole di tutela, per poi approdare alla descrizione della disciplina positiva europea. In tal modo si porranno le basi per il secondo capitolo, dove, collegando la dimensione comunitaria con quella nazionale (italiana) e poi internazionale dell'istituto, si potranno approfondire i fenomeni di *evocazione* e *agganciamento parassitario*, sempre più presenti nel mercato internazionale.

2. Globalizzazione e qualità: legame con il terroir.

Adottando una prospettiva eurocentrica, ed in particolare guardando agli interessi di Paesi dal cospicuo patrimonio gastronomico (come l'Italia), il cuore dell'istituto delle indicazioni geografiche è rappresentato dal legame origine-qualità. Con ciò si intende che un bene, sia esso vinicolo, alimentare, agricolo o di altra natura, in virtù del luogo in cui viene prodotto, e potenzialmente ad altri fattori ricollegati allo stesso, risulta connotato da specifiche caratteristiche che consentono, mettiamo al consumatore medio, di distinguerlo da altri prodotti simili presenti sul mercato; il toponimo manifesta in questo ambito una connaturata funzione descrittiva, prima che distintiva.

Tale nesso rappresenta l'idea di fondo da tutelare: da un simile punto di partenza non possono che emergere due concetti di tutela della qualità[9] che risultano strettamente correlati, ma la cui distinzione consente di procedere in modo più lineare.

Da un lato ci riferiamo al concetto di tutela della qualità così *come percepita dal consumatore medio*, ossia fare in modo che siano create le condizioni più adeguate perché possano essere rispettati tutti i criteri di trasformazione e di produzione (agricoli) e tutti i criteri di elaborazione e trasformazione (artigianali o industriali) che consentono di realizzare un prodotto dotato di quelle determinate caratteristiche qualitative che il consumatore è in grado di apprezzare. Dall'altro, la tutela della qualità *sotto il profilo giuridico*, che consiste nella protezione dell'indicazione utilizzata dal produttore per designare le caratteristiche qualitative[10] intrinseche sopra descritte, attraverso: il marchio commerciale registrato dal produttore medesimo, il marchio collettivo registrato dal Consorzio degli operatori del quale il produttore fa parte, la denominazione di vendita imposta dalla legge nazionale o ancora, la denominazio-

[9] F. CAPELLI, *Tutela della qualità dei prodotti agroalimentari sotto il profilo giuridico: riflessioni sulla riforma della disciplina dell'Unione Europea*, in (a cura di) P. BORGHI, L. COSTATO, S. MANSERVISI, *Dalla riforma del 2003 alla PAC dopo Lisbona. I riflessi sul diritto agrario alimentare e ambientale,* Ferrara, 2011, 273-290.

[10] Caratteristiche fisiche e organolettiche del prodotto (dimensione, aspetto, composizione, sapore, profumo), il suo collegamento con il territorio di produzione o di trasformazione, sia, infine, le modalità impiegate per produrlo (allevamento, tecniche di lavorazione, stagionatura, sistema di confezionamento, etc.).

ne di origine o l'indicazione geografica legittimamente registrate nelle sedi competenti.
Dalla distinzione si comprende che di fronte ad un unico concetto di qualità, così come avvertita dal destinatario finale nelle sue diverse sfumature, corrispondono i molteplici strumenti offerti dal diritto dell'Unione Europea e degli Stati membri al produttore. Strumenti che si intersecano, sommano, sovrappongono e, qualche volta, escludono a vicenda, ma che soprattutto veicolano informazioni differenti da ricondurre all'unitaria qualità finale del bene in questione.
Le indicazioni geografiche, quali DOP e IGP, non sono gli unici strumenti europei offerti a baluardo della qualità dei prodotti degli Stati Membri, dunque occorre proprio comprendere cosa li distingua dagli altri elementi in grado di veicolare caratteristiche qualitative.
Per le indicazioni geografiche, intese quali strumenti portatori di qualità, riveste un ruolo fondamentale il concetto di *terroir*[11], il luogo d'origine ma soprattutto l'influenza dello stesso su quello che si presenta come il prodotto finale: difatti, il regime alimentare delle persone appartenenti ad un determinato territorio è storicamente condizionato dallo stesso, ossia dalla pronta disponibilità in natura di un alimento o delle materie prime necessarie alla sua realizzazione. Tale elemento, sommato ad una sorta di invenzione collettiva di quelle persone, è alla base della varietà di ricette nazionali e regionali di preparazione dei cibi. Come salta subito agli occhi, un simile condizionamento, che ha avuto una sua importanza fondamentale nel radicamento di tradizionali modelli alimentari su scala locale, va sempre più perdendo peso nell'era della globalizzazione dei mercati che rende possibile scegliere tra i più diversi alimenti da consumare freschi o trasformati provenienti da ogni parte del mondo[12] e che, più in generale, coinvolge sia il mercato che i fattori produttivi. Si afferma sempre più il concetto per cui la tecnologia, azzerando le nozioni di tempo e spazio, abbia reso il "mondo piatto", rendendo naturale e privo di ostacoli lo scambio di qualsiasi elemento, dalle informazioni, ai materiali, persone, tecnologie, imprese, *know-how* e così via.
In un simile contesto la qualità agro-alimentare si presenta come uno dei fattori rappresen-

---

[11] Il concetto di *terroir* rappresenta il legame essenziale tra territorio, in cui si produce/ha origine un determinato prodotto, e la conseguente qualità intrinseca dello stesso, o altre specifiche caratteristiche, ugualmente soggette all'apprezzamento del pubblico.
Secondo la definizione degli esperti dell'Istituto francese INAO (*Institut national de l'origine et de la qualité*), la prima istituzione nazionale dedicata alla protezione del *terroir*, esso consiste in "*un espace géographique délimité, où une communauté humaine a construit au cours de l'histoire un savoir intellectuel collectif de production, fondé sur un système d'interactions entre un milieu physique et biologique, et un ensemble de facteurs humains*".

[12] L. PETRELLI, *I prodotti alimentari della salute*, in (a cura di) B. BORGHI, L. COSTATO, S. MANSERVISI, *Dalla riforma del 2003 alla PAC dopo Lisbona. I riflessi sul diritto agrario alimentare e ambientale,* cit., 291-308.

tanti la dimensione locale e trova nel legame con il territorio di riferimento la propria forza e la propria causa. Ne conseguono delle esigenze di valorizzazione e promozione che nascono dal contesto comunale, distrettuale, regionale, nazionale e che ivi vengono avvertite come degne di tutela. Di converso, si deve tenere conto anche della sua dimensione globale, perché globale è il mercato e di conseguenza le forme di tutela sono da ricercare necessariamente e principalmente sul piano comunitario e internazionale[13]. Si tratta di una dinamica tra globale e locale che non può essere negata, ma va approfondita e compresa.

Il fenomeno della globalizzazione è così al centro della riflessione europea sul concetto di qualità, come si evince dall'incipit di un documento programmatico[14] del 2008: il "Libro Verde sulla qualità dei prodotti agricoli: norme di prodotto, requisiti di produzione e sistemi di qualità"[15]. La riflessione si apre constatando: *"In un mondo che diventa sempre più piccolo per effetto della globalizzazione incalzante, i prodotti dei paesi emergenti a basso costo di produzione esercitano una pressione crescente sugli agricoltori dell'Unione europea. Si acuisce la concorrenza sia per i prodotti di base, sia per i prodotti a valore aggiunto. Di fronte a queste nuove sfide commerciali, l'arma più potente di cui dispongono gli agricoltori dell'UE è la qualità."*

Occorre segnalare come una simile impostazione, prevalentemente condivisa in sede europea, sia tutt'altro che pacifica. L'idea per cui la dimensione geografica e tradizionale della qualità sia uno strumento forte a presidio di una specialità, in grado di opporsi ai meccanismi di base del mercato globalizzato, trova delle interessanti critiche oltreoceano. Sulla base degli stessi fattori, ossia globalizzazione e tecnologia, alcuni autori arrivano a sottolineare

---

[13] C. GALLI, *Globalizzazione dell'economia e tutela delle denominazioni d'origine dei prodotti agro- alimentari*, in *Riv. Dir. Ind.*, 2004, I, 61, che sottolinea: "In un'epoca nella quale, come è stato efficacemente scritto, la globalizzazione dell'economia non si traduce soltanto in globalizzazione dei mercati ma anche in globalizzazione dei fattori produttivi, e quindi in una deterritorializzazione - oltre che in una dematerializzazione - dell'economia, i prodotti tipici si fondano invece su un elemento di localizzazione forte, sul quale le denominazioni che denotano l'origine di questi prodotti pongono l'accento. Ma questo elemento fortemente "*local*" ha sempre più bisogno di una tutela "*global*", cioè di una tutela che operi non solo nei paesi di origine dei prodotti tipici (e delle relative denominazioni), ma anche sugli altri mercati nei quali questi prodotti vengono esportati".

[14] La Commissione europea utilizza il Libro Verde quando avverte la necessità che in ambito comunitario si promuova una consultazione su specifiche tematiche; serve a: illustrare un determinato settore da disciplinare e chiarire il suo punto di vista in ordine a certi problemi, con contestuale invito alla discussione sugli stessi. Dopo il Libro Verde, sulla base delle risposte dei portatori di interessi (c.d. *stakeholders*), la Commissione procede ad ulteriori iniziative, quali una Comunicazione, che tiri le somme della consultazione e la redazione eventuale di un Libro Bianco, con cui si preannunciano le linee-guida per una successiva attività normativa.

[15] Consultabile in: http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0641:FIN:IT:PDF (ultimo accesso 22 giugno 2019).

Il Libro Verde del 2008, è stato seguito da una Comunicazione sulla politica di qualità dei prodotti agricoli del 28 maggio 2009. In entrambi la Commissione ha esplicitato le linee programmatiche e ispiratrici dei successivi interventi normativi. Infatti, in tali documenti si può avvisare la base del pacchetto qualità, presentato alla Commissione il 10 dicembre 2010 e composto, anche, dalla proposta di regolamento sui regimi di qualità dei prodotti agricoli avanzata dal Parlamento europeo e dal Consiglio. La proposta, infatti, è stata in seguito tradotta e consolidata nel reg. n.1151/2012.

come un simile concetto di qualità territoriale si presenti forzato ed artificiale[16], e come non abbia più motivo di esistere.

Simili critiche offrono interessanti spunti di riflessione, eppure, si potrebbe notare come vengano smentite da un dato positivo: il fatto che, seppur attraverso strumenti giuridici di portata diversa, si possa riscontrare un conseguentemente differenziato, ma consolidato, livello di tutela del nesso origine-qualità in quasi tutti gli Stati, anche non solamente europei, che va oltre la semplice non decettività del segno. Tale fenomeno è più evidente nel settore vinicolo, ma anche per gli altri prodotti è in atto il tentativo di trovare un punto di convergenza, un minimo comun denominatore, nella definizione di tale legame in sede internazionale.

Già nel 1883 comincia ad essere dato rilievo all'elemento concernente la provenienza di un prodotto, con l'adozione della Convenzione di Parigi[17] ed il successivo Accordo di Madrid del 1891[18]. Con tali accordi per la prima volta si parla di "indicazioni di provenienza o denominazioni di origine", senza darne alcuna definizione ma richiedendo l'impegno agli Stati firmatari di adottare misure finalizzate alla soppressione delle indicazioni false e decettive. Non si riscontra una definizione di tali indicazioni, ma è importante, nonché discussa in sede di lavori preparatori[19], la scelta di collocarle nella categoria della proprietà industriale, cominciando a delinearne la natura di segni distintivi. Non segue, però, la previsione di spe-

---

[16] M. FERRARI, *La dimensione proprietaria delle indicazioni geografiche. Uno studio di diritto comparato*, Napoli, 2015, 11-14, con riferimento alle posizioni di vari autori tra cui B. PARRY e B. BEEBE: "La prima voce è quella di chi contesta una visione deterministica del territorio, quale elemento statico capace di modellare le qualità presenti in un dato prodotto. Tale visione sarebbe alla base della nozione di indicazione geografica e recherebbe con sé il germe dell'autodistruzione a fronte di una realtà nella quale i confini geografici sembrano perdere sempre più significato per trasformarsi in un macroterritorio poroso e 'globalizzato'. Le indicazioni geografiche, con la loro visione superata di un territorio statico, fisso, autentico, fatalmente propizierebbero una moltiplicazione di rivendicazioni proprietarie potenzialmente infinita e in ultima analisi priva di giustificazione, in quanto avente ad oggetto un costrutto artificiale e sotto molti profili discutibile quale, appunto, la nozione di territorio. […] A questa prima critica radicale si affianca una seconda che, spostando il discorso su un asse geopolitico, denuncia l'ossessione identitaria che pervade la nostra epoca. […] La seconda voce rileva come i caratteri distintivi dei prodotti recanti una indicazione geografica siano al giorno d'oggi facilmente replicabili artificialmente, per cui, anche se in origine poteva invocarsi una giustificazione fondata su elementi oggettivi univocamente riconducibili ad un preciso territorio, questa giustificazione oggi è revocata in dubbio. Si tratta di una critica radicale alla triangolazione origine-qualità-autenticità: la tecnologia permette di replicare le caratteristiche del *terroir*, non segnalando più, di conseguenza, l'autenticità (geografica) del prodotto. Pur non negandosi in radice l'utilità di un regime minimo di protezione per le indicazioni geografiche, si respinge così in modo netto ogni tentativo di innalzare il livello di tutela al di sopra di una soglia ideale identificata dalla non decettività del segno. Volendo esemplificare, se un produttore nordamericano replica perfettamente le caratteristiche qualitative di un vino europeo e, al contempo, utilizza la denominazione europea per indicare quel vino, aggiungendo però il reale luogo di provenienza (per es.: Californian Champagne), non si avrà alcuna condotta illecita, trattandosi di pratica non idonea a trarre in inganno il consumatore."

[17] Convenzione di Parigi per la Protezione della Proprietà Industriale, 20 marzo 1883.

[18] Accordo di Madrid sulla repressione delle false o fallaci indicazioni di provenienza, 14 aprile 1891.

[19] M. FERRARI, *La dimensione proprietaria delle indicazioni geografiche. Uno studio di diritto comparato,* cit., 135ss. Cfr. D. GANGJEE, *Relocating the law of geographical indications*, Cambridge, 2012, 26.

cifici mezzi di tutela per tale forma di proprietà intellettuale, lasciando lo spazio agli Stati di poter procedere al rispetto dell'Accordo attraverso gli strumenti a presidio della concorrenza leale, svilendo in tal modo la collocazione dell'istituto.

Diverse le previsioni del successivo Accordo di Lisbona del 1958[20], il quale si distingue proponendo una definizione di *appellations of origins*, sulla scia della tradizione francese, seguita dalla previsione di un modello di registrazione internazionale ed altresì dalla possibilità di ottenere un controllo anche successivo sul rispetto dell'Accordo, agendo in giudizio a livello nazionale. Tale Accordo ha il vantaggio di estendere la protezione oltre il rischio di inganno, emancipando la protezione delle indicazioni geografiche dalla categoria di strumenti avverso gli atti sleali. Probabilmente, proprio una simile concettualizzazione ha determinato uno scarso consenso a livello internazionale, dimostrato dall'esiguo numero di stati firmatari[21].

Si deve aspettare la fine del ventesimo secolo per arrivare ad un punto di incontro tra molti Stati, che fin da subito, segnaliamo, si caratterizza per la sua natura compromissoria. L'Accordo TRIPs[22] del 1994, è stato adottato in un più generale disegno di raccordo tra Stati con lo scopo di abolire e ridurre le barriere tariffarie al commercio internazionale. Si inserisce, dunque in un complesso organico di atti con interventi non limitati ai beni ma estesi ai servizi e alla tutela della proprietà intellettuale, e che, soprattutto, ha portato all'istituzione della Organizzazione Mondiale del Commercio (OMC-WTO) con l'Accordo di Marrakech[23]. Ciò che rileva in questa sede[24], sono due aspetti fondamentali dell'Accordo TRIPs: l'uso del marchio geografico come elemento distintivo della tipicità di prodotti nel mercato mondiale e il diritto d'uso del toponimo ricondotto nell'alveo della tutela della proprietà intellettuale. Persegue, sostanzialmente, la *ratio* di evitare che imprenditori senza scrupoli si approfittino della reputazione di un certo prodotto per smerciare i propri, simili ma mancanti di quelle qualità organolettiche che soltanto il terreno e il clima di specifiche zone geografiche sono capaci di attribuire, oltre all'obiettivo di evitare che il nome si "vol-

[20] Accordo di Lisbona sulla protezione delle denominazioni di origine e la loro registrazione internazionale, 31 ottobre 1958.

[21] Sono 28 attualmente gli stati firmatari. Lista consultabile all'indirizzo on-line: https://www.wipo.int/export/sites/www/treaties/en/documents/pdf/lisbon.pdf (ultimo accesso 22 giugno 2019).

[22] Riferimento all'Accordo TRIPs (*The Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights*), stipulato nell'ambito dell'Organizzazione Mondiale del Commercio (OMC-WTO), adottato a Marrakech il 15 aprile 1994, relativo agli aspetti dei diritti di proprietà intellettuale attinenti al commercio, ratificato dall'Italia con l. 29 dicembre 1994, n. 747.

[23] Accordo di Marrakech, 15 aprile 1994, atto finale dell'Uruguay Round (1986-1994).

[24] Nel Capitolo II si approfondirà l'analisi della legislazione multilivello, in particolare internazionale, che regola il fenomeno.

garizzi" e perda distintività[25]. Il nome geografico, con l'Accordo TRIPs, si presenta come un fattore concorrenziale, e per questo è tutelato nel più generale disegno di un raccordo internazionale che ha per oggetto il commercio. Questo uso esclusivo del nome geografico da parte dei produttori si estende fino al punto di escludere, nella maniera più totale, qualsiasi confusione in cui il consumatore possa cadere[26]. La regola fondamentale dell'Accordo di Marrakech, quella della liberalizzazione del mercato mondiale, subisce una eccezione: gli imprenditori, che nel proprio paese hanno ricevuto un riconoscimento legale dell'originalità della rispettiva area di produzione di un prodotto tipico, godono di una protezione, potendo contestare, sul mercato mondiale, a tutti gli altri imprenditori l'uso indebito del nome geografico, cui costoro abbiano fatto ricorso per indicare i propri prodotti nel tentativo di agganciarli alla fama e alla notorietà di quel nome. Il territorio comincia a riprendere così il suo valore e la "localizzazione" della produzione di qualità si giustappone alla "globalizzazione" dell'economia[27].

Il percorso evolutivo degli accordi internazionali, posti a presidio delle indicazioni geografiche, ci consente di riflettere sul fatto che la tutela a livello internazionale si è resa necessaria per reagire a fenomeni di contraffazione e frode nel commercio, che in ambito agroalimentare si sostanziano nell'attribuire ai propri prodotti qualità e caratteristiche che non hanno, agganciandoli ad altre produzioni che possiedono le qualità e le caratteristiche vantate. La prima forma di reazione a tale fenomeno è rappresentata dal ricorso agli strumenti in materia di concorrenza sleale, contemporaneamente abbiamo visto farsi strada anche la categoria dei segni distintivi.

Ciò che ci preme chiarire è che la tutela nelle forme della concorrenza sleale sembra essersi rilevata, più che inadeguata, come insufficiente, per quanto giochi ancora un ruolo importante in termini di tutela residuale per tutte quelle situazioni in cui l'affermazione del segno distintivo non basta. Così come non ci si deve fermare all'idea per cui una Ig indichi semplicemente la provenienza del prodotto in termini di informativa del consumatore o di etichettatura del bene. Il toponimo manifesta tutto il suo potenziale nel momento in cui sia in grado di veicolare un messaggio ulteriore, che caratterizzi il prodotto nelle sue esternazioni.

---

[25] Si pensi, per comprendere il fenomeno della "volgarizzazione", a determinati prodotti quali, a scopo esemplificativo, l'inchiostro di china, l'acqua di colonia o il sapone di Marsiglia. La "genericizzazione", invece, non è riuscita, stante la decisa opposizione dei produttori dell'area geografica considerata, con il nome di Champagne (per gli spumanti) e con il nome di Cognac (per le acquaviti).

[26] A. GERMANO', E. ROOK BASILE*, Il diritto dei mercati dei prodotti agricoli nell'ordinamento internazionale. Corso di lezioni,* cit., 86-106.

[27] N. IRTI, *Norme e luoghi. Problemi di geo-diritto*, Roma-Bari, 2001, 11, sulla "globalizzazione" dell'economia.

Si tratta di una commistione di elementi concreti, visibili ed anche storici, culturali, a cui si vuole ritagliare uno spazio in un mondo sempre più globale e globalizzato. E nonostante questo possa apparire come un interesse prettamente europeo, che lo vede contrapporsi soprattutto ai paesi di matrice anglosassone[28], porta con sé un potenziale anche per molti altri paesi[29], che in tradizione e storia non hanno nulla da invidiare all'Europa.

Dunque, in Europa, per far fronte ad un mercato globalizzato in cui giocano un ruolo preponderante le produzioni a basso costo dei Paesi emergenti, si è intrapresa una strada che mira alla differenziazione dell'offerta, caratterizzata da trasparenza e qualità dei prodotti: attraverso la produzione biologica si mira in primo luogo a garantire la sostenibilità, attraverso controlli, etichettatura e certificazioni si guarda alla salute e salubrità degli alimenti, nonché al diritto di informazione del consumatore e così via. I prodotti a denominazione d'origine si inseriscono in tale circuito, e nelle loro varie articolazioni DOP e IGP rispondono ad una precisa domanda dei consumatori, legati a un'idea di cibo nel quale si ricerca tracciabilità, sicurezza, trasparenza, espresse nella qualità caratterizzata dal legame ad un territorio. I regimi europei sono dunque introdotti per incoraggiare la produzione agricola diversificata, e per proteggere i nomi dei prodotti da abusi, imitazioni ed aiutare i consumatori fornendo informazioni sul carattere specifico dei prodotti DOP-IGP[30]. Come si evince dall'esperienza internazionale, lo ha fatto ricorrendo a strumenti offerti dal diritto della proprietà intellettuale, con la precisazione, come vedremo in seguito, che invece di ricorrere a strumenti già esistenti ha adottato un regime *sui generis*.

3. Indicazioni geografiche come elementi tangibili del patrimonio culturale immateriale.

Parlando di indicazioni geografiche europee, è emerso come la connessione con il territorio non sia prettamente un dato positivo, che riguarda solo un aspetto materiale del prodotto.

---

[28] Difatti il concetto di *terroir* è tutt'altro che pacifico e si colloca al cuore della disputa, che si protrae da più di vent'anni tra UE e USA, emersa in particolare nell'ambito delle negoziazioni condotte in occasione dell'Accordo TRIPs.

[29] Vedi M. WANG, *The Asian Consciousness and Interests in Geographical Indications*, in *The Trademark Reporter*, 2006, Vol.96, n.4, 906ss. In particolare, si noti come in ordine al dibattito europeo e statunitense riguardo alla revisione dell'Accordo TRIPs sia configurabile una collocazione ideologica: nello specifico riguardo all'estensione di una protezione più incisiva oltre ai vini e agli alcolici. In tal senso India, Pakistan, Thailandia e Sri Lanka possono dirsi allineati con l'Ue, mentre Giappone, Filippine e Taiwan seguono la tendenza degli USA.

[30] N. BALDRIGHI, *Importanza dei Dop: fattore di qualità,* in *Prodotti a denominazione di origine. Fattore di competitività e qualità: i formaggi*, in *Quaderni dei Georgofili*, 2014, III, 19-31.

Come si accennava, è il frutto di una tradizione radicata in una determinata comunità, la quale, attraverso una certa creatività nel rielaborare i beni naturali a sua disposizione, ha condotto ad un risultato evocabile attraverso il mero riferimento alla sua origine.

Si tratta di una concettualizzazione che, in termini più generali, comincia ad essere affrontata a livello internazionale, come testimoniano le riflessioni compiute in seno alla Conferenza generale dell'UNESCO[31] che ha portato alla formulazione della c.d. Convenzione internazionale per la salvaguardia del Patrimonio Culturale Immateriale[32] del 2003. Il documento nasce con lo scopo di salvaguardare i "beni culturali", intesi come l'insieme di beni, tramandati di generazione in generazione, che riflettono l'identità culturale e sociale di una comunità, costituiti da elementi propri del patrimonio di quello specifico tessuto sociale. Si tratta di una nozione molto ampia che si sostanzia *in primis* in processi che implicano l'elaborazione sul piano sociale di espressioni intangibili da parte di soggetti appartenenti ad un gruppo culturale. L'articolo 2 di detta Convenzione chiarisce, poi, che debbono essere protetti non esclusivamente gli aspetti immateriali in quanto tali, bensì anche le espressioni tangibili derivanti dal patrimonio culturale immateriale. Nel contesto di un mondo globalizzato, si va riconoscendo che il punto di partenza è il legame di profonda interdipendenza tra il patrimonio culturale immateriale, il patrimonio culturale materiale e i beni naturali[33]. La creatività umana, attraverso il suo legame con un determinato ambiente naturale, determina un insieme di manifestazioni sociali dal forte contenuto identitario, riconducibili all'alveo dei diritti umani.

---

[31] Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Educazione, la Scienza e la Cultura (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, da cui l'acronimo UNESCO), agenzia specializzata delle Nazioni Unite per la promozione della pace e della comprensione tra le nazioni attraverso l'istruzione, la scienza, la cultura, la comunicazione e l'informazione.

[32] Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale, conclusa a Parigi il 17 ottobre 2003 e ratificata dall'Italia nel 2007. La Convenzione prevede una serie di procedure per l'identificazione, la documentazione, la preservazione, la protezione, la promozione e la valorizzazione del patrimonio culturale immateriale.

[33] Art. 2, Conv. Salvaguardia del patrimonio culturale: "Ai fini della presente Convenzione,
1. per "patrimonio culturale immateriale" s'intendono le prassi, le rappresentazioni, le espressioni, le conoscenze, il know-how – come pure gli strumenti, gli oggetti, i manufatti e gli spazi culturali associati agli stessi – che le comunità, i gruppi e in alcuni casi gli individui riconoscono in quanto parte del loro patrimonio culturale. Questo patrimonio culturale immateriale, trasmesso di generazione in generazione, è costantemente ricreato dalle comunità e dai gruppi in risposta al loro ambiente, alla loro interazione con la natura e alla loro storia e dà loro un senso d'identità e di continuità, promuovendo in tal modo il rispetto per la diversità culturale e la creatività umana. Ai fini della presente Convenzione, si terrà conto di tale patrimonio culturale immateriale unicamente nella misura in cui è compatibile con gli strumenti esistenti in materia di diritti umani e con le esigenze di rispetto reciproco fra comunità, gruppi e individui nonché di sviluppo sostenibile."

Un concetto che torna ad essere affrontato, in una dimensione più pragmatica, in seno all'OMPI[34] con la costituzione del comitato: *Intergovernmental Committee on Intellectual Property and Genetic Resources, Traditional Knowledge and Folklore*. Questo strumento mira ugualmente alla ricerca di una definizione condivisa di conoscenza tradizionale, espressioni culturali, segni distintivi e simboli relativi alla tradizione, nonché alla ricerca dei mezzi più efficaci per la loro tutela, partendo dall'analisi del sistema offerto dalla proprietà intellettuale.

In entrambe le sedi internazionali citate, ci si interroga circa l'adeguatezza dell'utilizzo dei diritti di proprietà intellettuale al fine di proteggere il patrimonio culturale immateriale: innanzitutto, alcuni autori notano[35] come tali strumenti giuridici consentano solo di fornire protezione alla "reificazione" del patrimonio culturale immateriale, considerando le sue manifestazioni intangibili alla stregua di meri beni tangibili dotati di valore commerciale e suscettibili di scambio finalizzato a produrre un profitto. In secondo luogo, attraverso simili mezzi, si mira a proteggere la proprietà e gli interessi economici di singoli soggetti (fisici o giuridici), mentre le espressioni immateriali del patrimonio culturale poggiano sullo sforzo di preservare l'identità culturale comune di una specifica comunità tradizionale o gruppo sociale, con una sostanziale *ratio* differente. Per cui non mancano le riflessioni che sostengono la necessità di abbandonare gli schemi della proprietà intellettuale per avvalersi di altri strumenti più idonei, come regimi *sui generis*, diritto dei contratti, normativa sulla *privacy*, o altri segni distintivi, quali le informazioni riservate.

Focalizzandoci sulle indicazioni geografiche, possiamo constatare come, in ambito comunitario, sia stata operata la scelta di adottare strumenti di proprietà intellettuale e lo si è fatto richiamando un concetto in linea con le riflessioni internazionali, parlando infatti di "patrimonio culturale" dell'Unione. Dalla lettura dei *considerando* dell'ultimo regolamento in materia di indicazioni geografiche[36], il legislatore chiarisce, come tra gli scopi della presente legislazione, si intendano offrire: informazioni chiare che consentano scelte consapevoli ai consumatori, un giusto guadagno ai produttori attraverso la possibilità di proporre prodotti diversificati e strumenti di *salvaguardia del patrimonio culturale dell'Unione*. Patrimonio, come ac-

---

[34] Organizzazione Mondiale della Proprietà Intellettuale (OMPI-WIPO).

[35] P. D. FARAH, R. TREMOLADA, *Diritti di proprietà intellettuale, diritti umani e patrimonio culturale immateriale,* in *Riv. Dir. Ind.*, 2014, I, 21-47.

[36] Regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 21 novembre 2012 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari. In particolare, tra i vari si consenta di richiamare in questa sede i considerando (1) e (18).

Si segnala che il legislatore italiano si fa portatore della stessa posizione nel nuovo art. 1 del c. d. Testo unico del Vino (l. n. 238/2016), disciplina nazionale di riferimento del settore vitivinicolo italiano, in cui si afferma che il vino, la vite, i territori viticoli, il lavoro e il sapere vitivinicolo costituiscono un patrimonio culturale nazionale.

cennavamo *supra,* riconducibile ad una comunità, e dunque caratterizzato da quella che può apparire come una "appartenenza collettiva". Una chiave di lettura che fornisce uno, e non preponderante[37], degli elementi che spiegano la *natura pubblicistica* dello strumento di proprietà intellettuale *sui generis* adottato in sede comunitaria per tutelare il nesso origine-qualità.

4. Oggetto di tutela e origini dell'istituto nel diritto dell'Unione europea.

Se l'elemento portante dell'istituto è rappresentato dal legame tra l'origine e la qualità di un prodotto, per poterlo comprendere appieno si rivela necessario interrogarsi sulla nozione di "prodotto", cercando, dunque, di delineare e chiarire quale sia l'oggetto a cui in concreto si intenda prestare tutela. Quando si parla di indicazioni geografiche, infatti, si deve tenere in considerazione che il bene al centro della riflessione può appartenere al settore vitivinicolo o delle bevande spiritose, al settore alimentare o a quello agricolo, ma possono esserci anche "altri prodotti"[38]. Si tratta di una distinzione che potrebbe apparire *in prima facie* superflua, ma invece determinante, come emerge dalla differente portata di tutela offerta anche dalla disciplina in seno all'Accordo TRIPs[39] a seconda dell'oggetto.

Con riferimento al marchio, sia individuale, collettivo o di certificazione, una simile distinzione avrebbe un peso meramente descrittivo, potendo fare riferimento ad una disciplina che prescinde dall'oggetto. Invece, presenta un'importanza storica non indifferente nella ricostruzione dell'istituto delle indicazioni geografiche, nonché un'influenza chiara sul piano internazionale, che consente di comprendere differenze e convergenze tra modelli in termini comparatistici.

---

[37] Se, infatti, si guarda a precedenti regolamenti in materia, come il reg. 2081/1992 e reg. 510/2006, non si rileva alcun riferimento al patrimonio culturale dell'Unione nei *considerando*. Questo elemento ci consente di notare come l'argomento in questione stia assumendo valore e definendo i suoi confini a partire dalle ultime due decadi.

[38] Si veda l'intervento di T. MOYSSET in materia di *Geographical Indications for non-agricultural products* al *Symposium on Geographical Indications* organizzato dalla WIPO in collaborazione con la Thailandia (Bangkok, 27-29 marzo, 2013), i cui contenuti sono disponibili all'indirizzo on-line: https://www.wipo.int/meetings/en/details.jsp?meeting_id=28143 (ultimo accesso 22 giugno 2019).
Il relatore mette in luce come la riflessione su "altri prodotti" riguardi solo quei Paesi che abbiamo adottato un approccio specifico in materia di Ig con riguardo agli stessi: "*It matters for countries adopting a sector-specific approach to GIs (EU) but it does not matter for countries adopting a general law on GIs with a broad definition (India, Russia, China, Brazil, Colombia, OAPI, etc.)*".

[39] Sarà oggetto di trattazione più approfondita nel secondo capitolo; per ora si consenta di segnalare che nel sistema delineato in materia dagli art. 22 e 23 dell'Accordo TRIPs i prodotti vinicoli e liquorosi godono di un grado di tutela più incisivo, rispetto a tutti gli altri prodotti.

4.1. Prodotti vitivinicoli, liquorosi e vini aromatizzati.

La nascita della categoria delle Ig ha origine dai prodotti vitivinicoli: da sempre il vino è stato oggetto di norme che ne hanno regolato la produzione, nonché la commercializzazione[40]. L'Organizzazione internazionale della vigna e del vino[41] definisce sette gruppi di prodotti vitivinicoli: uve, mosti, vini, vini speciali, mistelle, prodotti a base di uva (o di mosto d'uva o di vino), distillati (e acquaviti, alcol, bevande spiritose di origine vitivinicola). La dimensione storica, nonché il peso sul mercato mondiale del suddetto settore, hanno consentito di ottenere un maggiore consenso in termini di tutela attraverso strumenti di proprietà intellettuale, consentendo di riconoscerne la specialità con strumenti *sui generis*. Difatti, anche un Paese come gli Stati Uniti, che in sede di consultazione dell'Accordo TRIPs, si è opposto all'esigenza europea di ottenere una tutela "forte" per il nesso origine-qualità,

---

[40] Molti autori, interrogandosi sull'origine di tale interesse umano, arrivano a ritroso a delineare le prime forme di "regolamentazione" del settore in Egitto nel 2500 a.C. (come dimostrano alcuni geroglifici che descrivono i vari tipi di vino). La pratica della vinificazione era talmente consolidata che nel corredo funebre del re Tutankhamon, 1339 a.C., erano incluse alcune anfore contenenti vino con riportata la zona di provenienza, l'annata ed il produttore, una sorta di etichetta dell'antichità. Nel 1760 a.C. il Codice di Hammurabi, inciso su una stele di basalto, stabiliva precise modalità per il commercio della bevanda. Più tardi, i Romani, con l'intento di proteggere il proprio mercato, vietarono l'impianto di viti nei territori conquistati, proibendo anche l'importazione di vini nella penisola italica. Nel Medioevo, lo sviluppo della produzione vinicola, per lo più ad opera dei monaci, portò ad un forte incremento degli scambi di vino tra le varie comunità, ognuna delle quali cercava di sfruttare al meglio i propri vantaggi competitivi per riuscire ad imporre i propri prodotti sul mercato. La città di Bordeaux, ad esempio, cercò di sfruttare appieno il suo porto per poter meglio smerciare i propri vini, approfittando delle alte quotazioni per vendere e stoccando i vini nei magazzini nelle annate in cui abbondanti vendemmie deprimevano i prezzi. Nel XVII secolo l'introduzione del tappo di sughero, come dispositivo di chiusura dei recipienti contenenti i vini, e l'abbassamento del costo delle bottiglie di vetro, contribuirono al fiorire del commercio vinicolo. Nel corso del XIX secolo, la combinazione di incrementi dal lato della produzione, con conseguente diminuzione dei prezzi, associati alla forte crescita economica dovuta alla rivoluzione industriale e all'incremento demografico reso possibile da migliori condizioni di vita, trasformarono il vino da una bevanda consumata durante le cerimonie ufficiali da una cerchia ristretta di privilegiati, in una bevanda popolare, oggetto di un consumo che ben presto divenne di massa. È così che disciplina del potenziale produttivo, gestione delle eccedenze, restrizioni commerciali, norme atte a promuovere e tutelare la qualità hanno da sempre caratterizzato il settore vitivinicolo, tanto che l'organizzazione comune del mercato del vino, creata nel 1962 in seguito all'istituzione della Politica Agricola Comune europea, è solo uno degli ultimi esempi di regolazione del comparto. Vedi G. CASTELLI, *La nuova politica di qualità dell'Unione europea per il settore vitivinicolo,* Dottorato di ricerca in "diritto dell'Unione europea", Ferrara, 2011-2012, 8ss.

[41] L'OIV è un'istituzione intergovernativa nata il 3 aprile 2001 che ha sostituito l'Ufficio internazionale del vino creato il 29 novembre 1924. L'Organizzazione si prefigge di favorire la collaborazione all'interno del settore vitivinicolo, perciò mira a informare, assistere, armonizzare, normalizzare e sostenere il settore attraverso la condivisione di conoscenze a carattere scientifico e tecnico. La stessa Unione Europea, pur non essendo membro effettivo dell'Organizzazione, in assenza di metodi comunitari d'analisi per la determinazione e la quantificazione di sostanze ricercate (metalli pesanti per esempio), riconosce e rinvia, in specifici casi, alle pratiche raccomandate dall'OIV. L'Italia ha ratificato l'Accordo del 3 aprile 2001 con la legge 15 gennaio 2003, n. 26. Vedi L. COSTANTINO, *Istituzioni europee, Stati membri ed organizzazioni internazionali: quale rapporto nel processo di creazione delle regole sul vino?,* in *Riv. Dir. Alim.*, luglio-settembre 2015, fasc. 3, 45-56.
Inoltre, si segnala che per l'art. 80, par. 3, lett. a) del reg. 1308/2013: la Commissione europea, nell'autorizzare pratiche enologiche, "tiene conto di quelle raccomandate e pubblicate dall'OIV".

mette in campo istituti che differiscono dal modello classico di tutela incentrato sui marchi a caratterizzazione collettiva quando la protezione di tale nesso riguarda un prodotto vitivinicolo[42]. Il fenomeno delle Ig vede un maggiore consenso in tale settore, poiché qui il cosiddetto "legame territoriale" è tradizionalmente molto sentito, forse anche per l'equivalenza, quando non prevalenza, delle caratteristiche pedoclimatiche dei vini rispetto a quelle varietali[43]. Eppure, anche un altro elemento va considerato per comprendere la scelta di un trattamento differenziato: le indicazioni geografiche per i vini rappresentano, in termini percentuali, la parte preponderante all'interno della categoria generale "indicazioni protette", dunque la *lobby* dei produttori vitivinicoli è stata in grado di spiegare in modo efficace la propria influenza per ottenere un livello di tutela più alto[44].

In Europa, la disciplina del settore vitivinicolo ha aperto la strada all'affermazione della conseguente previsione di un modello simile in ambito agroalimentare.

Nel 1962, il Consiglio decise di instaurare un'organizzazione comune per il mercato vitivinicolo (c. d. OCM sul vino)[45]. Sulla base delle disposizioni di Stati che già disponevano di articolati sistemi di tutela, in particolare Francia e Germania, si cominciò a delineare una politica di qualità finalizzata alla preservazione dei vini tipici, caratterizzati, gli uni rispetto agli altri, per le loro caratteristiche dovute ad un preciso ambiente geografico o a determinati metodi di trasformazione delle uve in vino. Anche altri comparti agricoli vennero disciplinati da norme sulla qualità dei prodotti, ma si trattava perlopiù di una legislazione di commercializzazione che definiva standard per facilitare lo scambio di merci tra Stati membri. Con i successivi regolamenti CEE 816/70 e 817/70[46] si delineò, invece, il sistema destinato ad operare nel settore fino alla riforma del 2008: il riconoscimento europeo dei "vini di qualità prodotti in regioni determinate" quali segni geografici (V.Q.P.R.D.). A tale categoria si contrapponeva quella dei "vini da tavola", al cui interno era possibile individuare la specifica tipologia dei "vini da tavola con indicazione geografica", ammessi al riconosci-

---

[42] Pur differenziandosi dal modello europeo, negli Stati Uniti troviamo la disciplina di questo comparto nel *Title 27*, parte quarta del *Code of Federal regulations*. Qui vengono disciplinate le *appellations of origins*, cioè termini che indicano la provenienza geografica del vino, con riferimento a diverse aree del paese denominate AVA (*American Viticultural Area*). Il sistema delle AVA rappresenta il massimo punto di convergenza nella tutela del nesso origine geografica-qualità tra il sistema statunitense e quello europeo. Vedi M. FERRARI, *La dimensione proprietaria delle indicazioni geografiche. Uno studio di diritto comparato*, cit., 109ss.

[43] P. BORGHI, *Sovrapposizioni fra ordinamenti e "fantasia" del legislatore in tema di segni di qualità dei prodotti alimentari: entropia e storytelling.,* in *Riv. Dir. Alim.*, ottobre-dicembre 2015, fasc. 4, 4.

[44] M. FERRARI, *La dimensione proprietaria delle indicazioni geografiche. Uno studio di diritto comparato,* cit., 105.

[45] Regolamento del Consiglio (CEE) n. 24/62, relativo alla graduale attuazione di un'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, pubblicato in G.U.C.E. 30 del 20 aprile 1962, 989.

[46] Regolamento del Consiglio (CEE) n. 816/70, del 28 aprile 1970, relativo a disposizioni complementari in materia di organizzazione comune del mercato vitivinicolo e regolamento del Consiglio (CEE) n. 817/70, del 28 aprile 1970, che stabilisce disposizioni particolari relative ai vini di qualità prodotti in regioni determinate.

mento a livello nazionale. Per comprendere la distinzione, possiamo riportare la situazione italiana di allora: in base al sistema di classificazione dei vini tracciato, poi, dalla l. 164/1992[47], si individuavano la categoria dei "vini da tavola", ossia vini da tavola e vini da tavola con indicazione geografica tipica (IGT), e la categoria dei V.Q.P.R.D., ossia vini a denominazione di origine controllata (DOC) e i vini a denominazioni di origine controllata e garantita (DOCG). La riforma del 2008 si è resa necessaria, come traspare dalle riflessioni della Commissione[48], a causa della assenza del concetto di "qualità" a livello internazionale, nonché della mancanza di un riferimento al concetto di "indicazione geografica" quale indicato dall'Accordo TRIPs, nella disciplina vitivinicola europea. Il Consiglio allora riformò la OCM sul vino con il regolamento n. 479/2008[49], ed in particolare, in materia di qualità, pose fine al regime incentrato sui V.Q.P.R.D., introducendo un nuovo sistema di riconoscimento e tutela dei prodotti di maggior pregio fondato sulle denominazioni d'origine protetta e sulle indicazioni geografiche protette, in linea con la disciplina orizzontale in materia di DOP e IGP allora contenuta nel regolamento n. 510/2006, in materia di prodotti agroalimentari. Conformemente a quanto previsto dalla stessa normativa comunitaria, il legislatore italiano ha potuto comunque mantenere le "menzioni tradizionali" precedentemente utilizzate a livello nazionale. Nel 2009[50] il legislatore europeo ha fatto confluire l'OCM del vino nella OCM unica[51] e l'attuale riferimento normativo per la disciplina vitivinicola è il regolamento n. 1308/2013[52]. Per quanto riguarda le bevande spiritose e i vini aromatizzati, l'Unione presenta due ulteriori regolamenti che disciplinano gli specifici settori[53]; in partico-

---

[47] Legge italiana del 10 febbraio 1992, n. 164, relativa alla nuova disciplina delle denominazioni d'origine dei vini.

[48] Comunicazione della Commissione al Consiglio e al Parlamento europeo del 26 giugno 2006, Verso un settore vitivinicolo europeo sostenibile, COM(2006)319 final.

[49] Regolamento del Consiglio (CE) n. 479/2008, del 29 aprile 2008*, relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, che modifica i regolamenti (CE) n. 1493/1999, (CE) n. 1782/2003, (CE) n. 1290/2005 e (CE) n. 3/2008 e abroga i regolamenti (CEE) n. 2392/86 e (CE) n. 1493/1999.*

[50] Regolamento del Consiglio (CE) n. 491/2009, del 25 maggio 2009, che modifica il regolamento (CE) n. 1234/2007 recante organizzazione comune dei mercati agricoli e disposizioni specifiche per taluni prodotti agricoli (regolamento unico OCM).

[51] L'Organizzazione Comune dei Mercati agricoli (c.d. OCM unica) si inserisce nel più generale quadro di riforma europea della PAC (Politica Agricola Comune) del 2013; tra i vari scopi della riforma si intende promuovere la diversità e la qualità, rispettando l'ampia varietà di tradizioni agricole dell'Europa.
Dal sito della Commissione europea: https://ec.europa.eu/agriculture/cap-for-our-roots/cap-reform/index_it.htm (ultimo accesso 22 giugno 2019).

[52] Regolamento del Parlamento e del Consiglio (UE) n. 1308/2013, del 17 dicembre 2013, *recante organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli e che abroga i regolamenti (CEE) n. 922/72, (CEE) n. 234/79, (CE) n. 1037/2001 e (CE) n. 1234/2007 del Consiglio.*

[53] Per le bevande spiritose il regolamento (CE) n. 110/2008, *relativo alla definizione, alla designazione, alla presentazione, all'etichettatura e alla protezione delle indicazioni geografiche delle bevande spiritose e che abroga il regolamento (CEE) n. 1576/89 del Consiglio* e per i vini aromatizzati il regolamento (UE) n. 251/2014, *concernente la definizione, la designazione, la presentazione, l'etichettatura e la protezione delle indicazioni geografiche dei prodotti vitivinicoli aromatizzati e che*

lare, invece di prevedere due livelli di protezione (DOP e IGP), tali regolamenti ne prevedono una sola tipologia, l'indicazione geografica registrata. Si segnala, d'altronde, che la Commissione si è espressa in merito alla volontà di procedere all'uniformazione del sistema delle Ig per realizzare una politica di semplificazione della materia, per renderle "più comprensibili per i consumatori e più facili da promuovere e ridurre i costi amministrativi di gestione del sistema"[54]. A questo scopo, intende abrogare i regolamenti su vini aromatizzati e bevande spiritose, a favore dell'applicazione del regolamento n. 1151/2012 in materia, nonché ravvicinare le previsioni sui vini a quelle sui prodotti agroalimentari.

4.2. Prodotti agro-alimentari.

A questo punto occorre approfondire il secondo gruppo di prodotti a cui le indicazioni geografiche possono offrire protezione, ossia i prodotti agroalimentari. Rientrano in tale categoria i prodotti agricoli (dal latino *agricultura*, composto di *ager* "campo" e *cultura* "coltivazione") quali frutto della pratica di coltivazione del suolo allo scopo di ottenerne beni e che include, in senso lato, anche l'allevamento e la pesca[55], e alimentari (da *alĕre* 'nutrire'), quali beni destinati ad essere ingeriti dagli esseri umani allo scopo nutritivo[56]. Ne deriva la categoria dei prodotti agroalimentari che intende ricomprendere sia i primi che i secondi[57]. Potrebbe prospettarsi una diversa divisione, ossia la necessità di riferirsi unicamente a due categorie: si guardi all'Accordo TRIPs, i cui articoli sulle indicazioni geografiche si riferi-

---

abroga il regolamento (CEE) n. 1601/91 del Consiglio.

[54] Proposta della Commissione di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio, 1 giugno 2018, COM(2018) 394 final, 16-17.

[55] Per quanto riguarda il diritto europeo, l'art. 38 del Trattato sul funzionamento dell'Unione Europea offre una definizione e l'Allegato I a detto articolo fornisce una lista esaustiva dei prodotti agricoli. La non inclusione di un prodotto nell'allegato (o il suo mancato richiamo espresso da una norma europea), impedisce che quest'ultimo sia oggetto di misure di politica agricola comune, imponendo una rigida selettività al campo d'applicazione della PAC. Il regolamento europeo attualmente in vigore, n. 1151/2012 (si veda nel proseguo), rimanda a tale allegato nonché all'Allegato I del regolamento medesimo, ampliando la detta lista di prodotti cui è applicabile la sua disciplina. Richiama nuove categorie di prodotti, come cioccolato, pane, pasticceria, sale ma anche birra e bevande ottenute da estratti di piante. In aggiunta, si noti che vengono richiamati alcuni prodotti che esulano dal settore alimentare, tra cui, per esempio, oli essenziali, cotone, sughero, cocciniglia, lana, cuoio, pellame, piume.

[56] Per quanto riguarda il diritto europeo, si tratta dei prodotti di cui all'art. 2 del regolamento (CE) n. 178/2002, che li definisce come "qualsiasi sostanza o prodotto trasformato, parzialmente trasformato o non trasformato, destinato ad essere ingerito, o di cui si prevede ragionevolmente che possa essere ingerito, da esseri umani. […]" e poi, a contrario, vengono elencati i prodotti che non possono rientrare in tale categoria.

[57] Alcuni autori rilevano come il legislatore europeo, nel reg. 1151/2012, faccia riferimento alle due categorie in modo separato nell'intitolazione del regolamento, per poi prevederne una disciplina unitaria; per questo nel proseguo si farà riferimento alla categoria unitaria dei prodotti agro-alimentari. Vedi M. FERRARI, op. cit., 57, con riferimento al reg. 1151/2012; F. ALBISINNI, *L'origine dei prodotti alimentari*, in (a cura di) A. GERMANÒ, E. ROOK BASILE, *Il diritto alimentare tra comunicazione e sicurezza dei prodotti*, Torino, 2005, 48-50 con riferimento al previgente reg. 2081 del 1992.

scono a vini e prodotti liquorosi (art. 23) oppure a tutti gli altri prodotti (art. 22, di portata generica). Dunque, l'individuazione di una categoria intermedia, rispetto a parlare di prodotti vitivinicoli e tutti gli altri, può apparire come portatrice di una visione prettamente europea o comunque riconducibile solo a quegli Stati che riconoscono una forma di tutela più incisiva anche per questo tipo di prodotti. Nondimeno, le ragioni che conducono alla scelta di tutelare il nesso origine-qualità dei prodotti agroalimentari sono facilmente individuabili. Si parta dal presupposto che gli stessi prodotti vitivinicoli, in realtà, rientrerebbero astrattamente nella più generale categoria dei prodotti agroalimentari. I prodotti in questione, infatti, sono fortemente caratterizzati, a loro volta, dalla origine: in virtù del legame tra le loro qualità organolettiche e il clima, il rilievo e la qualità del suolo, ossia la dipendenza da fattori naturali, nonché, in taluni casi, fattori umani che ne determinano le caratteristiche (c.d. *milieu géographique*[58]).

In sede europea, abbiamo già accennato che è con il regolamento n. 2081/1992[59] che si introducono le DOP e IGP come strumenti adatti a fornire la protezione necessaria ai suddetti prodotti, un sistema volontario di protezione che conferisce ai produttori interessati la possibilità di proteggere determinate denominazioni attraverso la loro registrazione e l'ottenimento del riconoscimento di relativi diritti. Tuttavia, il quadro legislativo comunitario originario si dimostrò successivamente poco adatto a rispondere a una serie di mutamenti intervenuti all'interno dell'Europa e a livello globale. Spinte interne, di semplificazione, ed esterne, come la costituzione dell'Organizzazione mondiale del commercio (OMC), la ratifica dell'Accordo TRIPs, nonché il confronto con gli Stati Uniti e l'Australia nel Panel del 2005[60], spinsero il Consiglio a adottare i regolamenti 509 e 510 del 2006[61]. In seguito, come esito delle consultazioni promosse dal Libro Verde del 2008 e nel più generale disegno del "Pacchetto di qualità" del 2010[62], si giunse all'attuale disciplina contenuta nel rego-

---

[58] Il *milieu géographique* inteso come un obiettivo collegamento fra le qualità o i caratteri del prodotto e l'ambiente geografico da cui il prodotto medesimo proviene. Definizione da A. VANZETTI, *Codice della proprietà industriale*, Milano, 2013.

[59] Si ricorda che nel 1992, accanto agli istituti di Dop e Igp, vennero introdotte anche le Specialità tradizionali garantite (Stg), segni distintivi che connotano produzioni specifiche caratterizzate da composizioni o metodi di produzione tradizionali, senza che il nesso origine-qualità sia elemento costitutivo della fattispecie. In particolare, attraverso il regolamento (CEE) n. 2082/92 del Consiglio, del 14 luglio 1992, relativo alle attestazioni di specificità dei prodotti agricoli ed alimentari.

[60] *Panel WTO* conclusosi il 15 marzo 2005 in ordine alle due questioni sollevate da Australia e Stati Uniti contro l'UE (le istanze dei due Paesi ricorrenti sono state considerate simili, ma non identiche e hanno pertanto dato luogo a due distinti *reports*: decisioni del *Panel WTO* 15.3.2005 nei casi WT/DS174/R e WT/DS290/R).

[61] Regolamento (CE) n. 509/2006 del Consiglio, del 20 marzo 2006, *relativo alle specialità tradizionali garantite dei prodotti agricoli e alimentari* e regolamento (CE) n. 510/2006 del Consiglio, del 20 marzo 2006, *relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli e alimentari.*

[62] La Commissione attraverso il *Libro verde sulla qualità dei prodotti agricoli: norme di prodotto, requisiti di produzione e*

lamento n. 1151 del 2012, tuttora in vigore, senza dimenticare il ruolo fondamentale che hanno avuto le sentenze della Corte di Giustizia nella definizione dei contorni dell'istituto.

Il legame tra indicazioni geografiche e prodotti agroalimentari ha interessato anche il dibattito internazionale, infatti vi sono due questioni inerenti le Ig al centro della discussione nata in sede di dibattito presso l'Organizzazione mondiale del commercio nel contesto del Doha Round[63]. In particolare, si è cercato un punto di incontro su: (1) creare un sistema di registrazione multilaterale per vini e bevande liquorose ed (2) estendere un maggiore livello di tutela (quello dell'art. 23, Accordo TRIPs) ad altri prodotti oltre a vini e prodotti liquorosi. Con riferimento a questo secondo obiettivo, si contrappongono, essenzialmente, due gruppi di pensiero. I sostenitori dell'ampliamento[64] vedono il livello più elevato di protezione come un modo per migliorare la commercializzazione dei loro prodotti, differenziandoli in modo più efficace dai loro concorrenti e chiedono che l'accordo TRIPS sia modificato in modo che tutti i prodotti possano beneficiare del livello più elevato di protezione di cui all'articolo 23. Di converso, altri Paesi ritengono adeguato il livello di protezione offerto dall'articolo 22, avvertendo che una protezione maggiore si prospetterebbe meramente come un onere in ambito di scambi commerciali internazionali. Rifiutano, inoltre, che si possa parlare di "usurpazione" in riferimento alle situazioni in cui modalità e nomi, di cui si chiede protezione, siano stati utilizzati da persone emigrate, che li hanno utilizzati in paesi diversi da quello d'origine, in buona fede. Si tratta di conflitti ancora attuali e sui quali non si è arrivati ad un punto di incontro nell'ambito delle discussioni multilaterali, il che ha por-

---

sistemi di qualità, e la *Comunicazione sulla politica di qualità dei prodotti agricoli,* del 28 maggio 2009, come accennato *supra*, ha esplicitato le linee programmatiche ispiratrici dei successivi interventi normativi. Infatti, in tali documenti si può ravvisare la base del c.d. "Pacchetto Qualità", presentato dalla Commissione il 10 dicembre 2010 e composto, anche, dalla proposta di regolamento sui regimi di qualità dei prodotti agricoli avanzata dal Parlamento europeo e dal Consiglio. La proposta, infatti, è stata in seguito tradotta e consolidata nel Regolamento 1151/2012.

[63] Il Doha Round fa parte delle conferenze ministeriali organizzate in seno alla WTO allo scopo precipuo di trovare punti di incontro, in particolare, nei settori dell'agricoltura, dei servizi e dei diritti di proprietà intellettuale. Ha preso avvio nel 2001 a Doha, Qatar, con una serie di negoziati sui quali però c'è una situazione di stallo o di divisione in merito alle principali questioni, dall'agricoltura alle soluzioni commerciali, dovute in particolare a una contrapposizione tra i Paesi avanzati (Ue, Stati Uniti e Giappone) e gli emergenti (Brasile, Cina, India, Corea del Sud, Sudafrica). Per quanto riguarda gli aspetti concernenti la proprietà intellettuale lo stallo è dovuto al contrasto tra due posizioni: chi, come l'UE preme per trovare una maggiore protezione in materia, e chi invece, gli USA in testa, riconosce nelle proposte avanzate effetti protezionistici, di ostacolo al libero scambio delle merci.

Riferimenti consultabili sul sito della WTO, all'indirizzo on-line: https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/gi_background_e.htm#protection (ultimo accesso 22 giugno 2019).

[64] Vi sono: Unione Europea, Guinea, India, Giamaica, Kenya, Madagascar, Mauritius, Marocco, Pakistan, Romania, Sri Lanka, Svizzera, Tailandia, Tunisia e Turchia.

La posizione opposta è stata sostenuta da: Argentina, Australia, Canada, Cile, Colombia, Repubblica Dominicana, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nuova Zelanda, Panama, Paraguay, Filippine, Taiwan e Stati Uniti.

tato l'Europa e singoli Stati ad intraprendere la strada degli accordi bilaterali al fine di ottenere una tutela più incisiva per i prodotti agroalimentari.
Dunque, in sede europea si assiste ad una convergenza di discipline tra quello che abbiamo individuato come il primo settore e quello dei prodotti agroalimentari, mentre a livello internazionale ci si ferma alla tutela basilare offerta dall'art. 22 dell'Accordo TRIPs, oppure si procede, per trovare una maggiore protezione, a concludere specifici accordi bilaterali[65] per ottenere tutela delle Ig per i prodotti di questo secondo settore.

4.3. "Altri prodotti".

Infine, resta da affrontare il terzo gruppo dei c.d. "altri prodotti", ossia una categoria residuale che possiamo ottenere escludendo i prodotti vitivinicoli ed agroalimentari. Emblematicamente la questione viene affrontata parlando di "*geographical indications for non-agricultural products*", ma va osservato che si tratta di una dimensione di tutela, ad oggi, riscontrabile solo in determinati Stati, mentre sia a livello internazionale[66] che comunitario è aperto il dibattito circa la possibilità di configurare il sistema delle Ig per questi prodotti.
In Unione europea, la disciplina sulle indicazioni geografiche non si applica ai prodotti che esulano dalle prime due categorie, dunque, il nesso origine-qualità per prodotti non agricoli è protetto attraverso le Ig soltanto a livello nazionale o regionale, quando una simile disciplina è prevista. Per ricomporre il frammentato quadro giuridico composto dalle diverse legislazioni nazionali, la Commissione dal 2011 si interroga[67] sulla possibilità di introdurre

---

[65] Esemplificativo di questo fenomeno è il caso canadese che ha visto coinvolto un prodotto italiano Dop, il Prosciutto di Parma. Il consorzio del Prosciutto di Parma si è visto rigettare la domanda di registrazione del toponimo come marchio collettivo dal momento che nel territorio sussisteva già un marchio *Parma*, registrato dalla industria alimentare canadese *Maple Leaf Meats*, per prodotti originari del Canada. Il marchio, secondo la Corte Federale, privo di portata decettiva, al momento della registrazione avvenuta nel 1971 e con riferimento al solo mercato interno, non avrebbe rivelato sufficienti connotazioni italiane per indurre il pubblico in errore, nonostante parole tratte dalla lingua italiana e i colori della relativa bandiera comparissero sulla confezione. Dopo una causa legale durata quasi vent'anni, si è pervenuti ad una soluzione favorevole alle richieste del consorzio attraverso vie trasversali, ossia politiche. Infatti, nel più ampio disegno di raccordo dei commerci tra Unione Europea e Canada rappresentato dal CETA (*Comprehensive Economic and Trade Agreement*), attualmente in fase provvisoria di vigore (in attesa di ratifica dei singoli Stati membri dell'UE), l'Europa ha negoziato il riconoscimento di una lista di indicazioni geografiche come tali, tra cui quella in questione. Questo ha consentito l'attuale convivenza, nel mercato canadese, del marchio *Parma ham* e dell'indicazione geografica *Prosciutto di Parma*. Il caso: *Consorzio del Prosciutto di Parma v. Maple Leaf Meats Inc* [2001] 2 FC 536 (*Federal Court of Canada, Trial Division*) poi appellata presso la *Federal Court of Appeals*, sentenza 2 maggio 2002, in *Consorzio del Prosciutto di Parma v. Maple Leaf Meats*, FCA 169. Per le riflessioni sul CETA:
http://ec.europa.eu/trade/policy/in-focus/ceta/index_it.htm (ultimo accesso 22 giugno 2019).
[66] Si veda la nota (38), sul *Worldwide Symposium on Geographical Indications* organizzato dalla WIPO nel 2013.
[67] La Commissione ha sollevato la questione nella comunicazione del 2011 dal titolo *Un mercato unico dei diritti di proprietà intellettuale* e ha proposto un'analisi approfondita dell'attuale quadro giuridico di protezione delle Ig

una disciplina uniforme, adottando il sistema delle Ig anche per i prodotti tradizionali non agricoli, dal marmo di Carrara ai tartan scozzesi. Nel 2013 la Commissione ha, infatti, pubblicato uno studio specifico in materia[68], seguito dal Libro Verde su come sfruttare al meglio il *know-how* tradizionale dell'Europa, del 15 luglio 2014[69]. L'indagine europea in questione individua gli Stati membri[70] che forniscono una tutela attraverso le Ig e rileva come negli altri casi si applichino norme in materia di concorrenza sleale oppure la disciplina dei marchi, collettivi o di certificazione.

Le norme in materia di concorrenza sleale e di truffe a danno dei consumatori, vigenti in tutti gli Stati membri dell'Unione, offrono protezione anche contro le informazioni ingannevoli riguardo le principali caratteristiche di un prodotto, ad esempio l'origine geografica[71]. Nella pratica, tuttavia, tali normative hanno una capacità limitata di fornire una protezione efficace contro l'uso abusivo delle denominazioni di prodotti non agricoli. Lo studio sottolinea come ciò sia dovuto alle divergenze tra le legislazioni nazionali in materia, il che comporta differenze in termini di costi, di procedure e di requisiti formali. I produttori, dunque, spesso non avviano procedimenti civili contro le pratiche sleali, in quanto i costi possono essere ingenti e sovente è difficile raccogliere elementi probatori.

Con riferimento ai marchi, invece, lo studio mette in luce che la principale differenza stia nel messaggio che i due segni distintivi veicolano al consumatore: il marchio non deve necessariamente avere un legame con i prodotti o con la loro origine, mentre le Ig mirano a

---

di prodotti non agricoli negli Stati membri e delle sue implicazioni per il mercato interno. Consultabile all'indirizzo on-line: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0287&rid=1 (ultimo accesso 22 giugno 2019).

[68] *Study on geographical indication protection for non-agricultural products in the internal market*, consultabile on-line all'indirizzo: http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/docs/geo-indications/130322_geo-indications-non-agri-study_en.pdf (ultimo accesso 22 giugno 2019).

[69] La Commissione in seguito al documento sopra citato, *Libro Verde della Commissione su come sfruttare al meglio il know-how tradizionale dell'Europa: una possibile estensione della protezione delle indicazioni geografiche dell'Unione europea ai prodotti non agricoli*, ha organizzato un'audizione pubblica per discutere dei risultati dello studio e offrire una piattaforma per un ampio dibattito sulla necessità di una protezione più efficace delle IG per i prodotti non agricoli a livello dell'UE.
Consultabile on-line: http://ec.europa.eu/growth/industry/intellectual-property/geographical-indications/non-agricultural-products_en (ultimo accesso 22 giugno 2019).

[70] Belgio (Vallonia), Bulgaria, Croazia, Estonia, Francia, Germania, Lettonia, Polonia, Portogallo, Repubblica ceca, Romania, Slovacchia, Slovenia, Spagna (regione della Murcia) e Ungheria; cfr. lo Studio, pag. 30.

[71] La direttiva 2005/29/CE definisce le pratiche commerciali sleali che sono vietate nell'Unione europea. L'articolo 6 sottolinea che deve essere considerata ingannevole una pratica commerciale che contenga informazioni false che ingannino o possano ingannare il consumatore medio, in particolare riguardo alle caratteristiche principali del prodotto, quali l'origine geografica o commerciale. L'articolo 11 prevede specifici mezzi di ricorso, in quanto gli Stati membri e gli altri paesi del SEE devono assicurare che esistano mezzi adeguati ed efficaci per combattere tali pratiche. Tali mezzi devono includere disposizioni ai sensi delle quali le persone o le organizzazioni che hanno un legittimo interesse (consumatori e concorrenti) possono promuovere un'azione giudiziaria contro tali pratiche commerciali sleali e/o sottoporre tali pratiche al giudizio di un'autorità amministrativa.

garantire che i prodotti sono fabbricati in una determinata località e che, di conseguenza, hanno particolari caratteristiche. Un ravvicinamento si ha però nel caso in cui si prendano in considerazione i marchi collettivi e i marchi di certificazione. I marchi collettivi sono proprietà collettiva di un gruppo di produttori (ad esempio un'associazione) e possono essere utilizzati da più persone, purché l'utilizzatore sia membro del gruppo e rispetti le regole da esso fissate. Il marchio di certificazione è di proprietà di un ente certificatore che verifica che sia utilizzato in conformità alle norme di certificazione. Il certificatore controlla l'utilizzo del marchio e ha il diritto esclusivo di impedirne l'uso non autorizzato (ma non il diritto di utilizzarlo). Lo studio rilevava come fosse assente una disciplina comunitaria unitaria per i marchi di certificazione, ma come i produttori potessero procedere ad ottenere una tutela attraverso il marchio comunitario collettivo, per poi mettere in luce che tali strumenti, per quanto presentino alcune delle caratteristiche della protezione delle Ig, non siano assistiti da standard predefiniti. Nello specifico, manca un collegamento con una particolare zona geografica, lasciando così al titolare la possibilità di definire liberamente le proprie regole di utilizzo[72]. Per questo, nel suo proseguo lo studio della Commissione si concentra sulla possibilità di adattare lo schema di protezione previsto in sede europea per i prodotti agroalimentari a tutti gli altri prodotti, con un approccio trasversale, e non settoriale, descrivendo gli elementi di base del sistema da applicare, in maniera generale, a qualsiasi categoria di prodotti.

Si segnala che, dal 1° ottobre 2017[73], il sistema dell'Unione si è munito anche di un marchio di certificazione unitario, il che ci consente di operare delle riflessioni in merito al ruolo che marchio collettivo e marchio di certificazione possono svolgere nella tutela del nesso origine-qualità. La novità è astrattamente fondamentale poiché i marchi di certificazione differiscono strutturalmente dai marchi collettivi, garantendo un più elevato grado di autonomia e offrendo maggiori garanzie in termini di qualità del prodotto.

Nel proseguo approfondiremo, sulla base della legislazione europea, il diverso grado di protezione offerto dai marchi e dalle indicazioni geografiche al legame tra le qualità del prodotto e la sua origine, tenendo in considerazione la partizione per oggetto qui delineata. Se per i prodotti vitivinicoli e agroalimentari, infatti, il sistema dei marchi e delle Ig convivono e, in

---

[72] *Libro Verde su come sfruttare al meglio il know-how tradizionale dell'Europa: una possibile estensione della protezione delle indicazioni geografiche dell'Unione europea ai prodotti non agricoli*, 2014, 14.

[73] Regolamento (UE) 2017/1001 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 giugno 2017, *sul marchio dell'Unione europea* (RMUE), entrato in vigore il 1° ottobre 2017. Trattasi di una versione consolidata del regolamento sul marchio dell'Unione europea che incorpora le modifiche introdotte nel 2016 in seguito al "Pacchetto di riforme del marchio dell'Unione Europea".

alcuni casi, si sovrappongono, bisogna tenere in considerazione che per tutti gli altri prodotti, invece, l'attuale situazione europea diverge da tale schema, potendosi fare riferimento solo alle norme in materia di concorrenza sleale e marchi.

5. Marchi e indicazioni geografiche: la convivenza.

Attualmente in Europa, tanto il marchio quanto l'indicazione geografica possono essere veicoli per promuovere la provenienza del prodotto, quando parliamo di beni vitivinicoli ed agroalimentari, mentre per tutti gli altri prodotti si può fare riferimento solo al marchio. Eppure, proprio la coesistenza di tali strumenti richiede di approfondire i limiti ed il significato che l'origine, quale portatrice di qualità, può svolgere se rappresentata dal primo o dal secondo strumento.

5.1. Marchi come segni di qualità[74].

Come affermato nel precedente paragrafo, quando si procede a delineare la disciplina dei marchi si può tralasciare la divisione precedentemente avanzata, riflettendo sull'istituto a prescindere dal suo oggetto, poiché il marchio è un segno utilizzato allo scopo di differenziare i prodotti (o servizi) offerti da un'impresa da prodotti (o servizi) simili[75]. Serve a identificare l'origine commerciale del prodotto, riconnettendola a determinate caratteristiche e qualità.

Il regolamento del 2017 sul marchio europeo riconduce sotto il medesimo "ombrello"[76] le previsioni riguardanti il marchio individuale, collettivo e di certificazione dell'Unione (introdotto *ex novo* in questa sede), ed è assistito da una precedente direttiva[77] che invece mira

---

[74] P. BORGHI, *Sovrapposizioni tra ordinamenti e "fantasia" del legislatore in temi di segni di qualità dei prodotti alimentari: entropia e storytelling,* cit., 4-25.

[75] Art. 4, par. 1, reg. (UE) 2017/1001 (in seguito RMUE): definisce il marchio come segno "idoneo a a) distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli di altre imprese;
e b) essere rappresentato nel registro dei marchi dell'Unione europea in modo da consentire alle autorità competenti e al pubblico di determinare in modo chiaro e preciso l'oggetto della protezione garantita al loro titolare."

[76] S. SANDRI, *I marchi collettivi e i marchi di certificazione nella riforma,* Convegno *Nuovi marchi per l'Europa*, Parma, 21 ottobre 2016.

[77] Direttiva (UE) 2015/2436 del Parlamento europeo e del Consiglio *sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri in materia di marchi d'impresa*, del 16 dicembre 2015.
In Unione europea convivono il marchio comunitario e nazionale, sulla base dell'art. 118 TFUE, in materia di ravvicinamento delle legislazioni nazionali riguardante, tra l'altro, "*la creazione di titoli europei al fine di garantire una protezione uniforme dei diritti di proprietà intellettuale nell'Unione*". Si tratta dunque di una materia di competenza concorrente tra Unione e Stati membri: oltre alla molteplicità di marchi nazionali usati e tutelati all'interno dei

all'armonizzazione delle discipline nazionali in materia[78].

Il marchio, come diritto di privativa su un nome, è di per sé svincolato dal concetto di qualità, in quanto il legame tra segno e qualità del prodotto è esclusiva creazione di chi riceve il messaggio comunicativo collegato al suo acquisto, il consumatore. In altre parole, si tratta di uno strumento di natura privatistica che dipende da atti giuridici privati: la qualità ad esso ricollegata è frutto di operazioni di *marketing* o, più semplicemente, dell'esperienza personale dell'acquirente[79]. Ciò è particolarmente evidente nella prima tipologia di marchio elencata, il che ci consente di comprendere la forte limitazione a cui va incontro il marchio individuale contenente elementi geografici. Un limite che sfocia in un divieto di registrazione del marchio individuale geografico in quanto, da un lato, il segno è privo di distintività se costituito dal luogo di provenienza in grado di conferire valore aggiunto al prodotto[80]; dall'altro, se il riferimento non coincidesse con il reale luogo di provenienza si ricadrebbe nel divieto di indurre in errore il pubblico circa l'origine del bene[81]. Sarà registrabile solo nel caso in cui il toponimo sia un nome di fantasia o percepito come tale dai consumatori, ossia quando non si presenti come descrittivo ma distintivo[82]. Senza dimenticare che, con riferimento al marchio individuale, la Corte di Giustizia nel 2004[83] ha specificato che nel caso di indica-

---

differenti confini statali, esistono i marchi dell'Unione, i quali però incontrano un limite alla propria registrazione nell'esistenza di un marchio nazionale anteriore (art. 8, co.2, lett. ii, Reg. 2017/1001).

[78] In Europa, il sistema di registrazione dei marchi è articolato in quattro livelli. La modalità prescelta dipende dalle esigenze dell'azienda interessata. Se si desidera ottenere protezione in un solo Stato membro dell'UE è possibile ricorrere alla soluzione nazionale. Ci si può avvalere della soluzione regionale, depositando una domanda presso l'Ufficio del Benelux per la proprietà intellettuale (BOIP) per proteggere il marchio in Belgio, nei Paesi Bassi e/o in Lussemburgo. Se ci si propone di acquisire la protezione in più Stati membri dell'UE, si può usufruire della soluzione europea, presentando una domanda di marchio UE presso l'EUIPO. La quarta soluzione è quella internazionale, che consente di utilizzare una domanda di marchio nazionale, regionale o UE per estendere la protezione su scala internazionale a qualsiasi paese firmatario del Protocollo di Madrid.

[79] P. BORGHI, *Sovrapposizioni tra ordinamenti e "fantasia" del legislatore in temi di segni di qualità dei prodotti alimentari: entropia e storytelling*, cit., 7.

[80] Il monopolio su di un nome geografico, che la sua registrazione come marchio comporterebbe, è logicamente incompatibile con la circostanza che il toponimo in questione sia percepito come denominazione d'origine, ossia comunichi al pubblico un messaggio relativo alla qualità/reputazione dei prodotti contraddistinti, in quanto provenienti (non da una determinata impresa, ma) da un determinato territorio: in questo caso, esigenze pro-concorrenziali sono sottese ai divieti di registrazione come marchio previsti dall'art. 7 del Regolamento n. 2017/1001 che impongono che il segno in questione resti a disposizione di tutti i soggetti operanti nel territorio in questione. Vedi C. GALLI, *I toponimi, tra tutele, volgarizzazioni e diritti consolidati* (Atti del convegno di Assisi, 25-27ottobre 2012), in *Aedon*, 2014, I.

[81] Art. 7, par. 1, lett. g), RMUE, ossia "*1. Sono esclusi dalla registrazione: […]*
g) i marchi che possono indurre in errore il pubblico, per esempio circa la natura, la qualità o la provenienza geografica del prodotto o del servizio; […]".

[82] Un esempio di utilizzo di espressioni fantasiose è il marchio CAPRI per le sigarette (la cui non nullità è stata confermata in Cass. 20 dicembre 2000, n. 16022), mentre ricade nel divieto previsto dalla legge l'utilizzo di nomi geografici con la funzione di definire o descrivere una determinata caratteristica del prodotto o del servizio.

[83] Corte di Giustizia 7 gennaio 2004, *Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. contro Putsch GmbH* (c.d. Gerry v. Kerry), causa C-100/02.

zione geografica usata in funzione di marchio, il giudice nazionale deve valutarne l'uso conforme all'utilizzo onesto nel commercio, in particolare conta interrogarsi sulla percezione del pubblico, potendo cogliere la dimensione distintiva del segno, dunque la sua liceità, da questo elemento.

Il marchio collettivo ed il marchio di certificazione rappresentano potenzialmente una deroga al principio appena esposto, in base al quale il nome di un'area geografica non può essere oggetto di registrazione come marchio, in virtù della loro idoneità a garantire un regime di qualità dei prodotti contrassegnati.

Nel primo caso, il marchio collettivo può consistere in "segni o indicazioni che, nel commercio, possono servire a designare la provenienza geografica dei prodotti o dei servizi"[84], dunque, in deroga alla regola generale prevista, invece, per il marchio individuale di divieto assoluto di registrazione dei marchi "composti esclusivamente da segni o indicazioni che in commercio possono servire per designare […] la provenienza geografica, […]"[85].

In considerazione del fatto che il toponimo costituente il marchio collettivo è pur sempre un'indicazione generica e che la sua gestione in via esclusiva da parte del titolare del segno può prestarsi ad abusi ed effetti distorsivi della concorrenza, il legislatore ha adottato particolari cautele in riferimento a tale deroga. Il titolare del marchio, in primo luogo, non può vietare ad un terzo l'uso del segno "se conforme alle consuetudini di lealtà in campo industriale: in particolare un siffatto marchio non deve essere opposto a un terzo abilitato a utilizzare una denominazione geografica"[86]. In secondo luogo, l'associazione deve autorizzare "le persone i cui prodotti o servizi provengano dalla zona geografica in questione a diventare membri dell'associazione titolare del marchio"[87]. Simili disposizioni vanno a configurare la c.d. clausola del *fair use*, per cui l'uso commercialmente corretto di un nome geografico non lede i diritti del titolare del marchio collettivo geografico.

Dal 2017 ci si può interrogare su un nuovo istituto, il marchio di certificazione dell'Unione, che si aggiunge al marchio individuale e al marchio collettivo. Si tratta di un segno distintivo "idoneo a distinguere i prodotti o i servizi certificati dal titolare del marchio in relazione al materiale, al procedimento di fabbricazione dei prodotti o alla prestazione del servizio, alla qualità, alla precisione o ad altre caratteristiche, ad eccezione della provenienza geografica,

---

[84] Art. 74, par. 2, prima parte, RMUE.
[85] Art. 7, par. 1, lett. c), RMUE.
[86] Art. 74, par. 2, seconda parte, RMUE.
[87] Art. 75, par. 2, seconda parte, RMUE.

da prodotti e servizi non certificati"[88]. Il marchio di certificazione è caratterizzato dall'appartenenza ad un unico soggetto, solitamente un ente o un'organizzazione pubblica, che non può farne uso diretto ma ne concede l'uso a produttori terzi legati a sé da un vincolo meramente contrattuale. La terzietà del titolare mira a garantire la neutralità dello stesso nei confronti del prodotto e si sostanzia nella possibilità di creare un elemento di distinzione tra prodotti certificati, sulla base delle caratteristiche enunciate dal regolamento, e prodotti non certificati.

Nel sistema statunitense, dove per ragioni politiche e giuridiche non sussiste un regime sui generis assimilabile alle Ig, i *collective marks* e i *certification marks* entrano in gioco in materia di termini o segni indicanti l'origine geografica. Essi possono svolgere funzioni assimilabili alle DOP e IGP europee nonché alle indicazioni geografiche semplici. Il marchio di certificazione, in particolare, è in grado di fornire una tutela più incisiva dal momento che deve essere garantita la terzietà del soggetto titolare rispetto alla produzione di beni su cui il segno è apposto, nonché dalla presenza di uno standard e della verifica che tale standard sia rispettato dai produttori[89].

Dunque, partendo dalla premessa che il sistema europeo si discosta moltissimo dal modello statunitense fin dall'origine della tutela, adottando un sistema *sui generis*, prosegue in tal senso con la nuova previsione riguardante il marchio di certificazione europeo.

Lo stesso infatti si presenta come idoneo a riferirsi ad un elenco aperto di caratteristiche, ma esclude esplicitamente la possibilità di certificare la provenienza geografica dei prodotti o servizi[90]. Una simile esclusione mira a evitare qualsiasi confusione nel consumatore tra il

---

[88] Art. 83, par. 1, RMUE.

[89] Negli USA, il c.d. *Lanham Act* (nel *Code of Federal Regulation,* Titolo XV, §§ 1051ss), assicura l'integrità del marchio di certificazione attraverso il rispetto di quattro restrizioni in capo al titolare del segno distintivo. (1) Il regolamento sulla certificazione viene sottoposto all'attenzione del *U.S. Patent and Trademark Office* (USPTO). Nello stesso il titolare stabilisce specifici standards ed esercita un controllo sull'uso conforme del marchio da parte dei soggetti legittimati. (2) Il titolare non può far uso del marchio, così da garantire la sua neutralità nella certificazione. (3) Il titolare non può permettere che il marchio veicoli messaggi diversi da quello della certificazione e (4) non può negare l'uso del marchio a chi invece soddisfa gli standards. Vedi B. BRETT HEAVNER*, World-wide Certification-Mark Registration A Certifiable Nightmare*, Bloomberg Law Reports, 14 dicembre 2009, 1-5.

[90] *Guidelines* dell'EUIPO, *Impedimenti assoluti alla registrazione – Marchi di certificazione dell'Unione europea. Direttive relative all'esame dinanzi all'Ufficio, parte B, Esame,* 1° ottobre 2017, 8.

In tale sede l'EUIPO specifica che il divieto va inteso in senso ampio. Individua, infatti, tre situazioni contemplate dal divieto ex art. 83 RMUE: (i) il segno e il regolamento d'uso implicano una certificazione relativa alla provenienza geografica, (ii) il segno implica che la certificazione si estenda alla provenienza (anche se il regolamento tace sul punto), (iii) il regolamento definisce la provenienza tra le caratteristiche (anche se il segno non la implica). Dunque, non vi può essere il riferimento nel segno o nel regolamento ad un'indicazione geografica protetta (DOP/IGP) e nemmeno ad indicazioni geografiche semplici qualora il consumatore di riferimento le percepisca come indicazioni (i) di un particolare luogo geografico e (ii) del fatto che i prodotti o i servizi in questione saranno certificati in relazione a tale provenienza geografica.

suddetto strumento e le indicazioni geografiche: l'Unione, tra i due principali meccanismi impiegati per la tutela di prodotti provenienti da specifiche zone geografiche, predilige il sistema *sui generis* delle Ig, in luogo del sistema dei marchi d'impresa[91]. Una scelta chiara che ci consente di procedere nell'analisi della unitaria disciplina europea focalizzandoci unicamente sul possibile ruolo residuale riconosciuto al marchio collettivo geografico, come espressione del legame tra origine e qualità. Non viene, infatti, concesso spazio d'azione per la tutela geografica dei prodotti al marchio individuale e al marchio di certificazione dell'Unione.

Dunque, il marchio collettivo, così chiamato per la natura collettiva del soggetto che ne è titolare[92], presenta qualche elemento di maggior collegamento fra segno e qualità, rispetto al marchio individuale, pur restando nella sfera privatistica. A singole imprese viene concesso l'uso del segno a fronte della libera assunzione di un impegno a produrre secondo regole che assicurino la conformità dei prodotti a standards prefissati da un disciplinare predisposto dal soggetto titolare (solitamente chiamato "regolamento sull'uso del marchio"): detti segni collettivi, in tal modo, finiscono per acquisire una funzione, prima che distintiva, di garanzia di determinate caratteristiche, tra le quali appunto l'origine, ma anche natura, qualità, processo produttivo dei prodotti o dei servizi per i quali vengono utilizzati.

In dottrina[93] si è precisato come si tratti di una garanzia che assume una connotazione oggettiva dal momento che il concetto di "origine" va riferito all'origine geografica rilevante per le caratteristiche qualitative del prodotto.

Al procedimento di registrazione del segno si applica la disciplina prevista per il marchio individuale[94] con alcune peculiarità. La domanda di registrazione va sempre presentata presso l'Ufficio competente (EUIPO) ma dovranno essere soddisfatti i requisiti specifici del marchio collettivo: ossia la sua idoneità a distinguere i prodotti da quelli delle altre imprese, nonché a svolgere una funzione di garanzia di determinate caratteristiche. Inoltre, la domanda viene rigettata se, entro due mesi dalla sua presentazione, non viene depositato il re-

---

[91] B. BRETT HEAVNER, *World-wide Certification-Mark Registration A Certifiable Nightmare*, cit., 4. L'autore sottolinea come questa sia una consolidata posizione europea: "*European countries are hostile towards certification marks because they view them as threatening the European system of protecting geographic indications. In the U.S. system, certification programs frequently involve private trade organizations guaranteeing that products originate from a specific geographic region (e.g., Idaho Potatoes). But in Europe, the geographic indications (e.g., Champagne, Scotch Whiskey, Roquefort Cheese) are protected by the government free of charge through labeling laws*".

[92] Art. 74, par. 1, RMUE: possono infatti depositare marchi collettivi UE le associazioni dotate di capacità giuridica (di fabbricanti, produttori, prestatori di servizi o commercianti) o le persone giuridiche di diritto pubblico.

[93] F. ALBISINNI, *Strumentario di diritto alimentare europeo,* Milano, 2015, 225.

[94] Art. 74, par. 3, RMUE.

golamento d'uso oppure, pur essendo stato depositato, non contiene le indicazioni richieste dall'art. 16 del regolamento di esecuzione n. 2018/626[95].

Per quanto riguarda le cause di nullità e di decadenza del segno, vi è un generale rimando alla disciplina del marchio individuale. Per le nullità però si prevede in aggiunta un motivo specifico, ossia il mancato rispetto delle condizioni per la sua registrazione, tra cui la conformità alle disposizioni sul regolamento d'uso.

Allo stesso modo, sono previste cause di decadenza specificamente dettate per il marchio collettivo, che si aggiungono all'ingiustificato non uso quinquennale, alla volgarizzazione e alla decettività sopravvenuta disposte per tutti i tipi di marchio europeo. In aggiunta, dunque, il titolare del segno collettivo decade dai suoi diritti se non adotta misure per evitare che il marchio sia utilizzato in modo non compatibile con il regolamento, se il segno è utilizzato per indurre in errore il pubblico oppure se, infine, il regolamento viene modificato in un modo che contrasta con le norme che ne regolano la validità.

Dalla disciplina traspare che elemento centrale dell'istituto è rappresentato dal regolamento d'uso, il quale indica chi è abilitato ad usare il marchio, le condizioni di appartenenza all'associazione e le eventuali ("qualora siano previste"[96]) condizioni d'utilizzazione e sanzioni. Il regolamento si avvicina al ruolo giocato nelle Ig dal disciplinare, ma resta un atto privato, dove gli interessi pubblici sono collocati sullo sfondo.

Questa riflessione ci consente di accostare il marchio collettivo al marchio individuale, in quanto presenta due elementi fortemente privatistici nel suo utilizzo come garanzia di qualità.

In primo luogo, se il legame tra marchio individuale e qualità è rimesso interamente alle capacità commerciali dell'imprenditore, senza alcuna garanzia giuridica della qualità stessa, così nel marchio collettivo, la giuridicità della tutela è comunque rimessa ad un atto privato, il regolamento (e, naturalmente, al controllo interno sul suo rispetto).

In secondo luogo, con riguardo alla tutela, la sanzione sull'uso improprio o non autorizzato del marchio è prima di tutto collegata alla reazione del privato titolare del diritto del se-

---

[95] Regolamento di esecuzione (UE) 2018/626 della Commissione, del 5 marzo 2018, recante modalità di applicazione di talune disposizioni del regolamento (UE) 2017/1001 del Parlamento europeo e del Consiglio sul marchio dell'Unione europea, e che abroga il regolamento di esecuzione (UE) 2017/1431.
L'articolo 16 stabilisce il contenuto minimo e necessario del regolamento d'uso, specificando che in caso di regolamento d'uso di un marchio collettivo geografico UE debba sempre essere prevista l'autorizzazione a diventare membri dell'associazione per le "persone i cui prodotti o servizi provengano dalla zona geografica in questione".

[96] Art. 75, par. 2, RMUE, nonché art. 16, reg. di attuazione 2018/626.

gno[97], salvi i casi di condotta rilevante penalmente (frode nel commercio, reati di contraffazione) o sul piano dell'illecito amministrativo (etichettatura ingannevole, o non conforme).[98] Si tratta di aspetti caratterizzanti il marchio che consentono di tracciare una linea di demarcazione piuttosto netta rispetto ai "segni di qualità" di natura e rilevanza pubblicistica, quali sono le indicazioni geografiche: la cui connessione a caratteristiche oggettive non è eventuale né rimessa alla volontà del titolare, bensì prevista dall'ordinamento ed al tempo stesso oggetto di tutela.

5.2. Indicazioni geografiche.

Le indicazioni geografiche sono, dunque, lo strumento attraverso il quale il diritto mira a proteggere il criterio di collegamento tra un determinato territorio ed un prodotto, quando detto criterio sia riscontrabile in concreto e costituisca presupposto per la presenza di caratteristiche distintive del prodotto stesso oppure per una sua particolare reputazione sul mercato.

Se il marchio, quale segno di stampo privatistico, mira a garantire un'esclusiva su di un nome, l'indicazione geografica, invece, persegue lo scopo di impedire la creazione dell'esclusiva, garantendo al nome una accessibilità aperta, ma sottoponendolo a precise condizioni e controlli[99]. Possiamo dunque individuare la Ig quale segno di stampo pubblicistico[100], *in primis*, proprio dalla divergenza di presupposti di tutela rispetto al marchio. In secondo luogo, la differenza tra i due strumenti, oggi, si evince chiaramente anche sul piano dell'*enforcement*.

---

[97] Il titolare che veda leso un suo diritto di privativa può azionare i meccanismi privatistici di coercizione necessari a far cessare la violazione, da quelli cautelari e anticipatori, a quelli di merito a cognizione piena.

[98] P. BORGHI, *Sovrapposizioni tra ordinamenti e "fantasia" del legislatore in temi di segni di qualità dei prodotti alimentari: entropia e storytelling,* cit., 7.

[99] Ibidem, 17.

[100] Riconoscere la natura prettamente pubblicistica delle Ig non mira a negare che anche a livello europeo si assista ad certa dicotomia di strutture giuridiche ed orientamenti, determinata da una risalente ambiguità fra le finalità commerciali-privatistiche di uno strumento giuridico volto a garantire la libera circolazione delle merci e la tutela degli interessi economici dei produttori, ed una più ampia aspirazione "pubblicistica" a fare delle denominazioni geografiche, e degli altri regimi regolati, il perno di politiche di sviluppo economico e di protezione di aspettative diffuse. Alla base dell'adozione dei regolamenti sulle DOP, IGP e STG vi è, storicamente, lo "scontro" fra le diverse visioni delle Direzioni Generali della Commissione europea del Mercato interno (tutta orientata a tutelare la libera circolazione delle merci nel mercato unico) e dell'Agricoltura (già orientata a creare una politica di qualità per le finalità di sviluppo rurale). Vedi V. RUBINO, *La protezione delle denominazioni geografiche dei prodotti alimentari nell'Unione europea dopo il regolamento 1151/2012 UE,* in *Riv. Dir. Alim.*, ottobre-dicembre 2013, fasc. 4, 5.

5.2.1. Presupposti di tutela.

A) Requisiti positivi e negativi nella definizione delle indicazioni geografiche quali DOP e IGP.

Nelle indicazioni geografiche, i presupposti (nel senso etimologico di condizioni oggettivamente preesistenti alla tutela giuridica) si riscontrano in ambito economico e sociologico: si tratta della preesistenza, che si vorrebbe oggettiva, di una notorietà sul mercato del nome geografico, e la preesistenza di un più o meno costante e intenso legame fra tale notorietà e un processo produttivo radicato, in misura maggiore (DOP) o minore (IGP), in un territorio delimitato cui il nome fa riferimento[101]. Cominciamo l'analisi dell'istituto dal sistema europeo dettato per i prodotti agro-alimentari, il quale, attualmente, viene disciplinato da tre regolamenti: (Ue) n.1151/2012 accompagnato da due regolamenti di esecuzione della Commissione (Ue) n. 664/2014 e (Ue) n. 668/2014.

Da un primo sguardo al reg. 1151/2012, si rileva necessario sottolineare che il legislatore, in realtà offre differenti strumenti per proteggere la qualità e diversità dei propri prodotti: (1) la Denominazione d'origine protetta (DOP-PDO), (2) l'Indicazione geografica protetta (IGP-PGI), (3) la Specialità tradizionale garantita (STG-TSG) e le indicazioni facoltative di qualità[102].

Solo con riferimento ai primi tre si può parlare di segni distintivi.

IGP e DOP riguardano direttamente l'origine del prodotto contraddistinto, mentre la STG, pur rientrando nel più generale schema di segno distintivo strettamente ricollegato alla qualità, è caratterizzata dal veicolare un metodo tradizionale di produzione, a prescindere dall'origine degli ingredienti o dal posto in cui gli stessi sono lavorati. Come chiarisce il legislatore, con tale segno possono essere fregiati i prodotti agricoli o alimentari "ottenuti con un metodo di produzione, trasformazione o una composizione che corrispondono a una pratica tradizionale" e "ottenuti da materie prime o ingredienti utilizzati tradizionalmen-

---

[101] P. BORGHI, *Sovrapposizioni tra ordinamenti e "fantasia" del legislatore in temi di segni di qualità dei prodotti alimentari: entropia e storytelling,* cit., 14.

[102] Artt. 27-34, titolo IV, reg. 1151/2012. Le indicazioni facoltative di qualità sono strumenti offerti ai produttori per comunicare caratteristiche o proprietà dei prodotti che gli conferiscano valore aggiunto. Sulla base dell'art. 28 possono essere disposte dalle normative degli Stati membri, purché rispettino il diritto dell'Unione, oppure sono disposte direttamente a livello europeo, come avviene nel reg. 1151/2012 che prevede l'indicazione facoltativa "prodotto di montagna" (art. 31) e quella di "prodotto di agricoltura delle isole" (art. 32).

te"[103]. Un esempio di STG è rappresentato dalla "Mozzarella", di cui nel 1998 è stata accolta la domanda di registrazione quale attestazione di specificità. Ne deriva che per potersi fregiare dell'indicazione "mozzarella", un formaggio non deve necessariamente essere prodotto in Italia, rileva, invece, che lo specifico metodo di produzione e/o la composizione del prodotto siano ricollegati ad una riconosciuta pratica tradizionale.

Per ognuno di questi schemi qualitativi, il legislatore europeo ha predisposto un simbolo di qualità[104], che dal 4 gennaio 2016, come effetto dell'articolo 12 del regolamento, deve obbligatoriamente essere utilizzato per le IGP e DOP nelle confezioni o etichette dei prodotti europei che si fregiano della denominazione[105].

Per quanto riguarda il legame origine-qualità occorre dunque approfondire i concetti di DOP e IGP, partendo dalla definizione che, nonostante il susseguirsi di diversi regolamenti in materia, presenta concetti giuridici che non sono cambiati e che ritroviamo, oggi, nel regolamento n. 1151/2012.

Le loro definizioni ci consentono anche di operare una distinzione tra le due tipologie pre-

---

[103] Art. 18, reg. 1151/2012.

Le STG vennero introdotte, fin dall'inizio, accanto alle Indicazioni geografiche. Infatti, con reg. 2082/1992 si disciplinarono per la prima volta le specialità tradizioni garantite, allora chiamate "attestazioni di specificità", parallelamente alla prima disciplina di DOP e IGP nel reg. 2081/1992. Successivamente, l'istituto venne aggiornato con il reg. 509/2006, sempre al pari delle indicazioni geografiche nel reg. 510/2006, e solo nel 2012 confluirono nel medesimo regolamento n. 1151, dopo un confronto tra Commissione e Stati membri in merito alla possibilità di eliminare l'istituto, a causa dello "scarso" successo. Ad oggi si contano 59 STG registrate, numero esiguo se confrontato con DOP e IGP. In dottrina, si riflette sulle ragioni del fenomeno mettendo in luce che la carenza di distintività del segno nonché l'assenza di una sostanziale privativa sull'uso del nome rende più appetibili altri strumenti. Con il regolamento del 2012, si è dunque introdotta la registrazione soltanto con riserva d'uso dei nomi (quelle già registrate senza riserva potranno essere utilizzate senza adeguarsi fino al 2023, dal 4 gennaio del 2023 invece si potranno trovare in commercio solo STG con riserva). Ancora oggi però persiste lo scarso ricorso al segno delle STG e ciò manifesta come sia difficilmente concepibile una denominazione alimentare tipica/tradizionale del tutto scollegata dalla località d'origine. Il legislatore europeo ha deciso, però, di mantenere il segno così che, quale strumento alternativo alle DOP e IGP, possa ridurne la proliferazione sul mercato europeo e internazionale, in modo da evitare che un numero eccessivo di tali segni determini una corrispondente perdita di valore e quindi di apprezzamento presso i consumatori.

[104] Allegato X del Reg. di esecuzione (UE) n. 668/2014 della Commissione, del 13 giugno 2014, recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari.

Simboli dell'Unione di DOP, IGP (per i prodotti europei devono essere obbligatoriamente utilizzati) e STG.

[105] Art. 12, par. 3 e art. 6, reg. 1151/2012; si tratta di una previsione obbligatoria per i prodotti europei, facoltativa per i prodotti dei paesi terzi:

"3. Nel caso dei prodotti originari dell'Unione, che sono commercializzati come denominazione di origine protetta o indicazione geografica protetta registrata secondo le procedure stabilite nel presente regolamento, i simboli dell'Unione associati a tali prodotti *figurano* nell'etichettatura. […]";

"6. Per i prodotti originari di paesi terzi, commercializzati con un nome iscritto nel registro, *possono figurare* nell'etichettatura le indicazioni di cui al paragrafo 3 o i simboli dell'Unione a esse associati" (enfasi aggiunta).

viste di nomi geografici, i quali infatti sono poi tutelati in base ad una disciplina identica a seguito di un apposito procedimento di registrazione dinnanzi alla Commissione.

Le DOP (denominazioni d'origine protette) consistono in nomi che identificano un prodotto originario di un luogo, regione o, in casi eccezionali, paese determinati, la cui qualità o le cui caratteristiche qualitative sono dovute "essenzialmente o esclusivamente" ad un particolare ambiente geografico ed ai suoi intrinsechi fattori naturali e umani, e le cui fasi di produzione si svolgono tutte nella "zona geografica delimitata".

Le IGP (indicazioni geografiche protette), invece, sono costituite dal 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".

Occorre a questo punto fare alcune precisazioni.

In primo luogo, emerge chiaramente dalla norma che oggetto della tutela è un determinato toponimo, ma nella pratica si possono incontrare prodotti che, sebbene non menzionino il luogo di origine, sono tutelati come DOP. Si consideri, a titolo esemplificativo, il termine *Feta*, una DOP usata per designare un formaggio originario della Grecia. Si tratta di una c.d. "denominazione tradizionale", la quale designa un prodotto originario di un luogo determinato e soddisfa i requisiti di qualità e le caratteristiche sopra indicati, pur non avendo al suo interno un riferimento geografico. Sulla base del reg. 510/2006, anche le denominazioni tradizionali potevano essere registrate quali DOP alle suddette condizioni. Abrogate le disposizioni che ne prevedevano la possibilità di tutela, non si possono più "creare" nuovi segni distintivi di questo tipo.

In secondo luogo, nel caso di DOP, la norma chiede la delimitazione dei confini geografici della zona di riferimento in cui si devono svolgere tutte le fasi di produzione, ma esistono prodotti registrati le cui materie prime provengono da un'area geografica più ampia della zona di trasformazione, o addirittura diversa. Sulla base dell'art. 5, par. 3, tali designazioni geografiche hanno potuto essere registrate, purché la zona di produzione della materia prima fosse comunque delimitata, fossero previste condizioni particolari per la produzione delle materie prime ed esistesse un adeguato regime di controllo. Ulteriore condizione per la loro esistenza come DOP, però, è che sia stato chiesto il riconoscimento nel paese d'origine come DOP entro il 1° maggio 2004, ossia si è previsto un periodo transitorio di equiparazione per la registrazione.

Infine, vi sono alcuni prodotti che pur se designati dal nome di un luogo, non sono qualificabili quali Ig. Si tratta di prodotti che pur riferendosi al luogo in cui erano originariamente ottenuti o commercializzati, sono diventati il nome comune di un bene, ossia "termini generici" (art. 3, par. 6 e art. 6, par. 1). Sono diventati generici, ad esempio, il formaggio *Cheddar,* la senape di Digione (*moutarde de Dijon*), la torta della Foresta Nera (*Schwarzwälder Kirschtorte*)[106]. In quanto tali, non sono registrabili come DOP o IGP perché i consumatori non associano più tali prodotti con il luogo a cui i loro nomi si riferiscono.

Chiariti questi tre aspetti, possiamo procedere a delineare le condizioni che emergono dal regolamento quali requisiti positivi per chiedere la registrazione di un prodotto come DOP o IGP.

Nel primo caso dunque: (a) il prodotto è originario di un luogo, regione, in casi eccezionali, di un paese determinati, (b) la cui qualità o le cui caratteristiche sono dovute essenzialmente o esclusivamente ad un particolare ambiente geografico dai suoi intrinsechi fattori naturali e umani, (c) le cui fasi di produzione si svolgono nella zona geografica delimitata (art. 5, par. 1).

Nel caso delle IGP: (a) il prodotto è originario di un determinato luogo, regione o paese, (b) alla cui origine geografica sono essenzialmente attribuibili una data qualità, la reputazione o altre caratteristiche, (c) la cui produzione si svolge per almeno una delle sue fasi nella zona geografica delimitata (art. 5, par. 2).

Alle definizioni segue l'articolo 6 che prevede, per entrambi i segni, anche dei requisiti negativi. In altre parole, se il toponimo ricade in una delle seguenti cinque categorie non potrà mai essere registrato come Ig. Innanzitutto, (i) quando è un termine generico (es. Cheddar[107]) o (ii) qualora sia in conflitto con il nome di una varietà vegetale/razza animale e possa indurre in errore il consumatore quanto alla vera origine del prodotto[108].

---

[106] Gli esempi che seguono, utili ai fini della ricostruzione più lineare dei due istituti in questione, sono ripresi dall'articolo di Y. VAN COUTER, F. D'ATH, *Protecting the origin of foodstuffs in the European Union indications of origin and trademark as intellectual tools*, in *Riv. Dir. Alim.*, aprile-giugno 2016, fasc. 2, 47-67.

[107] *Cheddar* è un paese del Somerset, in Inghilterra. Il termine "cheddar" designa, al contempo, anche un famoso formaggio che storicamente è nato nella omonima località. Tuttavia, dal momento che il formaggio cheddar ben presto cominciò ad essere prodotto e commercializzato in altri paesi del Commonwealth e negli USA, ha smesso di essere associato con il suo paese di origine. Di conseguenza è diventato un termine generico, utilizzato per denominare un certo tipo di formaggio. Può ancora essere tutelato come DOP/IGP nel caso in cui venga localizzato specificatamente, come è avvenuto nel caso della registrazione della DOP "*West Country Farmhouse Cheddar cheese"*, avvenuta con reg. (CE) n. 1107/96 del 12 giugno 1996 relativo alla registrazione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine nel quadro della procedura di cui all'articolo 17 del regolamento (CEE) n. 2081/92.

[108] Come nel caso del termine *Abondance*, nome di un paese in Alta-Savoia, Francia, che è stato registrato come DOP per un formaggio nel 1996 (stesso regolamento *nota supra*), ma che serve anche ad indicare una razza bovina. La Commissione ha ritenuto che nel caso di specie potesse essere ammessa la registrazione, in quanto

Inoltre, (iii) quando è in tutto o in parte omonimo di un nome già iscritto come DOP/IGP, non può essere registrato, a meno che nella pratica sussista una differenziazione sufficiente, così da assicurare un trattamento equo ai produttori e non indurre in errore i consumatori[109] o (iv) quando è un omonimo che induca erroneamente il consumatore a pensare che i prodotti siano originari di un altro territorio, anche se esatto per quanto attiene al territorio di provenienza dei prodotti[110].

Infine, (v) se, tenuto conto della notorietà e della reputazione di un marchio e della durata di utilizzazione dello stesso, la registrazione del nome proposto come DOP/IGP sarebbe tale da indurre in errore il consumatore quanto alla vera identità del prodotto[111].

Se i due istituti condividono i requisiti negativi, il regolamento europeo fornisce gli elementi che ci consentono di distinguere una denominazione d'origine da un'indicazione geografica attraverso l'enunciazione dei loro requisiti positivi.

In primo luogo, la differenza risiede nella quantità di caratteristiche attribuibili all'ambiente geografico. Nel caso di DOP, le qualità fondamentali devono essere attribuibili "essenzialmente od esclusivamente" all'ambiente geografico: le proprietà del prodotto derivano da fattori naturali (es. il microclima, le materie prime, la composizione del suolo) e/o fattori umani (come il know-how tradizionalmente diffuso nella zona, ma anche le conoscenze attraverso cui il prodotto è fabbricato, immagazzinato, imballato o addirittura affettato) e si sostanziano in caratteristiche intrinseche (come il gusto, il colore, l'aroma). Nelle IGP, d'altra parte, si può avere un'unica caratteristica attribuibile all'origine geografica oppure solo la "reputazione" (di solito, ma non necessariamente, derivante da un legame storico del prodotto con quell'area), e la stessa viene protetta dal diritto europeo per il suo valore economico come fonte di reddito per il produttore[112].

---

non sussisteva il rischio di confusione nel consumatore tra il formaggio e l'animale.

[109] La *Rioja* è sia il nome di una regione spagnola che argentina, in entrambe si produce vino. Dal 1986, il vino spagnolo "*Rioja"* è registrato come DOP e ciò preclude la registrazione di una DOP argentina con lo stesso toponimo, a meno che non si assicuri che i consumatori non ne sarebbero indotti in errore (perciò, ipoteticamente, la DOP "*Rioja argentina*" potrebbe essere, invece, accettata perché specifica che il prodotto è originario dell'Argentina).

[110] Questo motivo di rifiuto è simile al precedente, eccetto per il fatto che qui si fa riferimento al caso in cui l'omonima DOP/IGP non è ancora stata registrata. Quindi anche se geograficamente accurata, la domanda di registrazione viene rifiutata se c'è il rischio che tragga in inganno il consumatore.

[111] In seguito alla domanda di registrazione come IGP della "*Bavarisches Bier"* (birra bavarese), la autorità dei Paesi Bassi e della Danimarca hanno informato la Commissione dell'esistenza di due marchi utilizzati per la stessa tipologia di prodotto e del possibile conflitto: *Bavaria* e *Høker bajer*. Non è stato ritenuto che sussistesse il rischio di indurre in errore il consumatore, perciò oggi convivono nel mercato europeo i due marchi e la IGP.

[112] La giurisprudenza europea, da un certo momento in poi, ha fornito un'interpretazione del concetto di "qualità" non solo legata alle caratteristiche materiali del prodotto, ma anche a elementi immateriali, quali la reputazione di cui può godere il bene; rilevanti, in questo senso, sono diverse pronunce relative al c.d. "condi-

L'altro elemento di distinzione è l'intensità del legame tra il processo produttivo ed il territorio. Nel caso di DOP, tutte le fasi della produzione devono svolgersi nell'area geografica delimitata, mentre nel caso delle IGP è sufficiente che solo una di tali fasi sia svolta entro detta zona. Si comprende che, attraverso il secondo istituto, la protezione presuppone un ambiente geografico (*milieu géographique*) costituito semplicemente dall'esistenza di una tradizione produttiva, dunque per le IGP la disciplina europea ammette la protezione anche quando soltanto l'elaborazione delle materie prime avviene all'interno dell'area geografica. La provenienza di materie prime da zone diverse esclude la necessità di un *milieu* caratterizzato da condizioni ambientali e climatiche del luogo, da qui l'assenza di riferimento nella definizione di IGP ai "fattori naturali e/o umani". In entrambi i casi però permane l'imposizione, da parte del disciplinare, per cui sempre e comunque almeno la trasformazione delle materie prime avvenga nel territorio di riferimento[113].

I due istituti si distinguono dunque da una diversa intensità di attaccamento al territorio, le DOP si fondano su un più stretto legame tra caratteristiche e qualità del prodotto e la sua provenienza territoriale, mentre tale nesso si presenta più labile nelle IGP, essendo richiamata anche solo la "reputazione".

Il radicamento territoriale rappresenta solo una delle tante informazioni trasmesse, poiché ciascuna denominazione o indicazione tutelata garantisce, infatti, il rispetto di tutti gli standard produttivi dettagliatamente descritti nel disciplinare e rispondenti alla tradizione del luogo.

B) Il disciplinare.

Il disciplinare di produzione ha, dunque, un ruolo fondamentale nella definizione delle singole Ig di cui si chiede la registrazione, nella esplicazione del loro legame con il territorio,

---

zionamento" dei prodotti agricoli e alimentari (approfondito nel proseguo).

L'orientamento della Corte di giustizia è stato determinato anche dalla considerazione secondo cui identificare il requisito della tutela nel legame necessario fra un territorio e una qualità intrinseca del prodotto *"si risolverebbe […] nel privare di qualsiasi tutela le denominazioni geografiche che siano usate per prodotti per i quali non si può dimostrare che debbano un sapore particolare ad un determinato terreno e che non siano stati ottenuti secondo requisiti di qualità e norme di fabbricazione stabiliti da un atto delle pubbliche autorità (…)",* ma che *"(…)possono cionondimeno godere 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. Esse devono quindi essere tutelate"*; nella sentenza della Corte di Giustizia 10 novembre 1992, *Exportur Sa c. Lor Sa e Confiserie du Tech*, causa C-3/91 (sul c.d. Torrone di Alicante). Vedi sul punto P. BORGHI, *Sovrapposizioni fra ordinamenti e "fantasia" del legislatore in tema di segni di qualità dei prodotti alimentari: entropia e storytelling*, cit., 15.

[113] D. SARTI, *Segni e garanzie di qualità*, in (a cura di) B. UBERTAZZI, E. MUNIZ ESPADA, *Le indicazioni di qualità degli alimenti. Diritto internazionale ed europeo*, Milano, 2009, 119.

nonché nella garanzia delle qualità del prodotto contrassegnato. In tal senso depone l'articolo 7 del regolamento, nel quale si indica che il disciplinare deve contenere: il nome di cui si chiede la registrazione, la descrizione del prodotto, includendo "le principali caratteristiche fisiche, chimiche, microbiologiche ed organolettiche"[114], la delimitazione della zona geografica di riferimento, gli elementi che dimostrano che il prodotto è originario di quella zona, la descrizione del metodo di ottenimento del prodotto (nonché la giustificazione di eventuali specifiche previsioni in materia di operazioni finali[115]), le autorità incaricate del rispetto del disciplinare, le regole specifiche in materia di etichettatura.

Il disciplinare può, quindi, indicare il luogo in cui obbligatoriamente devono avvenire operazioni marginali, come l'affettatura o il confezionamento.

Si tratta delle operazioni finali, preparatorie al consumo, che tipicamente alcune imprese alimentari (della grande distribuzione, ad esempio) svolgono al fine di vendere il prodotto in condizioni di alimento pronto, e che sono complessivamente chiamate nella prassi "condizionamento" (es. affettatura, grattugiatura, lavaggio, taglio, imbottigliamento, ecc.). L'originaria disciplina, dettata con il reg. 2081/92, non menzionava simili operazioni, nulla dicendo dunque sulla possibilità o meno di effettuarle al di fuori della zona geografica delimitata. Quando simili previsioni cominciarono ad essere introdotte nei disciplinari, la Corte di Giustizia venne chiamata a prendere una posizione. Dopo un iniziale ripudio[116], la Corte decise di ammettere che le operazioni di condizionamento, malgrado si possano tradurre in potenziali restrizioni all'esportazione tra Stati membri, hanno una giustificazione nella necessità di garantire la reputazione commerciale del prodotto contro i rischi anche solo potenziali di variazione delle caratteristiche organolettiche e di svalutazione del segno

---

114 Art. 7, par. 1, lett. b), reg. 1151/2012.

115 Art. 7, par. 1, lett. 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".

116 Benché per il comparto vitivinicolo, oggi, la possibilità che il disciplinare stabilisca i condizionamenti (tra cui, in primis, l'imbottigliamento) sia considerata la regola, inizialmente la Corte di Giustizia si pronunciò in senso opposto.

Nella c.d. sentenza *Rioja I* la Corte ritenne una restrizione al commercio intracomunitario una specifica previsione del disciplinare del vino Rioja DOC. Nello stesso, infatti, si prevedeva che affinché il vino potesse fregiarsi della DOC, l'imbottigliamento dovesse avvenire nella stessa regione di spremitura delle uve. La Corte sostenne che *"non era stato dimostrato che l'imbottigliamento del vino nella regione di produzione fosse un'operazione che gli conferiva caratteristiche particolari ovvero un'operazione indispensabile alla conservazione delle caratteristiche specifiche da esso acquisite"*. Vedi Corte di Giustizia 9 giugno 1992, *Etablissements Delhaize Frères et Compagnie Le Lion SA* c. *Promalvin SA e AGE Bodegas Unidas SA*, causa C-47/90.

distintivo. Il *revirement* della Corte riguardò sia il settore vinicolo che agroalimentare[117] e pose le basi affinché il legislatore europeo intervenisse sul reg. 2081/92[118], dettando un'apposita previsione che ritroviamo oggi nel reg. 1151/2012: l'articolo 7 (par. 1, lett. e) concede, a scanso di equivoci, la possibilità di prevedere specificazioni nel disciplinare sulle operazioni di condizionamento[119].

C) Il procedimento di registrazione.

Altro aspetto, da considerare nella definizione dell'istituto, attiene al procedimento di registrazione, così come contemplato dal Titolo V (art. 48ss) del regolamento in vigore con riferimento sia a DOP che IGP. Per ottenere la registrazione, la domanda deve superare positivamente un duplice vaglio: un primo controllo avviene a livello nazionale ed è seguito da un secondo passaggio in sede europea.

In primo luogo, la domanda di registrazione va presentata, a livello nazionale, all'autorità competente dello Stato membro nel cui territorio è posta la zona geografica di riferimento.

La domanda deve contenere almeno l'indicazione del soggetto legittimato, il disciplinare e un documento unico (che riassume il contenuto del disciplinare[120]).

---

[117] Prima che il legislatore si pronunciasse sulle operazioni di condizionamento, la Corte di Giustizia aveva ammesso che il disciplinare del Prosciutto di Parma DOP (Corte di Giustizia 20 maggio 2003, *Consorzio del Prosciutto di Parma e Salumificio S. Rita spa c. Asda Stores Ltd and Hygrade Foods Ltd,* causa C-108/01) e del Grana Padano DOP (Corte di Giustizia 20 maggio 2003, *Ravil sarl c. Biraghi spa*, causa C-469/00) prevedessero l'affettatura e la grattugiatura *in loco*. Il rischio di discriminazione tra operatori, nonché il limite alla libera circolazione di merci/servizi, è stato giustificato in base alla necessità di preservare la qualità e la reputazione del prodotto.

[118] Per mezzo di un'integrazione operata dal regolamento (CE) n. 692/2003 del Consiglio, dell'8 aprile 2003, che modifica il regolamento (CEE) n. 2081/92 relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli e alimentari relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli e alimentari.

[119] La possibilità che il disciplinare stabilisca disposizioni specifiche riguardo alle operazioni di condizionamento viene poi ripresa nei successivi regolamenti in materia di DOP/IGP per i prodotti agroalimentari. Un autore, però mette in luce la "leggerezza" linguistica dimostrata dal legislatore europeo nell'ultimo reg. 1151/2012. Nella versione italiana (ma anche in quella inglese) il termine "condizionamento", presente nel precedente regolamento, è stato sostituito dal più specifico "confezionamento". Il confezionamento è, infatti solo una delle possibili operazioni di condizionamento. Di fronte ad una posizione consolidata da vari disciplinari, dalla Corte di Giustizia, nonché dallo stesso legislatore, questo elemento si presenta come una svista prettamente lessicale o di traduzione, e non come una regressione della costruzione giurisprudenziale e legislativa in questione. Vedi P. BORGHI, *L'insostenibile leggerezza delle versioni linguistiche: condizionamento e confezionamento dei prodotti DOP e IGP nel recente regolamento UE n. 1151/92,* in *Riv. Dir. Alim.*, luglio-settembre 2013, fasc. 3, 29-32.

[120] L'art. 8, par. 1, lett. c), reg. 1151/2012 indica come contenuto del documento unico: "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

Il soggetto legittimato a presentarla può essere solo[121] un gruppo, inteso quale associazione (a prescindere dalla sua forma giuridica) composto prevalentemente da produttori o trasformatori che trattano il medesimo prodotto[122], e che opera con i prodotti di cui va registrato il nome.

Lo Stato valuta la sussistenza dei requisiti previsti dal regolamento, nonché l'assenza di elementi che possano ostare alla registrazione, ed in tal caso procede a pubblicare la domanda, concedendo un periodo di tempo per eventuali opposizioni[123].

Terminata positivamente questa fase istruttoria, si apre il secondo passaggio che opera a livello comunitario: la domanda viene trasmessa alla Commissione. A partire da tale momento, l'autorità nazionale, su richiesta del soggetto interessato, può concedere al nome una protezione transitoria, con efficacia solo a livello nazionale e che decade qualora sia adottata una decisione sulla registrazione oppure se la domanda è ritirata (art. 9).

La Commissione, una volta pervenutale la domanda, procede ad esaminarne, a sua volta, la conformità al regolamento, entro il termine ordinatorio di sei mesi. In caso di esito favorevole, la Commissione procede a pubblicare sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea: il documento unico e il riferimento alla pubblicazione del disciplinare. Nel caso non ritenga sussistenti i requisiti, invece, rigetta la domanda, previo parere del Comitato per la politica di qualità dei prodotti agricoli[124].

Se si procede alla pubblicazione, così come avviene a livello nazionale, viene concesso un termine di tre mesi per proporre opposizione nelle forme previste dall'articolo 51[125]. Tra-

---

prodotto o del metodo di produzione che giustifica il legame."

[121] L'art. 49, reg. 1151/2012, specifica che una singola persona fisica o giuridica può essere equiparata a un gruppo qualora: (a) sia il solo produttore che desideri presentare domanda, (b) la zona geografica di riferimento abbia caratteristiche notevolmente diverse da quelle limitrofe.

[122] Art. 3, punto 2, reg. 1151/2012.

[123] L'opposizione alla domanda di registrazione deve essere fondata su una serie di motivi espressamente previsti (ossia i motivi elencati dall'art. 10, reg. 1151/2012, sulla procedura di opposizione a livello comunitario) e può essere fatta da qualsiasi persona fisica o giuridica residente nel territorio nazionale e avente un interesse ad opporsi ad un atto che potrebbe compromettere i suoi diritti. Se l'opposizione è accolta, l'autorità nazionale competente rigetterà la domanda di registrazione della DOP/IGP. Se l'opposizione è respinta, la domanda viene trasmessa alla Commissione.

[124] Combinato disposto degli artt. 52, par. 1 e 57, reg. 1151/2012, i quali rinviano alla procedura contemplata dall'art. 5 del Regolamento (UE) n. 182/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio del 16 febbraio 2011 che stabilisce le regole e i principi generali relativi alle modalità di controllo da parte degli Stati membri dell'esercizio delle competenze di esecuzione attribuite alla Commissione. Vedi M. FERRARI, *La dimensione proprietaria delle indicazioni geografiche. Uno studio di diritto comparato*, cit., 68.

[125] Il procedimento di opposizione può essere instaurato sulla base dei motivi previsti dall'art. 10 ed è disciplinato dall'art. 51, reg. 1151/2012. Entro tre mesi dalla pubblicazione sulla Gazzetta ufficiale, ogni Stato membro, paese terzo o persona fisica/giuridica stabilita in un paese terzo (se stabilita in un paese europeo, trasmette l'opposizione all'autorità dello Stato in cui risiede) possono trasmettere l'opposizione alla Commissione. La notifica di opposizione, a pena di nullità, deve contenere "una dichiarazione secondo la quale la domanda potrebbe non essere conforme alle condizioni stabilite nel regolamento". Entro due mesi dalla notifica, dovrà

scorso tale periodo senza opposizioni (o comunque con esito favorevole alla registrazione), il prodotto ottiene il riconoscimento e viene perciò iscritto nell'apposito albo comunitario, il Registro delle denominazioni di origine protette e delle indicazioni geografiche protette, tenuto dalla Commissione e accessibile al pubblico[126].

Occorre sottolineare che la domanda viene presentata da un gruppo dunque (spesso il Consorzio), ma sulla base del procedimento appena descritto, che segue la proposizione della domanda, richiede l'intervento di soggetti pubblici, prima nazionali e poi comunitari, nell'approvazione del disciplinare della DOP/IGP in questione.

A completare il modello concorre l'articolo 53, sempre del Titolo V, nel quale si specifica che il medesimo procedimento debba essere rispettato anche in caso di semplice modifica del disciplinare. Si tratta di una validazione pubblica richiesta in sede di approvazione, o anche di singola modifica, che ci consente di delineare la natura pubblica del disciplinare stesso.

D) I controlli

Ultimo elemento da affrontare, ma non per importanza, è la disciplina dettata per il sistema di controllo, che consolida e concretizza la dimensione pubblicistica dell'istituto. Attraverso il controllo, da gestirsi nel modo più rigoroso, efficace ed esaustivo possibile, si può dare credibilità e garantire al consumatore la qualità dell'intero processo produttivo e, quindi, del prodotto finale.

Oggi le norme di riferimento sono gli artt. da 35 a 40 del reg. 1151/2012 (capo I, Titolo V), i quali affidano agli Stati membri il compito di provvedere a tale controllo, designando l'autorità o le autorità che dovranno operare a norma del reg. (CE) 882/2004[127].

---

seguire una vera e propria dichiarazione di opposizione, debitamente motivata. Entro due mesi, la Commissione, ritenuta ricevibile l'opposizione, avvia delle consultazioni affinché le parti coinvolte giungano ad un accordo. Se si giunge ad un accordo, senza sostanziali modifiche del disciplinare, la Commissione potrà procedere alla registrazione. Se intervengono, invece, delle modifiche dovrà procedere nuovamente ad esaminare nel merito la domanda nel suo complesso prima di pervenire alla registrazione. Se non si raggiunge l'accordo, sarà la Commissione a decidere circa la registrazione o meno della DOP/IGP.

[126] Art. 11, reg. 1151/2012 sul Registro delle denominazioni di origine protette e delle indicazioni geografiche protette. Il Registro prende il nome di DOOR (*Database of Origin and Registration*) ed è consultabile all'indirizzo: http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?locale=it (ultimo accesso 22 giugno 2019).

[127] Regolamento (CE) n. 882/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 29 aprile 2004, relativo ai controlli ufficiali intesi a verificare la conformità alla normativa in materia di mangimi e di alimenti e alle norme sulla salute e sul benessere degli animali.

Quest'ultimo sarà sostituito dalle disposizioni del regolamento (UE) 2017/625 (che entrerà in applicazione il 14 dicembre 2019, salve talune disposizioni aventi applicazione con diversa decorrenza), il quale disciplina, fra l'altro, il sistema di controllo della produzione e commercializzazione dei prodotti agroalimentari DOP e IGP.

Il capo I del Titolo V dispone un sistema organizzato attraverso un doppio meccanismo di tutela: da un lato, vi è la verifica della conformità del prodotto al disciplinare (vera e propria attività di controllo), dall'altro, il monitoraggio dei nomi immessi sul mercato (attività di vigilanza), nell'ottica di prevenire i fenomeni di contraffazione e usurpazione[128]. Sono gli Stati membri a predisporre gli strumenti per svolgere queste due funzioni, designando autorità competenti che offrano "adeguate garanzie di oggettività e imparzialità"[129]. Al contempo, l'autorità pubblica designata dallo Stato può, a sua volta, delegare determinati compiti, riguardanti i detti controlli ufficiali, ad uno o più organismi delegati[130]. Poiché dette funzioni sono di diritto pubblico, il "delegato", benché soggetto privato, è investito della funzione di dare certezza pubblica ai controlli che pone in essere e lo fa attraverso l'adozione di atti che hanno natura amministrativa[131].

Elemento cardine dell'attività di controllo vero e proprio è la dissociazione tra controllore e controllato, mentre poi viene rimessa ai diversi Stati la possibilità di utilizzare come "controllori esterni" una pluralità di soggetti che possono essere pubblici (autorità di controllo designate) o privati (organismi privati autorizzati), purché rispondenti, in quest'ultimo caso, a una serie di requisiti[132].

Il controllo è un'attività di verifica affinché siano pienamente rispettati i requisiti specificati nel disciplinare di produzione. In primis, si fa riferimento a tutti gli accertamenti tecnici finalizzati all'individuazione dell'origine della materia prima e delle sue caratteristiche. A livello di produzione e trasformazione del prodotto, il controllo deve accertare che non vengano utilizzate tecnologie produttive che provocano danno all'identità del prodotto legata alla sua origine, anche se l'uso di tali tecnologie fosse effettuato per un abbattimento dei costi di

---

Un sistema di "forte" controllo di siffatti prodotti è, invero, necessario per garantire la verità della corrispondenza dei segni al reale, e ciò nell'interesse non solo dei consumatori, ma anche dei produttori.

128 Art. 36, par. 2, reg. 1151/2012.

129 Art. 36, par. 1 e 3, reg. 1151/2012.

130 Art. 5, reg. 882/2004 e, dal 14 dicembre 2019, art. 26, reg. 2017/6252.

131 In tal senso si è espresso il TAR Friuli Venezia-Giulia con la sentenza 19 giugno 2014 n. 125, il quale in merito alla "natura" pubblica degli Organismi di controllo ha affermato che, in forza della disciplina della legge 241/1990 di accesso agli atti amministrativi, l'Istituto Nord Est Qualità (INEQ) e l'Istituto Parma Qualità (IPQ) avevano il dovere dell'ostensione degli atti alla richiedente società Assec Srl Società agricola. Questa società infatti, esercente attività di allevamento e vendita di suini destinanti a diventare prosciutti San Daniele e Parma, era stata sottoposta a controllo da INEQ e IPQ, ed era, inoltre, stata sanzionata per una pretesa non conformità al disciplinare produttivo Dop del sistema di allevamento impiegato. Vedi A. GERMANO', *Sugli Organismi di controllo*, in *Riv. Dir. Alim.*, gennaio-marzo 2018, fasc. 1, 65-68.

132 Tra i quali l'art. 39, reg. 1151/2012 richiama la conformità alla norma UNI CEI EN 45011 o ISO/CEI 65. La stessa è stata è stata sostituita in data 15 settembre 2012 dalla norma internazionale ISO/IEC 17065:2012 "*Conformity assessment – Requirements for bodies certifying products, processes and services*", applicabile agli Organismi che effettuano la certificazione di prodotti, processi e servizi. Vedi A. MUSA, *La norma ISO/IEC 17065:2012, "Conformity assessment Requirements for bodies certifying products, processes and services". Continuità e novità rispetto alla precedente EN 45011,* in QUALITA' (rivista ufficiale di AICQ: Associazione Italiana Cultura Qualità), 2013.

produzione. A livello di designazione, invece, il controllo deve assicurarsi che la denominazione e il logo siano utilizzati solo sui prodotti che rispondono, per le caratteristiche chimiche, fisiche o organolettiche, a quelle previste dal disciplinare di produzione[133].
L'attività di vigilanza, di converso, consiste in verifiche sulle attività di commercializzazione, mentre non riguarda gli organismi di controllo né l'attività di controllo. Tale attività viene pianificata anche sulla base di un'analisi del rischio che evidenzi i settori particolarmente critici[134].

5.2.2 La protezione delle indicazioni geografiche e il suo enforcement.

Strettamente ricollegato al tema dei controlli è la questione dell'*enforcement*, secondo elemento della disciplina da cui si evince chiaramente la differenza delle Ig rispetto ad altri strumenti di proprietà intellettuale offerti dall'Unione.

A) Articolo 13: fattispecie vietate.

Le riflessioni prendono piede dall'articolo 13 del regolamento 1151/2012[135], il quale consente di delineare quattro livelli di tutela accordati alle Ig. L'ampia casistica comportamentale descritta dall'articolo mira a sanzionare tutti quegli atti di concorrenza sleale fra imprenditori in danno dei consumatori, facilmente riscontrabili nella pratica quotidiana, che si sostanziano nell'attribuire ai propri prodotti qualità e caratteristiche che non hanno, associan-

---

133 R. GIACINTI, R. MORUZZO, *I consorzi di tutela e il sistema di controllo nell'ambito delle produzioni tipiche*, Pisa, 2010, 327-341.
134 Art. 38, reg. 1151/2012.
135 Art. 13, reg. 1151/2012, di cui si riporta il contenuto, utile al fine della trattazione:
"1. I nomi registrati sono protetti contro:
a) qualsiasi impiego commerciale diretto o indiretto di un nome registrato per prodotti che non sono oggetto di registrazione, qualora questi ultimi siano comparabili ai prodotti registrati con tale nome o l'uso di tale nome consenta di sfruttare la notorietà del nome protetto, anche nel caso in cui tali prodotti siano utilizzati come ingrediente;
b) qualsiasi usurpazione, imitazione o evocazione, anche se l'origine vera dei prodotti o servizi è indicata o se il nome protetto è una traduzione o è accompagnato da espressioni quali «stile», «tipo», «metodo», «alla maniera», «imitazione» o simili, anche nel caso in cui tali prodotti siano utilizzati come ingrediente;
c) qualsiasi altra indicazione falsa o ingannevole relativa alla provenienza, all'origine, alla natura o alle qualità essenziali del prodotto usata sulla confezione o sull'imballaggio, nel materiale pubblicitario o sui documenti relativi al prodotto considerato nonché l'impiego, per il confezionamento, di recipienti che possano indurre in errore sulla sua origine;
d) qualsiasi altra pratica che possa indurre in errore il consumatore sulla vera origine del prodotto.
Se una denominazione di origine protetta o un'indicazione geografica protetta contiene il nome di un prodotto considerato generico, l'uso di tale nome generico non è considerato contrario al primo comma, lettera a) o b).
2. Le denominazioni di origine protette e le indicazioni geografiche protette non diventano generiche. […]"

doli ad altre produzioni che possiedono le qualità e le caratteristiche vantate[136].

Il primo livello, si sostanzia nella protezione dal *rischio di confusione*, attraverso il divieto di fare direttamente o indirettamente uso commerciale di una Ig con riferimento a *prodotti comparabili* che non incontrano i requisiti imposti dal disciplinare. Ciò protegge i consumatori dal rischio di credere che anche tali prodotti rientrino nella categoria contrassegnata da DOP o IGP.

In secondo luogo, si mira ad impedire una *effettiva associazione* con la denominazione: è vietato anche l'impiego commerciale di un nome che sfrutti la reputazione di una Ig attraverso usurpazione, evocazione o imitazione del nome protetto, anche quando (i) sia indicata la vera origine del prodotto, (ii) il nome protetto sia stato tradotto oppure (iii) sia accompagnato da espressioni come "stile", "tipo", "metodo", "alla maniera", "imitazione" o simili.

L'*usurpazione* si sostanzia in un'attività di appropriazione della denominazione protetta, con conseguente indebita acquisizione di pregi e qualità non pertinenti; l'*imitazione* è l'attività di riproduzione "con plagio" della denominazione protetta; l'*evocazione,* infine, consiste in una pratica commerciale scorretta capace di suscitare nel consumatore l'idea che quel prodotto abbia le stesse caratteristiche e qualità del prodotto a denominazione registrata. La Corte di Giustizia ha, poi, chiarito che lo sfruttamento indebito della reputazione della Ig può avvenire anche con riferimento a prodotti *non comparabili*[137]. Le tre condotte, sopra delineate, non sono sempre facilmente distinguibili tra loro nella prassi, dove trovano una cospicua diffusione in quanto si concretizzano nelle fattispecie più diffuse contro le Ig. Per questo la Corte di giustizia, nonché i tribunali degli Stati membri, hanno affrontato ripetutamente la questione, consentendo, così, di delimitare il significato giuridico dell'articolo 13, par. 1, lett. b), in particolare del concetto di "evocazione", al fine di offrire una reale protezione ai prodotti a Ig. Sarà utile, nel proseguo della trattazione[138], soffermarsi sulle pronunce in materia della Corte, mentre ora, a fini di coerenza logica, proseguiremo con il delineare gli altri due livelli di tutela predisposti dal legislatore.

---

[136] F. GUALTIERI, S. VACCARI, B. CATIZZONE, *La protezione delle indicazioni geografiche: La nozione di evocazione,* in *Riv. Dir. Alim.*, aprile-giugno 2017, fasc. 2, 15-42.

[137] Corte di Giustizia 18 settembre 2015, *Colombiano House e Colombiano Cafè House c. Cafè de Colombia*, causa T-387/13 e T-359/14. In questi due casi portati all'attenzione della Corte, si assiste ad uno scontro in sede di registrazione di un marchio europeo poiché viene fatta valere la somiglianza del marchio che si intendeva registrare per servizi di ristorazione (*Colombiano House*, il primo, e *Colombiano Café House*, l'altro) con la IGP *Café de Colombia*. La Corte, qui, ammette che sussiste la possibilità di evocazione anche tra prodotti non comparabili quando l'uso del marchio sfrutta la reputazione della DOP/IGP. Un concetto che la Corte ha sostenuto in modo più chiaro in successive decisioni, riunite ai fini della fase orale del procedimento, in Corte di Giustizia 2 ottobre 2015, *Darjeeling*, causa T-624/13.

[138] Vedi *infra*, capitolo secondo.

Un terzo livello è, infatti, predisposto con riferimento a *qualsiasi altra indicazione o pratica ingannevole*: ossia, anche in assenza del rischio di confusione o di associazione con la DOP/IGP, vige il divieto di comunicare informazioni false o ingannevoli circa la vera origine del prodotto, tramite la confezione o la pubblicità. Esemplificativamente, si può avere un prodotto contrassegnato dall'immagine di un paesaggio tipico o dai colori di una bandiera che inducano in errore il consumatore facendogli pensare che il prodotto derivi da un determinato paese o regione, quando in realtà non è così.

Infine, la tutela si spinge fino a proteggere le Ig dal *rischio di diventare generiche*: una volta che un prodotto sia stato registrato come DOP o IGP, il termine di riferimento non potrà diventare generico. Diversamente avviene nel caso dei marchi, i quali, una volta diventati termini generici, perdono il loro carattere distintivo e sono suscettibili di invalidazione.

Occorre in questa sede accennare alla differenza di tutela offerta dall'ordinamento europeo al marchio, che in primo luogo si manifesta nella mancanza, come appena accennato, di protezione contro il rischio di volgarizzazione del suddetto segno distintivo.

La tutela del marchio comunitario si manifesta, d'altra parte, contro due livelli di pericolo[139]. Da un lato, il *rischio di confusione* tra il marchio e un segno simile o identico, che possa indurre in errore il consumatore e fargli credere che il prodotto coperto dal segno simile/identico abbia la stessa origine del prodotto contraddistinto dal marchio (confusione diretta). Si può avere confusione anche nel caso in cui il consumatore sia portato a credere che il bene contrassegnato dal segno simile/identico sia economicamente collegato al marchio comunitario (confusione indiretta)[140]. Il rischio di confusione deve essere considerato in base ad un'analisi d'insieme che tenga conto di tutti i fattori che riguardano il caso, a partire dal grado di somiglianza tra segni e tra i beni da loro tutelati, nonché della notorietà del marchio anteriore o anche della natura del pubblico di riferimento.

Dall'altro lato, il marchio è protetto anche dal *rischio di effettiva associazione* (evocazione) tra il marchio e un segno simile, che porta il consumatore ad associare automaticamente i due segni, pur sapendo che i rispettivi prodotti non hanno la stessa origine commerciale. Tuttavia, il titolare del marchio è tenuto a dimostrare l'esistenza dell'associazione in concreto, nonché il vantaggio indebito così ottenuto del diverso imprenditore *oppure* il danno effettivo alla distintività/notorietà del proprio marchio[141].

---

[139] Y. VAN COUTER, F. D'ATH, *Protecting the origin of foodstuffs in the European Union indications of origin and trademark as intellectual tools,* cit., 59.

[140] Art. 9, par. 1, lett. a) e b), reg. 1001/2017.

[141] Art. 9, par. 1, lett. c), reg. 1001/2017.

B) Prodotti DOP e IGP come componenti.

Un altro aspetto da approfondire, più volte richiamato dall'articolo 13, attiene all'utilizzo di prodotti contrassegnati da DOP e IGP come ingredienti. La questione è strettamente correlata alla loro tutela con riferimento alla possibilità di sviare il regime "forte" di protezione, utilizzando prodotti protetti come ingredienti ma contrassegnando in modo surrettizio il prodotto finale come se fosse esso stesso rappresentato dalla Ig, tramite strategie di *marketing* "aggressive"[142]. Si tratta di un versante strettamente correlato alle norme sulla etichettatura dei prodotti[143], ma utile a completare il quadro della tutela della Ig. Né l'articolo 13 né il regolamento in materia di etichettatura chiariscono, però, le condizioni alle quali è assoggettato l'uso delle DOP e IGP nella presentazione dei prodotti composti, elaborati o trasformati. Risulta, quindi, utile fare riferimento ad alcune raccomandazioni elaborate dalla Commissione in materia[144]. Secondo quanto si legge in tale documento, quando un prodotto protetto è utilizzato come componente, potrà essere legittimamente indicato nell'elenco degli ingredienti di quel prodotto[145]. Inoltre, la DOP/IGP potrà essere menzionata all'interno, o in prossimità, della denominazione di vendita di un prodotto alimentare che incorpora prodotti che beneficiano della denominazione registrata, come pure nell'etichettatura, nella presentazione e nella pubblicità del prodotto alimentare di cui trattasi, se sono soddisfatte le seguenti condizioni[146].

Il prodotto in questione (i) non dovrebbe contenere ingredienti comparabili alla Ig: ad esempio il "formaggio blu" è un prodotto ritenuto comparabile al "Roquefort DOP", per cui se vendo un prodotto al Roquefort, contrassegnandolo chiaramente come tale, non dovrà esserci nella sua composizione anche un diverso formaggio blu. Nel caso in cui ci siano entrambi, allora dovranno essere indicati solo nella lista degli ingredienti (utilizzando carat-

---

142 M. MINELLI, *L'uso di componenti DOP e IGP come componenti,* in *Riv. Dir. Alim.*, gennaio-marzo 2014, fasc. 1, 43-47.

143 Regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011 , *relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori*, che modifica i regolamenti (CE) n. 1924/2006 e (CE) n. 1925/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio e abroga la direttiva 87/250/CEE della Commissione, la direttiva 90/496/CEE del Consiglio, la direttiva 1999/10/CE della Commissione, la direttiva 2000/13/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, le direttive 2002/67/CE e 2008/5/CE della Commissione e il regolamento (CE) n. 608/2004 della Commissione Testo rilevante ai fini del SEE.

144 Comunicazione della Commissione 2010/C 341/03: "Orientamenti sull'etichettatura dei prodotti alimentari che utilizzano come ingredienti prodotti a denominazione di origine protetta (DOP) o a indicazione geografica protetta (IGP)".

145 V. par. 2.1. della Comunicazione 2010/C 341/03.

146 V. par. 2.2. della Comunicazione 2010/C 341/03

teri dello stesso tipo, delle stesse dimensioni, dello stesso colore ecc.).
Inoltre, (ii) l'ingrediente deve essere utilizzato in quantità sufficiente per conferire una caratteristica essenziale al prodotto alimentare di cui trattasi. La Commissione non indica una percentuale minima perché la stessa varia a seconda della DOP/IGP in questione; se, infatti, una spezia è sufficiente in minima quantità per caratterizzare un prodotto, lo stesso non potrebbe dirsi della incorporazione di una quantità minima di carne coperta da Ig.
In terzo luogo, (iii) la percentuale d'incorporazione di un ingrediente che beneficia di DOP/IGP dovrebbe essere idealmente indicata all'interno o in prossimità immediata della denominazione di vendita del prodotto alimentare di cui trattasi, o quantomeno nell'elenco degli ingredienti.
In ogni caso, (iv) deve essere chiaro che l'ingrediente, e non il prodotto finale, beneficia della Ig: per esempio, la Commissione sconsiglia l'uso della dicitura "Pizza *al* Roquefort *DOP*", mentre non suscitano problemi le indicazioni quali "Pizza *con* Roquefort DOP" o "Pizza *al* Roquefort".
Le indicazioni fornite dalla Commissione in tale documento, se da un lato offrono alcuni spunti interpretativi, dall'altro si limitano a chiarire che il riferimento all'uso di un ingrediente a denominazione di origine non deve trarre in inganno il consumatore circa le qualità e l'origine del prodotto e quindi deve essere ispirato al principio di buona fede[147].

C) Enforcement.

Per concludere l'analisi dell'articolo 13 è importante dare risalto al terzo paragrafo[148], nel quale il legislatore ha dissipato ogni dubbio in merito all'obbligo che incombe in capo ad ogni Paese membro di fare tutto ciò che è possibile, attraverso i mezzi amministrativi e giurisdizionali a disposizione dell'ordinamento interno, per assicurare alla disciplina sui controlli e sulla protezione delle Ig il più ampio effetto utile.
Tale compito non riguarda solo i prodotti nazionali, ma ogni prodotto che si fregi di una DOP o di una IGP, per il solo fatto che sia "commercializzato" sul territorio dello Stato in

---

147 M. MINELLI, *L'uso di componenti DOP e IGP come componenti,* cit., 47.
148 Art. 13, par. 3: "Gli Stati membri adottano le misure amministrative e giudiziarie adeguate a prevenire o far cessare l'uso illecito delle denominazioni di origine protette e delle indicazioni geografiche protette ai sensi del paragrafo 1, prodotte o commercializzate in tale Stato membro.
A tal fine gli Stati membri designano le autorità incaricate di adottare tali misure secondo le procedure definite da ogni singolo Stato membro. Tali autorità offrono adeguate garanzie di oggettività e imparzialità e dispongono di personale qualificato e delle risorse necessarie per svolgere le loro funzioni."

questione (c.d. tutela *ex officio*).

Occorre segnalare che l'esecuzione delle norme in materia di controlli aveva subito, in passato, importanti limitazioni. In alcuni Paesi, l'attenzione si era infatti concentrata solo sui prodotti nazionali: si veda il caso della Germania, dove era prassi amministrativa delle autorità tedesche attivarsi d'ufficio per perseguire solo le violazioni ai danni di Ig tedesche. La scelta era stata avallata dalla Corte di Giustizia che, in una nota sentenza[149], aveva interpretato il dovere, a suo tempo, previsto dal reg. 2081/92, come riferito alle sole autorità di controllo o agli organismi privati dello Stato membro di provenienza. L'esclusione dell'obbligo di tutela *ex officio*, oltre a creare una possibile discriminazione sulla base della nazionalità, scaricava di fatto sulle spalle degli operatori economici interessati l'onere di assumere iniziative giudiziarie per ottenere la cessazione di comportamenti commercialmente sleali, privando la tutela accordata dal regolamento della sua dimensione unitaria e frustrandone così in larga misura le finalità[150].

L'intervento del Parlamento europeo, in sede di discussione del testo del regolamento 1151/2012, ha avuto un impatto provvidenziale nel risolvere la questione controversa. Il nuovo articolo 13 implica per gli Stati membri l'obbligo di dotarsi di strumenti pubblici di controllo del mercato a protezione dei toponimi registrati dalla Unione europea. La lettura combinata dell'articolo 13, par. 3, con gli articoli 36[151] e 38[152] dello stesso regolamento consente di ricondurre ad unità la tutela accordata alle DOP/IGP, riconoscendo la necessità di creazione da parte degli Stati di vere e proprie Autorità che operino, anche d'ufficio, con-

---

[149] Corte di Giustizia 26 febbraio 2008, *Commissione c. Repubblica federale di Germania*, causa C-132/05. Si tratta del caso *Parmesan*, che vedeva contrapposte la Commissione Europea e la Repubblica Federale di Germania sulla questione della commercializzazione, nel territorio tedesco, di prodotti denominati "Parmesan", non conformi al disciplinare DOP "Parmigiano Reggiano". Nella sentenza, la Corte ritenne potenzialmente vietabile (con valutazione rimessa però in concreto al giudice nazionale) chiamare "Parmesan" un formaggio che non fosse il Parmigiano Reggiano, dato che un prodotto a denominazione d'origine protetta è tutelato non solo nella forma precisa per cui è stato registrato, ma la tutela si estende al concetto che il prodotto DOP evoca o identifica; inoltre, riconobbe che la denominazione "Parmesan" non poteva nemmeno essere considerata un nome a carattere generico. Per cui, l'utilizzo del termine "Parmesan" per formaggi che non rispettavano il disciplinare della DOP del Parmigiano, doveva essere considerato lesivo della tutela accordata alle DOP dall'articolo 10 del reg. 2081/1992. La Corte, però, concluse che gli organi di controllo su cui incombeva l'obbligo di assicurare il rispetto del disciplinare delle DOP erano quelli dello Stato membro da cui proveniva la DOP medesima (pertanto, nel caso di specie, non incombeva sulle autorità di controllo tedesche).

[150] V. RUBINO, *La protezione delle denominazioni dei prodotti alimentari nell'Unione europea dopo il regolamento 1151/2012,* cit., 9.

[151] Art. 36, par. 3, lett. b), reg. 1151/2012: "il monitoraggio dell'uso di nomi registrati per designare prodotti immessi in commercio, in conformità dell'articolo 13 per i nomi registrati a norma del titolo II e in conformità dell'articolo 24 per i nomi registrati a norma del titolo III".

[152] Art. 38, reg. 1151/2012: "Gli Stati membri comunicano alla Commissione il nome e l'indirizzo delle autorità competenti di cui all'articolo 36. La Commissione pubblica il nome e l'indirizzo di tali autorità. Gli Stati membri procedono a controlli in base a un'analisi del rischio, per garantire che siano rispettate le prescrizioni del presente regolamento e, in caso di violazione, adottano tutte le misure necessarie."

trolli sulla regolarità dei prodotti commercializzati nel mercato europeo. Si può così ribadire la matrice eminentemente pubblicistica dei segni DOP e IGP, la quale impone che la portata della protezione e il suo controllo siano coordinati e imposti dalla stessa Unione agli Stati membri.

D) Rapporto tra indicazioni geografiche e marchi.

Dai vari elementi emersi dall'analisi dell'istituto delle Ig, si comprende come il punto partenza stia nella loro alterità, pur se all'interno della stessa categoria di segni distintivi, con l'istituto del marchio. Il sistema dei marchi si fonda sul diritto privato, mentre quello delle Ig europee è un sistema fondato sul diritto pubblico, per questo DOP e IGP non sono inquadrabili solo come diritti di proprietà intellettuale, ma anche come mezzi per il perseguimento di altri obiettivi.

Con riferimento al rapporto tra Ig e marchio individuale, lo scontro tra questi segni distintivi vede prevalere le indicazioni geografiche[153]. Gli articoli 6[154] e 14[155] del regolamento 1151/2012 ci indicano i criteri per individuare quale segno prevalga sull'altro; a questo fine occorre distinguere tra marchio posteriore, marchio anteriore non notorio e marchio anteriore notorio.

---

[153] In tal senso deponeva chiaramente il reg. (CE) 207/2009 sul marchio comunitario, art. 164, in cui si affermava: "Il presente regolamento lascia impregiudicate le disposizioni del regolamento (CE) n. 510/2006, in particolare l'articolo 14." Sancendo la prevalenza delle disposizioni in tema di DOP e IGP su quelle in materia di marchi, subordinava quest'ultime alla disciplina delle indicazioni di qualità.

[154] Art. 6, par. 4, reg. 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."

[155] Art. 14, reg. 1151/2012: "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.

Le disposizioni del presente paragrafo si applicano in deroga alle disposizioni della direttiva 2008/95/CE.

2. Fatto salvo l'articolo 6, paragrafo 4, 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."

Nella prima ipotesi, vige il divieto di registrazione del marchio posteriore, in linea anche con la generale disciplina dei segni distintivi per cui *prior in tempore, potior in iure*.

Nel caso, invece, di un marchio anteriore si avrà la prevalenza dello stesso solo in caso di marchio notorio, dunque, il titolare del segno è legittimato ad opporsi efficacemente alla registrazione della DOP/IGP che possa indurre in errore il consumatore circa la vera identità del *prodotto* (quindi, non semplicemente del segno).

Nel caso di un marchio anteriore non notorio, invece, lo stesso potrà continuare ad essere utilizzato se: (i) sia stato conseguito in *buona fede* e (ii) purché non sussistano motivi di nullità o decadenza. Soddisfatti i predetti requisiti, si potrà avere la coesistenza del marchio in questione con la DOP/IGP. Proprio qui si coglie l'importanza delle Ig per il sistema comunitario che conduce alla scelta di far prevalere gli interessi pubblici, di cui sono portatrici, sui diritti privati di marchio; infatti, si ammette che i diritti quesiti del titolare di un marchio, anteriore e perfettamente valido, vengano degradati da un regime di esclusività ad un regime di coesistenza.

Occorre procedere ad una trattazione separata per quanto concerne i marchi collettivi. Se il rapporto tra marchio individuale e indicazioni si pone nei termini di uno "scontro", la relazione che intercorre fra le stesse indicazioni e i marchi collettivi si profila il più delle volte come un problema di concorso. In questa prospettiva, ci si chiede innanzitutto se questi strumenti possano coesistere l'uno accanto all'altro in relazione alla stessa tipologia di produzioni tipiche.

Le norme europee sembrano promuovere l'alterità tra i due strumenti: si privilegiano le DOP/IGP quando si tratta di veicolare l'origine del prodotto, ma, in realtà, la scelta finale (di utilizzare una Ig oppure il marchio collettivo geografico o entrambi) è rimessa agli stessi imprenditori a seconda delle finalità perseguite[156].

---

[156] Si consideri il caso del *Sidamo Coffee* che il Governo etiope ha deciso di tutelare attraverso il ricorso al marchio piuttosto che chiederne la registrazione come una indicazione geografica. Si tratta dunque di un marchio individuale registrato in tre territori: negli Stati Uniti (USPTO, n. 78589307), in Unione europea (OHIM, n. 004348751) e in Canada (CIPO, n. 916800-00). Le ragioni sono ricollegate al fatto che il caffè *Sidamo* è coltivato in piccole porzioni di terra da molti contadini etiopi in tutto il Paese, quindi sarebbe stato difficile provare il legame tra territorio geografico e qualità del prodotto stesso. Inoltre, il Governo etiope ammette che esistono delle difficoltà anche in ordine economico legate al finanziamento e mantenimento di una specifica autorità con il compito di monitorare e proteggere l'uso della indicazione geografica. Il direttore generale dell'*Ethiopian Intellectual Property Office,* Getachew Mengistie, ha dichiarato in merito: "*You have to understand the situation in Ethiopia. Our coffee is grown on four million very small plots of land. Setting up a certification system would have been impracticable and too expensive. Trademarking was more appropriate to our needs. It was a more direct route offering more control.*"

In tal senso Y. VAN COUTER, F. D'ATH, *Protecting the origin of foodstuffs in the European Union indications of origin and trademark as intellectual tools,* cit., 66, dove si richiama lo studio del *Intellectual Property Research Institute of Australia* (IPRIA), intitolato *Sidamo, A teaching case for WIPO*, May 2009, consultabile all'indirizzo on-line:

Una parte della dottrina[157], sulla base del regolamento 510/2006 (prima) e 1151/2012 (poi), interrogandosi sulla compatibilità delle due forme di protezione, ritiene che anche con riferimento al marchio collettivo debba farsi applicazione delle regole previste dagli artt. 6.4 e 14 del regolamento (nei quali infatti non si distingue tra marchi individuali e collettivi), ne deriva l'applicazione della medesima disciplina sopra delineata. Ciò comporterebbe che il marchio collettivo geografico, a sua volta, oltre a prevedere un proprio regolamento e l'accesso a tutti gli operatori del settore che intendano rispettarlo, non possa coincidere *in toto* con una DOP/IGP senza ricadere nelle limitazioni stabilite dal regolamento 1151/2012.

Senonché, occorre segnalare la scelta, invalsa nella pratica, di procedere ad una doppia registrazione. Spesso, infatti, si assiste alla registrazione di marchi collettivi coincidenti con, o comunque contenenti, un segno distintivo già registrato come DOP o IGP, ad opera, di solito, degli stessi soggetti collettivi (es. i Consorzi) promotori della registrazione della DOP o della IGP[158]. Per la dottrina sopra menzionata, si tratta di una prassi *contra legem,* ma con una sua ratio eminentemente pratica. Si consideri, a titolo esemplificativo, il caso del Parmigiano Reggiano, registrato come DOP nel 1996[159]. Dal 2008[160] il medesimo Consorzio promotore della DOP è titolare di un marchio comunitario collettivo[161], un segno, anzitutto figurativo, che deve contrassegnare il formaggio Parmigiano

Reggiano immesso sul mercato preconfezionato, grattugiato e in porzioni, allo scopo di contraddistinguere il prodotto in aggiunta alla DOP. L'uso del marchio è rilasciato mediante

---

http://www.wipo.int/export/sites/www/academy/en/about/global_network/educational_materials/cs4_sidamo.pdf (ultimo accesso 22 giugno 2019).

[157] Si veda in tal senso: P. BORGHI, *Sovrapposizioni fra ordinamenti e "fantasia" del legislatore in tema di segni di qualità dei prodotti alimentari: entropia e storytelling*, cit., 15. Cfr. A. VANZETTI, V. DI CATALDO, *Manuale di diritto industriale*, Milano, 2009, 284; E. LOFFREDO, *Profili giuridici della tutela delle produzioni tipiche*, in *Riv. Dir. Ind.*, 2003, I, 154ss; G.E. SIRONI, *Conflitti tra marchi e indicazioni comunitarie di qualità (DOP, IGP, STG)*, in (a cura di) B. UBERTAZZI, E. MUNIZ ESPADA, *Le indicazioni di qualità degli alimenti.,* cit., 238-240.

[158] Una prassi in realtà avallata anche dalla legislazione italiana, si veda l. comunitaria n. 128/1998 che all'art. 53, co. 16, prevede "Gli eventuali *marchi collettivi* che identificano i prodotti DOP, IGP e STG, sono detenuti, in quanto dagli stessi registrati, dai consorzi di tutela per l'esercizio delle attività loro affidate. I marchi collettivi medesimi sono utilizzati come segni distintivi delle produzioni conformi ai disciplinari delle rispettive DOP, IGP e STG, come tali attestate dalle strutture di controllo autorizzate ai sensi del presente articolo, a condizione che la relativa utilizzazione sia garantita a tutti i produttori interessati al sistema di controllo delle produzioni stesse." Ossia, non distingue tra marchi collettivi registrati anteriormente o posteriormente al riconoscimento europeo di una DOP/IGP.

[159] Reg. (CE) n. 1107/96 della Commissione del 12 giugno 1996 sulla registrazione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine nel quadro della procedura di cui all'articolo 17 del regolamento (CEE) n. 2081/92 del Consiglio.

[160] Marchio comunitario collettivo n. 006103899, depositato in data 16 luglio 2007, registrato in data 18 settembre 2008, per la classe 29 (Formaggio Parmigiano Reggiano), di titolarità del Consorzio del Formaggio Parmigiano-Reggiano.

[161] Costituito, nella parte superiore, dalla figura di una fetta e di una forma di formaggio Parmigiano Reggiano e da un coltellino nonché, nella parte inferiore, dalla scritta PARMIGIANO REGGIANO.

apposita convenzione ai soggetti che hanno uno stabilimento
di confezionamento ubicato nella zona di origine ed immessi nel sistema di controllo della DOP Parmigiano Reggiano. Così facendo il Consorzio può (i) limitare l'uso del proprio marchio ai soli propri associati, non potendo introdurre tale limite con riferimento alla DOP e (ii) rafforzare la protezione giuridica dell'espressione linguistica riconosciuta come DOP, aggiungendo agli strumenti di reazione pubblicistica quelli privatistici inerenti la protezione del marchio[162].

D'altronde, non mancano le voci discordanti[163] che ammettono la configurabilità di una simile convivenza tra marchi collettivi geografici e DOP/IGP e che, così, avalla una simile pratica.

Che si abbracci la prima o la seconda posizione, comunque è riconosciuto un margine di convivenza tra DOP/IGP e marchi collettivi geografici: la scelta dello strumento appare condizionata dagli interessi perseguiti e in questo disegno le Ig offrono una struttura protettiva più sviluppata.

Ricapitolando quanto fin qui esposto, DOP e IGP non sono protette solo dal rischio di confusione e di effettiva associazione, ma anche da qualsiasi altra indicazione o pratica falsa o ingannevole sull'origine del prodotto, nonché dal rischio di diventare generiche.

Inoltre, in caso di effettiva associazione non è richiesto al titolare della Ig di dimostrare la notorietà del proprio segno, e neppure che vi sia un vantaggio indebito o un danno alla distintività o reputazione della stessa DOP/IGP.

Ultimo aspetto da sottolineare per comprendere la distinzione tra i due istituti è la previsione della clausola del *fair use* di un nome geografico con riferimento al marchio collettivo, mentre non c'è spazio per questa eccezione con riferimento alle Ig.

La vasta protezione così configurata è giustificata dal fatto che alla base di questi segni distintivi vi siano degli interessi pubblicistici (come preservare il patrimonio culturale di una comunità, valorizzare la produzione tradizionale delle zone tipiche, informare i consumatori, realizzare un più generale disegno di sviluppo dell'economia rurale dell'Unione) e non interessi privati prettamente economici.

Tale protezione assume concretezza grazie alla strategia di controlli e vigilanza affidata agli

---

[162] In questo senso P. BORGHI, *Sovrapposizioni tra ordinamenti e "fantasia" del legislatore in temi di segni di qualità dei prodotti alimentari: entropia e storytelling,* cit., 15. Cfr. G. LA VILLA, *Denominazioni di origine e indicazioni geografiche nel diritto comunitario,* in *Il diritto industriale*, 1995, 154ss.

[163] C.GALLI, *Globalizzazione dell'economia e tutela delle Denominazioni d'origine e prodotti agroalimentari*, cit., 77-80; S. MAGELLI, *Marchio e nome geografico*, in *Studi di diritto industriale in onore di Adriano Vanzetti. Proprietà intellettuale e concorrenza*, Milano, Giuffrè Editori, 2004, 55ss.

Stati membri e attivabile *ex officio*.

5.3. Indicazioni geografiche per i prodotti vitivinicoli.

Con riferimento alle indicazioni geografiche per i prodotti vitivinicoli, come si è detto, si è assistito ad una volontà del legislatore europeo di semplificare l'istituto attraverso il ravvicinamento della disciplina a quella prevista per i prodotti agroalimentari: a partire dallo stesso lessico utilizzato, ossia il ricorso ai termini di DOP e IGP.

Nello specifico, le discipline sono ancora previste in testi differenti; il regolamento n. 1308/2013 si occupa delle "Denominazioni di origine, indicazioni geografiche e menzioni tradizionali nel settore vitivinicolo" agli artt. 92-116, andando a configurare un sistema che presenta tutti gli elementi predisposti dal reg. n. 1151/2012, con alcune peculiarità.

Guardando alle definizioni di DOP e IGP si assiste ad una prima differenziazione: per entrambe si riconosce la necessità che le fasi della produzione si svolgano tutte nell'area geografica delimitata. La differenza tra DOP e IGP si manifesta, allora, solo nella quantità di caratteristiche ricollegabili all'origine geografica, nonché nella provenienza della materia prima, che per la DOP deve essere interamente proveniente dalla zona delimitata e per la IGP deve provenire almeno per l'85% esclusivamente da essa. Resta fermo il concetto di base, ossia le prime si caratterizzano rispetto alle seconde per un legame più intenso con il territorio.

La sostanziale coincidenza trova conferma anche nella comparazione degli ulteriori elementi di disciplina che si sono in precedenza analizzati con riferimento alle DOP e IGP. Si ha, ad esempio, una convergenza in merito al contenuto del disciplinare, anche se in caso di prodotti vitivinicoli non è richiesto di indicare gli elementi che comprovano il legame del prodotto con l'ambiente geografico[164]. Un'altra distinzione, che può essere segnalata, attiene al divieto di registrare DOP e IGP che si pongano in conflitto con il nome di una varietà vegetale, divieto non previsto nel reg. 1308/2013[165]. In ogni caso, si tratta di differenze non decisive in un'economia di sostanziale omogeneità regolativa[166].

---

[164] Art. 94, par. 2, reg. 1308/2013.

[165] Come emerge dal confronto tra l'art. 100 par. 3, reg. 1308/2013 (nel quale si afferma che il nome di una varietà di uva da vino, *se contiene o è costituito da una DOP o IGP*, non può essere utilizzato nell'etichettatura dei prodotti agricoli) e l'art. 6, par. 2, reg. 1151/2012 (nel quale invece si sostiene che il *nome non può essere registrato DOP o IGP* qualora sia in conflitto con il nome di una varietà vegetale e possa indurre in errore il consumatore quanto alla vera origine del prodotto).

[166] Si veda M. FERRARI, *La dimensione proprietaria delle indicazioni geografiche. Uno studio di diritto comparato.,* cit., 119-120.

Anche con riferimento al rapporto tra denominazioni protette dei vini e marchi, già a partire dal regolamento 478/08 sulla organizzazione comune del mercato vitivinicolo vennero riprese le tre ipotesi di conflitto sopra esaminate e sono state poi confermate dai più recenti regolamenti, cosicché le valutazioni espresse nel paragrafo precedente possono, *mutatis mutandis*, riferirsi anche al nuovo sistema di DOP e IGP nel settore vitivinicolo.

5.4. Indicazioni geografiche semplici.

Per completare la panoramica europea sull'istituto delle indicazioni geografiche, si rivela necessario fare un cenno al fenomeno delle indicazioni geografiche semplici.
Le stesse consentono di riflettere sulla natura del rapporto tra il sistema di tutela offerto dalla legislazione comunitaria a DOP e IGP e lo spazio di tutela che, eventualmente, viene riconosciuto ai regimi nazionali.
Con la locuzione "indicazione geografica semplice" si va, infatti, a delineare una categoria che ricomprende tutte le indicazioni geografiche non tutelate o non tutelabili dal diritto dell'Unione e ne deriva la necessità di interrogarsi circa la configurabilità di una loro protezione a livello nazionale, da parte degli Stati membri. In altre parole, si tratta di un *tertitum genus* di indicazioni non contemplate dal regolamento, e quindi non registrabili a livello europeo, in relazione alle quale si possono configurare essenzialmente due situazioni[167].
La prima è quella dei segni che non possono essere DOP/IGP perché relativi a prodotti diversi da quelli cui i regolamenti comunitari si applicano oppure perché sono costituite da segni diversi dai "nomi" che possono essere registrati[168]: in questi casi la protezione nazionale può ritenersi giustificata dall'esistenza di una qualità o di una reputazione derivanti dal territorio di origine[169].
La seconda ipotesi è quella delle indicazioni geografiche semplici quali segni che si limitano ad esprimere la provenienza di un prodotto da un determinato territorio, senza che da tale provenienza discendano particolari caratteristiche o qualità del prodotto stesso. In tali fattispecie, l'indicazione geografica manca del requisito fondamentale per configurare una DOP

---

[167] G. E. SIRONI, *Conflitti tra marchi e indicazioni comunitarie di qualità (DOP, IGP, STG)*, cit., 232.
[168] Si pensi alle c.d. denominazioni o indicazioni indirette/tradizionali, ossia segni che, pur non essendo toponimi, sono collegati nella mente del pubblico ad una determinata località. Come si è accennato *supra*, non sono più registrabili come DOP/IGP dal 2004.
[169] G. E. SIRONI, ibidem, 233. Cfr. D. SARTI, *Commento al regolamento CE 510/2006 sulla protezione comunitaria delle denominazioni d'origine e indicazioni geografiche*, in *Proprietà intellettuale e concorrenza*, Padova, 2007, 1036; F. CAPELLI, *La sentenza Warsteiner in materia di denominazioni di origine: un contributo alla soluzione di un equivoco*, in *Diritto comunitario e degli scambi internazionali*, Napoli, 2001, 297.

o IGP, ma non può nemmeno assurgere a marchio individuale per il divieto imposto dal diritto comunitario con riferimento al marchio individuale geografico. In un'ottica di preoccupazioni antimonopolistiche, si segnala che, con quest'ultima considerazione, si evita che vengano registrati come marchi dei segni che potrebbero, in un secondo momento, acquisire le caratteristiche di una DOP e IGP.

Tale indicazione può solo significare che il prodotto è stato ottenuto nel territorio conosciuto con quel nome: unica condizione per l'apposizione del segno è quella della veridicità[170]. Inizialmente, si era dubitato che il sistema comunitario consentisse una simile possibilità[171], ritenendo che la disciplina comunitaria sull'origine dei prodotti agroalimentari potesse essere segnalata unicamente attraverso le norme su DOP e IGP.

Invece, la Corte di Giustizia ha avuto più volte la possibilità di esprimersi sul punto riconoscendo che le denominazioni prive di registrazione comunitaria possano essere tutelate da una disposizione nazionale nel caso di prodotti per i quali non esiste un nesso particolare tra origine e caratteristiche, a condizione che l'applicazione di siffatta disciplina non comprometta gli obiettivi perseguiti dalle norme UE sulla tutela di DOP e IGP e non sia in contrasto con la libera circolazione delle merci[172].

Sin da prima dell'entrata in vigore del primo regolamento in materia, n. 2081/92, nel caso *Exportur*[173] la Corte riconosce la necessità di tutelare simili indicazioni, riconoscendo che possono "*godere di una grande reputazione presso i consumatori e costituire per i produttori un mezzo essenziale per costituirsi una clientela*"[174]. Soprattutto, in assenza di una tutela comunitaria, rico-

---

170 A. GERMANO', *Manuale di diritto Agrario,* Torino, VIII ed., 2016, 230-231.

171 La Commissione stessa, soprattutto nei primi anni di vigenza del regolamento 2081/92, si era espressa nel senso di non ammettere protezioni ulteriori rispetto a quelle del regolamento. Si veda in tal senso F. CAPELLI, *La sentenza Wairsteiner*, cit., 290-291. Inoltre, alcuni autori segnalano come la durevole prassi della Commissione (poi "travolta" dalla Corte di Giustizia) si è formata a far data dalla direttiva 70/50 del 22 dicembre 1969, la quale vieta, appunto, "le misure che favoriscono i prodotti nazionali o accordano loro una preferenza" (art. 2) che finiscano con il costituire una misura avente effetto equivalente alle restrizioni quantitative vietate dall'art. 34 del TFUE. In particolare, rientrano in tale categoria le misure che "riservano al soli prodotti nazionali denominazioni che non costituiscono né denominazioni di origine né indicazioni di provenienza" (art. 2.3, lett. s). Vedi A. GERMANO', E. ROOK BASILE, *Diritto agrario*, in (a cura di) G. AJANI, G. A. BENACCHIO, *Trattato di diritto privato dell'Unione europea*, Torino, 2006, 282.

172 F. PRETE, *La protezione nazionale delle indicazioni geografiche semplici. La saga del Salame Felino: ultimo atto*, in *Riv. Dir. Alim.*, aprile-giugno 2014, fasc. 2, 30-43.

173 Corte di Giustizia 10 novembre 1992, *Exportur Sa c. Lor Sa e Confiserie du Tech Sa*, causa C-3/91 (in particolare, punto 11).

174 Punto 28 della sentenza Exportur: "*La posizione assunta dalla Commissione, che concorda con quella difesa dalla LOR e dalla Confiserie du Tech, va disattesa. Essa si risolverebbe infatti nel privare di qualsiasi tutela le denominazioni geografiche che siano usate per dei prodotti per i quali non si può dimostrare che debbano un sapore particolare ad un determinato terreno e che non siano stati ottenuti secondo requisiti di qualità e norme di fabbricazione stabiliti da un atto delle pubbliche autorità, denominazioni comunemente chiamate indicazioni di provenienza. Queste denominazioni possono ciò nondimeno godere 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. Esse devono quindi essere tutelate.*"

nosce che possa essere accordata alle stesse una tutela nazionale senza cadere in contrasto con la libera circolazione delle merci, poiché proteggere simili denominazioni *"mira a garantire la lealtà della concorrenza*" e, dunque, "*può essere considerato compreso nella salvaguardia della proprietà industriale e commerciale*"[175]. In virtù di tale appartenenza, la protezione delle indicazioni geografiche semplici consente di derogare alle disposizioni in materia di libera circolazione delle merci, in quanto eccezione prevista dall'art. 36 del Trattato CEE (ora art. 36 del TFUE).

Anche nella pronuncia *Warsteiner*[176], la Corte afferma la compatibilità con il diritto comunitario di norme nazionali che assicurino la protezione delle indicazioni geografiche al di fuori dei casi contemplati dal regolamento comunitario[177].

Coerentemente, negli anni seguenti la Corte si è pronunciata due volte sul caso della birra *Bud*[178]. In primo luogo, la Corte ha confermato la questione inerente all'ammissibilità della tutela delle indicazioni geografiche semplici a livello nazionale, anche se, nel caso di specie, si estendeva oltre il rischio di inganno[179]. La protezione di queste indicazioni viene ritenuta, nuovamente, non in contrasto con il principio di libera circolazione delle merci perché giustificato da ragioni di tutela della proprietà industriale e commerciale[180].

Oltre a ciò, nella sentenza *Bud II* la Corte prende posizione su un punto particolarmente importante nella definizione delle DOP e IGP (c.d. indicazioni geografiche qualificate). Nella citata sentenza, infatti, si afferma la natura "esaustiva" della disciplina dettata dai regolamenti comunitari, introdotta, appunto, con lo scopo di sostituire i precedenti analoghi istituti nazionali, integrando le procedure decisionali nazionali e comunitarie in un unico strumento[181]. Solo attraverso i mezzi predisposti dall'Unione si può dunque esprimere il *le-*

---

175 Punto 37 della sentenza Exportur.

176 Corte di Giustizia 7 novembre 2000, *Schutzverband gegen Unwesen in der Wirtschaft eV. Warsteiner Brauerei Haus Cramer GmbH & Co. KG*, causa C-312/98.

177 Punto 54 della sentenza Warsteiner: "*il regolamento n. 2081/92 non osta a una normativa nazionale che proibisca l'uso ingannevole di una indicazione di origine geografica che non implica nessun rapporto tra le caratteristiche del prodotto e la sua origine geografica*".

178 Corte di Giustizia 18 novembre 2003, *Budejovický Budvar, národní podnik c. Rudolf Ammersin GmbH* (detta "Bud I"), causa C-216/01 e Corte di Giustizia 8 settembre 2009, *Budejovický Budvar, národní podnik c. Rudolf Ammersin GmbH* (detta "Bud II"), causa C-478/07.

179 Punto 78 della sentenza *Bud I*: "*Il regolamento n. 2081/92 non osta all'applicazione di una disposizione di un trattato bilaterale, concluso tra uno Stato membro ed uno Stato terzo, che attribuisce ad un'indicazione di origine geografica semplice e indiretta del detto paese terzo una*
tutela nello Stato membro importatore che è indipendente da qualsiasi rischio d'inganno e consente di impedire l'importazione di un prodotto regolarmente commercializzato in un altro Stato membro."

180 Punti 99-102 della sentenza *Bud I* e punti 77-85 della sentenza *Bud II*.

181 Punti 114-129 della sentenza *Bud II*, dove la Corte elenca gli elementi che fanno comprendere come il legislatore abbia inteso imprimere una natura esauriente al regolamento, che non lascia spazio per diversi regimi nazionali sulle indicazioni geografiche qualificate.

game qualitativo essenziale con la zona d'origine, così come rappresentato dalle DOP e IGP.

Non sono mancate le voci critiche[182] ad una siffatta presa di posizione, le quali portano a concludere che, tanto sotto il profilo formale quanto sotto quello sostanziale, gli Stati membri non hanno mai rinunciato alla propria competenza in materia e per questo vari autori auspicavano che il legislatore del reg. 1151/2012 chiarisse definitivamente il punto controverso.

Nel più recente regolamento, invece, permane un'incertezza sulla questione della ripartizione della competenza tra Unione e Stati membri.

Infatti, nonostante la posizione della Corte, il regolamento non è fondato su norme che attribuiscano all'Unione una competenza esclusiva in materia di indicazioni geografiche: sono infatti richiamati gli artt. 43[183] in materia di politica agricola e l'art. 118, primo comma[184], in relazione alla creazione di titoli di privativa europea. Si tratta, in entrambi i casi, di una attribuzione all'Unione di una competenza "concorrente", ovverosia come materia per la quale esistono due livelli di governo (nazionale ed europeo) con eguali possibilità di interventi normativi e per la quale vige il principio di sussidiarietà. L'Unione ha dunque predisposto degli strumenti che consentono di tutelare i diritti di proprietà intellettuale in tutti gli Stati membri, ma non significa (sottolineano alcuni autori[185]) che gli Stati membri vengano espropriati del loro potere di tutelare i diritti di proprietà intellettuale mediante la propria normativa interna, nel rispetto, chiaramente, del principio della prevalenza del diritto comunitario.

Se la registrazione in sede comunitaria è l'unica in grado di garantire la tutela della denominazione protetta all'interno di tutto il territorio del mercato unico, una parte della dottrina italiana continua ad interrogarsi circa la configurabilità di una coesistenza con un alternativo regime nazionale, che abbia appunto efficacia solo all'interno dello Stato in questione. Questa esigenza sembrerebbe nascere dalla sovrabbondanza di DOP/IGP, registrate a livello europeo, dovuta all'affermarsi di una competenza esclusiva dell'Unione e che conduce ad

---

182 Cfr. V. RUBINO*, Indicazioni geografiche indirette e denominazioni di origine dei prodotti alimentari nella sentenza BUD II*, in *Diritto comunitario e degli scambi internazionali*, 2010, 225; F. CAPELLI, *Il Regolamento (UE) n. 1151/2012 sui regimi di qualità dei prodotti agro-alimentari: luci e ombre*, in *Riv. Dir. Alim.*, gennaio-marzo 2014, fasc. 1, 52-60.

183 L'art. 4 TFUE precisa che "agricoltura e pesca" rientrano tra le competenze concorrenti spettanti all'Unione.

184 L'art. 118 TFUE, abbiamo già accennato alla nota (77), costituisce la base giuridica anche per la disciplina comunitaria del marchio UE. In questo settore l'Unione disciplina direttamente il marchio europeo attraverso il reg. UE 2017/1001 che coesiste con i sistemi dei marchi nazionali armonizzati dalla direttiva sui marchi commerciali (direttiva UE 2015/2436 sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri in materia di marchi d'impresa).

185 Tra cui F. CAPELLI, *Il Regolamento (UE) n. 1151/2012 sui regimi di qualità dei prodotti agro-alimentari: luci ed ombre.*, cit., 52-60.

un rischio di banalizzazione del messaggio veicolato da tali strumenti[186].

In un simile contesto si inserisce la sentenza resa in data 8 maggio 2014, nella causa C-35/13 (sul "*Salame Felino*"), dove la Corte di Giustizia dell'Unione europea è tornata a pronunciarsi sul tema dell'interrelazione tra il sistema di tutela stabilito a livello comunitario e i sistemi nazionali.

La Corte ribadisce, per un verso, la natura esauriente del sistema di tutela comunitario e, tuttavia, ammette entro certi limiti la possibilità che le indicazioni geografiche non registrate in sede europea possano costituire oggetto di tutela a livello nazionale[187]. In particolare, configura la possibilità di tutelare a livello nazionale Ig astrattamente rientrabili nel campo di applicazione del regolamento europeo, ma che non siano state iscritte nel registro comunitario: purché si applichi il regime di tutela previsto per le indicazioni semplici[188]. Ciò è possibile nel rispetto di due condizioni[189]: (i) la tutela apprestata non deve compromettere gli obiettivi del regolamento comunitario e (ii) non deve essere in contrasto con il principio di libera circolazione delle merci.

Astrattamente tali indicazioni configurano una misura di effetto equivalente a una restrizione quantitativa alla libera circolazione, ma potrà ammettersi se giustificata da esigenze imperative di interesse generale attinenti in particolare alla tutela della leale concorrenza tra le imprese ovvero alla tutela dei consumatori, richiamando in proposito le condizioni che, secondo il consolidato orientamento della stessa Corte, rendono legittimo il ricorso alla clausola dell'interesse generale[190]. Qui la Corte, invece che ricorrere alla eccezione costituita da motivi attinenti alla proprietà intellettuale (art. 36 TFUE), ricorre alla clausola dell'interesse generale, la quale era stata richiamata, in precedenza[191], relativamente alla ipotesi concernente quelle denominazioni che non designano, né direttamente, né indirettamente, alcuna zo-

---

186 Crf. F. CAPELLI, *La Corte di giustizia, in via interpretativa, attribuisce all'Unione europea una competenza esclusiva in materia di riconoscimento delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche…*, in *Diritto comunitario e degli scambi internazionali*, Napoli, 2010, vol. 49, 401-455.

187 Punto 28 della sentenza *Salame Felino*: "*Per quanto riguarda, quindi, il regime da applicare sul mercato di uno Stato membro, dalla giurisprudenza risulta che, benché il regolamento n. 2081/92 abbia lo scopo di prevedere un sistema di tutela uniforme ed esauriente, detta esclusività non osta, tuttavia, a che si applichi un regime di protezione delle denominazioni geografiche il quale si colloca al di fuori del suo ambito di applicazione.*"

188 Punto 31 della sentenza *Salame Felino*: *"Pertanto, il regime di protezione che può applicarsi, eventualmente, sul mercato di uno Stato membro, a una denominazione geografica priva di registrazione comunitaria è quello previsto per le denominazioni geografiche concernenti i prodotti per i quali non esiste un nesso particolare tra le loro caratteristiche e la loro origine geografica."*

189 Punto 33 della sentenza *Salame Felino*.

190 Punto 37 della sentenza *Salame Felino*: *"Benché una restrizione del genere possa essere giustificata da un'esigenza imperativa di interesse generale di protezione della leale concorrenza o da quella della tutela dei consumatori, una data disciplina nazionale, per risultare compatibile con il diritto dell'Unione, deve applicarsi in modo non discriminatorio, essere idonea a garantire il conseguimento dello scopo perseguito e non eccedere quanto necessario per il raggiungimento dello stesso."*

191 V. in particolare la sentenza *Bud I*, cit., punti 107-109.

na geografica particolare. In sostanza, il carattere esclusivo del sistema di protezione comunitario comporta un divieto di tutelare come diritti di proprietà industriale indicazioni geografiche che, pur essendo astrattamente riconducibili all'ambito di applicazione del regolamento di base, non siano state registrate in sede europea.

L'esplicita presa di posizione sul punto da parte della Corte appare particolarmente importante nella misura in cui contribuisce a rendere più chiaro il quadro giuridico di riferimento, senza però, è dato ritenere, chiudere il dibattito una volta per tutte, specialmente per quanto concerne le modalità attraverso le quali tali indicazioni possono in concreto trovare protezione nei singoli ordinamenti nazionali[192].

6. Osservazioni sul sistema europeo.

Nell'Unione europea, si è scelto di prevedere un sistema accentrato di tutela del nesso origine-qualità per i prodotti agroalimentari (intesi in senso ampio) che consente di proteggere le indicazioni geografiche in tutto il territorio dell'Unione, mentre per tutti gli altri prodotti una tutela uniforme è realizzabile solo attraverso il marchio collettivo.

Le indicazioni geografiche sono uno strumento di proprietà intellettuale dotato, però, di propri caratteri pubblicistici, come si evince, ad esempio, dal loro rapporto con i marchi, che comporta una deroga al principio di prevalenza dei diritti anteriormente acquisiti, o, ancora, dalla insensibilità della registrazione a fatti sopravvenuti (in questo senso, la volgarizzazione non ha effetto) oppure dal limitato ambito di cancellazione della domanda (ex. art. 12, reg. 1151/2012) e così via. Una scelta giustificata dalla volontà di realizzare una serie di politiche pubblicistiche, come favorire la diversificazione della produzione agricola europea, garantire un reddito adeguato agli agricoltori, sostenere le popolazioni rurali delle aree periferiche… Vengono in gioco, poi, anche esigenze di garanzia del consumatore, sempre più attento alla qualità e alle informazioni sulla provenienza del prodotto, le quali, adeguatamente veicolate, possono aiutarlo ad orientarsi nella scelta del suo acquisto.

L'esaustività del sistema, di cui si fa portatrice la Corte, in realtà si è manifestata *in nuce* fin dal primo reg. n. 2081/92, infatti, il legislatore europeo ha da subito regolato la materia attraverso un "regolamento", mentre non si è avvalso dello strumento della "direttiva", a differenza dell'approccio adottato in materia di marchi. Ciò manifesta una scelta di precludere

---

[192] F. FALCONI, *La tutela delle indicazioni geografiche qualificate dei prodotti agroalimentari non registrate in sede europea: note a Corte di Giustizia UE (IX sezione), 8 maggio 2014, causa C-35/13,* in *Cuadernos de Derecho Transnacional*, ottobre 2014, vol. 6, n. 2, 330-342.

agli Stati membri di mantenere o introdurre *ex novo* attestazioni pubbliche con la stessa funzione di DOP e IGP.

Dall'altro lato, non va sottovalutata la recente apertura della Corte, in base alla quale le discipline nazionali possono andare a tutelare situazioni a metà strada tra le indicazioni geografiche qualificate e semplici, per tutti quei prodotti che hanno un ruolo ed un significato nel mercato locale e non necessitano, dunque, di una tutela forte ed estesa come quella europea. Si tratta di un'evoluzione che mira a rafforzare lo stesso istituto di DOP e IGP e che nasce dalla constatazione della proliferazione di tali segni, in particolare negli Stati dal consistente patrimonio culturale gastronomico[193].

Il problema, dunque, è quello di trovare un equilibrio che però preservi dal rischio di generare un sistema di ulteriore frammentarietà in un contesto, come è emerso dalla presente trattazione, di continue stratificazioni e di conseguente complessità.

[193] In tal senso si veda N. COPPOLA, *The CJEU confirms the exclusive character of EU competence in PDO/PGI schemes,* in *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 2014, Vol. 9, n. 9, 717-718. L'autore, infatti, nota, con riferimento alla sentenza *Salame Felino*: "*The decision is, however, capable of having a negative impact on the protection of traditional products not covered by a PDO or PGI entitlement in the Member States, in the sense of impeding a formal national recognition of their link with a geographic place, such as the inclusion in a registry of traditional products linked to a place (there are about 4,000 in Italy alone, compared to 'only' 230 Italian products registered as a PDO or PGI). The registration of all those products under PDO/PGI schemes is neither practical nor desirable, because this would inflate the EU quality schemes system.*"

CAPITOLO 2

DALLA DIMENSIONE NAZIONALE ALLA DIMENSIONE GLOBALE: ATTRAVERSO LA CONTRAFFAZIONE

1. In Italia.

Nel primo capitolo è emerso il ruolo fondamentale nell'Unione giocato dalla disciplina europea in materia di "segni di qualità" quali DOP e IGP, dal momento che il legislatore europeo, per gli scopi richiamati a più riprese, si è avvalso dello strumento del regolamento per creare un quadro di tutela uniforme in tutti i Paesi membri. D'altro canto, per comprendere appieno il sistema assume rilievo accennare al ruolo giocato dal singolo Stato membro nella definizione delle indicazioni geografiche. In primo luogo, infatti, è a livello nazionale che prendono forma concretamente le disposizioni del regolamento, ad esempio con riferimento all'individuazione degli organismi di controllo del settore[194], nonché all'implementazione degli strumenti adatti ad assolvere la funzione di vigilanza del sistema stesso. Inoltre, come accennato con riferimento alla sentenza "Salame Felino" della Corte di Giustizia, nonostante la declamata natura "esaustiva" del sistema europeo, traspare, al contempo, una dimensione residuale di tutela, entro la quale può muoversi il legislatore nazionale. Da simili premesse deriva la necessità di approfondire la tutela nazionale dell'istituto ad esempio analizzando lo scenario positivo di uno Stato membro quale l'Italia.

---

[194] In Italia, tali attività sono affidate ai *consorzi di tutela*, i quali sono incaricati di predisporre una precisa azione di *governance* del sistema delle DOP/IGP. La l. comunitaria n. 526/1999 in materia di competenze dei consorzi, prevede tre funzioni fondamentali: 1) la tutela della denominazione; 2) la promozione e la valorizzazione della denominazione; 3) l'informazione del consumatore. Per far ciò, i consorzi possono i) avanzare proposte di disciplina regolamentare; ii) definire programmi finalizzati al miglioramento qualitativo delle produzioni (in termini di sicurezza igienico-sanitaria e delle caratteristiche qualitative); iii) collaborare all'attività di vigilanza e di salvaguardia da azioni di concorrenza sleale. Quest'ultimo aspetto, da realizzarsi con la stretta collaborazione tra consorzi di tutela e l'Ispettorato Centrale Qualità e Repressioni Frodi, è finalizzato alla verifica dei requisiti previsti dal disciplinare e all'attività di vigilanza sui prodotti commercializzati sul territorio dell'Unione europea da realizzarsi mediante un piano di controllo (D.M. 12/10/2000). Per il legislatore italiano le attività di verifica assegnate ai consorzi sono da intendersi rivolte "prevalentemente" alla commercializzazione e, in ogni caso, dopo che è stata completata l'attività di controllo da parte dell'organismo di certificazione autorizzato: così si fornisce ai consumatori la necessaria garanzia della qualità e al contempo una protezione nei confronti degli stessi produttori verso comportamenti sleali che si potrebbero realizzare in fase di commercializzazione.
Non può non sfuggire come il Reg. 1151/2012 non intervenga nella composizione dei Gruppi e sul loro effettivo livello di rappresentatività della filiera (art. 45). Al contrario, il legislatore italiano, per i consorzi di tutela, interviene distinguendo il ruolo dei suoi membri tra soggetti "produttori e trasformatori interessati alla denominazione" e soggetti "produttori e utilizzatori" (legge comunitaria n. 526/99) con l'obbligo che questi ultimi rappresentino la filiera. Vedi F. ARFINI, *Il nuovo Pacchetto Qualità: uno strumento (potenziale) a supporto delle politiche sviluppo rurale*, in *Agriregionieuropa*, 2013, n. 35.

La scelta ricade sul sistema italiano in virtù del "peso" che l'istituto delle indicazioni geografiche assume nel nostro paese, il quale, per ragioni storiche, geografiche e politiche, presenta un panorama enogastronomico frammentato e diversificato. Lo confermano dati statistici positivi[195] che indicano l'Italia quale paese che detiene il primato nell'Unione europea per numero di riconoscimenti di indicazioni geografiche (dati aggiornati al 2019). Occorre, inoltre, segnalare che il comparto delle indicazioni geografiche contribuisce al consolidamento della reputazione del più generale fenomeno del c.d. *Made in Italy*[196], che merita di essere approfondito per comprendere appieno il quadro di tutela della qualità italiana. A tale elemento va accostato il valore aggiunto che può derivare dal legame tra il turismo e l'enogastronomia, anche nei suoi aspetti culturali e ambientali. È proprio nell'ambito turistico che le Ig registrano valori molto importanti nel nostro Paese, confermandosi fondamentali punti di sintesi nei vari distretti sia in termini di promozione, sia in termini di esperienze di viaggio. Secondo un recente studio[197], in Italia il turismo ricollegato alle Ig ha assunto un ruolo strategico fondato su un concetto di "paesaggio enogastronomico", ovvero un insieme di cultura, persone, ambiente, attività e prodotto tipico, che il turista italiano (e non solo) prende sempre più in considerazione quando sceglie la meta del suo prossimo viaggio[198].

Meno noto e più difficile da quantificare è, però, lo specifico valore economico che l'identità territoriale dei prodotti certificati può rendere, nonostante sia sempre più evidente la richiesta e la disponibilità del consumatore a pagare per trasparenza, origine, modalità di produzione e tracciabilità dei prodotti che acquista. Il punto di partenza è la valorizzazione del legame tra prodotto di qualità e territorio d'origine, poiché tutelando il segno geografico

---

[195] In Italia si contano attualmente 299 DOP e IGP e 2 STG nel settore *Food* e 523 tra DOP e IGP relative ai vini: le DOP/IGP valgono oltre 15 miliardi di euro, pari al 18% del valore complessivo del settore agroalimentare nazionale. V. *Elenco delle denominazioni italiane, iscritte nel Registro delle denominazioni di origine protette, delle indicazioni geografiche protette e delle specialità tradizionali garantite (Regolamento UE n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio del 21 novembre 2012)* (aggiornato al 26 marzo 2019), dal sito del Ministero delle politiche agricole alimentari, forestali e del turismo, disponibile all'indirizzo on-line: https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/2090 (ultimo accesso 22 giugno 2019).

[196] Il fenomeno del *Made in Italy* viene spesso riassunto con il riferimento alle c.d. quattro A associate dal pubblico in generale con la produzione italiana di qualità (ossia Alimentari-vini, Abbigliamento-moda, Arredocasa, Automazione-meccanica-gomma-plastica). Vedi A. BIONDI, *Quattro A che spingono il made in Italy,* in *Il Sole 24 Ore*, 15 luglio 2015.

[197] R. GARIBALDI, *Rapporto sul turismo enogastronomico italiano 2019,* disponibile on-line all'indirizzo: https://www.qualivita.it/news/rapporto-sul-turismo-enogastronomico-italiano-2019/ (ultimo accesso 22 giugno 2019).

[198] M. ROSATI, *La #DopEconomy sostiene la crescita culturale, turistica e sociale del Paese*, in *Rapporto 2018 ISMEA - QUALIVITA sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG*, disponibile on-line sul sito di Qualivita.

si tenta di "cristallizzare" sul piano giuridico questo legame, senza trasformare il segno in un mero *trademark*, ma concretizzandone la natura di "diritto ibrido", a cavallo fra aspirazioni pubblicistiche ed interessi privati degli operatori economici[199]. In Italia troppo spesso l'importanza quantitativa (in termini di numero di indicazioni geografiche registrate, di numero di imprese che partecipano al sistema DOP/IGP, di entità del valore aggiunto, di quota delle esportazioni) è spesso assunta nel "discorso politico" come un indicatore di successo *tout court* di una denominazione, al punto che secondo alcuni si tratterebbe ora piuttosto di evitare ulteriori consistenti aumenti nel numero delle registrazioni di nuove DOP/IGP, rendendo il processo di registrazione più selettivo in funzione della dimensione economica e della capacità di mercato del prodotto da registrare, cosa che peraltro sta avvenendo già da alcuni anni. Ma, al di là della considerazione che il diritto alla tutela del nome geografico, rientrando nella tutela della proprietà intellettuale, non dovrebbe essere negato in base alla "dimensione economica", in realtà, alla luce dei dati disponibili di fonte ufficiale (es. Istat, Ismea, Qualivita), non è possibile valutare l'efficacia del sistema delle DOP e IGP e, soprattutto, non è possibile valutare il contributo che ciascuna denominazione fornisce alla vitalità economica delle singole imprese e dei sistemi di imprese ad esse riconducibili[200]. Il panorama delle DOP e IGP italiane si caratterizza per un'elevata eterogeneità rispetto alla diffusione territoriale, al livello di reputazione dei nomi, all'intensità del legame con il territorio e alla modalità di gestione delle azioni di tutela e valorizzazione, solo per citare alcuni elementi caratterizzanti. L'unico dato certo è che le prime dieci produzioni, che detengono oltre l'81% del fatturato nel settore agroalimentare (ed il 58% in quello vitivinicolo), sono controbilanciate da una polverizzazione di piccole realtà che non trovano le forze per affacciarsi fuori dai confini nazionali. C'è chi è grande, ma ha difficoltà a organizzare e contingentare l'offerta; chi invece è troppo piccolo di prodotto non ne ha abbastanza; le DOP/IGP grandi (da un punto di vista "economico", ovvero del fatturato) si sono organizzate con sistemi informativi per la gestione e il monitoraggio di mercato e sono in grado di sostenere efficacemente l'attività di tutela e vigilanza, mentre le altre restano confinate ai mercati locali[201]. Numerose sono, inoltre, le DOP e IGP scarsamente utilizzate da parte delle imprese, soprattutto rispetto alle attese e alle potenzialità.

---

199 L. SALVI, *Tutela dei vini Dop e Igp: procedimento di modifica del disciplinare e valorizzazione del legame col territorio*, in *Riv. Dir. Alim.*, luglio-settembre 2014, fasc. 3, 27-44.

200 G. BELLETTI, A. MARESCOTTI, *Il ruolo e le prospettive della Denominazione di Origine per la valorizzazione del Prosciutto Toscano*, in *Atti dei Georgofili*, 2012, 273-288.

201 V. R. BORIELLO, *Le IG italiane pronte alla sfida della nuova PAC*, in *RAPPORTO 2018 ISMEA - QUALIVITA sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG*, cit.

1.1. L'importanza della tradizione.

Dalle considerazioni appena esposte emerge chiaramente come il fenomeno ricollegato alla origine dei prodotti abbia grande risonanza nel nostro Paese. Si tratta di un'importanza che viene declinata in innumerevoli iniziative che vanno dalle proposte locali volte a tutelare, valorizzare e conservare le tipicità tradizionali territoriali, fino ad assumere la forma di progetti nazionali volti ad affermare un concetto più generale di qualità italiana.

Questo fenomeno viene confermato dalla frammentarietà di simboli e strumenti di natura pubblica disposti per esaltare le tradizioni ed il patrimonio enogastronomico. Lo si coglie nelle iniziative comunali, regionali e solo infine nazionali che si muovono tutte in questa direzione, andando a creare un panorama giuridico stratificato. Ne sono una testimonianza diversi istituti con differente portata e, non sempre, di facile inquadramento. Stiamo parlando, ad esempio, delle denominazioni comunali (De.Co. o De.C.O.) un segno rilasciato dal comune al fine di attestare l'origine del prodotto oltre alla sua composizione. Tale certificazione intende valorizzare l'enogastronomia e la cultura popolare di prodotti che, al momento, non possono essere protetti tramite denominazioni d'origine/indicazioni geografiche in quanto, da un lato, non ne possederebbero i requisiti, dall'altro, l'*iter* procedurale per l'ottenimento del titolo di protezione risulterebbe particolarmente lungo e dispendioso. Ancora, si possono incontrare i c.d. prodotti agroalimentari tradizionali (P.A.T.), acronimo che costituisce un riconoscimento predisposto dal Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali in collaborazione con le singole regioni[202]. Introdotto nel 1999, identifica tutti quei prodotti ottenuti utilizzando metodi di lavorazione, conservazione e stagionatura "consolidati nel tempo, omogenei per tutto il territorio interessato, secondo regole tradizionali, per un periodo non inferiore ai 25 anni", come spiega il MiPAAF. Sono, quindi, tutti quegli alimenti e bevande legati profondamente ad un territorio delimitato, nonché unici nel loro genere. Ogni regione italiana vanta numerosi prodotti P.A.T., che vengono raccolti (regione per regione) in diverse categorie all'interno di un lungo elenco stilato e rivisto periodicamente dal MiPAAF (in cui però non possono comparire prodotti

[202] Il relativo "registro regionale dei prodotti tradizionali" è stato istituito ufficialmente con decreto del MiPAAF n. 173/98. I prodotti tradizionali registrati in Italia ai sensi del d.m. 173/98 ammontano oggi a 5056 (cfr. "Diciottesima revisione dell'elenco dei prodotti agroalimentari tradizionali" in Gazzetta Ufficiale, Serie Generale, n.57 del 9 marzo 2018, Suppl. Ordinario n. 11).

già riconosciuti come DOP o IGP)[203].

Appare utile segnalare che anche a livello nazionale si adottano strumenti atti alla valorizzazione e promozione del patrimonio enogastronomico italiano: in tale contesto si inserisce l'iniziativa lanciata nel 2015 dal nome "*The extraordinary Italian taste*"[204]. Il MiPAAF lo definisce come un segno unico distintivo con cui contrassegnare le produzioni agricole e alimentari italiane all'estero in sede di *marketing* e valorizzazione dei nostri prodotti. Si tratta, dunque, di un contrassegno per gli eventi e le attività promozionali che mira a sostenere l'*export* e combattere la diffusione della contraffazione dell'*Italian sounding* e del *looking alike*.

Gli esempi riportati hanno nature differenti nonché un diverso impatto economico, ma la loro menzione serve a sottolineare come il legislatore italiano si muova in un contesto complesso, e che, da un lato, deve conformarsi alle istanze e spinte europee, mentre, dall'altro, non può dimenticare gli interessi e i bisogni che provengono dalle comunità locali, che per la natura stessa dell'oggetto in questione rappresentano una pietra miliare del concetto origine-qualità[205].

---

[203] L'apprezzamento per questi due strumenti di qualificazione del prodotto sul mercato potrebbe, fra l'altro, essere legato alla lunghezza, complessità ed al costo dell'*iter* di riconoscimento di una denominazione d'origine a livello comunitario (DOP/IGP), sancito dal reg. CEE n. 2081/92 (poi reg. CE 510/06), oggi reg. UE 1151/2012.
Proprio in relazione alla disciplina dettata dai regolamenti comunitari è utile procedere ad un inquadramento giuridico dei due istituti. De.Co. e P.A.T. esprimono le funzioni spettanti ai Comuni e alle Regioni quali amministrazioni locali, sulla base del combinato disposto degli artt. 117-118 della Costituzione e 3-8-13 del d.lgs. 267/00 (Testo Unico degli Enti Locali), da cui si ricaverebbe la competenza delle Amministrazioni a adottare tutte le iniziative volte a proteggere e valorizzare la cultura e l'economia locale. In entrambi i casi traspare la fisionomia di una denominazione geografica semplice, o, come anche è stata definita, di una indicazione di provenienza, in quanto consistono in una attestazione dell'esistenza di un determinato prodotto sul territorio e della relativa denominazione d'uso, senza alcuna concessione al legame fra questo e la qualità dell'alimento. In quest'ottica De.Co. e P.A.T. potrebbero addirittura essere funzionali al procedimento comunitario di riconoscimento delle DOP/IGP, che, per sua natura, richiede la prova della storicità della denominazione e del prodotto. In tal senso V. RUBINO, *Le Denominazioni Comunali d'Origine (De.C.O.) e la loro protezione nel quadro della disciplina comunitaria sulle denominazioni geografiche dei prodotti alimentari*, in *Dir. Unione Europea*, 1/07, 124 ss.
[204] Istituito dal Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali e l'ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), in attuazione del "Piano per la promozione straordinaria del *Made in Italy* e l'attrazione degli investimenti in Italia", adottato con Decreto del 14 marzo 2015 del Ministro dello Sviluppo Economico d'intesa con il Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali ed il Ministro degli Affari esteri e della Cooperazione Internazionale, ai sensi dell'art. 30 del d. l. 133/2014 convertito con modificazioni dalla l. 164/2014.
Il logo è costituito dalla bandiera italiana contrassegnata da tre onde crescenti, simbolo di crescita economica (nonché evocativa dell'immagine di un "morso") e dalla scritta "*The extraordinary Italian taste*".
[205] In una prospettiva più generale V. DI CATALDO, *Denominazioni e indicazioni geografiche tra registrazione comunitaria e protezione nazionale*, in *AIDA*, I, 42-43.
L'autore mette in luce quanto segue. "Esistono molti micro-mercati per prodotti o servizi che per loro natura, per la loro destinazione, per alcune delle loro caratteristiche, o semplicemente per i ridotti volumi della loro produzione, hanno un interesse esclusivamente locale. […] La coesistenza di un mercato europeo unico con molti mercati nazionali o subnazionali è pienamente coerente alla coesistenza di un sistema di titoli unitari a livello di Unione europea con i sistemi nazionali di proprietà industriale. Questi possono quindi sopravvivere, ed è positivo che sopravvivano, perché sono funzionali ad esigenze (nazionali e subnazionali) rispetto alle quali il sistema comunitario si presenta come largamente eccessivo, sovradimensionato quanto a costi e mec-

1.2. Indicazioni geografiche.

Prima di procedere ad approfondire la disciplina italiana, occorre chiedersi quale sia lo spazio d'azione delle previsioni nazionali, dal momento che i regolamenti europei in materia hanno disciplinato verticalmente le indicazioni geografiche nel territorio dell'Unione. Occorre segnalare che per le denominazioni qualificate, come più volte chiarito, si potrà accedere ad una tutela, sul piano sostanziale, solo in seguito alla loro registrazione a livello europeo, salva la prerogativa espressamente riconosciuta agli Stati dal reg. 1151/2012 di concedere una tutela transitoria nelle more del processo di registrazione[206]. Ne deriva che la normativa nazionale esistente rileva soprattutto sotto il profilo sanzionatorio, non essendo nulla previsto in tal senso nei regolamenti comunitari.

Inoltre, la tutela nazionale è tuttora ammissibile quando ci si riferisce a denominazioni ed indicazioni geografiche che non rientrano nel campo di applicazione del regolamento (non riferendosi a prodotti agroalimentari o vitivinicoli), nonché è configurabile una tutela con riguardo alle indicazioni geografiche semplici.

Guardando al panorama nazionale, prima dell'intervento europeo in materia, l'Italia, così come altri paesi mediterranei (in primis, la Francia), presentava una propria disciplina in materia di tutela dell'origine dei prodotti[207]. Il legislatore, infatti, era intervenuto attraverso singole leggi emanate con il precipuo scopo di tutelare specifici prodotti tipici, portatori di una rinomata tradizione gastronomica. A questo proposito, occorre specificare che le grandi DOP/IGP italiane[208], a cui abbiamo accennato, sono perlopiù "vecchie DOP/IGP",

---

canismi procedurali. Corrispondentemente, non si vede quale interesse possa avere il registro dei titoli comunitari ad un affollamento di domande e registrazioni di interesse strettamente locale."

[206] L'art. 9 del reg. 1151/2012 riconosce un ruolo alla tutela nazionale in fase di registrazione della denominazione qualificata. Si tratta di una protezione transitoria con effetti limitati al territorio nazionale dello Stato che la concede. Infatti, dopo il primo vaglio nazionale a cui è sottoposta una domanda di registrazione di DOP/IGP, la stessa autorità nazionale, su richiesta dell'interessato, può concedere una tutela che decade nel momento in cui sia adottata una decisione sulla domanda di registrazione oppure se la domanda è ritirata.

[207] In Italia, la vicenda ebbe inizio con la l. 10 aprile 1954, n. 125, concernente alcuni *formaggi*, proseguendo con le ll. 4 luglio 1970, nn. 506 e 507, sul *prosciutto di Parma e di S. Daniele* (poi sostituite dalle ll. 13 febbraio 1990, n. 26, e 14 febbraio 1990, n. 30); la l. 4 novembre 1981, n. 628, sul *prosciutto veneto berico-euganeo*; la l. 12 gennaio 1990, n. 11, su quello di *Modena*; la l. 30 maggio 1989, n. 224, sul *salame di Varzi* (tutte leggi modificate dagli artt. 60 e 61 della l. 19 febbraio 1992, n. 142); con la l. 5 febbraio 1992, n. 169, e il d.P.R. 20 marzo 1993, n. 164, sugli *oli di oliva vergini ed extravergini*, oltre, naturalmente, a quelle sui *vini* (da ultimo cfr. la l. 10 febbraio 1992, n. 164). Fino a quel momento, nel settore della qualità dei prodotti, anche la Comunità europea era sempre intervenuta in modo verticale, con regolamentazioni rivolte a prodotti specifici quali quelli vitivinicoli.

[208] Secondo i dati riportati dall'Istat, si tratta dei seguenti prodotti: Grana Padano (DOP), Parmigiano Reggiano (DOP), Prosciutto di Parma (DOP), Aceto Balsamico di Modena (IGP), Mozzarella di Bufala Campana (DOP), Mortadella Bologna (IGP), Gorgonzola (DOP), Prosciutto di San Daniele (DOP), Pecorino Romano

ovvero quelle che erano già state protette in base alla normativa nazionale previgente e che poi furono tra le prime ad essere registrate nel sistema europeo attraverso la procedura semplificata prevista dall'allora art. 17 del regolamento n. 2081/92[209].

Al contempo, la progressiva adesione alle Convenzioni internazionali[210] aveva spinto l'Italia a dotarsi anche di una disciplina di carattere più generale sulle indicazioni geografiche[211]. Fondamentale fu la ratifica dell'Accordo TRIPs, alla quale il legislatore si conformò tramite l'adozione del decreto legislativo del 19 marzo 1996, n. 198[212], introducendo una definizione di indicazione geografica nonché una tutela specifica ricondotta agli atti di concorrenza sleale idonei ad ingannare il pubblico (artt. 31-32 d.lgs. 198/96).

Negli stessi termini vennero affrontate le indicazioni geografiche in seno al riassetto organico della materia operato dalla adozione di un unico Codice della proprietà industriale[213], agli articoli 29 e 30 dello stesso codice (Capo II, Sezione II).

Nonostante il chiaro richiamo alla formulazione dell'Accordo TRIPs, la ricostruzione della disciplina prevista dal c.p.i. menziona sia le indicazioni geografiche che le denominazioni d'origine (senza fornirne una distinzione[214]) e provvede ad una definizione unitaria più incisiva rispetto a quella internazionale, a partire dal richiamo ad una origine geografica che

---

(DOP), Bresaola della Valtellina (IGP).

[209] G. BELLETTI, A. MARESCOTTI, *Il ruolo e le prospettive della Denominazione di Origine per la valorizzazione del Prosciutto Toscano*, cit., 273-288.

[210] Come precedentemente accennato si tratta di: Convenzione di Parigi del 1883, Accordo di Madrid del 1891, Convenzione di Stresa del 1951 (sull'uso dei nominativi d'origine e delle denominazioni dei formaggi), Accordo di Lisbona del 1958 e ultimo, ma non per importanza, Accordo TRIPs, ratificato nel 1994.

[211] L. SORDELLI, *Segni distintivi e nomi dei prodotti*, in *Riv. Dir. Ind*, 1959, I, 75ss.

[212] Decreto legislativo 19 marzo 1996, n. 198 di adeguamento della legislazione interna in materia di proprietà industriale alle prescrizioni obbligatorie dell'accordo relativo agli aspetti dei diritti di proprietà intellettuale concernenti il commercio, "Uruguay Round".

Il presente decreto introduce due articoli specifici riferiti alla categoria generale delle indicazioni geografiche (artt. 31-32). L'art. 31 disponeva che "Per indicazione geografica si intende quella che identifica un paese, una regione o una località, quando sia adottata per designare un prodotto che ne è originario e le cui qualità, reputazione o caratteristiche sono dovute esclusivamente o essenzialmente all'ambiente geografico d'origine, comprensivo dei fattori naturali, umani e di tradizione". La norma disponeva inoltre che, fermo il disposto dell'articolo 2598, n. 2, del codice civile e le disposizioni speciali in materia, e salvi i diritti di marchio anteriormente acquisiti in buona fede, costituiva atto di concorrenza sleale, "quando sia idoneo ad ingannare il pubblico, l'uso di indicazioni geografiche, nonché l'uso di qualsiasi altro mezzo nella designazione o presentazione di un prodotto che indichino o suggeriscano che il prodotto stesso proviene da una località diversa dal vero luogo d'origine, oppure che il prodotto presenta le qualità che sono proprie dei prodotti che provengono da una località designata da una indicazione geografica". Tale tutela non permetteva di vietare ai terzi l'uso nella attività economica del proprio nome, o del nome del proprio dante causa nella attività medesima, salvo che tale nome fosse usato in modo da ingannare il pubblico. Vedi I. TRAPE', *I segni del territorio*, Milano, 2012, 168ss.

[213] Il Codice della Proprietà Industriale (c.p.i. nel proseguo) fu emanato nella forma di decreto legislativo del 10 febbraio 2005, n. 30 ed ha comportato il riassetto di una disciplina che risultava dispersa in differenti leggi, portando all'unificazione della materia nonché all'adeguamento della normativa alle regole internazionali e comunitarie.

[214] Una parte della dottrina sostiene, in proposito, che la distinzione in questione sia dunque ridondante e priva di effetti pratici. In (a cura di) A. VANZETTI, *Codice della proprietà industriale*, cit., 564.

comprenda "fattori umani e di tradizione", elementi non previsti dall'articolo 22 TRIPs[215].

In concreto, la formulazione degli articoli 29 e 30 del c.p.i., in un primo momento, richiama testualmente la terminologia già impiegata nei precedenti articoli 31 e 32 del d. lgs. 198/1996, ma è fondamentale la nuova riconduzione della disciplina alla categoria della proprietà industriale.

In primo luogo, infatti, ne deriva l'applicabilità all'istituto della tutela contemplata nel Capo III del codice: per cui, l'uso ingannevole di una indicazione geografica può essere sanzionato attraverso tutte quelle misure cautelari e definitive applicabili per ogni altra ipotesi di violazioni di un altrui diritto di proprietà industriale[216].

In secondo luogo, la nuova collocazione dell'istituto conduce la dottrina ad interrogarsi sulle conseguenze della scelta del legislatore, il quale infatti non prende posizione su alcuni aspetti importanti della materia. Infatti, in base agli articoli 1 e 2 c.p.i., le indicazioni rientrano fra i diritti di proprietà intellettuale c.d. non titolati, vale a dire diritti che si acquistano non attraverso la brevettazione o registrazione, bensì "*negli altri modi*" previsti dal Codice, e che "*sono protetti, ricorrendone i presupposti di legge*", ossia nel momento in cui vengono ad esistenza gli elementi costitutivi della fattispecie delineati dall'art. 29. Le norme, però, non individuano il soggetto in capo al quale sorge il diritto sui segni in questione[217], conseguentemente non si pongono nemmeno il problema di stabilire se e come possa essere trasferito o concesso in licenza.

Con la riforma del Codice della Proprietà Industriale[218] operata nel 2010, resta invariata la previsione dell'articolo 29[219], che stabilisce i requisiti del prodotto affinché possa es-

---

[215] Cfr. S. SANDRI, *La nuova disciplina della proprietà industriale dopo i GATT-TRIPs,* Padova, 1999, 52.

[216] La qualificazione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine come diritti di proprietà industriale comporta l'applicabilità del sistema sanzionatorio regolato dal Codice (artt. 124-126 c.p.i.), e non più solamente di quello previsto dagli artt. 2599-2600 c.c. in materia di concorrenza sleale, nonché delle misure cautelari dallo stesso contemplate (artt. 128-131 c.p.i).A queste si aggiungono, ricorrendo i presupposti per la loro applicazione, le sanzioni previste dal Codice del Consumo per le pratiche commerciali sleali, dal d. lgs. 2 agosto 2007, n. 145 per le ipotesi di pubblicità ingannevole o comparativa illecita, dal d. lgs. 19 novembre 2004, n. 297 relativo alle denominazioni e indicazioni dei prodotti agricoli e alimentari, dal d. lgs. 8 aprile 2010, n. 61 relativo alle denominazioni e indicazioni dei vini e, infine, le sanzioni penali di cui all'art. 517-quater c.p.

[217] Questo porta la dottrina ad interrogarsi circa la natura proprietaria o meno delle indicazioni geografiche, nonché al tentativo di individuare il soggetto titolare del diritto di privativa, rilevante anche in termini di azionabilità dei rimedi disposti a tutela del diritto stesso. Vedi par. 2, del presente capitolo.

[218] Così vengono chiamate le modifiche al c.p.i. apportate dal d. lgs. 13 agosto 2010, n. 131.

[219] Art. 29 c.p.i.: "Oggetto della tutela.

1. Sono protette le indicazioni geografiche e le denominazioni di origine che identificano un paese, una regione o una località, quando siano adottate per designare un prodotto che ne è originario e le cui qualità, reputazione o caratteristiche sono dovute esclusivamente o essenzialmente all'ambiente geografico d'origine, comprensivo dei fattori naturali, umani e di tradizione."

sere protetto[220], mentre il legislatore incide, per quanto qui ci interessa, sul contenuto della tutela attribuito ai segni in questione. L'articolo 30[221], infatti, è stato riscritto in modo da riprendere pressoché alla lettera il dettato dell'art. 13, par. 1, del regolamento n. 1151/2012 sulla tutela di DOP e IGP (approfondito nell'ambito del primo capitolo del presente studio), provvedendo ad una protezione nel nostro paese per tutte le denominazioni d'origine (e quindi non solo quelle del settore agroalimentare registrate a livello comunitario) contro ogni uso non autorizzato che "*consenta di sfruttare indebitamente la reputazione della denominazione protetta*", e cioè anche contro lo sfruttamento parassitario non ingannevole[222].

Con riferimento all'articolo 29, esso offre i requisiti per individuare la fattispecie protetta, ossia (i) l'idoneità del segno a identificare un Paese/regione/località e (ii) che la qualità e/o reputazione e/o comunque le caratteristiche del prodotto siano dovute essenzialmente o esclusivamente all'ambiente geografico d'origine comprensivo dei fattori naturali, umani e di tradizione.

La normativa nazionale chiaramente non prevede una particolare forma di registrazione dei segni di cui all'art. 29, né la previsione di un disciplinare, né la formazione di un organismo consortile. A livello teorico, dunque, si potrebbe notare come tale disciplina sia

---

220 "I requisiti stabiliti dall'art. 29 operano naturalmente per tutti i segni che non siano tutelati sulla base di altre norme speciali, ed in particolare di quelle che prevedono particolari forme di riconoscimento da parte di un'autorità pubblica, come avviene per le denominazioni di origine e le indicazioni geografiche oggetto dei Regolamenti europei, di alcune convenzioni internazionali o di leggi speciali del nostro ordinamento." In tali situazioni, si può procedere ad apprestare la tutela al segno senza la necessità di procedere alla verifica della sussistenza degli elementi previsti dall'articolo 29 stesso. In (a cura di) C. GALLI, A. M. GAMBINO, *Codice commentato della proprietà industriale e intellettuale*, Milano, 2011, 425.

221 Art. 30 c.p.i.: "Tutela.
1. Salva la disciplina della concorrenza sleale, salve le convenzioni internazionali in materia e salvi i diritti di marchio anteriormente acquisiti in buona fede, è vietato, quando sia idoneo ad ingannare il pubblico, l'uso di indicazioni geografiche e di denominazioni di origine, nonché l'uso di qualsiasi mezzo nella designazione o presentazione di un prodotto che indichino o suggeriscano che il prodotto stesso proviene da una località diversa dal vero luogo di origine, oppure che il prodotto presenta le qualità che sono proprie dei prodotti che provengono da una località designata da un indicazione geografica.
2. La tutela di cui al comma 1 non permette di vietare ai terzi l'uso nell'attività economica del proprio nome o del nome del proprio dante causa nell'attività medesima, salvo che tale nome sia usato in modo da ingannare il pubblico."

222 Più precisamente, si è osservato che l'espressione "sfruttamento indebito" si riferisce a "tutte quelle ipotesi di parassitismo o *free riding* nelle quali l'usurpatore si viene a trovare in condizione di vendere più agevolmente i suoi prodotti (sia in termini di risparmi di costi, sia in termini di più facile "presa" sul pubblico), grazie agli effetti (per lui) vantaggiosi di un collegamento all'indicazione o alla denominazione geografica e al conseguente riversarsi della reputazione loro connessa sui prodotti in questione". Vedi G. E. SIRONI, *La modifica della disciplina delle indicazioni geografiche*, in *Il Diritto Industriale*, 2010, 6, 536ss.
Si segnala, inoltre, che in vigore della precedente formulazione dell'art. 30 c.p.i. si procedeva alla tutela delle stesse situazioni sulla base di una clausola di salvezza (presente nello stesso articolo), vale a dire il richiamo alla disciplina sulla concorrenza sleale. Più precisamente, l'uso indebito di indicazioni geografiche e di denominazioni di origine è stato da sempre considerato dalla dottrina e dalla giurisprudenza prevalente come un atto di concorrenza sleale per appropriazione di pregi ai sensi dell'art. 2598, n. 2 c.c. In (a cura di) A. VANZETTI, *Codice della proprietà industriale*, cit., 567.

più favorevole di quella comunitaria in termini di accesso alla tutela del segno, al punto che la semplice esistenza dei due requisiti richiamati consentirebbe l'esistenza, anche in questa categoria (così come avviene per i marchi), di segni di fatto[223]. Eppure, le molteplici sentenze della Corte di Giustizia sulla esaustività del sistema comunitario (richiamate al termine del primo capitolo) portano ad escludere l'applicabilità di detta definizione ai settori più importanti della materia. Abbracciando *in toto* la posizione comunitaria, la definizione ha una scarsa rilevanza, non essendo applicabile al settore agroalimentare e vitivinicolo.

La conseguente tutela dell'articolo 30[224] trova vasta applicazione con riferimento alle indicazioni: "a un tempo tutelate da (i) leggi speciali, da (ii) norme nazionali di attuazione di convenzioni multilaterali o bilaterali, o (iii) registrate quali DOP o IGP comunitarie". Nell'ultimo caso, in particolare, il giudizio di sussistenza dei requisiti costitutivi non è necessario, facendo al riguardo stato l'accertamento condotto in sede comunitaria[225].

Le indicazioni geografiche semplici sono una ulteriore e diversa categoria rispetto a quella delineata dall'art. 29[226] che, nel nostro Paese, si è ritenuta meritevole di una tutela perché anche la provenienza dell'impresa e dei prodotti possono influenzare le preferenze del pubblico. Questi segni potranno sicuramente avere accesso alla tutela prevista dall'art. 2598 c.c.[227] sugli atti di concorrenza sleale, nonché dalle regole sul divieto di pubblicità in-

---

223 La non obbligatorietà di una procedura di registrazione e di un disciplinare comporta difficoltà di prova in relazione alla sussistenza dei requisiti costitutivi di una denominazione di origine o indicazione geografica non registrata.

224 Alcuni autori chiariscono che il regolamento europeo in materia di DOP/IGP impedisce agli Stati membri di tutelare a livello nazionale indicazioni o denominazioni che potrebbero accedere alla registrazione comunitaria, ma non sono state registrate. Al contempo, lo stesso regolamento, però, non precluderebbe la tutela nazionale derivante dal divieto di atti di concorrenza sleale, né per le denominazioni e indicazioni qualificate, né per quelle non qualificate. In tal senso V. DI CATALDO, *Denominazioni e indicazioni geografiche tra registrazione comunitaria e protezione nazionale*, cit., 47; cfr. P. AUTERI, *Indicazioni geografiche, disciplina delle pratiche commerciali scorrette e concorrenza sleale*, in (a cura di) S. GIUDICI, *Studi in memoria di Paola Frassi*, Milano, 2010, 44ss.

225 D. SARTI, *Indicazioni Geografiche*, in *Il Diritto. Enciclopedia giuridica*, 2007, 7, 650ss. Si veda anche la Suprema Corte italiana nella sentenza 12 febbraio 2015, n. 2828, con la quale ha deciso il caso ("Salame Felino") dichiarando che una denominazione o indicazione qualificata può ottenere tutela ai sensi dell'art. 31 del d. lgs. 198/96 (disciplina ora trasfusa nell'art. 30, c.p.i.) solo se ha ottenuto la registrazione prevista dalla disciplina comunitaria.

226 In questa specifica categoria sembra possibile far rientrare anche la fattispecie del "*made in*", peraltro disciplinata anche da specifica normativa penale e amministrativa, fermo restando che è indiscutibile che la provenienza genericamente italiana, per certi comparti produttivi, è idonea ad attribuire ai prodotti un *surplus* sulla reputazione del prodotto stesso connessa alle tecniche e tradizioni di produzione, il che potrebbe indurre a ritenere che in realtà tale segno costituisca una vera e propria indicazione geografica in tali settori. In (a cura di) C. GALLI, A. M. GAMBINO, *Codice commentato della proprietà industriale e intellettuale*, cit, 430. Vedi *infra*.

227 L'art. 2598 c.c. recita: "Atti di concorrenza sleale.
Ferme le disposizioni che concernono la tutela dei segni distintivi e dei diritti di brevetto, compie atti di concorrenza sleale chiunque: 1) usa nomi o segni distintivi idonei a produrre confusione con i nomi o con i segni distintivi legittimamente usati da altri, o imita servilmente i prodotti di un concorrente, o compie con qualsiasi altro mezzo atti idonei a creare confusione con i prodotti o con l'attività di un concorrente; (…) 3) si vale direttamente o indirettamente di ogni altro mezzo non conforme ai principi della correttezza professionale e

gannevole e di pratiche commerciali sleali[228] mentre la tutela più pregnante dell'art. 30 c.p.i. è dubbia: la dottrina italiana si divide sul punto. C'è chi sostiene che alle indicazioni geografiche semplici la tutela ex articolo 30 c.p.i. può essere applicata solo sotto il profilo del divieto di inganno, posto che la tutela contro l'approfittamento presuppone che al segno sia legato uno specifico messaggio di reputazione[229]. Chi, invece, ritiene che il significato degli artt. 29 e 30 sia quello di estendere la tutela delle indicazioni geografiche e denominazioni di origine rette da un titolo a quelle che siano idonee a svolgere la stessa funzione secondo le leggi del linguaggio comune[230].

Per completare la descrizione dei segni che possono indicare l'origine geografica nell'ordinamento nazionale, è necessario procedere, così come si è fatto a livello europeo nonché proprio per l'influenza della disciplina europea su quella interna, trattando del ruolo dei marchi.

1.3. Il marchio.

A differenza di quanto avviene in materia di Ig, nel sistema europeo si ammette la coesistenza del *marchio dell'Unione*[231], così come disciplinato da ultimo dal Reg. n. 2017/1001, con il *marchio nazionale*, nel rispetto dei principi in materia delineati dalla Dir. n. 2015/2436[232], emanata con lo scopo di armonizzare le varie discipline degli Stati membri.

Ritroviamo, dunque, la disciplina nazionale del marchio nel Codice sulla proprietà industriale a partire dall'articolo 7 e seguenti[233].

Con riferimento all'esaltazione della origine geografica del prodotto, sussiste anche nel nostro ordinamento il divieto per il marchio individuale di essere costituito da segni idonei a designare la provenienza geografica del prodotto (art. 13). Possono veicolare questo messaggio solo il marchio collettivo e il marchio di certificazione/di garanzia.

---

idoneo a danneggiare l'altrui azienda".

[228] Art. 6 della Direttiva n. 2005/29/CE relativa alle pratiche commerciali sleali e art. 3 della Direttiva n. 2006/114/CE concernente la pubblicità ingannevole e comparativa (art. 18, Codice del Consumo e d. lgs. 145/2007).

[229] La tutela del segno qui può aversi solo ove ad esso si associ un *quid pluris*, che non può che essere un elemento qualitativo, al limite reputazionale. F. PRETE, *La protezione delle indicazioni geografiche semplici. La saga del Salame Felino: ultimo atto*, cit., guo30ss.

[230] G. FLORIDIA, *La disciplina del Made in Italy: analisi e prospettive*, in *Il diritto industriale*, 2010, 4, 340.

[231] Il marchio dell'Unione è stato oggetto del primo capitolo del presente studio.

[232] Direttiva (UE) 2015/2436 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 dicembre 2015, *sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri in materia di marchi d'impresa*.

[233] Artt. 7-28 c.p.i., Capo II (Norme relative all'esistenza, all'ambito e all'esercizio dei diritti di proprietà industriale), Sezione I (Marchi).

Il nostro ordinamento conosce da tempo l'istituto del marchio collettivo[234], disciplinato dall'articolo 11 c.p.i., come segno idoneo "a distinguere i prodotti o servizi dei membri dell'associazione titolare da quelli di altre imprese". Rispetto alle precedenti direttive, il legislatore europeo del 2015 ha imposto un obbligo in capo agli Stati membri di consentire nei rispettivi ordinamenti la registrazione dei marchi collettivi, i quali formano oggetto di articolata disciplina comune dettata agli articoli 29 e seguenti della citata direttiva n. 2015/2436[235].

Oltre all'obbligo di introdurre il marchio collettivo, una seconda novità introdotta dalla direttiva del 2015 è la previsione di un'autonoma tipologia di marchi, detti di certificazione o di garanzia. La direttiva prospetta l'introduzione di questa nuova tipologia come meramente discrezionale, lasciando una facoltà degli Stati membri la decisione di avvalersi o meno di tale opportunità: l'Italia se n'è avvalsa introducendo il nuovo art. 11-bis del c.p.i.[236]. Il marchio di certificazione è un segno distintivo idoneo "a distinguere i prodotti o i servizi certificati dal titolare del marchio in relazione al materiale, al procedimento di fabbricazione dei prodotti o alla prestazione dei servizi, alla qualità, alla precisione o ad altre caratteristiche da prodotti e servizi che non sono certificati"[237]. L'opportunità data agli Stati membri di introdurre il marchio di certificazione a livello nazionale è arricchita dalla possibilità che lo stesso sia eventualmente veicolo dell'origine geografica del prodotto, al pari di quanto

---

[234] In tal senso si segnala il fenomeno assai esteso di registrazione di un marchio geografico collettivo ad opera dei Comuni (registrazione delle De.Co. quali marchi collettivi territoriali pubblici), delle Province (es. "marchio provinciale di origine e qualità a tutela dei prodotti del Trentino" istituito con l. n. 32/1977), delle Regioni (es. il marchio della Regione Veneto "Paniere Veneto" istituito con l. reg. n. 11/1988), delle Camere di Commercio (es. marchio "terre alessandrine", registrato dalla Camera di Commercio, Industria, Agricoltura ed Artigianato della Provincia di Alessandria).

[235] In precedenza, la Direttiva 2008/95/CE si limitava a prevedere che qualora la legislazione di uno Stato membro consentisse la registrazione di marchi collettivi, essa poteva contemplare anche cause di esclusione dalla registrazione, di decadenza o di nullità "per motivi diversi da quelli di cui agli articoli 3 e 12, nella misura in cui la funzione di detto marchio lo richieda" (art. 15, par. 1). Analogamente, la citata disposizione consentiva (ma non imponeva) agli Stati membri di stabilire che la provenienza geografica dei prodotti o dei servizi potesse costituire oggetto di marchi collettivi (oltre che di marchi di garanzia o di certificazione) (art. 15, par. 2). Diversa, come noto, la scelta operata sin dalla origine del Regolamento 40/94/CE sul marchio comunitario, il quale già conteneva agli articoli 64 e seguenti un'autonoma disciplina dei marchi comunitari collettivi. Vedi G. OLIVIERI, *Riflessioni a margine della nuova disciplina europea sui marchi di garanzia o di certificazione*, in *AIDA*, 2017, I, 44-45.

[236] Si tratta di un nuovo articolo aggiunto al Codice dal d. lgs. del 20 febbraio 2019, n. 15 di "Attuazione della direttiva (UE) 2015/2436 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 dicembre 2015, sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri in materia di marchi d'impresa nonché per l'adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del regolamento (UE) 2015/2424 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 dicembre 2015, recante modifica al regolamento sul marchio comunitario" (in vigore dal 23 marzo 2019).

[237] Definizione dell'art. 27, lett. a, della dir. UE 2015/2436. La definizione riprende quella fornita per il marchio di certificazione dell'Unione all'art. 83 del reg. UE 2017/1001, ma presenta una differenza fondamentale dal momento che la direttiva non vieta che la certificazione possa avere ad oggetto la provenienza geografica del prodotto/servizio certificato (manca, infatti, l'inciso "*a eccezione della provenienza geografica*" riscontrabile solo all'art. 83 del reg. 2017/1001).

avviene per il marchio collettivo nazionale; si tratta di una scelta politica opposta a quella operata con riferimento al marchio di certificazione dell'Unione[238].

L'approccio definitorio utilizzato dal legislatore europeo, e ripreso da quello italiano, presuppone l'attribuzione di funzioni diverse al marchio collettivo e di certificazione, nonché differenti regole applicabili alle due categorie, in modo coerente con le rispettive caratteristiche funzionali[239]. L'elemento comune ai due segni, che gli consente di essere eventualmente veicolo dell'origine geografica del prodotto, sta nella loro capacità di trasmettere un messaggio al consumatore: tale informazione deve aprioristicamente essere definita per mezzo della sua incorporazione nel regolamento d'uso, che viene allegato al momento della richiesta di registrazione all'autorità competente[240]. Nel nostro ordinamento la distinzione tra marchio di certificazione e collettivo sarà ora legata anzitutto alla diversa legittimazione alla registrazione, che per i marchi collettivi è d'ora in poi riservata ai soli enti di diritto pubblico e a quelli costituiti in forma associativa, con esclusione delle società lucrative e soprattutto con la codificazione del principio della "porta aperta", che impone di consentire l'adesione all'associazione (e non solo l'uso del marchio) a tutti i produttori "i cui prodotti o servizi provengano dalla zona geografica in questione" e "soddisfino tutti i requisiti di cui al regolamento". Anche in questo caso la nuova disciplina, se offre nuove opportunità, al contempo richiederà un'attenta revisione dei regolamenti vigenti e la verifica caso per caso della possibilità di mantenere un marchio collettivo o della necessità di trasformarlo in marchio di certificazione.

Come già sottolineato con riferimento ai marchi dell'Unione, la disciplina di questi segni è anche nel nostro c.p.i. essenzialmente privatistica: sul piano della tutela non sono, coerentemente, sottoposti a forme di controllo pubblico sulle caratteristiche indicate né sulla attuazione del regolamento e quindi sull'effettiva sussistenza e permanenza delle qualità o caratteristiche promesse. Spetta al titolare provvedervi, nei termini del regolamento, ed as-

---

[238] L'art. 28, par. 4 della dir. 2015/2436 prevede: "[…] gli Stati membri possono disporre che i segni o le indicazioni che, nel commercio, *possono servire a designare la provenienza geografica dei prodotti o dei servizi* costituiscano marchi di garanzia o di certificazione". Coerentemente, il legislatore italiano ha introdotto un'omologa disposizione all'art. 11-bis, co. 4: "[…] un marchio di certificazione può consistere in segni o indicazioni che nel commercio possono servire per *designare la provenienza geografica* dei prodotti o servizi" (enfasi aggiunta).

[239] La scelta del legislatore italiano di introdurre un *tertium genus* di marchio (m. di certificazione) è molto importante. Così facendo è intervenuto sull'articolo 11 c.p.i. ridimensionandone l'ampia portata e riconducendo il marchio collettivo all'interno della definizione comunitaria. Inoltre, ciò consente di fornire un inquadramento sistematico e normativo ad una prassi ormai ampiamente diffusa, sia di evitare la creazione di uno scalino normativo difficilmente giustificabile tra diritto nazionale e diritto comunitario (che già prevedeva un'apposita sezione dedicata ai marchi di certificazione). G. OLIVIERI, R*iflessioni a margine della nuova disciplina europea sui marchi di garanzia o di certificazione*, cit., 46.

[240] Per il marchio collettivo: ex art. 11, co. 2 c.p.i. Così come per il marchio di certificazione: ex art. 11-bis, co. 2 c.p.i.

sumere le opportune iniziative sanzionatorie legali (ad es. per uso decettivo) o contrattuali a pena, altrimenti, di decadenza dai diritti sul segno (art. 14, co. 2, lett. c) c.p.i.). Alcuni autori[241], di conseguenza, rilevano come il marchio collettivo e di certificazione potrebbero rappresentare, di fronte ad una alternativa secca fra un regime molto pervasivo come quello delle indicazioni geografiche e il semplice ricorso agli istituti di repressione della concorrenza sleale, un desiderabile livello intermedio di protezione dell'origine geografica.

1.4. Il "Made in Italy"[242].

Non bisogna, infine, tralasciare il fatto che un nome geografico non solo può essere utilizzato per "descrivere" qualitativamente un prodotto, ma può avere una funzione più intuitiva, come comparire nell'etichetta semplicemente per comunicare il luogo di origine[243]. Partendo da una visione più generale, l'indicazione di origine o di provenienza dei prodotti svolge varie funzioni in ambito commerciale, riconducibili in via di approssimazione a due aree: doganale e comunicativa[244], ma occorre mettere in luce che nella pratica non è semplice procedere tenendo separate queste due dimensioni.

Siamo nell'ambito del fenomeno contrassegnato con la locuzione "*made in*" strettamente ricollegato alla materia del presente studio, quando ci riferiamo a quell'aspetto del fenomeno che attiene alle *relazioni comunicative* del luogo di realizzazione del prodotto. Il "*made in*" può allora essere definito come un'espressione atecnica riassuntiva di una situazione fattuale di comunicazione di informazioni circa l'origine[245]. Tale fenomeno si declina in diverse fattispecie a seconda dell'intensità del collegamento e delle implicazioni ad esso sottese: l'origine viene, infatti, veicolata attraverso (i) indicazioni geografiche qualificate, (ii) marchi collettivi, (iii) marchi di certificazione, (iv) marchi di qualità[246], (v) indicazioni geo-

---

[241] Si veda M. RICOLFI, *Marchi collettivi geografici e marchi di certificazione*, in (a cura di) G. AJANI, A. GAMBARO, M. GRAZIADEI, R. SACCO, V. VIGORITI e M. WAELBROEK, *Studi in onore di Aldo Frignani. Nuovi orizzonti del diritto comparato europeo e transnazionale*, Napoli, 2011, 743ss. Nonché S. A. CERRATO, *I segni indicativi del made in*, in *AIDA*, 2016, I, 22.

[242] Cfr, GERMANO' A., *Il diritto dell'alimentazione tra imprenditori e consumatori che chiedono e legislatori e giudici che rispondono*, in *Diritto e giurisprudenza agraria e dell'ambiente*, 2007, 11, 655: egli avverte dell'errore che molti giuristi fanno definendo la dicitura "*made in Italy*" come un marchio; nella legge finanziaria del 2004 si parla di "stampigliatura". In ogni caso, non collegandosi al prodotto individuato come "*made in Italy*" particolari caratteristiche derivanti dalla origine, come avviene per DOP e IGP, per l'autore citato si può parlare di indicazioni geografiche *semplici*.

[243] I. TRAPE', *I segni del territorio*, cit., 90.

[244] V. RUBINO, *I limiti alla tutela del "Made in" fra integrazione europea e ordinamenti nazionali*, Torino, 2017, 32.

[245] S. A. CERRATO, *I segni indicativi del made in*, cit., 19.

[246] Il marchio di qualità territoriale potrebbe veicolare informazioni sull'origine, ma si tratta di un'ipotesi esposta a molte condizioni che ne minano l'effettività. Le ragioni di ciò sono ricollegate alla sua natura recessiva e

grafiche semplici, e, in via residuale, (vi) altri segni o messaggi che, pur non costituendo diritti di proprietà intellettuale, comunque informano sull'origine.

Tali fattispecie possono essere suddivise in due gruppi. Da un lato, veri e propri strumenti di proprietà industriale e commerciale con i quali si intende rivendicare l'esistenza di fattori qualitativi ulteriori che legano il prodotto in modo inscindibile al territorio. Gli ultimi due elementi, invece, lungi dal godere di una protezione articolata e tipizzata, appartengono all'area prettamente pubblicitaria-comunicativa (intersecando trasversalmente l'ambito delle pratiche commerciali, della pubblicità e della tutela dei consumatori).

Gli "altri segni o messaggi che informano sull'origine" ricomprendono svariate pratiche di *marketing* adottate unilateralmente dai produttori per caratterizzare geograficamente il proprio prodotto anche in assenza di specifici nessi qualitativi ambientali, e, dunque, con la finalità più o meno esplicita di creare nella mente del consumatore un collegamento stretto fra il prodotto ed il territorio cui si riferisce. Sintomatico del potenziale di una tale pratica è l'interesse di produttori non italiani di "agganciare" all'Italia le proprie produzioni di qualità (moda, gioielleria, artigianato, agricoltura), sicché segnalano con parole o immagini che le loro merci sono "*made in Italy*". Si tratta della frontiera più complessa e delicata di tale fenomeno, perché, a differenza della proprietà industriale ove la sussistenza del titolo formale giustifica l'esclusione dei soggetti non legittimati e la protezione del toponimo con strumenti sanzionatori privati e pubblici, nei casi in esame il contrasto agli abusi deve fondarsi sull'accertamento della natura decettiva della pratica in forza di regole giuridiche che poggiano su sensibilità inevitabilmente differenziate e locali[247]. La vicenda della normativa italiana esplicitamente dedicata al "*made in Italy*" si presenta complessa e per alcuni versi "tormentata". Lo Stato ha cercato di mettere in opera, contro le operazioni di approfittamento parassitario sopra menzionate, strumenti di carattere anche penale, accanto alla disposizione dell'art. 2598 c.c. contro gli atti di concorrenza sleale (in particolare, n. 3 per diffusione

---

tormentata nel sistema italiano in virtù della sua equiparazione a "misura di effetto equivalente" alle restrizioni quantitative alla circolazione dei beni ex art. 34 TFUE, con conseguente severa delimitazione degli spazi di legittimità al ricorrere delle condizioni prescritte dall'art. 36. La casistica giurisprudenziale è piuttosto ampia nel nostro Paese: da ultimo la Corte Costituzionale ha due volte dichiarato illegittime leggi regionali del Lazio volte ad istituire un marchio territoriale. Vedi V. VERGATI*, Il Made in Lazio e la Corte Costituzionale: atto secondo, ma i limiti restano incerti*, in *Riv. Dir. Alim.*, ottobre-dicembre 2013, fasc. 4, 53-64.
Al contempo, anche in Italia si assiste ad una progressiva apertura, come ad esempio nel caso del marchio *Prodotti della Puglia,* ma solo se concorrono determinate condizioni. In primis, il profilo qualitativo legato allo standard certificato deve prevalere dal punto di vista comunicativo rispetto a quello geografico; inoltre, l'utilizzo deve essere consentito a qualsiasi operatore economico interessato previa sostituzione del riferimento geografico con quello del luogo ove effettivamente si localizza la produzione. Vedi V. RUBINO, *I limiti alla tutela del "Made in" fra integrazione europea e ordinamenti nazionali*, cit., 114-124.
[247] V. RUBINO, ibidem.

di informazioni ingannevoli)[248]. In aggiunta alle norme del Codice penale che puniscono le varie frodi nel commercio[249], successivi interventi del legislatore penale (in varie riprese dal 2003 in poi) hanno dato luogo a una disciplina avente per oggetto il reato di falsa o fallace comunicazione del termine "Italia" come luogo di produzione del prodotto[250]. Altre norme si sono succedute, perciò risulta utile, per fare il "punto" sulla situazione, una sentenza della Corte di Cassazione del 6 novembre 2014, n. 52029, la quale ha riepilogato come segue le ipotesi sanzionabili: (i) stampigliatura della dicitura "*Made in Italy*" su merci la cui ultima trasformazione sostanziale sia avvenuta all'estero[251], (ii) utilizzo in etichetta di *claims*, diciture o affermazioni quali "*100% Italy*" o "*full made in Italy*" per contrassegnare prodotti non interamente disegnati, progettati, lavorati e confezionati in Italia[252], (iii) utilizzo di "segni, figure e quant'altro" possa indurre il consumatore in errore circa l'origine o la provenienza estera della merce, anche qualora la vera origine sia comunque indicata[253], (iv) uso ingannevole del marchio aziendale da parte dell'imprenditore titolare o licenziatario, in modo da indurre il consumatore a ritenere che il prodotto sia di origine italiana ai sensi della normativa europea sulla origine. Appare chiaro che la legge penale garantisce al consumatore non l'origine o la provenienza da un determinato luogo, bensì da un determinato imprenditore. Tuttavia,

---

248 Un autore rileva che vi sarebbe lo spazio (anche qui come per le indicazioni geografiche semplici) per riconoscere all'imprenditore che si ritenga leso dall'altrui condotta illecita la possibilità di ricorrere ai rimedi tipici del diritto industriale sfruttando il tenore dell'art. 30 c.p.i. che vieta "quando sia idoneo a ingannare il pubblico… l'uso di qualsiasi mezzo nella designazione o presentazione di un prodotto che indichi o suggerisca che il prodotto stesso proviene da una località diversa dal vero luogo di origine". S. A. CERRATO, *I segni del made in*, cit., 25. Cfr. A. CONTINI, in (a cura di) C. GALLI, A. M. GAMBINO, *Codice commentato della proprietà industriale e intellettuale*, cit., 449.

249 Per l'art. 515 è punito "chiunque, nell'esercizio di un'attività commerciale, ovvero in uno spaccio aperto al pubblico, consegna all'acquirente una cosa mobile per un'altra, ovvero una cosa mobile, per origine, provenienza, qualità o quantità, diversa da quella dichiarata o pattuita". Rispetto degli impegni assunti. Per l'art. 516 è punito "chiunque mette in vendita o mette altrimenti in commercio come genuine sostanze alimentari non genuine". Tutela la genuinità, come qualità, degli alimenti. L'art. 517 punisce "chiunque pone in vendita o mette altrimenti in circolazione opere dell'ingegno o prodotti industriali con nomi, marchi o segni distintivi, nazionali o esteri, atti a indurre in inganno il compratore sull'origine, sulla provenienza o qualità dell'opera o del prodotto". Attiene specificatamente a "made in". L'art. 517-bis aumenta le pene stabilite dagli artt. 515-516-517 "se i fatti in essi previsti hanno ad oggetto alimenti o bevande la cui denominazione di origine geografica o le cui specificità sono protette dalle norme vigenti". Infine, l'517-quater punisce "chiunque contraffà o comunque altera indicazioni geografiche o denominazioni di prodotti agroalimentari" e "chi, al fine di trarne profitto introduce nel territorio dello Stato, detiene per la vendita, pone in vendita con offerta diretta ai consumatori o mette comunque in circolazione i medesimi prodotti con le indicazioni o denominazioni contraffatte".

250 Cfr. con la l. 24 dicembre 2003, n. 350, disposizioni per la formulazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato, il cui art. 4, co. 49 ha introdotto le sanzioni per la falsa o fallace indicazione dell'origine "italiana" di merci in realtà realizzate all'estero.

251 Punibile come reato ai sensi dell'art. 4.49, l. n. 350/2003, con rinvio per la pena all'art. 517 c.p.

252 Puniti come reato ai sensi dell'art. 16.4, d.l. n. 135/2009, e 517 c.p.

253 Ipotesi sempre punita in base all'art. 4.49, l. n. 350/2003 e 517 c.p.

va segnalato che la Suprema Corte, in una diversa sentenza[254], anche se solo in sede di motivazione, ha operato una distinzione tra prodotti industriali e prodotti agricoli e alimentari, precisando che questi ultimi sono identificabili solo in relazione alla origine geografica, per l'incidenza che i fattori ambientali e umani hanno sulla loro qualità[255].

Un ruolo rilevante è inoltre rivestito dalle regole sulla tracciabilità ed etichettatura degli alimenti le quali, benché non direttamente volte a proteggere il "*made in*", ma più in generale attinenti alla "dimensione doganale" [256], rappresentano uno strumento di ausilio ad una corretta diffusione di informazioni sulla origine. Sul punto oggi vige il reg. 1169/2011[257], nel quale si prevedono[258] le indicazioni obbligatorie da riportare in etichetta: tra queste ritroviamo il paese d'origine o il luogo di provenienza quando l'omissione possa indurre in errore il consumatore. Nell'Unione, in principio, si vuole garantire e favorire la libera circolazione delle merci e dunque è contraria alla segnalazione in etichetta dell'origine dell'alimento perché può indurre il consumatore ad acquistare il prodotto nazionale[259]. Ma

---

[254] Cfr. Cass. Pen. 14 aprile 2005 n. 17712, imp. Acanfora.

[255] Si segnala che nonostante una simile concezione, resta fortemente limitato il riferimento all'origine con carattere nazionale. Il MiPAAF ha istituito un marchio identificativo della produzione agroalimentare nazionale di cui possono fregiarsi i prodotti (industriali) ottenuti solo con materie prime (agricole) italiane o i prodotti direttamente realizzati da imprese agricole italiane ("Naturalmenteitaliano" di proprietà dell'ISMEA). Ma non ha potuto costruire il segno come marchio collettivo geografico pubblico caratterizzato da un messaggio centrato sull'italianità del prodotto. A tal riguardo, i requisiti per la concessione dei marchi nazionali di qualità devono riguardare esclusivamente le caratteristiche intrinseche dei prodotti agricoli e alimentari. In particolare, qualunque requisito che avesse come effetto quello di limitare la concessione del marchio in funzione dell'origine o della provenienza geografica dei prodotti configurerebbe una violazione delle norme in tema di concorrenza, in quanto il marchio o il segno utilizzato possono favorire i prodotti nazionali a scapito dei prodotti provenienti da altri Stati membri. Ne deriverebbe l'illegittimità, per contrasto con le regole del commercio tra Stati membri, di qualsiasi norma nazionale che, al di fuori delle tassative ipotesi previste dal Reg. 1151/2012, introduca segni identificativi della sola origine territoriale, indipendentemente da una riscontrata diversità in ordine alle qualità materiali del prodotto.

[256] Si tratta in questo caso, infatti, di aspetti rilevanti sotto il profilo doganale, sulla base della distinzione operata in apertura al presente paragrafo. Come rileva V. Rubino "Nei casi in cui la normativa di settore non contenga alcuna particolare indicazione circa il concetto di origine ai fini della etichettatura, presentazione o pubblicità dei prodotti, la dottrina, in parte la giurisprudenza e la prassi amministrativa hanno fatto ricorso al richiamo per via analogica delle disposizioni contenute nel Codice doganale comunitario, dedicate all'*origine non preferenziale* delle merci, ossia al luogo dove è stata svolta l'ultima lavorazione capace di imprimere *doganalmente* al prodotto un significativo valore aggiunto. Con riguardo alle *aspettative* del consumatore un simile collegamento non può dirsi scevro da criticità." Aggiunge, dunque, che quando il concetto di *origine* sia riferito a fini comunicativi possano essere valorizzati anche diversi riferimenti normativi, che pongano al centro il consumatore. V. RUBINO, *I limiti alla tutela del "Made in" fra integrazione europea e ordinamenti nazionali*, cit., 43-45.

[257] Regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011 , relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, che modifica i regolamenti (CE) n. 1924/2006 e (CE) n. 1925/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio e abroga la direttiva 87/250/CEE della Commissione, la direttiva 90/496/CEE del Consiglio, la direttiva 1999/10/CE della Commissione, la direttiva 2000/13/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, le direttive 2002/67/CE e 2008/5/CE della Commissione e il regolamento (CE) n. 608/2004 della Commissione.

[258] Art. 9, lett. i) Il reg. 1169/2011.

[259] Risulta interessante segnalare che l'introduzione di simili norme da parte del legislatore può anche non avere i risultati aspettati, come si evince da uno dei primi casi di introduzione di previsioni specifiche sul "*made in*". Infatti, nel 1887, il Parlamento inglese emanò il "*merchandise Marks Act*", rendendo obbligatorio che i pro-

in alcuni casi emerge l'obbligo di indicare l'origine in etichetta per non sacrificare il diritto all'informazione del consumatore (ossia quando c'è rischio di errore circa la qualità dell'alimento); dunque, in simili situazioni tale interesse prevale sull'interesse commerciale. L'art. 39 del reg. 1169/2011, d'altra parte, attribuisce agli Stati membri la facoltà di "aggiungere" alle indicazioni obbligatorie secondo il diritto comunitario, altre indicazioni anch'esse obbligatorie: fra di esse vi è quella dell'origine del prodotto. Ciò purché lo Stato membro dimostri che esiste un nesso tra talune qualità dell'alimento e la sua origine/provenienza e provi che la maggior parte dei consumatori attribuisce un *valore* significativo alla fornitura dell'informazione del paese d'origine o del luogo di provenienza[260]. Sulla base di tale possibilità, allora, il legislatore italiano ha introdotto l'art. 4 della legge n. 4/2011, prevedendo segni obbligatori da riportare sugli alimenti, ossia "l'indicazione del luogo di origine o di provenienza" (specificando che per i prodotti alimentari non trasformati si tratta del paese di produzione dei prodotti, per i prodotti trasformati, invece, si tratta del luogo in cui è avvenuta l'ultima trasformazione sostanziale). Le varie disposizioni riportate fino a qui costituiscono solo alcune delle norme più rilevanti con riferimento a questa dimensione della origine-qualità nel sistema italiano, senza alcuna pretesa di esaustività. La questione, infatti, manifesta tutta la sua complessità a partire dall'individuazione delle norme di riferimento, che spaziano dal contesto doganale al fenomeno comunicativo, passando attraverso l'esigenza di tutela del consumatore. Al contempo, consente di mettere in luce le necessità, nonché le lacune, dell'attuale stato dell'arte del "*made in*" in senso ampio. Chiaramente, però, si è tentato di sottolineare come si tratti di un tassello ineludibile del discorso sulla qualità, in quanto elemento concreto del "sistema Italia". Alcuni autori, nel descrivere la materia, mettono in luce che potrebbe essere importante un intervento portatore di una precisa "messa a fuoco" del problema per cominciare a dissipare la coltre di complessità che avvolge il tema della qualità in Italia. Si dovrebbe allora procedere cercando di mettere a fuoco gli elementi essenziali della questione: cosa si vuole proteggere, a vantaggio

---

dotti importati dalla Germania fossero contrassegnati come "*made in Germany*". Lo scopo era quello di creare un ostacolo alle importazioni dalla Germania, la cui industria aveva ormai raggiunto gli standard inglesi in termini di qualità ed efficienza. La storia del commercio dimostra che non si ottenne l'effetto desiderato, poiché, invece, il "*made in Germany*" divenne un simbolo di qualità. J. SIMON, *Geographical indications (GIs) Trademarks and international standards (e.g. Codex Alimentarius)*, in (a cura di) B. UBERTAZZI, E. M. ESPADA, *Le indicazioni di qualità,* cit., 312ss.

[260] A. GERMANO', *Manuale di diritto agrario*, cit., 358. L'autore aggiunge che in ciò l'art. 39 manifesta un gran valore per i produttori agroalimentari italiani: esso consente di considerare come l'indicazione geografica dell'Italia trovi spazio nella concreta esperienza del mercato alimentare, sia nazionale, che europeo, che mondiale.

di chi, per quali finalità[261].

2. La tutela: alla ricerca della titolarità tra dimensione nazionale e dimensione globale.

La comunicazione nel mercato dell'origine del prodotto alimentare, come si è cercato di mettere in luce fino a qui, si sostanzia quale strumento di concorrenza e di sicurezza alimentare. Un simile messaggio viene trasmesso attraverso i "mezzi" sopradescritti messi a disposizione dal legislatore europeo e nazionale, ma ne deriva una chiara esigenza di tutela affinché il sistema sia efficace ed operi in concreto.

Inoltre, per quanto riguarda specificatamente le indicazioni geografiche, i produttori soggiacciono ad una molteplicità di obblighi (a partire dalla predisposizione, nonché costante rispetto, del disciplinare) che passano attraverso una serie di certificazioni e controlli.

A livello nazionale si attesta, in primis, una fase di autocontrollo dei produttori, ossia ad opera dei consorzi attraverso specifici *agenti vigilatori* (riconosciuti dal MiPAAF e iscritti in apposito albo), i quali svolgono attività prevalentemente nella fase di commercializzazione e possono effettuare verifiche ispettive e campionamenti. In secondo luogo, controllo e certificazione veri e propri dei prodotti sono poi affidati a enti terzi indipendenti (organismi di controllo) che possono essere pubblici o privati e operano appunto come enti di certificazione[262]. Questi accertano il rispetto dei requisiti definiti dal disciplinare di produzione attraverso verifiche ispettive presso le aziende e controlli sui prodotti. Infine, la vigilanza è affidata all'*Autorità pubblica* competente riconosciuta dalla Commissione europea, ossia il Ministero delle politiche agricole, alimentari, forestali e del turismo in Italia, il quale è a capo delle strutture competenti per le attività di vigilanza e controllo pubblico sui prodotti: Ispettorato Centrale della tutela della Qualità e della Repressione Frodi dei prodotti agroalimentari (ICQRF), Reparto Agroalimentare Carabinieri (RAC), Comando Unità Forestali Ambientali e Agroalimentari (CUFAA) e Capitanerie di Porto e Guardia Costiera.

Se, dunque, il sistema europeo impone un costante e leale impegno da parte dei produttori per offrire un prodotto finale di una certa qualità contrassegnato dalla indicazione geografica, ne deriva la tutela forte alla stessa così come configurata dall'analizzato articolo

---

[261] S. A. CERRATO, *I segni indicativi del made in*, cit., 25.

[262] Sono autorizzati dal Ministero delle politiche agricole, alimentari, forestali e del turismo e, nel caso di soggetti privati, devono essere accreditati dall'Ente unico nazionale di accreditamento (Accredia). Anche la frequenza e le modalità dei controlli sono definiti in un piano dei controlli approvato dal Mipaaft.

13 del Reg. 1151/2012, nonché una sua implementazione efficace.

Si segnala, in merito, l'esistenza di un'ampia fenomenologia della contraffazione che colpisce significativamente il sistema produttivo italiano in generale[263]: il bene giuridico danneggiato da questo insieme di condotte è rappresentato dalla "proprietà intellettuale". Ciò che interessa al presente studio sono le condotte riconducibili alle frodi alimentari, in particolare quelle che si sostanziano in indebite riproduzioni di marchi commerciali o in false attestazioni dell'indicazione di provenienza geografica o di denominazione d'origine dei prodotti, per sfruttare la qualità, l'apprezzamento e la popolarità delle filiere alimentari nazionali: si parla, in tal proposito di *agro-pirateria*[264]. A tale fenomeno, poi, si aggiunge l'*Italian sounding*, che consiste nella produzione e distribuzione di generi alimentari che, con nomi, colori, immagini e simboli apposti sulle confezioni, richiamano l'italianità dei prodotti. Si tratta di una ipotesi di imitazione evocativa molto radicata all'estero e che riguarda numerosi prodotti dell'eccellenza agroalimentare nazionale, dai vini all'olio, dai formaggi ai salumi, causando un consistente danno economico alle aziende italiane[265]. Tali situazioni manifestano la loro criticità principalmente sui mercati extraeuropei[266], evolvendosi, al contempo, grazie alle reti informatiche che si sono rivelate veicolo straordinario di promozione delle

---

263 Per quanto riguarda la dimensione nazionale del fenomeno, il CENSIS riporta che il fatturato della contraffazione vale 7,2 miliardi di euro e cresce del 3,4% rispetto al 2015. Dalla ricerca del Censis realizzata per il Ministero dello Sviluppo Economico (Direzione Generale Lotta alla contraffazione-UIBM) rilasciata in data 19 dicembre 2018 (Roma), si rileva che vengono contraffatti anche i prodotti alimentari, DOP e IGP, per un valore di oltre 1 miliardo di euro nell'ultimo anno, pari al 14,5% del totale.

264 Interessante in tal senso può apparire un caso che dà in modo esemplare la misura, tipicamente transfrontaliera, delle contraffazioni e violazioni di regole di leale concorrenza, che caratterizzano la dimensione globalizzata del mercato dei prodotti alimentari e conferma la necessità di apprestare un nuovo sistema di tutele, adeguate a tale dimensione. Un turista, recatosi in Sud-Africa, ha acquistato in un supermercato, e consegnato al Consorzio di tutela dell'Olio Toscano IGP al suo rientro in Italia, una bottiglia di olio di oliva recante sulla etichetta frontale e sul retro l'indicazione "TOSCANA" con caratteri tipografici di grande dimensione. Soltanto sulla retro-etichetta, e con caratteri molto più piccoli, si legge "*Product of Turkey*" e si precisa trattarsi di un prodotto imbottigliato per conto di una società avente sede a Londra. Si veda F. ALBISINNI, *Prodotti alimentari e tutela transfrontaliera*, in *Riv. Dir. Alim.*, aprile-giugno 2009, fasc. 2, 10-12.

265 L'impatto di tale fenomeno, come peraltro del falso *made in Italy* in generale, non limitandosi al danno diretto rappresentato dalla sostituzione di prodotti nazionali con altri contraffatti o evocativi, andrebbe valutato anche in rapporto allo svilupparsi di atteggiamenti di sfavore verso i prodotti italiani, la cui qualità viene erroneamente percepita inferiore al loro effettivo valore, danneggiando pertanto le prospettive di penetrazione commerciale. Vedi F. LAMBIASE, C. LENZINI, Ufficio Valutazione Impatto del Senato della Repubblica, *Lotta alla contraffazione e tutela del made in Italy,* documento di analisi n. 5, 14 luglio 2017, 15.

266 "*L'Italian sounding* sottrae notevoli potenzialità alle esportazioni nazionali. Assocamere Estero quantifica un potenziale maggior fatturato di circa 20 miliardi (2016) a fronte di un mercato dei prodotti agroalimentari *italian sounded* di circa 50-60 miliardi di euro. La forbice tra tali importi induce a una riflessione sull'importanza del potenziamento e dell'innovazione delle strategie di penetrazione commerciale che - ormai tratti distintivi del Piano straordinario per la promozione del *made in Italy* e l'attrazione degli investimenti (Pspmiai) strutturati su programmi di promozione dell'e-commerce e degli accordi con le reti della grande distribuzione organizzata (GDO) - mirano a superare l'assenza dagli scaffali di prodotti italiani di qualità, soprattutto di piccole e medie imprese che incontrano maggiori difficoltà strutturali a proiettarsi adeguatamente sui mercati esteri." *Ibidem*.

nostre produzioni ma anche quali pericoloso strumento di diffusione della contraffazione, in virtù del sempre più ampio ricorso allo *shopping* in rete[267].

Varie problematiche si manifestano nel momento in cui ci si accinge a descrivere la commercializzazione dei prodotti che avviene *on-line*. Se, infatti, da un lato abbiamo una de-responsabilizzazione (in merito a contenuti e utilizzo degli spazi virtuali ceduti) di gestori dei servizi di vendita e soggetti che pongono a disposizione i *server*[268], dall'altra, abbiamo un acuirsi delle difficoltà di reprimere gli abusi, ricollegate alla territorialità dei traffici illeciti *on-line*[269].

Tenendo in considerazione tutte le sfaccettature accennate, si comprende come il sistema nazionale di vigilanza e contrasto al fenomeno in esame si caratterizza per elevati livelli di articolazione e interdipendenza funzionale fra le strutture, anche in rapporto alla pervasività del fenomeno, alla sua natura non territorialmente definibile, alla pluralità dei profili giuridici coinvolti, alla necessità di coordinamento a livello sia sovra che infra-nazionale, alle implicazioni inerenti alla tutela della salute e del corretto funzionamento del mercato. Il coinvolgimento coordinato di tutti i poteri dello Stato rappresenta conseguen-

---

[267] Nel proseguo tratteremo principalmente delle Ig nel contesto del commercio elettronico in quanto propedeuticamente utile alla presente trattazione. Questo non toglie che oltre alle piattaforme di e-commerce globali (eBay, Amazon, Alibaba) con le quali è fondamentale trovare accordi per bloccare le vendite di prodotti contraffatti, risulta utile, in prospettiva più generale, tenere in considerazioni molti altri soggetti che agiscono nel web, ad es. i motori di ricerca (Google, Yahoo, Baidu), quali sistemi di indici web che indirizzano migliaia di utenti, e dunque che potenzialmente hanno il potere di escludere i prodotti "contraffatti" dai risultati di ricerca, oppure anche le società private che gestiscono i domini di primo/secondo livello, che costituiscono anch'essi elementi concorrenziali importanti nelle ricerche on-line.

[268] La Corte di Giustizia si è ripetutamente occupata di contraffazione *on-line* a partire dalla sentenza del 23 marzo 2010 per il caso *Google AdWords*, precisando che per i cc.dd. *Internet Services Providers* (IPC) valgono le limitazioni alla responsabilità dell'intermediario contemplate dalla direttiva sul commercio elettronico 31/2000/CE, in virtù del fatto che le attività di tali operatori sono da ritenersi "*di ordine meramente tecnico, automatico e passivo*".

[269] I siti di e-commerce costituiscono di fatto un mero veicolo immateriale utilizzato per facilitare l'incontro tra la domanda e l'offerta. Pertanto, anche nelle ipotesi in cui si riesca a individuare chi si nasconde dietro le piattaforme informatiche, difficilmente si arriverà ai sottostanti canali di produzione e stoccaggio della merce illegale. Inoltre, gli stessi apparati informatici su cui si appoggiano le vetrine on-line del falso sono in massima parte localizzati in Paesi esteri o comunque dispersi in una fitta rete di indirizzi e punti di snodo virtuali la cui ricostruzione è molto complessa. Oltre alla classica creazione di siti internet dedicati, la merce contraffatta viene offerta al pubblico della rete anche attraverso tecnologie più avanzate: ad esempio, il *defacement*, che costituisce un vero e proprio attacco informatico, attuato con appositi programmi in grado di sondare, metodicamente e su larga scala, le vulnerabilità delle piattaforme informatiche che ospitano i siti e ha l'obiettivo di far aumentare il c.d. "*pagerank*" dei siti illegali sui motori di ricerca, cioè la loro notorietà a vantaggio dell'incremento delle possibilità di contatto degli utenti della rete. Un'altra tecnica utilizzata per indirizzare subdolamente i navigatori di *internet* verso siti contraffattivi è la c.d. "*traffic diversion*", realizzata inserendo, nella struttura delle pagine del sito illegale, alcuni termini (c.d. "*TAG*") riferiti ad aziende connotate da elevato livello di popolarità nella rete, per elevare il posizionamento della risorsa web nella lista dei risultati restituita dai principali motori di ricerca. Anche i *social network* vengono sfruttati per estendere i confini del mercato del falso. I potenziali consumatori, infatti, vengono attirati da account creati ad hoc che pubblicano foto di articoli contraffatti a prezzi scontati. Gli utenti che manifestano interesse ai prodotti pubblicizzati sono invitati su chat private dove avviene la contrattazione e vengono comunicate le modalità per effettuare la corresponsione di quanto pattuito, solitamente adoperando servizi di pagamento *on-line*.

temente l'inevitabile portato della complessità di simili implicazioni[270].

Tra i vari soggetti coinvolti, si distingue l'ICQRF in quanto agenzia governativa incardinata nel MiPAAF con specifiche competenze in materia di prevenzione e repressione delle frodi nel settore agroalimentare[271]. In particolare, l'ICQRF è l'Autorità italiana competente per la "*protezione ex officio*" ai sensi del regolamento (UE) n. 1151/12. In base a tale regolamento, le denominazioni di origine e le indicazioni geografiche, prodotte o commercializzate sul territorio dell'Unione, sono automaticamente protette da ciascuno Stato membro contro ogni forma di illecito utilizzo o pratica ingannevole, designando all'uopo un ente che offra adeguate garanzie di oggettività e imparzialità, dotato del personale qualificato e delle risorse occorrenti per l'assolvimento di tale incarico.

Il meccanismo della protezione *ex officio* a tutela delle produzioni di qualità ha riportato in discussione un tassello rilevante della definizione di indicazione geografica: dal momento del loro inserimento nella schiera dei diritti di proprietà industriale, è sorta la necessità di individuare il soggetto titolare del segno, e dei conseguenti *ius utendi* e *ius excludendi alios* (pur consapevoli del fatto che si tratta di un diritto di esclusiva *"aperto"* a tutti coloro che soddisfano i requisiti per potersi fregiare della Ig[272]). La titolarità di un segno distintivo può rilevare per l'azionabilità dei rimedi esperibili a loro tutela, ma in realtà qui rileva con riferimento alla loro tutelabilità oltre i confini nazionali. Nel momento in cui si intenda procedere ad ottenere la protezione della Ig nazionale in Paesi extraeuropei in cui le indicazioni geografiche non rientrano in un sistema *sui generis*, ma sono protette, ad esempio, in forma di marchi (come nel caso degli Stati Uniti), è necessario che sia il titolare del segno a

[270] Un coinvolgimento che oltre a vari Ministeri, dunque il potere esecutivo, vede, in primis, coinvolto il potere legislativo: la Camera dei Deputati ha ritenuto di istituire una Commissione d'inchiesta sui fenomeni della contraffazione, della pirateria in campo commerciale e del commercio abusivo. Costituita a partire dal 2014, la Commissione ha il compito di approfondire e raccogliere dati aggiornati e dettagliati sui fenomeni di contraffazione, di verificare le ricadute e le potenzialità effettive del Piano strategico nazionale anticontraffazione e di individuare misure di carattere legislativo sul tema della contraffazione e della tutela del *made in Italy*.

[271] L'ICQFR dal momento della sua istituzione, nel 2014, quale Autorità italiana incaricata della protezione delle Ig, risulta aver avviato più di duemila interventi di tutela al di fuori del territorio italiano e sul web (2.763, secondo i dati aggiornati al 2018), oltre ad aver avviato cooperazioni operative con le omologhe strutture di una decina di Paesi (ad es. USA, Cina, Turchia, Germania). Sul web, in particolare, ha ottenuto un Memorandum of Understanding con Alibaba e Ebay, nonché un accordo informale con Amazon, che gli consentono di intervenire a tutela delle produzioni italiane sui tre *web market places*. Vedi il *Report ICQRF 2018* disponibile (in lingua italiana, inglese e cinese) sul sito del MiPAAF: www.politicheagricole.it (ultimo accesso 22 giugno 2019).

[272] Come già evidenziato, il produttore, la cui condotta è rispettosa del disciplinare, ha diritto di accedere al sistema posto in essere dall'organismo di controllo designato da ogni Stato membro (art. 46, reg. 1151/2012) e, per effetto di tale accesso, acquisisce il diritto di servirsi del nome geografico e dell'apposito logo comunitario di IGP o di DOP (art. 12.1).

procedere alla registrazione del rispettivo marchio[273]. Come accennavamo, il problema nasce dal fatto che non è definita la titolarità delle Ig nel nostro Codice della proprietà industriale, né nella normativa europea e nemmeno nell'Accordo TRIPs[274]. Se da un lato, fin dall'introduzione degli articoli 29 e 30 del c.p.i. la dottrina italiana si interroga circa il vuoto lasciato dal legislatore, dall'altra, si segnala che il problema della titolarità può essere ridimensionato in tutti i casi in cui il legislatore ha comunque proceduto ad indicare facoltà e doveri dei soggetti coinvolti[275].

Con ciò si intende che il dibattito in dottrina ha portato, da parte di alcuni autori, a riconoscere nei *produttori* i titolari del diritto di proprietà intellettuale delle denominazioni, con la precisazione che è necessario configurare una discrepanza nella titolarità di *ius utendi* e *ius excludendi alios*: chiunque realizzi prodotti tipici corrispondenti alla denominazione (rispettando il relativo disciplinare) può utilizzare il segno ed agire in tutela dello stesso contro i suoi usi indebiti, mentre il Consorzio (quale rappresentante di tutti i produttori), oltre ad agire in tutela, può concedere la possibilità di "sfruttare" il medesimo segno per prodotti rientranti in settori diversi da quelli espressamente "coperti" dalla Ig[276]. Diversamente, altri autori ritengono più utile riconoscere, senza negare il ruolo fondamentale dei produttori, la titolarità delle Ig *anche* in capo allo Stato, così come il legislatore fa esplicitamente nel sistema spagnolo. Un autorevole autore nota come "se all'interno dell'Unione ogni Stato membro può pretendere che ciascuno degli Stati membri difenda le sue produzioni DOP e IGP (*protezione ex officio*) e avversi la commercializzazione di prodotti con indebito uso dei propri nomi geografici, deve concludersi che tale Stato membro abbia pieno diritto a provvedere, fuori dai confini dell'Unione e particolarmente nei Paesi difettosi di specifica disciplina del-

---

[273] Ha messo in luce questo aspetto A. GERMANO', *Sulla titolarità dei segni DOP e IGP*, in *Diritto agroalimentare*, n. 2/2017, 287ss

[274] Differente è stata la scelta del legislatore spagnolo che ha scelto di pronunciarsi sul punto: con riguardo ai *vinos de calidad producidos en regiones determinadas* si riconosce espressamente nello Stato (o, se è il caso, nella Comunità autonoma) il titolare dei segni DOP e IGP (art. 17, legge spagnola *de la Viña y el Vino* del 10 luglio 2003). In A. GERMANO', *ibidem,* 298ss.

[275] "[N]onostante l'assenza di un titolare in senso formale, non mancano norme che attribuiscono ai gruppi di produttori poteri e facoltà di grande rilevo nella gestione di una DOP o IGP. […] si assiste a una tendenza volta ad attribuire sempre maggiori poteri di gestione ai gruppi di produttori: in tal senso depongono sia le disposizioni comunitarie, quali quelle recentemente introdotte dai regolamenti 1308/2013 e 1151/2012, sia quelle nazionali, come la vicenda dei consorzi *erga omnes* sembra testimoniare." M. FERRARI, *La dimensione proprietaria delle indicazioni geografiche. Uno studio di diritto comparato*, cit., 171-172.

[276] In tal senso in (a cura di) C. GALLI, A. M. GAMBINO, *Codice commentato della proprietà industriale e intellettuale*, cit., 453ss. Questa dicotomia sarebbe giustificabile sulla base della attribuzione ai Consorzi di tutela delle funzioni di "promozione, valorizzazione (…) e di cura generale degli interessi relativi alle denominazioni" (art. 53, co. 15, l. 128/1998). Alla base della stessa vi è la premessa del riconoscimento della "titolarità diffusa" delle Ig, a cui si accompagna il rischio che riconoscendo in capo ad ogni singolo produttore la possibilità, per esempio, di concedere il segno in licenza potrebbero venire a verificarsi situazioni di licenze plurime ed inconciliabili.

le Ig, alla registrazione elevandosi a titolare del segno sia pure nella forma di marchio geografico. In sostanza, ricorre il fatto per il quale la inorganizzata comunità di produttori autorizzati ad utilizzare le DOP e IGP, titolare *quod dominium* di tali Ig, è necessariamente rappresentata *quod iurisdictionem* dalla massima autorità territoriale pubblica: lo Stato."[277]

2.1. La posizione dell'ICQRF: la tutela sul web.

La disciplina europea ha costruito un sistema che garantisce, all'interno dei confini della Unione, la protezione completa e assoluta delle Ig. Le problematiche emergono però nel momento in cui ci si interroga sulla sorte di tali diritti all'*esterno* dell'Unione europea, o ancora, in uno luogo di difficile collocazione spaziale: il *web*. Le peculiarità che porta con sé la nuova frontiera del commercio elettronico (ad es. la trans-nazionalità, la velocità delle transazioni, i bassi costi di commercializzazione) comporta la necessità di cambiamenti nelle strategie di controllo che devono essere implementate nel settore agro-alimentare da parte delle autorità di *enforcement* a ciò preposte.

Questa è la linea sostenuta, in virtù dei compiti affidatigli, dall'ICQRF che ha cominciato a creare nuove modalità di azione per porre in essere un'attività di monitoraggio e controllo sul web con riferimento a qualsiasi tipologia di pratica commerciale scorretta in danno del patrimonio eno-gastronomico italiano: usi scorretti di Ig per prodotti generici e qualsiasi forma di imitazione, usurpazione ed evocazione. L'attività di controllo si estende alla verifica delle etichette, delle designazioni di vendita, della pubblicità e della descrizione dei prodotti contenute nelle inserzioni di vendita.

Fondamentale elemento per svolgere proficuamente una simile attività nel *web* è stata l'implementazione di protocolli di collaborazione con i più importanti *players dell'e-commerce*, come E-bay, Alibaba e Amazon per la protezione di DOP e IGP[278].

---

[277] A. GERMANO', *Sulla titolarità dei segni DOP e IGP*, cit., 312.

[278] E-bay, Alibaba e Amazon sono piattaforme di commercio elettronico ("*online Hosting Provider*"). Dal punto di vista giuridico, senza alcuna pretesa di esaustività ma per poter procedere nella trattazione, occorre individuare quali siano i loro obblighi e responsabilità. Ai sensi dell'articolo 14 della Direttiva 2000/31/CE (relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno, c.d. Direttiva sul commercio elettronico) un *hosting provider* fornisce ospitalità nella rete agli inserzionisti che se ne intendono avvalere e stabilisce un collegamento diretto ed immediato tra venditore e consumatore. Gli inserzionisti, pertanto, possono offrire merci e servizi indipendentemente; ciò significa che gli *hosting providers* non hanno alcun obbligo generale di monitorare le attività di vendita che ospitano nella rete così come non hanno alcun obbligo generale di cercare sulla piattaforma attività illecite che possano violare diritti di terzi (perciò non hanno la responsabilità in caso di vendita di prodotti o servizi che violino diritti di terzi soggetti). A ciò vi è un limite, nel senso che se gli stessi vengono a conoscenza di attività o informazioni illegittime sono obbligati a rimuovere le inserzioni illegittime e comunque a disabilitarne l'accesso agli utenti.

Nello specifico, il MiPAAF ha sottoscritto dei *Memorandum of understanding* (*MoU)* con E-bay e Alibaba, mentre si tratta di un accordo informale con Amazon; attraverso questi strumenti l'ICQRF interviene sul web per bloccare le inserzioni irregolari nonché a tutela delle produzioni italiane. In tali contesti non agisce come autorità di *enforcement*, ma come *longa manus* del MiPAAF, inteso quale *titolare dei diritti di proprietà intellettuale* relativi a tutte le DOP e alle IGP italiane, in ottica di difesa dagli usi illeciti sulle piattaforme di commercio elettronico. Una simile chiave di lettura, infatti, consente di procedere nel modo più celere (si parla di poche ore) ed ottenere la cessazione della violazione su tali siti[279].

Il *web*, dunque, rappresenta una grande opportunità per commercializzare e prima ancora far conoscere a una platea sempre più ampia e potenzialmente estesa a tutto il mondo i propri prodotti (e territori) di qualità ed i loro segni distintivi, ma anche una grande minaccia[280]: emblematica di ciò è la situazione del mercato cinese, dove, in primis, (i) tutto ciò che è Italia, ed anche i nostri prodotti agroalimentari, sta riscuotendo un crescente successo da cui derivano opportunità e minacce di notevole portata, poiché, in secondo luogo, (ii) si tratta di un Paese in cui gli utenti del *web* superano di gran lunga l'intera popolazione degli

---

Per rimuovere eventuali inserzioni che violano diritti di proprietà intellettuale si può procedere nei confronti *dell'hosting provider* attraverso (i) un ordine della Corte, (ii) un ordine da parte di una autorità amministrativa, (iii) una notificazione da parte del titolare del diritto (si tratta della via più celere per porre fine alla violazione). Pertanto, gli *hosting provider*s hanno creato dei sistemi per la tutela dei diritti di proprietà intellettuale che consentono ai titolari di tali diritti di notificare eventuali violazioni: tale processo di denuncia prende il nome di "*Notice and Take-down*". Per cui, ad esempio, E-bay ha creato il Programma di verifica dei diritti di proprietà (VeRO – Verified Rights Owner) che consente ai titolari di un diritto di proprietà intellettuale (come diritto d'autore, marchi registrati, brevetti, DOP/IGP) di segnalare eventuali violazioni ai propri legittimi diritti. Per maggiori informazioni su ICQRF e piattaforme di commercio elettronico per la tutela del *Made in Italy* agroalimentare:
https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/394 (ultimo accesso 22 giugno 2019).

[279] Dal 2014 al 2016 sono state segnalate dall'ICQRF ad E-bay 388 inserzioni irregolari, relativi a casi quali: "vini fai da te" (*wine kits*) pubblicizzati ed etichettati con i nomi dei più famosi e pregiati vini italiani di qualità (quali "Chianti", "Barolo", "Amarone", "Montalcino" e tanti altri), falsi Prosecco commercializzati in lattina o come vini rosè, "formaggi fai da te" (*cheese kits*) pubblicizzati ed etichettati con nomi quali "Gouda", "Parmesan" e "Feta", prodotti vegani pubblicizzati e/o etichettati come "*parmesan vegan*". Su Alibaba, dal 2015 al 2016 sono state segnalate 90 inserzioni irregolari, la cui casistica è la più svariata: oltre ai casi dei vini e dei formaggi "fai da te", sono stati riscontrati numerosi casi di formaggi generici provenienti dalla Cina, dall'Egitto e dagli USA designati come "Parmigiano Reggiano" o "*Italian Parmesan cheese Style*", oppure aceti di riso commercializzati come "Aceto balsamico di Modena", e ancora, casi in cui il Prosecco veniva commercializzato in lattina. Anche su Amazon, solo nel 2016 sono state segnalate 148 inserzioni irregolari relative a "*wine kits*" usurpanti e/o evocanti vini DOP ed IGP italiani, usurpazioni di vini DOP Prosecco, con la commercializzazione di "*Prosecchi rosè o in lattina*", usurpazioni della DOP Parmigiano-Reggiano, con la commercializzazione di illeciti formaggi vegani. Ulteriori dati disponibili al seguente indirizzo:
https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/13281 (ultimo accesso 22 giugno 2019).

[280] C. GALLI, *La protezione di nomi geografici e denominazioni di origine contro l'agganciamento parassitario e le opportunità di licensing e co-branding globale di essi,* disponibile all'indirizzo:
http://www.uibm.gov.it/attachments/GALLI_Accademia%20UIBM_2018.2_Marchi%20territoriali.pdf (ultimo accesso 22 giugno 2019).

Stati Uniti e oltre duecento milioni di "navigatori" acquistano regolarmente prodotti attraverso la rete internet.

Assume un significato pregante la scelta dell'ICQRF, e più in generale del MiPAAF, di andare incontro alle nuove frontiere del commercio elettronico instaurando un dialogo costruttivo con un *player* quale Alibaba, che si è affermato come protagonista dell'*e-commerce* non solo in Cina, ma nel mondo. In questa stessa ottica, ha reclamato in capo allo Stato la titolarità dei diritti sottesi alle Ig, partendo da un elemento essenzialmente pratico, ossia il poter agire efficacemente e celermente in loro difesa.

2.2. La contraffazione: evocazione e le sue varie sfaccettature.

Come più volte è emerso nel corso del presente studio, l'evocazione, etimologicamente intesa come condotta in grado di "richiamare alla mente" un determinato prodotto e/o il suo contesto, si configura come una delle fattispecie più presenti in Europa e nel *web*, per ciò risulta utile approfondirne la portata, così come delineata dalla Corte di Giustizia (intervenuta molteplici volte in materia). Si può, in tal modo, approfondire l'aspetto pragmaticamente più diffuso del fenomeno che va a declinarsi anche in forme di agganciamento parassitario, soffermandoci sui paradigmi che consentono di dare applicazione alla tutela "forte" prevista in un sistema *sui generis* come quello della Unione. La disciplina europea[281] tutela le indicazioni geografiche registrate da qualsiasi forma di "evocazione", anche se l'origine del prodotto è indicata o se l'indicazione geografica utilizzata è accompagnata da espressioni quali "genere", "tipo", "stile", "gusto" o altri termini simili.

In un simile concetto possono essere ricomprese una serie di pratiche commerciali capaci di suscitare o suggerire nel consumatore l'idea, o il ricordo, che quel prodotto abbia le stesse caratteristiche e qualità del prodotto contrassegnato da una Ig: l'obiettivo è impedire che venga falsata la percezione del consumatore mediante l'appropriazione di pregi, andando a suggerire l'equivalenza qualitativa con i prodotti contrassegnati dal segno tutelato. L'evocazione sussiste anche in mancanza di un rischio di confusione tra prodotto contrassegnato DOP/IGP e generici[282] in quanto ciò che conta è che si crei nel pubblico

[281] Cap. I, par. 5.2.2, lett. A) del presente studio, per la definizione e collocazione sistematica delle condotte di evocazione nel Reg. 1151/2012.

[282] Corte di Giustizia 4 marzo 1999, Consorzio per la tutela del formaggio Gorgnzola c. Kaserei Champignon Hofmeister GmbH & Co. KG and Eduard Bracharz GmbH, causa C-87/97, *Gorgonzola/Cambozola*; Corte di Giustizia 26 febbraio 2008, Commissione delle Comunità Europee c. Repubblica federale di Germania, causa C-132/2005, *Parmigiano Reggiano/Parmesan*; Corte di Giustizia 14 luglio 2011, Bureau national interprofessionel

un'associazione di idee che rimanda alla indicazione geografica protetta, la cui reputazione è slealmente sfruttata[283]. In punto di evocazione[284] è determinante accertare se il consumatore medio, in presenza della denominazione controversa, sia indotto ad avere direttamente in mente come immagine di riferimento la merce contraddistinta dalla Ig registrata, tenendo conto della incorporazione parziale della indicazione geografica protetta nella denominazione controversa[285], di una similarità fonetica e/o visiva di tale denominazione con l'indicazione; o ancora di una somiglianza concettuale tra detta denominazione e detta indicazione.

Preme sottolineare che l'individuazione, nonché estensione, della concezione di evocazione è stata opera della Corte di Giustizia attraverso un succedersi di sentenze[286], riprese con originalità nella giurisprudenza italiana[287]. L'unicità della posizione italiana in materia si è spinta a sanzionare la fattispecie evocativa anche con riferimento all'evocazione del "Paese Italia", sanzionando, nel caso dell'olio d'oliva, il fenomeno di "*Italian sounding*"[288]. Ad una simile presa di posizione del legislatore italiano sono seguite sentenze particolarmente incisive nella estensione del concetto di evocazione.

Nel concreto, emergono gli elementi chiave di una simile evoluzione: ossia gli interessi pubblici sottesi alla protezione delle indicazioni geografiche, nonché il ruolo fondamenta-

---

du Cognac c. Gust. Ranin Oy, *Cognac*.

283 In linea con una simile evoluzione del concetto, ossia l'allargamento della tutela dei segni distintivi territoriali contro ogni forma di parassitismo, si afferma l'idea di una gestione attiva di tali segni, non più solo in chiave "difensiva", ma attraverso politiche di valorizzazione, che perseguano attivamente le opportunità di *lincesing* e *co-branding* globale aperte dalla nuova legislazione in materia.

284 Corte di Giustizia 7 giugno 2018, Scotch Whisky Association c. Michael Klotz, causa C-44/17.

285 Corte di Giustizia 21 gennaio 2016, Viiniverla Oy c Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirastocausa, causa C-75/15, *Verlados/Calvados*.

286 Oltre alle sentenze sopracitate si segnalo anche: Corte di Giustizia 30 settembre 2015, Tilda Riceland Private Ltd c. UAMI, causa T-136/14, "Basmati/Basmali", Corte di Giustizia 2 febbraio 2017, Roberto Mengozzi c. EUIPO, causa T-510/15, "Toscoro", Corte di Giustizia 24 ottobre 2014, cause T-624/13 e T-627/13, "Darjeeling".

287 Senza pretesa di esaustività, ma con riferimento alla tendenza dei Tribunali italiani di conformarsi alle posizioni espresse dalla Corte di Giustizia, accordando anch'essi una tutela estensiva alle Ig: Tribunale Civile di Bologna 23 luglio 2008, Sez. Quarta, n. 15237/03; Tribunale Civile di Catania, Sezione Specializzata in materia di Proprietà industriale e intellettuale, n.1424/12; Tribunale Civile di Genova, 22 ottobre 2012, n. 3601/12; Tribunale Civile di Cagliari, Sez. Imprese, n. 3578/2014; Tribunale Civile di Cagliari, Sez. Imprese, n. 3545/2014; Tribunale di Firenze, Sezione Imprese, n. 122/2014; Tribunale Civile di Torino 9 maggio 2014, Sez. Imprese, R.G. n. 22960/12; Corte d'Appello di Milano, Sez. Specializzata in materia di Impresa, 4 febbraio 2015;

288 D. lgs. n. 103/2016 recante "disposizioni sanzionatorie per la violazione del reg. (UE) n. 29/2012 relativo alle norme di commercializzazione dell'olio di oliva e del reg. (CEE) n. 2568/91 relativo alle caratteristiche degli oli di oliva e degli oli di sansa di oliva, nonché ai metodi ad essi attinenti". Nel decreto figurano sanzioni per le condotte di "*country sounding*", ossia si prevede la sanzionabilità dell'evocazione di un'origine geografica dell'olio diversa dall'origine dell'olio stesso, anche se correttamente etichettato. In particolare, art. 4.1 prevede sanzioni pecuniarie per i produttori che riportano "segni, figure o illustrazioni che possono evocare un'origine geografica diversa da quella indicata in etichetta, anche se veritieri". Vedi F. GUALTIERI, S. VACCARI, B. CATIZZONE, *La protezione delle indicazioni geografiche: La nozione di evocazione*, cit., 23.

le del "consumatore", al quale l'Unione negli ultimi anni ha prestato una nuova attenzione accompagnata da un'esaltazione della correttezza delle comunicazioni commerciali.

Per assicurare una definizione uniforme di consumatore medio, il legislatore europeo affida alla Corte di Giustizia il compito di interpretare in chiave evolutiva la figura astratta del consumatore medio *europeo*, tenendo conto dei fattori sociali, culturali e linguistici che incidono sulle sue aspettative presunte. Inoltre, ribadendo la natura pubblicistica del riconoscimento delle Ig, ci si muove "verso un'idea di *qualità* anche *immateriale* ed *evocativa* che non si esaurisce in requisiti tecnici" e verso "un'idea di *territorio* come canone di identità che deriva la *reputazione presente da una storia consolidata"*[289].

Ciò conduce pragmaticamente a valutare la presenza di un rischio di evocazione attraverso una valutazione globale degli oggetti del caso di specie, operando un confronto che tenga conto di tutti i fattori pertinenti e valutando la somiglianza sul piano visivo, uditivo e concettuale[290].

2.3. "Evocazione": il suo potenziale nella lingua cinese.

Attraverso le precedenti considerazioni, si è cercato di mettere in luce una serie di elementi che ci consentono di proseguire affrontando una problematica concreta, riscontrabile di frequente, che può aiutare a comprendere le sfumature assumibili dal fenomeno della "evocazione". Il *web*, attraverso i siti di *e-commerce* o di siti con domini appositamente registrati, consente alle imprese italiane di proporre facilmente i propri prodotti nei mercati europei ed extra-europei. Ne consegue una maggiore visibilità nonché "appetibilità" dei propri prodotti da cui deriva, come dicevamo, un aumento del rischio di esposizione a fenomeni di evocazione, usurpazione, condotte parassitarie o fenomeni di *squatting*. Un mercato sempre più "appetibile" per gli imprenditori e produttori italiani è rappresentato dal mercato cinese, in virtù anche del ruolo del commercio elettronico in questo Paese; al contempo, nel momento in cui ci si affaccia a realtà culturali differenti bisogna tenere in considerazione le specificità di quel contesto. Com'è intuibile, la prima peculiarità attiene alle macroscopiche differenze che si rinvengono a livello linguistico: in Cina non siamo di fronte ad una scrittura alfabetica, bensì ad una lingua composta da caratteri indipendenti, costi-

[289] In questo senso F. ALBISINNI, *Marchi e indicazioni geografiche: una coesistenza difficile*, in *Riv. Dir. Agr.*, 2015, I, 434ss, così come riportato da C. F. CODUTI, *Indicazioni geografiche e marchi. Note a margine del caso Toscoro*, in *Riv. Dir. Alim.*, ottobre-dicembre 2014, fasc. 4, 65-78.
[290] C. F. CODUTI, ibidem, 78.

tuiti da un'unica sillaba con un proprio significato (originariamente ad ogni carattere corrispondeva una parola, per cui si parla di lingua monosillabica)[291]. Essendo le lingue occidentali polisillabiche, l'adattamento di una parola straniera risulta particolarmente complesso e nella maggior parte dei casi si procede trascrivendo ogni sillaba con un carattere, i quali, letti in successione, consentono di mantenere l'identità fonetica del nome occidentale. Occorre poi mettere subito in luce che esistono molteplici caratteri della lingua cinese che possono apparire omofoni (o che, addirittura, sono propriamente omofoni)[292].

I soggetti che procedono a registrare un determinato marchio (o anche un'indicazione geografica) possono allora mantenere l'identità fonetica del nome occidentale, oppure mantenere solo il significato, o, infine, utilizzare un criterio misto di traduzione tra quello fonetico e quello letterale (ossia il significato del nome).

In quest'ultimo caso, si riesce a trovare un perfetto compromesso tra l'esigenza di riconoscibilità fonetica del prodotto e l'associazione di un nome ad un messaggio pubblicitario[293]. Le stesse considerazioni vengono in gioco quando si tratta invece di commercializzare, nonché individuare sul *web* eventuali prodotti originali o contraffatti, attinenti al mercato agro-alimentare. Alcuni esempi, presi da siti *web* cinesi, possono aiutare a comprendere la questione[294]. Infatti, vi sono consorzi che hanno scelto delle traduzioni ufficiali in cinese per i loro prodotti, basate sul criterio fonetico: ciò è avvenuto, per esempio, nel caso del

---

[291] Per approfondimenti sulla lingua cinese si vedano: M. SABATTINI, P. SANTANGELO, *Storia della Cina*, Roma-Bari, 2009, 15ss.

[292] Si consenta di segnalare che il dizionario "*the Great Compendium of Chinese Characters*" ("Hanyu Da Zidian" o 汉语大字典), riporta i 54678 caratteri che costituiscono la lingua cinese (per leggere un quotidiano ne bastano 2000), i quali corrispondono a 411 sillabe, che possono essere pronunciate con quattro differenti inflessioni della voce, dette "toni". Nella translitterazione in *pinyin,* i vari toni vengono trascritti con segni tradizionali posti sopra le sillabe. Come si comprende da questi numeri, la stessa sillaba è associata a molteplici caratteri e l'unica distinzione (quando presente) è imputabile all'inflessione della stessa. La riconoscibilità dei caratteri è dunque data da un insieme di fattori che ricomprendono, ad esempio, il contesto in cui la parola viene utilizzata. Per spiegare tale meccanismo, di solito, si ricorre all'esempio della sillaba *ma* (riconducibile ad innumerevoli caratteri tra cui 妈 *mā* di "mamma", 马 *mǎ* di "cavallo", 骂 *mà* di "rimproverare") elemento essenziale di un noto scioglilingua (妈妈骑马、马慢、妈妈骂马, *māma qí mǎ, mǎ màn, māma mà mǎ*), il quale gioca sul susseguirsi di omofoni dai toni diversi. Y. KUAN, P. HARING-KUAN, *Cina*, Verona, 1988, 92-93.

[293] Si consenta di proporre qualche esempio. Una traduzione basata sul suono è rappresentata dal marchio *Gucci*, in cinese *Gǔchí* (古驰). Una traduzione basata sul significato è, invece, il marchio *Apple*, in cinese *Píngguǒ* (苹果), ossia letteralmente "mela". Infine, l'attuale marchio della Coca-cola è frutto di un criterio misto di traduzione che mantiene un suono simile, *Kěkǒu-kělè* (可口可乐) e al contempo rimanda al significato di "gustoso" (*Kekou*) e "divertente" (*Kele*).

[294] F. GUALTIERI, S. VACCARI, B. CATIZZONE, *La protezione delle indicazioni geografiche: La nozione di evocazione*, cit., 32-34. Si vedano anche le seguenti note, le quali sono tratte da questo approfondimento.

Parmigiano Reggiano (la cui dicitura ufficiale è 帕马森, *Pà mǎ sēn*[295]), del Grana Padano (哥瑞纳 *Gēruìnà*, 帕达诺, *Pàdánuò*[296]) e del Prosecco (普罗塞克, *Pǔluō sāi kè*). Le peculiarità sopraesposte inerenti alla lingua cinese ci conducono ad osservare quanto frequentemente avviene nella pratica, ossia che i prodotti in questione possono essere commercializzati sul *web* attraverso alternative linguistiche che richiamano il prodotto, in quanto espressione dello stesso suono o simile, e che vengono associate ad un'enormità di offerte di questi prodotti, originali e non.

Ritorna, allora, molto utile uno degli elementi delineati dalla Corte di Giustizia al fine di riuscire ad individuare le fattispecie di "evocazione", ovvero il criterio della similarità fonetica tra indicazione protetta e prodotto evocativo: il richiamo attraverso stessi suoni o suoni simili del prodotto originario (in genere accompagnato anche da ulteriori elementi evocativi di tipo visivo, come ad esempio il tricolore) è molto semplice nella lingua cinese. Nel momento in cui l'ICQRF procede a ricercare, in siti come Alibaba, la commercializzazione di prodotti italiani contraffatti, il criterio fonetico diviene uno strumento utile ad individuare e perseguire le condotte evocative.

Si consenta di sottolineare come il presente paragrafo abbia consentito di introdurre la prima peculiarità da tenere sempre in considerazione nel momento in cui ci si accinge a trattare una realtà, nonché un sistema, riconducibile ad un Paese diverso: il fattore linguistico. La tutela che il sistema giuridico cinese appresta alle *indicazioni geografiche* sarà oggetto specifico di approfondimento nel capitolo terzo del presente studio, eppure la presentazione del fenomeno dell'evocazione ci ha consentito di approfondire il primo momento di contatto, nonché le conseguenze, tra il mercato occidentale ed orientale, reso possibile dal *web*.

Prima di procedere ad affrontare il terzo capitolo è utile approfondire, brevemente, la tematica delle Ig da un punto di vista globale, o, per dirlo in altre parole, affrontando lo

---

[295] *Pà mǎ sēn* non ha in sé un significato, i singoli caratteri significano: 帕 di "fazzoletto", ・di "cavallo", 森 di "foresta". Eppure, lo si ritrova sul web in altre varianti non ufficiali poiché viene tradotto con altri caratteri simili nella pronuncia al termine originale ma diversi semanticamente, come 巴马臣 (*pā mǎ chén*) che letteralmente significa: 巴 di "Pakistan", 马 di "cavallo", 臣di "ministro". O ancora, essendo la sillaba *ma* corrispondente sia a cavallo che a mamma anche scritto: 帕玛森 (*Pà mǎ sēn*). Commercialmente sono tutti modi validi di tradurre il Parmigiano o il *parmesan* e sono tutti utilizzati nelle più comuni piattaforme web cinesi.

[296] L'anomalia del sistema lessicale cinese lascia al mercato la possibilità di trovare alternative valide associabili al suono "Grana": come 格拉娜 (*Gélā nà*), sotto il quale troviamo sul web un'enormità di offerte del prodotto Grana Padano.

sforzo di trovare un punto di incontro in materia, posto in essere dal diritto internazionale, attraverso lo strumento dei trattati multilaterali.

3. Le Convenzioni internazionali.

3.1. I primi accordi in materia: la Convenzione di Parigi, l'Accordo di Madrid, la Convenzione di Stresa, l'Accordo di Lisbona.

Come accennato in apertura al capitolo primo, a partire dalla fine del XIX secolo, sono state siglate le prime Convenzioni internazionali in materia di indicazioni geografiche. Più precisamente, la Convenzione dell'Unione di Parigi (CUP) approvata nel 1883[297], e ripetutamente modificata[298], per prima ha incluso le indicazioni geografiche in uno strumento convenzionale dedicato alla tutela dei diritti di proprietà industriale, in tal modo elevandole a istituto afferente all'area privatistica distinto dalla disciplina dei marchi[299] (fino ad allora la materia era stata puramente oggetto di leggi nazionali ed accordi bilaterali). L'importanza di detta Convenzione risiede innanzitutto in due dati tangibili: vanta la più ampia diffusione internazionale in materia[300], nonché si tratta del primo accordo multilaterale a consacrare a livello globale l'esistenza delle "indicazioni di provenienza" e delle "denominazioni di origine", sebbene conferisca loro una tutela generica e scarsamente efficace[301]. Il carattere multilaterale ha consentito il progressivo superamento dell'applicazione soggettivamente frammentata delle norme a tutela della proprietà intellettuale, ma la Convenzione è improntata ai principi del trattamento nazionale e del diritto di priorità[302]. Il ricorso al primo principio

---

[297] La Convenzione ha istituito una vera e propria Unione "generale" di Paesi, con un'autonoma struttura organizzativa permanente, personalità giuridica internazionale e carattere aperto. Attualmente, l'Unione di Parigi è amministrata e gestita, insieme con l'Unione "particolare" di Berna (del 1886 per la protezione delle opere letterarie e artistiche) dall'*International Bureau* dell'OMPI, che ha sostituito il BIRPI, *Bureaux Internationaux Réunis pour la Protection de la Propriété Intellectuelle* (struttura organizzativa che dal 1893 svolgeva le medesime funzioni amministrative).

[298] A Madrid (1891), a Bruxelles (1900), a Washington (1911), all'Aja (1925), a Londra (1934), a Lisbona (1958) e a Stoccolma (1967). La Convenzione è tutt'ora in vigore nel testo riveduto a Stoccolma il 14 luglio 1967, disponibile on line sul sito della OMPI.

[299] A sostegno, si confronti il dato testuale dell'art. 1, co. 2: "La protezione della proprietà industriale ha per oggetto i brevetti d'invenzione, i modelli di utilità, i disegni o modelli industriali, i marchi di fabbrica o di commercio, i marchi di servizio, il nome commerciale e le indicazioni di provenienza o denominazioni di origine, nonché la repressione della concorrenza sleale". A. BORRONI, *La protezione delle tipicità agroalimentari. Uno studio di diritto comparato*, Napoli, 2012, 20.

[300] I Paesi aderenti e partecipanti all'Unione di Parigi ammontano, ad oggi, a 177 Stati, ex artt. 20-21 della CUP stessa, così come riportati nel sito della OMPI.

[301] Come si enucleerà nel proseguo. Vedi I. TRAPE', *I segni del territorio*, cit., 371ss.

[302] Secondo il principio di priorità, il soggetto che per primo richiede in uno degli Stati la tutela prevista dalla

comporta che ogni Stato aderente deve garantire ai cittadini degli altri contraenti lo stesso livello di tutela riconosciuto ai propri cittadini. Ciò rappresenta una forte limitazione alla creazione di una tutela *uniforme*, dal momento che comporta l'applicazione delle proprie leggi in materia di proprietà industriale anche ai soggetti stranieri, ma non a realizzare un soddisfacente livello di armonizzazione in materia. Le *indications of source* (indicazioni di provenienza) e le *appellations of origin* (denominazioni di origine) dell'articolo 1, comma 2, non vengono provviste di una definizione, né vi è disciplina con riguardo a procedure di riconoscimento o registrazione. Nel proseguo della Convenzione si rinviene la tutela apprestata alle stesse, ossia l'articolo 10 prevede, attraverso un richiamo al precedente art. 9, l'applicabilità del sequestro alle importazioni di prodotti recanti una "indicazione falsa relativa alla provenienza" (*an untruthful indication of the source of goods*). Il successivo articolo 10-bis considera atto di concorrenza sleale l'uso di indicazioni idonee a determinare nel pubblico un errore, fra l'altro, sulle caratteristiche delle merci (*indications or allegations the use of which in the course of trade is liable to mislead the public as to the nature, the manufacturing process, and the characteristics of goods*)[303]. Le misure avverso le false indicazioni di origine e la concorrenza sleale comportano l'attivazione dello Stato attraverso il sequestro di beni in caso di utilizzo, diretto o indiretto, di un'indicazione falsa relativa alla provenienza del prodotto o all'identità del produttore, del fabbricante o del commerciante, con l'aggiunta dell'onere affinché lo stesso disponga di appropriati mezzi e strumenti giudiziari per reprimere tali pratiche[304].

L'importanza delle norme richiamate si manifesta per l'aver introdotto alcune regole minime comuni a tutti i Paesi membri; tuttavia, le soluzioni di "compromesso" da cui sono originate le norme della Convenzione rivelano una scarsa efficacia delle medesime disposi-

---

Convenzione per un diritto di proprietà intellettuale dispone di un certo lasso di tempo, che varia a seconda del diritto di cui si domanda tutela, per chiedere che gli sia riconosciuta la stessa protezione anche in altri Stati contraenti. Le ulteriori domande saranno considerate come depositate nello stesso giorno della prima e gli sarà, quindi, riconosciuta priorità su qualunque richiesta depositata da terzi per la stessa esclusiva.

[303] La norma non fa esplicito riferimento ad indicazioni fuorvianti circa l'origine geografica. Si segnalano, dunque, diverse interpretazioni dell'articolo 10-bis, riconducibili, da un lato, ad interpretare estensivamente la norma per ricomprendere le *appellations of origin,* dall'altro, attenendosi alla lettera della norma, escludendo le stesse dalla tutela. In ogni caso, anche interpretando in senso ampio il termine di indicazione di provenienza, per farvi ricomprendere il concetto di denominazione di origine ai fini della tutela, occorrerebbe comunque prendere atto della limitatezza della tutela che taglia fuori dall'area di intervento pubblico tutti i tentativi di evocazione abusiva del nome geografico, in cui sia specificata in modo più o meno evidente la reale origine del prodotto.

[304] È utile sottolineare due aspetti. (i) Secondo il tenore letterale dell'art. 10.1 sembra costituire illecito il semplice utilizzo di un'indicazione falsa, a prescindere dalla sua ingannevolezza, ma in via interpretativa l'operatività della norma viene circoscritta ai casi in cui l'indicazione è appunto ingannevole per il pubblico. (ii) L'illecito configurato concerne l'utilizzazione di false indicazioni dirette (ossia false indicazioni che comprendono un esplicito riferimento ad una zona geografica) e indirette (ossia che, pur non contenendo alcun toponimo, suggeriscono l'idea di una precisa provenienza geografica del prodotto). Vedi in (a cura di) A. VANZETTI, *Codice della proprietà industriale*, cit., 546-547.

zioni[305], nonché una difficoltà nel definire il "territorio" funzionale alla individuazione delle violazioni di proprietà intellettuale, soprattutto a causa dei crescenti fenomeni di produzione e commercializzazione dei beni contraffatti a livello transnazionale.

Rileva, allora, l'articolo 19 della Convenzione, il quale autorizza le Parti a stipulare tra loro speciali accordi per la protezione della proprietà industriale, cosa che è avvenuta nel 1891 con l'Accordo di Madrid e nel 1958 con l'Accordo di Lisbona.

L'Accordo di Madrid sul divieto di indicazioni di provenienza false o fallaci[306] quale Accordo "particolare" della Convenzione di Parigi, manifesta da subito un minor successo[307]. Lo scopo è stato quello di estendere le tutele previste dall'articolo 10 CUP, ma il tentativo non ha colto pienamente nel segno, difettando innanzitutto di una precisa definizione giuridica degli istituti e, in secondo luogo, mancando anch'esso di chiarezza in merito ai contenuti della tutela. L'Accordo introduce regole per la repressione delle indicazioni false *o ingannevoli*, riprendendo l'art.10 nell'obbligo degli Stati aderenti di impedire l'uso di "false" indicazioni di provenienza, ma, in aggiunta, li obbliga ad impedire l'uso d'indicazioni di provenienza e di denominazioni di origine ritenute "ingannevoli", cioè letteralmente vere ma, tuttavia, fuorvianti per i consumatori[308]. Dal punto di vista sanzionatorio, l'articolo 1 sancisce l'obbligo di sequestrare o di vietare l'importazione dei beni che rechino anche, in via indiretta, indicazioni false o fallaci.

Parte della dottrina attribuisce all'Accordo di Madrid il ruolo di tappa intermedia del cammino di sviluppo della disciplina e degli istituti in questione, interrogandosi sulla possibilità che il termine "*deceptive*" sia idoneo a scongiurare ipotesi di evocazione e di abuso della reputazione di un toponimo recante indicazione diversa dalla provenienza e natura del prodotto; d'altra parte, la medesima dottrina rileva il fatto che il mero riferimento alla potenziale ingannevolezza non è di per sé idoneo ad includere nel novero delle fattispecie tutelate l'impiego di quelle espressioni quali "tipo", "modo", "maniera", ecc.[309] Nel complesso allora si può sottolineare la volontà di porre in essere una tutela più incisiva rispetto alla CUP, ma, in virtù della mancanza di chiare definizioni e del limitato numero di Stati aderen-

---

[305] Sotto il profilo formale, la Convenzione non prevede strumenti sanzionatori azionabili dai privati né particolari ed efficaci meccanismi di risoluzione delle controversie tra Stati. La mancanza di specifiche sanzioni è dovuta alla clausola del trattamento nazionale che le rende accessorie, in quanto riservate alla legislazione nazionale purché non discriminatorie in base alla nazionalità.

[306] Rivisto a Washington (1911), all'Aja (1925), a Londra (1934), a Lisbona (1958) e a Stoccolma (1967).

[307] Le parti contraenti ammontano oggi a 55 Stati, dal sito della WIPO.

[308] Art. 1, co. 3: "*All goods bearing a false or* deceptive *indication by which one of the countries to which this Agreement applies, or a place situated therein, is directly or indirectly indicated as being the country or place of origin shall be seized on importation into any of the said countries*".

[309] A. BORRONI, *La protezione delle tipicità agroalimentari*, cit., 50.

ti, l'Accordo non è riuscito ad accrescere in modo significativo il livello di protezione delle Ig.

Appare interessante menzionare, come elemento di passaggio, la Convenzione internazionale sull'uso delle denominazioni d'origine tipiche di formaggi, nota come Convenzione di Stresa del 1951[310]. La stessa si colloca fuori dall'ambito dell'Unione di Parigi, ha un numero ridotto di Stati firmatari (tutti appartenenti all'area europea[311]), nonché un oggetto limitato, in quanto riguarda solo la specifica categoria dei formaggi. Tuttavia, si rileva come si tratti di un accordo multilaterale nel quale si intende perseguire una cooperazione che garantisca l'uso leale di designazioni di origine e denominazioni dei formaggi, definendo le stesse per proteggerne le caratteristiche originarie e l'uso per l'informazione ai consumatori. A tal fine prevede una distinzione tra "denominazioni di origine", relative a formaggi prodotti in zone geograficamente delimitate osservando usi locali leali e costanti e le cui caratteristiche merceologiche derivano prevalentemente dalle condizioni proprie dell'ambiente di produzione, e le "denominazioni tipiche", relative a formaggi prodotti nel territorio nazionale, osservando usi leali e costanti, le cui caratteristiche merceologiche derivano da particolari metodi della tecnica di produzione. In tutta evidenza, il legislatore del tempo era focalizzato sulle caratteristiche dei prodotti, sulle zone di produzione, sugli usi locali leali e costanti e sulle condizioni proprie dell'ambiente e delle tecniche di produzione.

Le prime ricevono una tutela piuttosto ampia, essendo riconosciuto al titolare un diritto d'uso assoluto ed esclusivo. Infatti, sono tutelate sia se utilizzate sole, sia se accompagnate da espressioni quali "tipo", "uso", "genere" o altre forme analoghe, che lascino comunque presumere la sussistenza di un indebito agganciamento (art. 3). Una protezione più ridotta viene attribuita alle denominazioni tipiche per formaggi prodotti nel proprio territorio, per le quali è ammesso un uso legittimo da parte degli altri Paesi contraenti, ma esclusivamente rispettando le peculiarità del prodotto e indicando il reale paese di provenienza. Rilevante appare la previsione binaria di denominazioni d'origine e tipiche, differenziate in base (i) ai requisiti di iscrizione ed (ii) al consequenziale trattamento giuridico.

Successivamente, con riferimento ad un ambito merceologico più esteso, viene sottoscritto l'Accordo di Lisbona del 31 ottobre 1958 concernente la protezione delle denominazioni d'origine e la loro registrazione internazionale. Lo stesso introduce un significativo

---

[310] Conclusa il 1° giugno 1951 ed entrata in vigore, successivamente, il 1° settembre 1953.

[311] I Paesi firmatari erano: Svezia (27 gennaio 1951), Svizzera (5 giugno 1951), Norvegia (31 agosto 1951), Francia (20 maggio 1952), Italia (1° marzo 1953), Austria (12 giugno 1953), Danimarca (2 agosto 1953) e Paesi Bassi (29 ottobre 1955). Svezia, Danimarca e Norvegia in seguito hanno deciso di recedere.

mutamento del quadro giuridico delle indicazioni geografiche nel contesto internazionale. In primo luogo, l'articolo 2 definisce le denominazioni di origine (*appellations of origin*)[312], caratterizzate dal concetto di *milieu géographique*, le quali possono ricomprendere indifferentemente qualsiasi categoria di prodotto (non essendo limitata la sua applicazione ai prodotti vitivinicoli o agroalimentari[313]). Inoltre, prevede la creazione di un "registro" internazionale delle denominazioni[314], nel quale possono confluire solo le denominazioni che siano oggetto di protezione nel Paese di origine. Segue alla registrazione[315] la possibilità che una denominazione registrata efficacemente da uno dei Paesi aderenti all'Accordo non possa volgarizzarsi se le è apprestata protezione nel proprio luogo d'origine: così facendo si scongiura l'eventualità (paradossale) che l'uso della denominazione sia impedito agli operatori del Paese d'origine (in quanto lì protetta per cui utilizzabile solo dai produttori di prodotti tipici) mentre, al contempo, la stessa denominazione sia nella libera disponibilità di tutti i produttori in un Paese terzo, dove, in base alla legge nazionale, la stessa sia considerata generica[316].

Ulteriore elemento importante è rappresentato dall'ampiezza della tutela che consiste nell'impedire non solo l'uso ingannevole, ma anche *ogni* tipo di imitazione o usurpazione, anche se la vera origine viene indicata o se la denominazione è usata in forma tradotta o accompagnata da espressioni quali: "tipo", "imitazioni", "come" o simili[317].

Da queste considerazioni si evince come l'Accordo abbia fatta strada all'affermarsi di una tutela *forte* alle denominazioni di origine, che verrà poi ripresa in seno all'Unione europea. Il maggior limite dell'Accordo di Lisbona si manifesta nuovamente nella scarsità di adesioni all'Accordo stesso (attualmente sono 29 gli Stati contraenti).

---

312 Art. 2, co. 1, Accordo di Lisbona: "*In this Agreement, "appellation of origin" means the geographical denomination of a country, region, or locality, which serves to designate a* product *originating therein, the quality or characteristics of which are due exclusively or essentially to the geographical environment, including natural and human factors.".*

313 Nell'Accordo di Lisbona non compare alcuna specificazione con riguardo alle categorie di prodotti tutelabili, dunque si può estenderne la portata a qualsiasi categoria di prodotto che presenti le caratteristiche evidenziate dall'art. 2. Si può perciò rinvenire la registrazione di prodotti appartenenti a differenti categorie merceologiche, da "prodotti agro-alimentari (ad es. il *Parmigiano-Reggiano*), vini e alcolici (*Champagne* e *Tequila*), prodotti naturali (i *marmi* e *l'Eau de Carlsbad*) e prodotti artigianali e manifatturieri (*Cristallo di Boemia* e *porcellane peruviane Chulucanas*)", in M. C. CATTANEO, *L'Accordo di Lisbona in materia di denominazioni di origine e le prospettive di Riforma*, in (a cura di) C. RICCI, *La tutela multilivello del diritto alla sicurezza e qualità degli alimenti*, Milano, 2012, 209ss.

314 Art. 5 dell'Accordo predispone un sistema multilaterale di notifica e registrazione delle denominazioni nazionali con lo scopo di assicurare una accresciuta stabilità internazionale ai prodotti con indicazioni geografiche.

315 Art. 6 dell'Accordo: "*Presumption that a Protected Appellation Cannot Become Generic. An appellation which has been granted protection in one of the countries of the Special* Union *pursuant to the procedure under Article 5 cannot, in that country, be deemed to have become generic, as long as it is protected as an appellation of origin in the country of origin.*"

316 A. BORRONI, *La protezione delle tipicità agroalimentari*, cit., 54.

317 Art. 3, Accordo di Lisbona: "*Protection shall be censure against any usurpation or imitation, even if the true origin of the product is indicated or if the appellation is used in translated form or accompanied by terms such as "type", "make", "imitation", or the like".*

3.2. L'Accordo TRIPs.

Dal breve excursus sugli Accordi internazionali che hanno preceduto l'Accordo TRIPs si possono evincere degli importanti elementi che caratterizzano la disciplina delle indicazioni geografiche in ambito internazionale. La tutela delle Ig nasce dall'attenzione che la Convenzione di Parigi del 1883, prima, e l'Accordo di Madrid del 1891, poi, apprestano alle indicazioni di provenienza (*indications of source)*, che solo in un secondo momento, nella Convenzione di Stresa e nell'Accordo di Lisbona, viene affiancato da un ulteriore concetto, ossia le denominazioni di origine (*appellations of origin*) di cui si dà una definizione, ricollegando il luogo di cui sono espressione con determinate qualità e caratteristiche imprescindibili dallo stesso. In ogni caso si manifesta un consenso sul fatto che la protezione delle Ig condivide le finalità che soggiacciono al diritto dei marchi, ossia sono strumenti che vanno predisposti al fine di scongiurare l'inganno del consumatore sull'origine del prodotto, nonché, in misura minore, di prevenire la concorrenza sleale[318].

L'Accordo TRIPs (*International Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* del 1994) ha realizzato un'armonizzazione senza precedenti delle regole nazionali in materia di proprietà intellettuale in tutti gli Stati membri dell'Organizzazione Mondiale del Commercio (OMC), cioè, in pratica, in oltre 160 Stati. L'idea al centro del progetto era quella di creare un *minimum standard* di tutela della proprietà intellettuale (seppur compatibile con regole nazionali diverse, purché rispettose dello standard), accompagnato però dalla regola di libertà di una tutela più forte (art. 1.1)[319].

Con riferimento specifico alle indicazioni geografiche, si fa riferimento agli art. 22-23-24 dell'Accordo TRIPs. In primis, troviamo una definizione di "*geographical indication",* nella quale, per alcuni[320], si può ricomprendere il concetto di "*appellations of origin"*[321]

---

[318] R. L. OKEDUI, *The International Intellectual Property Roots of Geographical Indications,* in *Chicago-Kent law Review*, June 2007, vol. 2, art. 9, 1329ss.

[319] Questa previsione era il frutto di una generica convinzione che la disciplina della proprietà intellettuale, nei paesi industrializzati, si sarebbe evoluta nel senso di una corsa verso una maggiore tutela e che questa maggiore tutela avrebbe poi dovuto in qualche modo coinvolgere anche i paesi meno industrializzati. In tal senso si veda V. DI CATALDO, *Il futuro prossimo della proprietà intellettuale*, in *Rivista ODC*, 2017, n. 3, 1-11. L'autore aggiunge che erano espressione di una simile previsione i successivi accordi, prevalentemente bilaterali, denominati TRIPs-Plus, nonché il disegno di una convenzione multilaterale denominata ACTA, nella quale si rafforzava la protezione, dando ampio spazio alla tutela penale. Però, la conclusione della parabola degli accordi TRIPs-Plus, da un lato, e l'abbandono del progetto ACTA, dall'altro, segnano una battuta d'arresto del processo di evoluzione post-TRIPs.

[320] Senza negare che in sede alla stesura dell'Accordo TRIPs in realtà si sono confrontate diverse posizioni, che muovono dal considerare il concetto di *appellations of origin* come ricompreso in quello di *geographical indica-*

dell'Accordo di Lisbona e che in ogni caso conduce ad un superamento del dualismo configurato dal binomio indicazioni di provenienza/denominazioni di origine.

Ai sensi dell'articolo 22.1 per indicazioni geografiche si intendono le indicazioni che identificano un prodotto come originario del territorio di un Paese membro o di una regione o di una località di detto territorio, quando una determinata qualità, la *notorietà* o altre caratteristiche del prodotto sono *essenzialmente*, ma non esclusivamente, attribuibili alla sua origine geografica[322].

L'art. 22 stabilisce un livello minimo di protezione per le indicazioni geografiche degli alimenti. A differenza dell'Accordo di Lisbona, la tutela delle indicazioni geografiche assicurata dall'Accordo TRIPs prescinde dalla registrazione ed è limitata alle ipotesi in cui le indicazioni medesime siano utilizzate in modo tale da ingannare il pubblico sull'origine geografica del prodotto che identificano (art. 22.2, lett. a). In dottrina si rileva che il limite dell'inganno del pubblico potrebbe essere superato dalla previsione dell'art. 22.2, lett. b, che estende la tutela dell'indicazione geografica a qualsiasi suo uso "che costituisca un atto di concorrenza sleale ai sensi dell'art. 10-bis della Convenzione di Parigi", consentendo così di potervi far rientrare gli atti di agganciamento parassitario non ingannevole né fautore di confusione con un'indicazione di origine. D'altro canto, però, la norma non contiene un esplicito divieto di fare uso di indicazioni quali "genere", "tipo", "imitazione", e, secondo alcuni[323], tale omissione impedisce di applicare la norma alle ipotesi di agganciamento non confusorio[324].

Il successivo articolo 23 sulle indicazioni geografiche per i vini e per gli alcolici fornisce, invece, espressamente alle stesse una protezione che prescinde dall'inganno del pubbli-

---

tion, oppure che ritengono, invece, le "indicazioni geografiche" come concetto contrapposto a "indicazione di provenienza" e "denominazione di origine".

[321] A. CONRAD, *The Protection of Geographical Indications in the TRIPs Agreement*, in *Trademark Rep.,* 1996, vol. 86, art. 11, 13.

[322] Art. 22, co. 1: "*Geographical indications are, for the purposes of this Agreement, indications which identify a good as originating in the territory of a Member, or a region or locality in that territory, where a given quality,* reputation *or other characteristic of the good is essentially attributable to its geographical origin".* Si segnala che nella versione inglese, francese e spagnola si fa riferimento al termine riconducibile a "*reputation*", mentre nella versione italiana ritroviamo il termine "notorietà". Per alcuni, si tratta di una differenza importante, poiché il concetto di "notorietà" comporta un abbassamento della soglia di accesso alla tutela come indicazione geografica. A. GERMANÒ, *Le indicazioni geografiche nell'accordo TRIPs*, in *Riv. Dir. Agr.*, 2000, I, 421.

[323] C. GALLI, *Globalizzazione dell'economia e tutela delle denominazioni di origine dei prodotti agroalimentari*, cit., 63.

[324] L'art. 22 dell'Accordo TRIPs prosegue con i commi 3 e 4. Il comma 3 disciplina il rapporto tra indicazioni geografiche e marchi registrati. In particolare, un Paese membro rifiuta la registrazione di un marchio che contiene o consiste in un'indicazione geografica per prodotti non originari del luogo indicato, se l'uso dell'indicazione è tale da ingannare il pubblico circa la vera origine del prodotto. Infine, il comma 4 vieta l'utilizzo di indicazioni geografiche, le quali, pur vere in ordine al territorio, alla regione o alla località di cui il prodotto è originario, indicano falsamente al pubblico che i prodotti sono originari di un altro luogo.

co ed estesa ai casi di agganciamento parassitario[325]. La disciplina dell'articolo 23 si chiude, inoltre, con la disposizione contenuta al comma 4, relativa alla creazione di un sistema di notifica e registrazione delle indicazioni geografiche per i vini. Questo articolo ha sollevato un'ampia discussione tra i membri, divisi tra i favorevoli alla realizzazione di un vero e proprio sistema di registrazione vicino al modello introdotto da Lisbona e chi invece ha proposto la realizzazione di un registro con una funzione strettamente informativa[326]. L'Accordo TRIPs introduce chiaramente un "doppio binario" di tutela fra, da un lato, la categoria dei vini e delle bevande alcoliche e dall'altro, tutti gli alimenti di diverso tipo. Si tratta di un'eredità di precedenti convenzioni internazionali in materia di diritti di proprietà intellettuale, recepite dall'Accordo TRIPs, il quale ha avuto il grande merito di collegarle al sistema di risoluzione delle controversie (che rappresenta forse la vera novità dell'OMC), così fornendo alle relative norme, la cui violazione in passato generava più che altro contromisure di diritto internazionale (ad esempio, ritorsioni commerciali etc.), un sistema, oggi, di tipo quasi giurisdizionale e di sanzioni particolarmente dotate di effettività[327].

L'Accordo TRIPs, dunque non promuove l'armonizzazione totale delle discipline nazionali in materia, come dicevamo, ma si limita ad individuare *standard minimi* di tutela per ciascuno Stato, lasciando la libertà di adottare criteri propri di protezione nel rispettivo ordinamento[328]. In ogni caso, le sue regole hanno funzionato come stimolo per l'implementazione dei sistemi nazionali degli Stati membri della OMC.

3.3. Dall'Accordo TRIPs ai TRIPs plus: l'esperienza europea.

---

[325] Ai sensi dell'articolo 23, ogni Paese membro prevede i mezzi legali atti a consentire alle parti interessate di impedire l'uso di un'indicazione geografica che identifica dei vini per prodotti non originari del luogo indicato, compresi i casi in cui il nome protetto è tradotto o accompagnato da espressioni quali "genere", "tipo", "stile", "imitazione" o simili, anche se la vera origine dei prodotti è indicata. Il quadro è completato dal comma 2 dell'articolo 23, il quale ha disciplinato il rapporto con i marchi. In particolare, la registrazione di un marchio che contiene o consiste in un'indicazione geografica che identifica dei vini deve essere rifiutata o dichiarata nulla per vini non originari del luogo individuato dall'indicazione.

[326] Sui fallimenti dei tentativi di trovare una soluzione concordata con riferimento al registro per i vini (nonché sul fallimento delle trattative per estendere alle indicazioni geografiche di tutti i prodotti il livello di protezione speciale dell'art. 23) si veda C. LOSAVIO, *Il fallimento di Cancun e le indicazioni geografiche nell'attuale panorama internazionale*, in *Riv. Dir. Agr.*, 2004, II, 65.

[327] L'Accordo TRIPs richiama, e percepisce, in particolare anche la "Convenzione di Parigi (1967)", per "Paris Convention (1967)" si intende lo Stockholm Act del 14 luglio 1967, modificativo della Convenzione di Parigi originaria. Vedi P. BORGHI, *L'origine dei prodotti alimentari nell'Accordo TRIPs*, in *Atti dei Georgofili*, 2012, 31-53.

[328] V. DI CATALDO, *Il futuro prossimo della proprietà intellettuale*, cit., 3ss. L'autore mette in luce come il progetto originario dell'Accordo TRIPs fosse quello di stabilire uno standard minimo di protezione, accompagnato dalla prospettiva di dare attuazione ed evoluzione all'Accordo stesso nel senso di una tutela "più forte". In realtà, il fallimento delle trattative in tal senso ha condotto all'affermarsi di un'idea opposta, ovvero di concepire lo sviluppo dell'Accordo in senso di precludere agli Stati di superare, almeno in alcune direzioni, i livelli di tutela convenzionalmente fissati (idea c.d. "*from Minimum Standard to Maximum Rules*").

Malgrado la capacità dell'accordo di affermare le Ig quale istituto giuridico a presidio di una diversificazione dell'offerta di mercato, nonché della preservazione di determinate qualità, reputazione o tradizione dei prodotti, permangono diverse visioni a livello globale circa la loro "utilità". Non solo: anche all'interno della stessa Unione europea, esulando dal comparto vitivinicolo, si segnala una contrapposizione sul tema delle Ig per prodotti agroalimentari tra, volendo semplificare, le necessità dei paesi mediterranei e gli altri[329]. In tale contesto, emerge l'idea per cui "un eccessivo irrigidimento da parte dell'Unione rispetto all'estensione della tutela delle indicazioni geografiche in ambito di OMC potrebbe esporla a rinunce onerose in altri settori di competenza dell'Organizzazione, rispetto ai quali oggi vi è una esigenza più immediata e maggiormente condivisa di intervenire con misure di sostegno"[330].

Il c.d. *Doha Round*[331] sintetizza bene la fase attuale del nuovo contesto internazionale che l'OMC eredita, nel quale si manifesta la difficoltà di trovare un consenso condiviso tra tutti gli Stati membri dell'Organizzazione sui temi proposti. Un elemento invocato quale concausa di simili difficoltà è rappresentato dall'ingresso nella OMC di nuovi membri, tra cui molti Paesi in via di sviluppo (PVS), ma anche dei nuovi Paesi industrializzati (*Newly Industrialized Countries*) e dei Paesi emergenti (*Emerging Economies*). La discussione non riguarda più solo le economie avanzate dell'Occidente: alle differenze di visioni si sommano le esi-

---

329 In particolare, emergono le posizioni di paesi mediterranei quali Francia, Italia, Spagna e, in certa misura, anche Portogallo, i quali rappresentano gli Stati membri più impegnati nella promozione di DOP e IGP in seno alla stessa Unione. E. SIRONI, *Conflitti tra marchi e indicazioni comunitarie di qualità (DOP, IGP, STG)*, in (a cura di) B. UBERTAZZI, E. MUNIZ ESPADA, *Le indicazioni di qualità degli alimenti,* cit., 208ss. Vedi anche G. E. EVANS, *A comparative analisys of the protection of geographical indications in the European Union and the United States under sui generis and trademark systems*, in (a cura di) T. TAKENATA, *Intellectual property in common law e civil law*, Cheltenham/Northampton, 2013, 299.

330 A. LUPONE, *Il dibattito sulle indicazioni geografiche nei sistemi multilaterali degli scambi: dal Doha round dell'Organizzazione mondiale del Commercio alla protezione Trips plus*, in (a cura di) B. UBERTAZZI, E. MUNIZ ESPADA, *Le indicazioni di qualità degli alimenti*, cit., 36-42.

331 Il *Doha Development Round*, quarta conferenza interministeriale dell'OMC (Doha, novembre 2001), ha lanciato l'ultimo round negoziale tra gli Stati membri. La *Doha Development Agenda* (DDA) coinvolge oltre 20 settori quali oggetto di negoziazioni multilaterali, ma il dibattito si è concentrato su alcuni ambiti economici sensibili nelle relazioni tra economie industrializzate e Paesi in via di sviluppo (PVS). Sono stati presi in esame, in particolare, i settori dell'agricoltura, dei servizi e dei diritti di proprietà intellettuale, sui quali già si erano raggiunti i primi risultati nel precedente *Uruguay Round* (1986-94). In un primo momento la scadenza per la conclusione dei negoziati era fissata ad inizio 2005. Invece, i negoziati sono andati avanti dal 2001 al 2012 senza grandi risultati (come dimostrano la conferenza di Seattle, 1999, e la conferenza di Cancún, 2003). Nel 2013, l'accordo di Bali ha ridimensionato l'agenda di Doha, sostituendola con la c.d. *Doha light*, costituita da meno del 10% del programma originario. Dal 2013, al contempo, in assenza di risultati, si è entrati in uno stallo conclamato. A fine del 2017, l'XI Conferenza ministeriale dell'OMC a Buenos Aires ha sancito il clima di forte disaffezione per il regime multilaterale del commercio internazionale. Vedi M. ZUPI (Osservatorio di politica internazionale), *Approfondimento n. 147, "Il futuro incerto del multilateralismo commerciale e il ruolo dell'Organizzazione mondiale del commercio"*, dicembre 2018, consultabile on-line sul sito del Parlamento italiano.

genze di nuovi attori globali che tendono a imporre la propria agenda esprimendo istanze nuove.

Simili fattori si sommano e concorrono a rendere complessa la discussione sul piano multilaterale: dunque, giustificano la scelta di perseguire sul piano degli accordi bilaterali (attraverso i cc.dd. TRIPs plus[332]), l'*enforcement* e l'estensione dei diritti di privativa industriale e intellettuale al di là della protezione offerta dall'Accordo TRIPs[333]. Così facendo, infatti, si sottrae la materia alla trattativa generale e, di conseguenza, alla richiesta di nuove concessioni da parte di specifici membri dell'OMC.

In quest'ottica si spiegano i negoziati bilaterali avviati dall'Unione europea[334]: al fine di superare la perdurante fase di stallo, l'Unione persegue lo scopo del rafforzamento della tutela delle Ig in ambito internazionale tramite disposizioni TRIPs plus[335].

Le prime manifestazioni del fenomeno sono i c.d. accordi bilaterali di "vecchia generazione", aventi ad oggetto vini e/o liquori: si tratta di intese inerenti vari aspetti del mercato vitivinicolo, dalle pratiche enologiche all'etichettatura, e dotate, solitamente, di una sezione specifica dedicata alle Ig[336]. Con riferimento alle indicazioni geografiche, lo scopo principale di questi accordi è stato quello di prevedere il mutuo riconoscimento di specifiche denominazioni, nonché di tentare di eliminare progressivamente l'uso di termini riferiti a vini/liquori di origine europea, avvertiti come "generici" nei paesi *partner*, in particolare Canada e Stati Uniti.

In seguito, l'Unione ha cominciato a rafforzare la tutela delle Ig con riferimento anche ai prodotti agroalimentari. In un documento del 2012, la Commissione ha esplicitato gli strumenti, gli obiettivi ed il contenuto delle iniziative europee volte alla realizzazione dello

---

332 La denominazione "TRIPs plus" viene, a seconda dei casi, attribuita a singoli accordi oppure a singole disposizioni degli accordi.

333 La prolificazione del bilateralismo ha implicato un grado crescente di complessità degli assetti giuridici e istituzionali, tanto che spesso si parla di *spaghetti bowl* (termine introdotto dall'economista Jagdish Bhagwati negli anni '90), proprio per indicare la matassa intricata creatasi con gli accordi preferenziali esistenti a livello mondiale.

334 Anche ulteriori paesi economicamente forti, come gli Stati Uniti, hanno promosso, più in generale, la conclusione di accordi bilaterali di cooperazione economica, condizionando all'*enforcement* dell'accordo la concessione di specifici vantaggi e di un trattamento preferenziale ai PVS. A. LUPONE, *Il dibattito sulle indicazioni geografiche nei sistemi multilaterali degli scambi: dal Doha round dell'Organizzazione mondiale del Commercio alla protezione Trips plus,* cit., 41.

335 B. O'CONNOR, L. RICHARDSON, *The legal protection of Geographical Indications in the EU's Bilateral Trade Agreements: moving beyond TRIPs*, in *Riv. Dir. Alim.*, ottobre-dicembre 2012, fasc. 4, 1-29.

336 A partire dal 1994, l'Ue ha cominciato a concludere accordi bilaterali specifici aventi ad oggetto vini e/o liquori, partendo dai paesi-chiave nella produzione degli stessi. Si segnalano, ad esempio, gli accordi con Australia (1994, rinnovato nel 2008), Messico (1997), Cile (2002), Sud Africa (2002), Canada (2003) e Stati Uniti (2006, aggiornato nel 2011). La lista completa ed il contenuto degli accordi sono disponibili sul sito della Commissione europea, all'indirizzo on-line: https://ec.europa.eu/agriculture/wine/third-countries_en#mx (ultimo accesso 22 giugno 2019).

scopo[337]. Innanzitutto, indica due vie: il ricorso a *stand-alone agreements* o ad accordi bilaterali. Nel primo caso, la Commissione indica esemplificativamente il Progetto "10 più 10" con la Cina, la prima iniziativa Ue-Cina finalizzata al mutuo riconoscimento di una serie di Ig di entrambe le parti[338]. Lo strumento maggiormente utilizzato, però, è rappresentato dall'*accordo bilaterale*, il quale viene redatto dall'Unione ed un paese terzo: può avere ad oggetto esclusivamente le indicazioni geografiche, oppure, più frequentemente, si tratta di negoziati più ampi nei quali si affronta anche il tema delle Ig. Sono una dimostrazione di questo approccio gli accordi tra Ue e paesi confinanti, quali Svizzera, Moldavia, Montenegro ed altri: la vicinanza geografica, nonché di sistema, ha consentito di ottenere un livello alto di integrazione dei rispettivi sistemi e registri in materia di Ig[339].

L'interesse europeo ad ottenere una protezione più incisiva delle proprie Ig all'estero (rispetto a quella offerta dall'art. 22 TRIPs) si manifesta poi, soprattutto, nel più ampio disegno della sua politica commerciale[340]. Nell'ambito di accordi commerciali bilaterali con paesi terzi, volti al superamento delle barriere nel commercio ed alla creazione di migliori opportunità di scambio, l'Unione mette sempre "sul tavolo" la tutela di alcune delle proprie Ig nel territorio di quel paese[341], offrendo in cambio il reciproco riconoscimento di Ig della

---

337 Documento di lavoro della Commissione presentato in occasione della riunione del 25 giugno 2012 del gruppo consultivo sugli Aspetti Internazionali del Settore Agricolo: "*DG AGRI working document on international protection of EU Geographical Indications: objectives, outcome and challenges*". Consultabile all'indirizzo on-line: https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/consultations/advisory-groups/international/2012-06-25/agri-working-doc_en.pdf (ultimo accesso 22 giugno 2019).

338 Progetto avviato nel 2007 attraverso il quale hanno ottenuto la registrazione presso l'AQSIQ, (*General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine*), tra le autorità allora competenti in Cina per la gestione delle indicazioni geografiche (oggi, invece, è il CNIPA, si veda *infra* Cap. III), i prodotti italiani Grana Padano e Prosciutto di Parma, i formaggi francesi *Compté* e *Roquefort*, quelli inglesi *West Country Farmhouse Cheddar* e *White/Blue Stilton Cheese*, gli oli spagnoli *Priego de Cordoba* e *Sierra Màgina*, il salmone scozzese (*Scottish Farmed Salmon*) e le *Pruneaux d'Agen*, prugne secche francesi.

339 Sono accordi negoziati specificatamente per la protezione reciproca delle Ig, ad esempio, l'accordo con la Svizzera (e Liechtenstein) del 2011, con la Georgia (2011), con la Repubblica Moldova (2012). Le Ig sono, invece, tutelate attraverso specifiche disposizioni in ambito di più ampi accordi di stabilizzazione e associazione negli accordi conclusi con la Repubblica di Montenegro (2007), la Repubblica di Serbia (2008) e la Bosnia-Erzegovina (2008).

340 La politica commerciale è l'insieme delle misure mirate a disciplinare gli scambi di merci e servizi con paesi terzi. Tale materia è competenza esclusiva dell'Unione Europea ed è gestita attraverso la Commissione. Rientra in tale categoria la negoziazione degli accordi di libero scambio tra Unione Europea e i paesi terzi, così come quelli in ambito OMC, sia a livello multilaterale che bilaterale. Tali accordi riguardano liberalizzazioni tariffarie e non tariffarie di merci; accesso al mercato dei servizi; appalti pubblici; tutela dei diritti di proprietà intellettuale; protezione degli investimenti esteri diretti; difesa commerciale, antidumping e molto altro. Vedi il sito del Ministero italiano dello sviluppo: https://www.mise.gov.it/index.php/it/commercio-internazionale/politica-commerciale-internazionale/politica-commerciale-europea-e-accordi-fta (ultimo accesso 22 giugno 2019).

341 Gli accordi commerciali variano a seconda del loro contenuto. (i) Gli Accordi di partenariato economico (APE/EPA, Economic Partnership Agreement), mirano a sostenere lo sviluppo dei partner commerciali dei paesi dell'Africa, dei Caraibi e del Pacifico: l'accordo del 2008 con gli Stati del CARIFORUM (Caraibici) contiene un capitolo dedicato alle Ig, la cui disciplina si avvicina per forma e contenuto alle disposizioni

controparte in ambito europeo.

Alcuni dei più importanti sono: l'Accordo di libero scambio con la Corea del Sud[342], l'Accordo multipartito con il Perù, la Colombia e l'Ecuador[343], l'Accordo di Associazione con i Paesi dell'America Centrale[344], l'Accordo con il Canada[345], l'Accordo con il Giappone[346]. Occorre segnalare anche l'Accordo di libero scambio con Singapore[347], con il Viet-

---

dell'Accordo TRIPs.
(ii) Gli Accordi di libero scambio (ALS/FTA, Free Trade Agreement), consentono l'apertura reciproca dei mercati tra i paesi sviluppati e le economie emergenti, mediante la concessione di un accesso preferenziale ai mercati. (iii) Gli Accordi di associazione (AA) rafforzano accordi politici più ampi. Infine, l'Ue conclude anche accordi commerciali non preferenziali, nell'ambito di intese più ampie come (iv) gli accordi di partenariato e cooperazione (APC).
I negoziati relativi agli accordi commerciali sono condotti conformemente alle norme di cui all'articolo 218 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea.

342 *Accordo di libero scambio tra l'Unione europea e i suoi Stati membri, da una parte, e la Repubblica di Corea, dall'altra,* G.U.U.E. L127, 14 maggio 2011.
Il CAPO X dell'accordo si occupa dei diritti di proprietà intellettuale fra cui sono ricomprese anche le indicazioni geografiche (artt. 10.18-10.26). Le Ig, che godono della protezione sancita dall'accordo stesso, sono elencate negli allegati 10-A (per prodotti agricoli e alimentari: 68 Ig europee e 63 Ig coreane) e 10-B (per vini, vini aromatizzati e bevande spiritose: 104 Ig europee e 1 Ig coreana). Inoltre, la tutela potrà essere estesa ad altre indicazioni geografiche secondo una procedura appositamente stabilita, ad opera di un apposito gruppo di lavoro istituito ai sensi dell'art. 10.25.

343 *Accordo commerciale tra l'Unione europea e i suoi Stati membri, da una parte, e la Colombia e il Perù, dall'altra,* G.U.U.E., L 354, 21 dicembre 2012.
L'11 novembre 2016 l'UE, i suoi Stati membri, l'Ecuador, la Colombia e il Perù hanno firmato il protocollo di adesione dell'Ecuador all'accordo di libero scambio dell'UE con la Colombia e il Perù.
Le indicazioni geografiche sono disciplinate agli artt. 207-214. Anche in questo caso vengono protette le indicazioni elencate nell'Allegato XIII: figurano 119 Ig europee, mentre è riportato solo un numero esiguo di Ig delle controparti, ma si segnala che tra queste vi sono due che esulano dal comparto vitivinicolo e agroalimentare, in quanto, nel primo caso, si tratta di un "oggetto di artigianato" colombiano e, nell'altro, di un "prodotto di ceramica" (Appendice 2, Allegato XIII dell'Accordo).

344 *Accordo che istituisce un'associazione tra l'Unione europea e i suoi Stati membri, da una parte, e l'America centrale dall'altra*, G.U.U.E., L 346, 15 dicembre 2012.
Nella Parte IV dell'Accordo, sul "commercio", nel Titolo IV (artt. 242-250) vengono disciplinate le indicazioni geografiche. L'Allegato XVII presenta la lista di Ig di cui si chiede protezione (224 europee e 10 delle controparti).

345 *Accordo economico e commerciale globale (CETA) tra il Canada, da una parte, e l'Unione europea e i suoi Stati membri, dall'altra*, G.U.U.E. L11, 14 gennaio 2017.
L'accordo è entrato in vigore a titolo provvisorio il 21 settembre 2017, entrerà in vigore pienamente e definitivamente solo quando tutti gli Stati membri dell'UE avranno ratificato l'accordo. Le indicazioni geografiche agricole e alimentari sono disciplinate agli artt. 20.16-20.23: le disposizioni si applicano alle indicazioni elencate nell'Allegato 20-A (parte A, presenta 173 Ig europee e parte B, dovrebbe indicare le Ig canadesi, ma è attualmente vuota). L'inclusione di una disposizione in tema di Ig può esser considerata come un successo delle trattative, considerata la tradizionale posizione del Canada rispetto al concetto europeo di Ig e ai conflitti tra le due parti in merito ad alcuni nomi. Un altro elemento positivo dei negoziati è il fatto che l'UE ha ottenuto qualche tutela per specifiche Ig europee in Canada, laddove prima non poteva essercene. Vedi B. O'CONNOR, *Le indicazioni geografiche nel CETA, l'Accordo economico e commerciale globale tra il Canada e l'Unione Europea,* disponibile on-line sul sito di *OriGIn*, all'indirizzo: https://www.origin-gi.com/images/stories/PDFs/English/14.11.19_GIs_in_the_CETA_Italian_copy.pdf (ultimo accesso 22 giugno 2019).

346 *Accordo tra l'Unione europea e il Giappone per un partenariato economico*, G.U.U.E. L 330, 27 dicembre 2018.
Indicazioni geografiche (artt. 14.22-14.30): rispettivo elenco all'Allegato 14-B per prodotti agroalimentari (Parte 1, Sez. A, sono riportate 72 Ig europee e Sez. B, con 48 Ig giapponesi) e vini/bevande spiritose (Parte 2, Sez. A, 45 europee e Sez. B, 8 giapponesi).

347 L'accordo è stato firmato il 19 ottobre 2018. A seguito del consenso del Parlamento europeo all'accordo il

nam[348], nonché le negoziazioni in corso con Messico, Mercosur, India e Malesia[349].

Il documento di lavoro del 2012 della Commissione indica il *modus operandi* dell'Unione. Innanzitutto, procede redigendo una lista di indicazioni geografiche da proteggere direttamente ed in via definitiva nel territorio della controparte: tale impostazione porta alla creazione delle c.d. "liste brevi", elenchi contenuti negli allegati degli accordi che comprendono solo alcune delle denominazioni DOP/IGP iscritte nel registro gestito dalla Commissione. Le indicazioni geografiche da inserire nell'elenco sono scelte tenendo conto dei termini maggiormente usurpati, unitamente al loro valore economico ed alle potenzialità di sviluppo in quel preciso mercato.

Con riferimento alle Ig della lista, l'Unione chiede, solitamente, che ne sia assicurata la tutela ex art. 23 dell'Accordo TRIPs e che la protezione sia assicurata anche tramite misure amministrative. In tal modo, si può ottenere protezione senza dover adire agli organi giurisdizionali competenti su quel territorio, procedimento spesso troppo costoso per quei produttori che non dispongono di un'adeguata struttura organizzativa. Infine, l'Unione cerca di inserire il riconoscimento del principio di coesistenza tra indicazione geografica e marchio anteriore, la cui conformità con il diritto della OMC è stata sancita dai due *Panels* che hanno visto coinvolta l'Ue in contrapposizione a Stati Uniti ed Australia[350]. In ogni caso, ogni accordo, in quanto frutto di un negoziato, presenta caratteristiche proprie in materia di Ig, con conseguenti differenze in termini di tutela da un paese terzo all'altro.

Ricapitolando, il fenomeno dei TRIPs plus mette in luce con chiarezza due questioni che riguardano la tutela delle indicazioni geografiche in sede internazionale. La prima attiene ai rischi insiti nella politica europea di ampliamento delle norme TRIPs in materia di Ig; la seconda, invece, consente di riflettere, più in generale, sullo stato del dibattito internazionale e sulla incapacità di trovare un consenso sull'evoluzione dell'istituto.

In primis, allora, occorre osservare come la strategia dell'Ue abbia consentito di registrare importanti passi avanti nella protezione delle indicazioni geografiche dell'Unione, ma sussiste un evidente limite rappresentato dal metodo delle "liste brevi". La Commissione giustifica un simile approccio sulla base di argomenti di ordine politico ed economico. Da

---

13 febbraio 2019, proseguirà ora il processo di ratifica in linea con le procedure previste dai trattati Ue per consentirne l'entrata in vigore.

[348] Nell'agosto 2018, l'Ue e il Vietnam hanno concordato il testo finale per l'Accordo di libero scambio Ue-Vietnam. L'accordo è stato formalmente approvato dalla Commissione europea e deve essere approvato dal Consiglio e dal Parlamento europeo prima che possa entrare in vigore.

[349] Ulteriori informazioni sullo stato delle negoziazioni sono disponibili sul sito della Commissione europea.

[350] Decisioni WT/DS174/R e WT/DS290/R, cit.

un lato, la scelta delle Ig da inserire nella lista viene operata sulla base di una valutazione che tenga conto di quali sono i segni più usurpati su quel mercato, unitamente al loro potenziale di sviluppo. Dall'altro, si prende atto del fatto che molte DOP/IGP europee hanno una diffusione solo locale, il che non giustificherebbe una loro protezione a livello internazionale[351]. Eppure, nonostante sia comprensibile dal punto di vista della semplificazione dei negoziati, così facendo l'Ue mina il concetto di indicazione geografica quale istituto afferente alla proprietà intellettuale, introducendo una discriminazione fondata sul valore economico collegato ad ogni singolo segno. Nonostante la differenza di visioni tra membri dell'OMC, i TRIPs accordano protezione alle Ig quali diritti di proprietà industriale e, in quanto tali, dal punto di vista giuridico, ogni singola Ig dovrebbe essere protetta. Inoltre, attraverso gli accordi bilaterali, l'Unione sta creando una frammentazione nella tutela internazionale delle Ig che varia a seconda della parte con cui ha concluso l'accordo e del contenuto dello stesso, configurando differenze in termini di segni protetti e di protezione accordata. Così facendo mette in discussione la stabilità e la coerenza della stessa definizione di indicazione geografica[352].

In secondo luogo, il fenomeno dei TRIPs plus, ovvero di perseguire una maggiore tutela attraverso negoziati bilaterali, è sintomatico della incapacità di compiere ulteriori passi in tal senso in sede multilaterale, ovvero di trovare un *ulteriore* consenso uniforme tra più Stati e le loro differenti visioni. Tutto ciò, per molti osservatori[353], rappresenta uno dei fattori che consentono di parlare di una crisi del multilateralismo ricollegata ad un concetto di "fallimento": l'attuale clima politico e ideologico, l'elevato numero di membri e i diversi interessi di cui sono portatori rendono difficile, se non impossibile, trovare un consenso tra

---

351 "L'approccio adottato negli accordi bilaterali è quello di ottenere la protezione per l'insieme delle indicazioni geografiche dell'UE. Tuttavia, poiché molte delle 3 000 indicazioni geografiche attualmente registrate nell'UE riguardano prodotti venduti per lo più in ambito locale o regionale, ci si chiede se sia il caso di tutelare tutte queste denominazioni a livello internazionale." Dal *Libro Verde sulla qualità dei prodotti agricoli: norme di prodotto, requisiti di produzione e sistemi di qualità*, cit., 14.

352 "Concependo la propria strategia di negoziazione come mezzo per proteggere un limitato numero di IG specifiche, l'UE indebolisce l'idea stessa che le IG siano una forma di proprietà intellettuale indipendente da tutte le altre forme di proprietà intellettuale e equivalente ai marchi. Ciò può esser visto in modo chiarissimo se la strategia dell'UE riguardo alle IG fosse applicata al copyright. Sarebbe concepibile per l'UE negoziare la protezione dei diritti che riguardano l'autore irlandese James Joyce, ma non quelli relativi all'autore italiano Primo Levi sulla base di considerazioni economiche e prezzi correnti (o difficoltà nei prezzi correnti), o sulla base del fatto che al Canada non piace il concetto di copyright? Sembra improbabile." Così B. O'CONNOR, *Le indicazioni geografiche nel CETA, l'Accordo economico e commerciale globale tra il Canada e l'Unione Europea,* cit., 10.

353 Si veda, ad esempio, la posizione espressa nel documento da M. ZUPI, *Approfondimento n. 147, "Il futuro incerto del multilateralismo commerciale e il ruolo dell'Organizzazione mondiale del commercio"*, cit. Per l'autore: "Il frazionamento della disciplina del commercio internazionale attraverso sistemi di deroghe, accordi preferenziali, bilaterali e regionali tra le nazioni, ha finito col mettere in discussione i processi multilaterali e i meccanismi procedurali dell'OMC in questa fase di forte ripiegamento in chiave nazionale."

Stati su svariati temi. D'altro canto, *a contrario*, si può anche osservare che il grande merito dei TRIPs sia stato quello di trovare un consenso internazionale sulla materia che rappresenta il minimo comun denominatore tra le diverse visioni esistenti sull'istituto, per questo condiviso e condivisibile. Un ulteriore consenso sarebbe impossibile da raggiungere senza imporre la visione di alcuni su quella di altri, per cui la fase di bilateralismo rappresenterebbe, invece, una (se non l'unica) evoluzione naturale del multilateralismo stesso in materia di indicazioni geografiche a livello globale.

CAPITOLO 3

IL MODELLO CINESE: UNO STUDIO DI DIRITTO COMPARATO

1. Lo scenario internazionale.

1.1. I diritti di proprietà intellettuale in prospettiva globale: la Repubblica popolare cinese.

Parlando di indicazioni geografiche, si è più volte ricondotto l'istituto all'alveo dei diritti di proprietà intellettuale (IPR, *Intellectual Property Rights)*: si tratta della posizione assunta nelle principali Convenzioni internazionali in materia, che si riflette nei vari ordinamenti giuridici chiamati a adeguarvisi. L'appartenenza delle Ig a tale categoria rappresenta uno degli aspetti più discussi dell'istituto in dottrina, poiché si riverbera direttamente sulla sua portata[354]: i primi soggetti chiamati a beneficiarne sono i produttori.

[354] Come accennato nel Cap. I, la collocazione delle Ig nel novero degli IPR è ancora ampiamente discussa: la

In generale, il diritto di proprietà intellettuale è un diritto considerato giovane nel momento in cui viene comparato ad altri (quali, ad esempio, i diritti reali) e perciò controverso per vari aspetti[355], ma che si sta ancora evolvendo in virtù della sua importanza nel contesto commerciale. Un evento saliente nell'affermazione della protezione degli IPR a livello globale, in ogni caso, viene riconosciuto unanimemente nella ratifica dell'Accordo TRIPs in seno all'OMC, al quale viene data attuazione dalla OMC stessa in collaborazione con la OMPI[356], allo scopo di promuovere la protezione ed il rispetto della proprietà intellettuale in tutto il mondo attraverso la cooperazione tra Stati: uno scopo attuale ancora oggi, se non più del momento in cui fu adottato l'Accordo. Infatti, la globalizzazione dei mercati e della concorrenza, da un lato, e la progressiva liberalizzazione degli scambi commerciali, dall'altro, sono di per sé fattori che stimolano ed accelerano i processi di ricerca, sviluppo ed innovazione, favoriscono la creazione e la circolazione di nuovi prodotti e servizi in ambito internazionale con benefici finali diretti o indiretti per la società civile nel suo complesso: ne deriva la necessità di proteggere i propri investimenti dotandosi di strumenti di proprietà intellettuale. Ciò consegue anche al parallelo sviluppo del fenomeno della contraffazione dei beni e dei servizi su scala transnazionale: attraverso la tutela dei diritti di proprietà intellettuale si intende, dunque, promuovere un importante fattore concorrenziale[357].

---

stessa generica definizione dei diritti di privativa quali espressione di un processo umano intellettivo/creativo si scontra con la visione di chi non ritiene sussista alcuna creazione intellettuale nell'acquisizione di un significato secondario da parte di un toponimo. Si aggiunge la discussa compatibilità della natura monopolistica degli IPR con un istituto caratterizzato da un'utilizzazione diffusa e una titolarità difficilmente individuabile come le Ig. Foriero di ulteriori dubbi è lo stesso concetto di "proprietà", a partire dalla considerazione del fatto che in inglese si parli di "*property*", e non "*ownership*", per cui alcuni propongono di abbandonare la visione dominicale di proprietà mutuata dal diritto romano. Si tratta solo di alcuni degli aspetti controversi che mettono in discussione la scelta internazionale, nonché del legislatore italiano, di considerare le indicazioni geografiche quale istituto di proprietà intellettuale. Si confrontino S. STERN, *Are GIs IP?*, in *European Intellectual Property Review*, 2007, *Issue* 2, 39-42; A. VANZETTI e V. DI CATALDO, *Manuale di diritto industriale*, cit., 369ss; A. GERMANO', E. ROOK BASILE*, Il diritto dei mercati dei prodotti agricoli nell'ordinamento internazionale. Corso di lezioni.*, cit., 91ss.

[355] Anche questo, più in generale, è un aspetto discusso dalla dottrina in sede internazionale: si veda il confronto tra alcuni autori, tra i quali M. A. LEMLEY, *Romantic Authorship and the Rhetoric of Property*, (in *Texas Law Review*, 1997, vol. 75, 873ss) e J. HUGHES, *A Short History of Intellectual Property in Relation to Copyright*, (in *Cardozo Law Review*, 2012, n. 265). Gli studi si occupano di proprietà intellettuale in generale per poi concentrarsi sull'istituto del *copyright* (diritto d'autore). Ogni singolo diritto di privativa appartenente alla categoria porta con sé differenziate riflessioni.

[356] La OMPI/WIPO nasce a Stoccolma il 14 luglio 1967 attraverso la Convenzione istitutiva dell'Organizzazione Mondiale della Proprietà Intellettuale. Si tratta di una delle agenzie specializzate delle Nazioni Unite e dal 1 ° gennaio 1996 (data della entrata in vigore dell'accordo "*Agreement Between the World Intellectual Property Organization and the World Trade Organization*") collabora con l'OMC per agevolare l'attuazione dell'Accordo TRIPs. OMC e OMPI sono, dunque, tra i soggetti di riferimento più importanti in materia internazionale per le tematiche relative ai diritti di proprietà intellettuale.

[357] Si tratta della posizione sostenuta nel recente studio effettuato congiuntamente dall'Ufficio europeo dei brevetti (UEB) e dall'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO), il quale mette in luce

La globalizzazione, soprattutto, ha coadiuvato l'aumento di investimenti all'estero oltre che un ampliamento di mercato a zone prima escluse: il crescente flusso di importazioni, esportazioni, delocalizzazioni strategiche[358] crea la necessità di regole comuni in materia di commercio internazionale, le quali vengono stabilite, come dicevamo, dall'Organizzazione mondiale del commercio (OMC) per i settori economici più disparati: scambi di beni, di servizi, investimenti e, per quanto interessa in questa sede, proprietà intellettuale.

La centralità della tematica degli IPR nel contesto globale si manifesta nella cronaca politica attuale, da cui emerge, ad esempio, che tra le motivazioni che hanno portato l'Amministrazione statunitense ad imporre dei limiti ai rapporti economici con la Repubblica Popolare Cinese (RPC) rileva anche la richiesta di un maggior rispetto degli *obblighi assunti in materia di diritti di proprietà intellettuale* da parte del paese asiatico[359].

---

come i diritti di proprietà intellettuale contribuiscano, soprattutto in Europa, ma non solo, a sostenere concretamente la crescita economica: le piccole e medie imprese (PMI) che richiedono brevetti, marchi, o disegni e modelli, hanno maggiori probabilità di sperimentare una crescita elevata rispetto alle PMI che non li richiedono. Lo studio, attraverso un'analisi quantitativa, sottolinea il contributo apportato al PIL e all'occupazione dai settori produttivi e dalle attività che utilizzano in maniera intensiva i diritti di proprietà intellettuale.
Studio pubblicato a maggio 2019, consultabile sul sito dell'EUIPO, all'indirizzo on-line: https://euipo.europa.eu/ohimportal/it/web/observatory/observatory-publications (ultimo accesso 22 giugno 2019).

[358] Preme sottolineare in questa sede che con riferimento specifico alle indicazioni geografiche il concetto di "delocalizzazione" appare interessante. Non mancano, infatti, gli autori che sottolineano come l'istituto persegua, tra i vari obiettivi, la finalità di impedire lo sfruttamento indebito della Ig in zone diverse da quella di origine nonché, in tal senso, di impedire episodi di delocalizzazione. La delocalizzazione è incompatibile con il concetto di Ig, quale strumento di promozione della produzione locale e del concetto di sostenibilità. Mentre, ad esempio, il fatto che un alimento sia incluso tra i prodotti agroalimentari tradizionali (P.A.T.) non è sufficiente a garantire il mantenimento della produzione sul territorio. In tal senso M. ROSATI, *Marchi privati del food e il pericolo delle delocalizzazioni in Italia,* in *Huffingtonpost,* 21 novembre 2018. Si veda anche M. VITTORI, *The International Debate on Geographical Indications (GIs): The Point of View of the Global Coalition of GI Producers,* in *The Journal of World Intellectual Property*, 2010, vol.13 n.2, 304 e ss. L'autore, *managing director* di *OriGIn* (*Organization for an International GI Network*), si sofferma sul potenziale delle Ig quale strumento di sviluppo locale delle produzioni tradizionali, nonché del loro potenziale ruolo nelle realtà agricole sottosviluppate, configurandole quali mezzi per prevenire la delocalizzazione della produzione.

[359] Dagli inizi del 2018, i rapporti tra USA e Cina si sono complicati in seguito all'applicazione di una serie di dazi tra i due paesi. Ciò che interessa in questa sede, sono le misure limitative alle importazioni cinesi, adottate in base alla *Section 301* del *Trade Act* del 1974 che consente, tra gli altri soggetti coinvolti, al Presidente americano di applicare misure per ottenere la rimozione di politiche e pratiche di altri stati, illegittime o ingiustificate, dannose per il commercio statunitense. Questi dazi hanno funzione più sanzionatoria che protettiva e mirano ad aprire il dialogo con il Governo cinese sui rapporti economici tra i due paesi, con particolare riferimento ai temi del (i) trasferimento "forzato" della tecnologia a partner cinesi da parte di investitori statunitensi in Cina e di (ii) insufficiente protezione della proprietà intellettuale. Per maggiori informazioni: https://ustr.gov/about-us/policy-offices/press-office/press-releases/2018/march/president-trump-announces-strong (ultimo accesso 22 giugno 2019).
La *Section 301* è la base giuridica per l'annuale *Special 301 Report* ad opera dell'USTR (*Office of the United States Trade Representative*) nel quale vengono riportati i paesi che, a seguito di specifiche investigazioni, non forniscono una "adeguata ed effettiva" protezione ai diritti di proprietà intellettuale o che "non consentono un accesso giusto ed equo ai soggetti statunitensi in possesso di IPR" (suddividendo i paesi in "*Priority Foreign Country*", nel caso delle violazioni più gravi, "*Priority Watch list*" o "*Watch list*"). Anche l'Italia fino al 2013 risultava

Anche in Europa, secondo uno studio pubblicato nel 2019 ad opera di EUIPO e OCSE[360], si registra una crescita in termini di importazione di merci contraffatte ed usurpative nel territorio europeo e, sebbene vi sia un'ampia gamma di paesi "esportatori" di tali prodotti, alcune economie si distinguono in quanto tendono a dominare questo orizzonte: il maggior numero di merci contraffatte, a conferma degli studi precedenti, provengono dall'Asia orientale, con Cina e Hong Kong al primo posto. Lo studio[361] chiarisce, però, come la Repubblica popolare cinese non solo "produca" contraffazione; al contempo, infatti, i dati dimostrano come stia cominciando anche a "subirla". La contraffazione e la pirateria comportano un rischio critico per *tutte* le aziende innovative che fanno affidamento sugli IPR per sostenere le proprie strategie commerciali, indipendentemente dalla loro ubicazione. Oggi, anche i paesi in via di sviluppo e i paesi emergenti hanno cominciato a prendere coscienza delle potenzialità di crescita economica insite nei sistemi di protezione unificata e nell'estensione internazionale del riconoscimento dei diritti di proprietà intellettuale: la deriva naturale di tale consapevolezza consiste in un "nuovo" interesse in materia di IPR. Un conto è adeguarsi alle norme internazionali per rispettare accordi con paesi terzi, mentre diversa sarà l'implementazione dei diritti di privativa nel momento in cui servono a sostenere la propria politica economica nazionale.

L'analisi del presente capitolo intende concentrarsi sul sistema giuridico cinese in materia di indicazioni geografiche, in quanto utile esempio per analizzare il fenomeno di diffusione dell'istituto delle Ig nei paesi emergenti, originatosi per mezzo dell'Accordo TRIPs. Più in generale, parallelamente, comincia ad affermarsi l'idea per cui non si possa più "semplicisticamente credere che il nuovo diritto globale sia solo il risultato di un movimento unidirezionale guidato dall'Occidente"[362]. Fin dai primi tentativi della Repubblica Popolare Cinese di entrare a far parte dell'OMC, lo scenario internazionale ha cominciato a mutare

---

nella "*watch list*" a causa della pirateria multimediale originata nel suo territorio, ovvero per la violazione di copyright per cinema, fiction, musica e soprattutto software.

[360] OCSE/EUIPO (Osservatorio permanente sull'applicazione delle regole di concorrenza/*European Union Intellectual Property Office*), *Trends in Trade in Counterfeit and Pirated Goods, Illicit Trade*, OECD Publishing, Paris/European Union Intellectual Property Office, 2019, 1-89. Si tratta del più recente degli studi realizzati da OCSE ed EUIPO con riferimento all'analisi dei dati sulle violazioni della proprietà intellettuale nel contesto commerciale: il volume del commercio internazionale di tali merci corrisponde al 3,3 % degli scambi commerciali mondiali (per un importo pari a 509 milioni di dollari USA), senza riguardare le merci prodotte e consumate internamente né i prodotti usurpativi digitali distribuiti *via internet*, difficili da quantificare. Tra i precendenti studi realizzati da OCSE/EUIPO si segnalano: "*Trade in Counterfeit and Pirated Goods: Mapping the Economic Impact*" (2016); "*Mapping the Real Routes of Trade in Fake Goods*" (2017); "*Misuse of Small Parcels for Trade in Counterfeit Goods* (2018a)"; "*Trade in Counterfeit Goods and Free Trade Zones: Evidence from Recent Trends"* (2018b); "*Why Do Countries Export Fakes?"* (2018c).

[361] OCSE/EUIPO, ibidem, 33.

[362] L. SEMPI, *Cina e globalizzazione giuridica nel prisma della proprietà intellettuale*, Torino, 2015, XVII.

così come il sistema giuridico cinese stesso, a partire dalla necessità di emanare specifiche leggi al fine di conformarsi ai nuovi impegni da assumere. In questo contesto, si darà atto dei rapporti di cooperazione tra Unione europea-Cina e di come abbiano portato, tra i vari risultati, al riconoscimento di *reciproche* indicazioni geografiche[363]. Si cercherà poi di affrontare come l'istituto è entrato a far parte del sistema cinese: in particolare, se fino ad alcuni anni fa erano quasi sconosciute, oggi le Ig costituiscono parte operante del suo sistema, dal momento che la Cina ha adottato un "criterio misto" per la loro protezione. Si tratta di un mutamento che è avvenuto di recente ed in tempi molto rapidi, così come parallelamente è avvenuto per l'intero sistema a tutela dei diritti di proprietà intellettuale della Repubblica popolare cinese. Un ulteriore aspetto da approfondire, guardando al sistema cinese ed alla implementazione nel suo territorio di tali diritti di privativa, attiene alla differenza tra *law in the books*, ovvero cosa prevedono le leggi emanate sul territorio, e *law in action*, il loro *enforcement*, questione da sempre problematica in Cina, ma in continua evoluzione.

L'analisi del sistema cinese appare utile in virtù del ruolo di tale Paese quale maggior imputato in ordine alla violazione delle norme sul commercio internazionale in materia di privative industriali ed intellettuali, senza tralasciare, d'altro canto, il suo emergente interesse per la tutela di tali diritti. Inoltre, si cercherà di dare atto della crescente tendenza europea ed italiana ad investire in un paese in costante crescita demografica, economica e che si sta sempre più interessando alle tradizioni alimentari, nonché enologiche, europee. Da un simile interesse derivano rischi e necessità che si cercheranno di mettere in luce attraverso un caso pratico, ovvero la recente e fulminea affermazione nei mercati internazionali del Prosecco italiano. Ultimo, ma non per importanza, uno sviluppo così celere del sistema cinese in materia di Ig può, forse, essere meglio compreso guardando ad alcuni dati. In primis, è sempre più evidente l'interesse per consumo e produzione di vino nel territorio cinese[364].

---

[363] Per una più ampia e completa disamina dei rapporti di cooperazione (e, in alcuni casi, di assistenza tecnica) tra Unione europea e Cina in materia specifica di diritti di proprietà intellettuale, si rinvia all'opera di A. CARPI, *Proprietà intellettuale e cooperazione allo sviluppo. Uno studio di diritto comparato fra Unione europea e Cina*, Bologna, 2017.

[364] "La Cina è al quinto posto nel mondo per il consumo di vino. È seconda per ettari di vigne dopo la Spagna. Sono i vitigni a bacca rossa quelli maggiormente coltivati: rappresentano l'80% della produzione totale. In 10 anni (dal 2006 al 2016) il numero delle cantine ha raggiunto quota 500. Fra le principali aziende vitivinicole, *Changchen* e *Dynasty* che occupano oltre il 50% del mercato nazionale insieme alla cantina più antica: *Zhangyu* è stata fondata 120 anni fa. Ha stretto rapporti di *joint venture* con diverse aziende straniere […]. Nella provincia di *Liaoning* solo l'azienda [*Zhangyu*] coltiva 5.000 mu (ovvero 330 ettari) di Vidal importati dal Canada e destinati alla produzione di *ice wine*. Qualche anno fa è partito il progetto *Zhangyu Pioneer International Chateau Union*, in collaborazione con la cantina di *Karikari Estate of New Zealand* e Duca di Salaparuta in Sicilia per sviluppare un'alleanza di marchi globali. Oggi i vigneti si sviluppano su 20mila ettari." D. MARRAZZO, *L'enologa cinese: solo 500 cantine, ma siamo secondi al mondo per ettari di vigne*, in *Il Sole 24 Ore e Food24*, 26 marzo 2016. L'articolo si riferisce ai dati riportati nel libro "*Il vino in Cina, caratteristiche della produzione interna e prospetti-*

Inoltre, la dimensione agroalimentare cinese, a differenza di quel che si può pensare, ha una ricchezza e una varietà che ben si concilia con l'estensione del suo territorio e le differenze fisiche e climatiche tra regioni[365]: in un simile contesto, le indicazioni geografiche potrebbero ricoprire un importante ruolo nell'esaltazione di tali diversità.

1.2. Un caso italiano: l'esperienza cinese del Prosecco.

Per approfondire la questione concernente l'interesse italiano all'esportazione dei suoi prodotti coperti da indicazione geografica, il caso del vino a denominazione "Prosecco" appare emblematico. Esso infatti consente di esplorare la dimensione locale del fenomeno riconnettendola alla crescente domanda di prodotto in ambito internazionale, a cui seguono "a ruota" innumerevoli forme di contraffazione che testimoniano la necessità di trovare una soluzione giuridica e politica unitaria per la sua tutela.

Si consenta di partire dalla presenza all'edizione 2019 del *Vinitaly*[366] (Verona) dello *stand* "Universo Prosecco", nato dalla collaborazione delle tre denominazioni italiane del prodotto, gestite rispettivamente da: (i) Consorzio Vini Asolo Montello, (ii) Consorzio Tutela del Vino Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG e (iii) Consorzio di Tutela Prosecco DOC. I temi fondamentali affrontati in sede di convegno, e solitamente associati a qualsiasi indicazione geografica che subisce una repentina crescita in termini di *export*, sono stati, oltre alla descrizione della storia e della tradizione del prodotto[367], le dimensioni

---

ve per gli importatori stranieri" di Shen Xiu Hui, giovane enologa, laureata in Agraria all'università di Udine (pubblicato dal Centro studi assaggiatori di Brescia).

[365] Per fare un esempio basta guardare al settore culinario. La cucina che si incontra in molti ristoranti cinesi diffusi in Occidente rappresenta solitamente solo una delle otto principali variazioni della tradizione culinaria cinese, nella sua versione adattata ai palati occidentali. Le otto tradizioni culinarie corrispondono allo stile di altrettante regioni della Cina (data l'enorme varietà di clima, agricoltura locale, commercio ed altri fattori che influenzano le differenze gastronomiche tra regioni): (i) cucina cantonese, ovvero del Guangdong (dato l'elevato numero di emigrati provenienti da questa regione, gran parte del cibo cinese disponibile in occidente proviene dalle pietanze cantonesi, come il maiale in agrodolce, la salsa di soia, il riso saltato, etc.), (ii) cucina del Sichuan (famosa per la piccantezza), (iii) cucina dello Jiangsu (per la prossimità al fiume Yangtze, famosa per il pesce), ancora (iv) cucina dello Hunan, (v) dello Zhejiang, (vi) di Anhui, (vii) del Fujian, (viii) dello Shandong. Senza dimenticare le caratteristiche delle cucine delle minoranze etniche, come ad esempio degli Uiguri (etnia di religione islamica, che solitamente vive nel nord-ovest della Cina) la cui cucina subisce un'influenza mediorientale, riconnessa ai precetti religiosi.

[366] Il *Vinitaly* è il Salone Internazionale dei vini e dei distillati che si tiene a Verona dal 1967, nell'ambito del quale vengono organizzate degustazioni tematiche di vini italiani e stranieri, nonché convegni ricollegati alle principali tematiche legate alla domanda e offerta del mercato del vino, alla presenza di produttori, importatori, distributori, ristoratori, tecnici, giornalisti e *opinion leader*. Tra i vari scopi perseguiti, risalta la valorizzazione del *Made in Italy*. Nel 2019, si è tenuta presso la Fiera di Verona la 53° edizione, dal 7 al 10 aprile, la quale ha ospitato più di 4000 espositori provenienti non solo dall'Italia, ma anche dall'estero.

[367] Non è semplice parlare di "storia" del Prosecco, dal momento che, come sempre accade in questi casi, varie fonti di epoche diverse (ad es. romana, rinascimentale, settecentesca) si sovrappongono andando a delinea-

dell'esportazione, della tutela e della sostenibilità.

Il Prosecco è uno dei vini italiani più esportati e conosciuti al mondo[368], un successo solitamente ricollegato alle sue peculiarità qualitative ed organolettiche, al suo tenore alcolico poco elevato ed alla presenza di bollicine, tutte caratteristiche che lo rendono adatto a svariate occasioni d'uso e al consumo fuori pasto[369]. La popolarità di tale vino è comprovata dal "Report attività 2018" dell'ICQRF, nel quale, per il periodo che va dal 2015 al 2018 (p. 7), il Prosecco risulta il prodotto che ha richiesto il maggior numero di interventi a sua tutela all'estero e sul web da parte dell'autorità italiana[370]. Al contempo, negli ultimi anni, si è affermata l'idea per cui la protezione delle Ig può essere perseguita più efficacemente se procede di pari passo con la promozione e la sensibilizzazione del pubblico: un aspetto ancora più importante quando si intenda investire in un mercato geograficamente e culturalmente "lontano" come quello asiatico (obiettivo declamato anche nelle ultime edizioni del *Vinitaly*[371]).

In tale ambito, i consorzi del vino Prosecco già da alcuni anni pongono in essere una serie di attività promozionali, specificatamente dedicate a diffondere la conoscenza dei pro-

---

re un quadro reso più complicato dagli interessi, oggi, sottesi alle rivendicazioni storiche stesse. Si parta da un dato di fatto, ovvero in provincia di Trieste, nel nord-est Italia al confine con la Slovenia, esiste un paese omonimo, ovvero Prosecco (TS), che sembra esserne stato il luogo di origine (da *Enciclopedia Treccani on-line*).

368 "Secondo i dati ufficiali dell'OVSE, l'Osservatorio economico vini effervescenti spumanti italiani, sono 494,9 milioni le bottiglie di bollicine consumate nel 2018 in 124 Paesi. Il 99,5% del totale, precisa il direttore Ovse Giampietro Comolli, è rappresentato da bolle *metodo italiano* e di queste l'80% esatto è dato dall'universo del Prosecco, Docg e Doc, compreso Asolo e Cartizze. Gli spumanti italiani segnano cifre da record, anche se il valore all'origine ed il fatturato dei vini spumanti francesi resta più del doppio", Redazione ANSA, Roma, 17 febbraio 2019.

369 Simili caratteristiche incontrano il plauso dei gusti di consumatori internazionali, spesso non educati a vini complessi e strutturati e non abituati a consumare frequentemente il prodotto enologico. A. ZUCCATO, *L'export vitivinicolo negli Stati Uniti: regole di settore e prassi contrattuali con particolare riferimento al caso del Prosecco*, in *The Trento Law and Technology Research Group Student Paper n. 9*, Trento, 2012, 38.

370 Vedi il *Report ICQRF 2018* disponibile (in lingua italiana, inglese e cinese) sul sito del MiPAAF: www.politicheagricole.it. In particolare il *Report* richiama una casistica inerente il prodotto che ricomprende: inserzioni irregolari bloccate di vini non a denominazione venduti come "prosecco" (esempi di usurpazione quali il prosecco alla spina commercializzato in Polonia e nei pub inglesi, oppure il prosecco in lattina in Germania), nonché casi di evocazione (quali il "Riosecco- *Sparkling Glera"* brasiliano in Inghilterra, il "Musecco" in Serbia, il "Crisecco" moldavo in Romania) o utilizzo non autorizzato del nome in prodotti composti (ad es. le patatine in sacchetto *"Prosecco & Elderberry Crisps*").

371 "Investire fortemente nel supporto della promozione e del mercato del vino italiano nel mondo, soprattutto in Asia, perché è dai mercati orientali, Cina in testa, ma non solo, che passerà la crescita del Belpaese enoico." Nel 2020 sarà operativa in Cina una piattaforma fieristica realizzata con un partner locale, per favorire la promozione del vino italiano. L'accordo di partnership, che rivelerà anche il nome ancora sconosciuto del partner, sarà firmato a Vinitaly. Nel convegno "Asia: la lunga marcia del vino italiano", si è evidenziato come l'area che comprende Cina, Giappone, Hong Kong, Corea del Sud e gli altri Paesi vicini stia crescendo in modo esponenziale nella richiesta di vino straniero. In Asia domina la Francia, per un valore di 3,24 miliardi. Vanno bene anche Australia (al 15,9% del mercato) e Cile (8,9%), aiutati dai dazi favorevoli, mentre la quota di mercato italiana si ferma al 6,5% (419 milioni di euro). Dal sito del *Vinitaly, Il vino italiano e Vinitaly scommettono sull'Asia, mercato enoico da 6,4 miliardi di euro,* in *Wine-news Vinitaly,* 28 marzo 2019.

pri prodotti[372].

Dalla situazione fino a qui descritta, traspare una forte enfatizzazione di un bisogno di investire sull'esportazione che, oltre ad incontrare le critiche di chi ritiene il modello delle Ig improntato più a valori di sostenibilità e dimensione locale di produzione e consumo, si caratterizza per una nota febbrile che rischia di ripercuotersi negativamente sull'intero sistema della denominazione.

Vale la pena di segnalare due particolari situazioni che hanno generato o potrebbero generare problematiche per l'intera filiera in sede transnazionale: nel primo caso si tratta di una questione inerente i rapporti tra Ue-Australia, mentre il secondo riguarda più specificatamente la Cina.

Occorre riconsiderare le premesse della denominazione Prosecco. Attualmente, il vino in oggetto è prodotto sia nel Veneto che nel Friuli-Venezia Giulia, una macroarea nella quale convivono, dal 2009, le tre denominazioni protette, ognuna portatrice di un proprio disciplinare[373]. "Conegliano Valdobbiadene Prosecco" DOCG è prodotto in una zona limitata di Treviso, compresa tra i paesi della denominazione. Dal 2010 (inizio formale del percorso), il territorio collinare tra Conegliano e Valdobbiadene costituisce la zona per la candidatura a Patrimonio Unesco dell'Umanità[374]. È stata riconosciuta la denominazione DOCG anche al "Colli asolani-Prosecco" o "Asolo-Prosecco" prodotto nella zona indicata dalla denominazione in oggetto. La restante zona di produzione compresa fra il Veneto e il Friuli-Venezia Giulia, si fregia invece della denominazione "Prosecco" DOC. Nella realtà vinicola in esame, pertanto, coesistono una macroarea DOC e due sottozone di maggior pregio in cui il vino è tutelato da DOCG[375].

---

[372] Già dal 2010 si segnalano una serie di iniziative quali seminari, degustazioni e incontri in diverse località, da Pechino a Hong Kong, passando per Chengdu, Ningbo e Xiamen. A scopo esemplificativo si possono indicare alcune iniziative più recenti. Ad esempio, l'apertura di una sede di rappresentanza a Xi'an da parte del Consorzio Prosecco DOC (marzo 2016), con la finalità di promozione e valorizzazione della denominazione e informazione dei consumatori cinesi. Ancora, molteplici iniziative vedono coinvolti i suddetti consorzi nell'ambito dell'evento "La Settimana della cucina italiana in Cina" (da ultimo a novembre 2018), una serie di degustazioni ed incontri di sensibilizzazione, riconducibili al più ampio disegno del segno distintivo "*The Extraordinary Italian Taste*", finalizzato alla promozione del *Made in Italy*.

[373] Con D.M. del 17 luglio 2009, pubblicato sulla GU Serie Generale n.173 del 28 luglio 2009 si è proceduto al riconoscimento della DOC dei vini "Prosecco", riconoscimento della DOCG dei vini "Conegliano Valdobbiadene–Prosecco" e riconoscimento della denominazione di origine controllata e garantita dei vini "Colli Asolani–Prosecco" o "Asolo–Prosecco" per le rispettive sottozone e approvazione dei relativi disciplinari di produzione (riportati rispettivamente in Annesso 1, Annesso 2 e Annesso 3 del decreto).

[374] Ultima riproposizione ad inizio del 2019, la valutazione definitiva della candidatura avverrà durante la prossima sessione del Comitato del Patrimonio mondiale che si terrà a Baku, in Azerbaigian, dal 30 giugno al 10 luglio 2019.

[375] Si veda A. ZUCCATO, *L'export vitivinicolo negli Stati Uniti: regole di settore e prassi contrattuali con particolare riferimento al caso del Prosecco*, cit., 36-37.

Nel 2009, dunque, le denominazioni in questione ottennero il riconoscimento quali denominazioni d'origine europee[376], ma è necessario segnalare un ulteriore provvedimento: nello stesso anno, la Commissione europea intervenne con un regolamento per rinominare la varietà d'uva con cui si produce il Prosecco in "*glera*", allo scopo di "evitare qualsiasi confusione tra il nome della denominazione di origine *Prosecco* e il nome della varietà di vite"[377]. Fino ad allora, infatti, il termine "prosecco" era stato utilizzato per indicare il vino e la varietà di uva: con la riforma si è individuato il vitigno da cui si produce il vino in oggetto con il "glera", mentre si è stabilito il nome "Prosecco" come identificativo della denominazione in oggetto, una ampia zona compresa fra il Veneto e il Friuli-Venezia Giulia[378].

Esplicitate queste premesse, può comprendersi la problematica insorta tra Europa ed Australia con riferimento all'Accordo sul commercio del vino del 1994[379] e poi del 2009[380]: secondo quando riportato dall'*Australian Registrar of Trade Marks,* "prosecco" è, e resta, una varietà di uva e non un'indicazione geografica. Al tempo in cui è stato stretto l'accordo Ue-Australia anche in Europa "prosecco" era ancora ricollegato tanto al vino quanto alla varietà di uva: si noti come le varietà d'uva siano escluse dalla protezione offerta alle Ig in quasi tutti i trattati internazionali che si occupano di indicazioni geografiche[381], incluso l'Accordo TRIPs. L'Australia si appella all'articolo 24.6 dell'Accordo, entrato in vigore nel 1995, per giustificare la sua scelta di non limitare nel proprio territorio l'uso della varietà di uva individuata dal nome "prosecco".[382]

---

376 Si trattava comunque di una Ig nazionale in quanto, sulla base della disciplina precedente: attraverso D.P.R. 2 aprile 1969 erano state riconosciute come DOC (i) la zona compresa fra Conegliano e Valdobbiadene e (ii) il territorio dei colli asolani, mentre, attraverso il D.P.R. 27 giugno 1977, era qualificato come IGT (iii) il restante territorio di produzione.

377 Regolamento (CE) n. 1166/2009 della Commissione, del 30 novembre 2009, che modifica e rettifica il regolamento (CE) n. 606/2009 della Commissione recante alcune modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 479/2008 del Consiglio per quanto riguarda le categorie di prodotti vitivinicoli, le pratiche enologiche e le relative restrizioni.

378 Un autore descrive questo intervento della Commissione come una "transustanziazione" da varietà d'uva a Ig. Vedi D. FRIEDMANN, *Geographical Indications in the EU, China and Australia, WTO Case Bottling Up Over Prosecco,* in *European Integration and global power shifts: what lessons for Asia?*, in *Peking University School of Transnational Law Research Paper*, 2018, n. 18-14.

379 *Agreement between Australia and the European Community on Trade in Wine of 1994*, G.U.U.E L 86/65, 31 marzo 1994. In tale accordo, viene elencato quale Ig il "Prosecco di Conegliano (Valdobbiadene)".

380 *Agreement between Australia and the European Community on Trade in Wine of 2009,* G.U.U.E. L 28/87, 30 gennaio 2009. In questo, invece, la parola "prosecco" è stata rimossa, dunque, viene riconosciuta come Ig solo "Conegliano-Valdobbiadene".

381 Ad es. art. 4 dell'Accordo di Madrid, art. 5.1 dell'Accordo di Lisbona, nonché art. 24.6 TRIPs.

382 Art. 24.6, TRIPs: "La presente sezione non obbliga in alcun modo un Membro ad applicarne le disposizioni in relazione ad un'indicazione geografica di qualsiasi altro Membro per vini per i quali la pertinente indicazione sia identica alla denominazione comune di una varietà d'uva esistente nel territorio di detto Membro alla data di entrata in vigore dell'Accordo OMC." Un autore mette in luce che l'intervento della Commissione con riferimento al *prosecco-glera* (2009) è intervenuto troppo tardi per poter essere opposto efficacemente all'Australia. Vedi D. FRIEDMANN, *Geographical Indications in the EU, China and Australia, WTO Case Bottling*

La seconda problematica a cui si intende accennare in questa sede, riconnessa alla prima, attiene alla protezione della denominazione "Prosecco" nell'ambito dei rapporti bilaterali tra Unione europea e Cina. La riuscita del Progetto pilota "10 più 10" in materia di indicazioni geografiche[383] ha spinto l'Unione europea ad intraprendere nuove negoziazioni che hanno portato alla discussione dell'accordo bilaterale "100 più 100"[384]: tra le Ig europee che troveranno protezione sul territorio cinese figura "Conegliano-Valdobbiadene Prosecco" (nella versione italiana e nella sua translitterazione in cinese). La protezione di una sola delle tre denominazioni ha sollevato delle critiche[385], poiché per alcuni la tutela della denominazione "Prosecco DOC", non essendo un nome composto, avrebbe assicurato una maggiore efficacia coinvolgendo tutte le denominazioni interessate. In realtà, innanzitutto, (i) la tutela delle Ig nel territorio cinese, oltre che attraverso l'inclusione nella lista "100 più 100", può avvenire attraverso il ricorso agli strumenti offerti dall'ordinamento giuridico cinese stesso in materia di proprietà intellettuale: ovvero attraverso il marchio (collettivo o di certificazione) o l'indicazione geografica. Per tale motivo, nel proseguo del presente capitolo, si cercherà di descrivere questo sistema per comprendere come l'ordinamento cinese abbia dato attuazione agli obblighi derivanti dall'Accordo TRIPs, ovvero come un produttore straniero e un produttore cinese possano tutelare i propri prodotti in Cina.

In secondo luogo, (ii) in realtà l'approccio bilaterale europeo ha condotto al riconoscimento in Cina quale Ig del "Conegliano-Valdobbiadene Prosecco" e ciò può avere effetti positivi che si riverberano sull'intera produzione italiana di Prosecco. In altre parole, pur se in Australia è ammessa la produzione di Prosecco australiano, dal momento che il termine è avvertito come una varietà d'uva e dunque generico, questo prodotto potrà continuare ad essere importato in Cina senza violare l'accordo bilaterale Ue-Cina che riconosce l'indicazione geografica italiana sul territorio cinese?

Tale situazione è manifestazione di un fenomeno più generale innescato dagli accordi bilaterali che l'Unione europea utilizza per incrementare il livello di protezione internazionale delle Ig. Come accennato in chiusura al secondo capitolo, dallo stallo del *Doha round* le negoziazioni in materia di Ig sono proseguite principalmente in sede a negoziazioni di ac-

---

Up Over Prosecco, cit.

383 *Indicazioni geografiche UE-Cina: il progetto "10+10" è ora completo*, Commissione europea, comunicato stampa, IP/12/1297, 30 novembre 2012.

384 *100 indicazioni geografiche europee pronte per essere protette in Cina*, Commissione europea, comunicato stampa, IP/17/1507, 2 giugno 2017.

385 Alcune testate giornalistiche (*la Tribuna di Treviso*, *Trevisotoday*) annunciavano uno scontro tra Consorzi in virtù dell'inserimento della denominazione "Conegliano Valdobbiadene Prosecco" DOCG nella lista, ma non del Prosecco DOC.

cordi di libero scambio, sia da parte di paesi *pro-Ig,* come l'Ue, sia da parte di paesi *Ig-scettici,* come gli Stati Uniti. In tale contesto, i paesi *pro-Ig* sono riusciti nell'obiettivo di estendere la tutela di specifiche indicazioni geografiche. Per esempio, l'Unione europea ha negoziato la protezione di una lunga lista di Ig europee, tra le quali molti termini che sono considerati Ig in Europa ma sono diventati generici o semi-generici nella giurisdizione di molte parti contraenti: in seno al CETA con il Canada, nonché negli accordi con Corea, Vietnam, Giappone. Con riferimento a questa pratica, alcuni autori parlano di effetto "*claw back*"[386]. Per contrastare la strategia europea, paesi *Ig-scettici* affrontano ugualmente la questione delle Ig e della tutela dei marchi in sede di accordi di libero scambio. In questo modo si creano delle situazioni di "paradosso", come quella in cui si trova la Repubblica di Corea, la quale ha stipulato un accordo di libero scambio con gli Stati Uniti[387] e un accordo di libero scambio con l'Unione europea[388]. In entrambi, vi sono delle disposizioni in materia di indicazioni geografiche, marchi e termini generici, le quali si sovrappongono e collidono. Il rispetto da parte della Corea delle disposizioni specifiche di uno degli accordi può comportare la violazione dell'altro.

Il caso della denominazione Prosecco, che sarà protetta sulla base del suo inserimento nella lista allegata all'accordo "100 più 100", è solo una delle ultime manifestazioni di un conflitto più generale.

Nel proseguo, come accennato, si cercherà di analizzare la disciplina giuridica cinese in materia di indicazioni geografiche, ma per comprendere la rapidità attraverso la quale si è arrivati al contesto giuridico attuale, sarà utile iniziare delineando, brevemente, come si sono affermati i diritti di proprietà intellettuale in Cina.

2. L'affermazione dei diritti di proprietà intellettuale in Cina: l'ingresso della RPC nella OMC.

La questione inerente ai diritti di proprietà intellettuale in Cina può porsi solo dopo la

---

386 "*Claw back*", letteralmente "recuperare" o "ritornare" sembra alludere alla pratica di "far rientrare dalla finestra ciò che era già uscito dalla porta". Per ulteriori informazioni, si veda I. CALBOLI, *Geographical Indications between Trade, Development; Culture and Marketing: Framing a Fair(er) System of Protection in the Global Economy?*, in (a cura di) I. CAMBOLI, W. NG-LOY, *Geografical Indications at the Crossroads of Trade, Development and Culture: Focus on Asia-Pacific*, Cambridge, 2017, 3-35.

387 *U.S. - Korea Free Trade Agreement*, entrato in vigore il 15 marzo 2012. Per maggiori informazioni si rinvia al sito: https://ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements/korus-fta (ultimo accesso 22 giugno 2019).

388 *Free Trade Agreement between the European Union and its Member States, of the one part, and the Republic of Korea, of the other part*, cit.

fine degli anni Settanta, periodo che si associa all'affacciarsi del Paese al mondo esterno attraverso un lungo e graduale processo di cambiamenti che gli hanno consentito di divenire una potenza economica ed un attore principale delle relazioni internazionali[389].

L'ingresso della Cina nell'Organizzazione Mondiale del Commercio è un evento saliente nella descrizione della tutela di tali diritti di privativa con ripercussioni sul sistema cinese ed a livello internazionale, ma è il frutto di un lungo e complesso periodo di negoziati che cominciò nel 1982, quando la Cina, dopo aver presentato domanda di riammissione al GATT, ottenne lo status di osservatore[390].

Dal 1986 al 1997[391], la Cina chiese più volte di essere ammessa quale parte contraente dei GATT alle condizioni di PVS, allo scopo di accedere attraverso un graduale adeguamento a tutti gli obblighi che l'adesione stessa comportava, riservato ai paesi in via di sviluppo. Ne derivò la formazione di gruppi di lavoro costituiti dagli Stati membri ("*working party*") al fine di negoziare i termini per l'adesione della RPC ai GATT, ma non si riuscì a trovare un accordo tra le parti coinvolte. Intanto, nel 1995 nacque la OMC quale uno degli esiti dell'*Uruguay round*, ma ancora non si era pervenuti ad una soluzione sulle condizioni per l'ammissione della RPC. L'accordo con gli Stati Uniti del 15 novembre 1999[392], nonché l'accordo con l'Unione europea del 19 maggio 2000[393] sono indicati quali segnali del rag-

---

[389] La fine degli anni '70 viene considerata come l'inizio di una controtendenza politica (iniziata nel 1976, con l'arresto della "banda dei quattro", i quattro maggiori esponenti della rivoluzione culturale), in virtù del passaggio di potere nelle mani dello statista Deng Xiaoping, il quale mise la Cina sulla strada della modernizzazione e dell'economia di mercato, attraverso il lancio della "*Politica della Porta Aperta*". Tale fase, denominata in cinese 改革开放 (*gaige kaifang*, letteralmente "riforma e apertura") è stata inaugurata ufficialmente nel Terzo Plenum dell'undicesimo Comitato centrale del Partito comunista cinese, nel dicembre del 1978. Si rinvia per approfondimenti storici su tale periodo a M. SABATTINI, P. SANTANGELO, *Storia della Cina*, cit., 634-655. Con riferimento alla dimensione giuridica, per una panoramica più approfondita sull'avvento del diritto cinese moderno, si rinvia a A. GAMBARO, R. SACCO, *Sistemi giuridici comparati*, Milano, 2008, 394-404.

[390] Nel testo si parla di "riammissione", poiché la Cina è uno dei 23 Stati firmatari del Protocollo di Applicazione Provvisoria dell'Accordo Generale sulle Tariffe e sul Commercio (sottoscrizione avvenuta nel 1947 ad opera del partito nazionalista cinese, *Kuomingtang*): divenne parte contraente del GATT nel 1948. Il 5 maggio del 1950, però, si segnala l'uscita della Cina dal GATT (sulla base dell'art. 5 del Protocollo di Applicazione Provvisoria), ad opera sempre del Kuomingtang, nel frattempo trasferitosi nell'isola di Taiwan, in seguito (e a causa) della presa di potere del diverso partito comunista, che il 1º ottobre 1949 proclamò la costituzione della Repubblica Popolare Cinese. Si veda anche Y. LI, *The Wolf has come: are China's intellectual property industries prepared for the WTO?,* in *Pacific Basic Law Journal,* 2002, vol. 20(1), 77-112.

[391] Per le varie tappe di questo percorso si veda la specifica pagina dell'OMC dedicata all'adesione della Cina, disponibile on-line all'indirizzo:
https://www.wto.org/english/thewto_e/acc_e/a1_chine_e.htm (ultimo accesso 22 giugno 2019).

[392] Tra il 10 e il 15 novembre 1999, la delegazione del governo cinese e la delegazione del governo degli Stati Uniti hanno tenuto colloqui sull'adesione della Cina all'OMC a Pechino. Il 15 novembre, le due parti hanno firmato l'accordo bilaterale sull'ingresso della Cina nell'OMC. Dal sito del Ministero degli Affari esteri della RPC, ulteriori informazioni disponibili on-line:
https://www.fmprc.gov.cn/mfa_eng/ziliao_665539/3602_665543/3604_665547/t18051.shtml (ultimo accesso 22 giugno 2019).

[393] Il 19 maggio 2000 a Pechino, l'UE e la Cina hanno concordato condizioni bilaterali per l'ingresso della Ci-

giungimento di una soluzione ed infatti sono propedeutici all'adesione dell'11 dicembre 2001 della Repubblica Popolare Cinese all'Organizzazione Mondiale del Commercio. La Cina divenne a tutti gli effetti il 143° membro permanente della OMC[394]: un evento che deve essere ricordato come un'importante pietra miliare nel cammino di riforma e di apertura del Paese, nonostante le trattative fossero proseguite per quasi quindici anni. Tutto il periodo, precedente e concomitante all'ingresso, è caratterizzato da una massiccia e continua revisione dell'impianto normativo cinese relativo al diritto internazionale e commerciale, che determinò il raggiungimento di determinati traguardi posti in fase di preadesione[395].

Si noti, allora, come è stato solo a partire dagli anni Ottanta che la Repubblica popolare cinese ha progressivamente implementato un corpus di norme in materia di proprietà intellettuale[396]. Dalla data della sua fondazione, in seguito alla abrogazione di tutto il sistema giuridico di epoca nazionalista[397], per più di trent'anni i diritti di proprietà industriale non sono stati in alcun modo tutelati. Nel corso degli anni Novanta il quadro giuridico in materia di IPR è venuto consolidandosi sulla spinta, dunque, del processo di adeguamento del sistema giuridico agli *standard* richiesti per l'adesione alla OMC e alla conseguente ratifica dell'Accordo TRIPs, fino a raggiungere un livello di adeguamento dell'apparato normativo

---

na nell'OMC. Per maggiori informazioni si rinvia al sito della Commissione europea, all'indirizzo on-line: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-00-67_en.htm (ultimo accesso 22 giugno 2019).

394 Si segnala, per completezza, che l'ammissione della Cina alla OMC è avvenuta sotto condizione: l'adesione prevedeva una clausola "precauzionale" ricollegata ad un meccanismo transitorio di revisione. L'obiettivo di tale meccanismo era monitorare l'andamento delle riforme giuridiche in atto in Cina nei diversi settori commerciali, promuovere la trasparenza del sistema interno cinese e lo scambio di informazioni. Tra i vari aspetti sui quali il governo della RPC era tenuto a relazionare, figurano anche i diritti di proprietà intellettuale attinenti al commercio, i quali sono oggetto dello specifico protocollo della OMC (ovvero l'Accordo TRIPs), in cui sono indicati i requisiti minimi di tutela degli IPR che i paesi aderenti devono mantenere.

395 Intervenendo direttamente sui settori del commercio estero e degli investimenti esteri ed indirettamente sull'intera disciplina dei rapporti economici, l'adesione alla OMC ha imposto al governo cinese l'adozione di alcuni nuovi e importanti principi organizzativi, tra i quali la trasparenza degli atti amministrativi, la terzietà del giudice che debba valutarne la legittimità e l'uniformità delle regole per tutto il paese. Inoltre, ha condotto all'abrogazione delle ultime norme discriminatorie ancora vigenti nei confronti delle imprese straniere o a partecipazione straniera. Gli effetti dell'ingresso nella OMC non si limitano alla sfera dei rapporti economici con l'estero. Il pacchetto di impegni che la Cina si è assunta con la comunità commerciale internazionale ha comportato infatti anche profondi mutamenti della disciplina del commercio interno, del diritto dei mercati, di quello societario, della proprietà intellettuale… I suoi effetti si sono estesi e si estendono per osmosi anche ad altre sfere del diritto: amministrativo, processuale e penale.

396 F. R. ANTONELLI, *I giudici e la protezione della proprietà intellettuale in Cina*, in (a cura di) M. TIMOTEO, *Sistema giuridico romanistico e diritto cinese - Regimi e tutela della proprietà intellettuale in Cina,* Roma, 2008, 159. Cfr. R. CAVALIERI, *L'adesione della Cina alla WTO*, Lecce, 2003, 59-65.

397 La Cina repubblicana, guidata dal *Kuomingtang*, aveva recepito a partire dagli anni 30' una codificazione di impronta occidentale anche in materia di proprietà intellettuale.

Con riferimento, invece, ad alcune considerazioni sui diritti di proprietà intellettuale nella Cina del periodo precedente all'avvento del diritto cinese moderno, si veda R. GREATREX, *The authentic, the copy and the counterfeit in China: an historical overview,* in (a cura di) M. TIMOTEO, *Sistema giuridico romanistico e diritto cinese - Regimi e tutela della proprietà intellettuale in Cina,* cit., 115-128. L'autore esplora e riassume i concetti di "autenticità della produzione", "copia di artefatti originali" e "produzione contraffatta" nella Cina che va dal III secolo a.C. al XIX secolo, ovvero nella fase del diritto cinese imperiale.

formale in linea con quelli degli altri paesi maggiormente industrializzati.

La prima fase di tale adeguamento (i) è avvenuta, dunque, nella forma di una codificazione che ha comportato un allineamento della normativa cinese per completezza e contenuto alla disciplina degli altri paesi industrializzati; in seguito (ii) si è proceduto a rafforzare le tutele giurisdizionali[398].

Con riferimento al primo profilo accennato, si segnala l'emanazione di alcune leggi fondamentali specificatamente dettate in materia di IP: la *Trademark Law* del 1982[399] e la *Patent Law* del 1984[400], attraverso le quali si introdusse nell'ordinamento cinese il principio dello sfruttamento in esclusiva di marchi d'impresa e invenzioni industriali, nonché un necessario procedimento di registrazione finalizzato a conseguire la tutela. Inoltre, nel 1990, si aggiunse la *Copyright Law*[401], volta a proteggere i diritti d'autore e quindi a incoraggiare e promuovere la creazione di nuove opere, prevedendo diritti morali illimitati e diritti patrimoniali fino a cinquant'anni dalla morte del titolare[402]; seguì l'emanazione della *Anti-unfair Competion Law*[403] del 1993 e così via[404].

La nozione di indicazione geografica venne introdotta proprio in sede alle modifiche apportate alla *Trademark Law* nel 2001, in concomitanza con l'ampliamento degli istituti del

---

398 Se in un primo momento transitorio si segnala un continuo bisogno di rivisitazione di tali leggi, occorre sottolineare che hanno, al contempo, un ruolo maggiore le interpretazioni fornite in sede giudiziale, a causa dei continui conflitti tra tali leggi e l'evoluzione della economia e della cultura cinese di quegli anni. Y. SONG, *On the commercialization of China's intellectual property,* in (a cura di) M. TIMOTEO, *Sistema giuridico romanistico e diritto cinese - Regimi e tutela della proprietà intellettuale in Cina*, cit., 212.

399 *Trademark Law of the People's Republic of China*, adottata il 23 agosto 1982 (in vigore dal 1° marzo 1983); in seguito è stata emendata tre volte, il 22 febbraio 1993, il 27 ottobre 2001 ed il 30 agosto 2013. L'attuale testo emendato è disponibile in lingua inglese sul sito del CNIPA (*China National Intellectual Property Administration*): http://english.cnipa.gov.cn/lawpolicy/relatedawsregulations/915599.htm (ultimo accesso 22 giugno 2019).
Inoltre, si segnala che in data 23 aprile 2019 è stata nuovamente emendata la *Trademark Law*. Le modifiche entreranno in vigore entro gennaio 2020.
Dal sito ufficiale del parlamento cinese (in lingua cinese): http://www.npc.gov.cn/npc/xinwen/2019-04/23/content_2086193.htm (ultimo accesso 22 giugno 2019).

400 *Patent Law of the People's Republic of China,* adottata il 12 marzo 1984; emendata per la prima volta il 4 settembre 1992 ed entrata in vigore il 1° gennaio 1993; rivista per la seconda volta il 25 agosto 2000 ed entrata in vigore il 1° luglio 2001; infine, rivista il 27 dicembre 2008 ed entrata in vigore il 1° ottobre 2009.

401 *Copyright Law of the People's Republic of China*, adottata il 7 settembre 1990 e rivista il 27 ottobre 2001

402 In questo periodo si manifesta chiaramente la volontà del paese di iniziare un graduale percorso di conformazione agli standard internazionali, dovuto anche all'adesione all'OMPI nel 1980 (la convenzione istitutiva della Organizzazione Mondiale per la proprietà intellettuale entrò in vigore in Cina il 3 giugno 1980) all'adesione alla Convezione di Parigi sulla Proprietà Industriale del 1984 e, nel 1992, alla Convenzione di Berna e alla *Universal Copyright Convention.*

403 *Law Against Unfair Competition of the People's Republic of China*, adottata il 2 settembre 1993.

404 Lo sforzo del legislatore cinese, finalizzato a adeguarsi agli standard del TRIPs, è visibile in tutte le modifiche apportate a queste leggi in concomitanza all'ingresso della Cina nella OMC: *Copyright Law,* il 27 ottobre 2001 (e le sue norme di attuazione, 3 agosto 2002), *Trademark* Law, il 27 ottobre 2001 (e le sue norme di attuazione, 3 agosto 2002), *Patent* Law, il 25 agosto 2000 (e le sue norme di attuazione, 15 giugno 2001).

marchio collettivo e di certificazione[405].

Appare necessario, ai fini della trattazione, concentrarsi brevemente sulle fonti del diritto cinese in materia di proprietà industriale[406]. Un ruolo centrale (i) è affidato alle leggi (*fa*) dell'Assemblea nazionale del popolo, o del suo Comitato permanente, accompagnate dalle interpretazioni autentiche ad opera dello stesso Comitato permanente dell'Assemblea (*lifa jieshi*). Immediatamente al di sotto delle leggi, troviamo (ii) i regolamenti amministrativi del Consiglio degli affari di stato (*xinzheng fagui*), il massimo organo esecutivo dello Stato[407]. Si tratta di regolamenti molto presenti in materia di proprietà intellettuale: ogni atto normativo in questo campo è infatti seguito da un Regolamento esecutivo. Nello specifico, le indicazioni geografiche sono state prevalentemente disciplinate attraverso regolamenti amministrativi[408]. Un'altra fondamentale fonte del diritto, importante per questa materia, è rappresentata dalle interpretazioni della legge rese dalla Corte Suprema del popolo cinese (*zuigao renmin fayuan*). Oltre al ruolo giurisdizionale, la Corte svolge una funzione quasi-legislativa nel quadro di un'importante attività di orientamento interpretativo delle corti[409]. Tale attivi-

---

405 Prima di allora le indicazioni geografiche potevano essere tutelate attraverso il marchio di certificazione, sulla base delle "*Procedures for the Registration and Administrations of Collective Marks and Certification Marks*" del SAIC (*State Administration for Industry and Commerce*) emanate il 1° marzo 1995. Cfr. L. XIE, *Protection of Appellations of Origin in China*, in *China Patents & Trademarks*, 2001, vol. 1, 74.

406 Pur tenendo in considerazione una premessa: "l'originalità e la complessità del sistema giuridico della Repubblica Popolare Cinese, frutto della tormentata convivenza tra teoria del diritto di derivazione sovietica, tradizione confuciana e concezione occidentale *borghese,* hanno sempre reso difficoltosa una individuazione del sistema delle fonti del diritto". Vedi F. R. ANTONELLI, *La "legge sulla legislazione" ed il problema delle fonti nel diritto cinese,* in *Mondo cinese*, 2004, n. 199, 23ss.

407 "Il Consiglio di Stato è il supremo organo amministrativo della Cina; dirige tutti i ministeri che esercitano le diverse funzioni dello Stato e risponde per l'esercizio delle sue funzioni all'Assemblea del Popolo. Il Consiglio di Stato e i suoi ministeri hanno la competenza di promulgare i regolamenti amministrativi, le regole applicative e i provvedimenti amministrativi per risolvere i problemi relativi all'ambito di applicazione del diritto costituzionale. Questi regolamenti amministrativi possono contenere delle norme attinenti al diritto civile; per esempio, l'Ufficio del Diritto d'Autore, ufficio subordinato del Consiglio di Stato, ha promulgato l'Ordinanza per applicare il diritto d'autore, le cui norme sono per la maggiore parte di diritto civile." Vedi G. XU, *Parte generale del Diritto Civile*, Xiamen (Casa Editrice dell'Università di Xiamen), 2005.

408 Cfr. *Zhonghua renmin gongheguo gujia zhiliang jiandu jianyan jianyi zongju ling* (Disposizioni per la protezione dei prodotti di indicazione geografica/*Provisions for the Protection of Products of Geographical Indication*/PPPGI) adottate il 16 maggio 2005, in vigore dal 15 luglio 2005; *Nongchanpin dili biaozhi guanli banfa* (Misure amministrative per le indicazioni geografiche dei prodotti agricoli/*Measures for the Administration of Geographical Indications of Agricultural Products*/MARA *Measures*) approvate il 25 dicembre 2007 dall'allora MoA (oggi MARA, *Ministry of Agriculture and Rural Affairs*), entrate in vigore il 1° febbraio 2008.

409 La Corte Suprema del popolo cinese, oltre ad essere massimo organo giudicante, svolge un'attività di interpretazione ermeneutica che si esprime attraverso una serie di provvedimenti diversificati. Le interpretazioni (*sifa jieshi*) della Corte Suprema rappresentano, generalmente il terzo pilastro normativo su cui si regge la disciplina della proprietà intellettuale nel sistema giuridico cinese. Per una ricostruzione delle diverse tipologie nonché un approfondimento su questa funzione della Corte, si veda M. TIMOTEO, *La difesa dei marchi e brevetti in Cina. Percorsi normativi in un sistema in transizione*, Torino, 2014, 40ss.

tà ermeneutica è il lascito dell'influenza del modello giuridico sovietico nel diritto cinese; essa viene svolta attraverso l'emanazione di chiarimenti interpretativi e pareri sulle leggi nazionali.

Con riferimento al tema delle indicazioni geografiche sono fondamentali le seguenti fonti, su cui si concentrerà la trattazione dei prossimi paragrafi: (i) la *Trademark Law* (così come emendata, da ultimo, nel 2013) con i suoi regolamenti attuativi e (ii) due specifici regolamenti amministrativi specificatamente emanati in materia di indicazioni geografiche.

Come anticipato, accanto alla codificazione in materia di IPR, si è sviluppata la dimensione della tutela giurisdizionale, fulcro dell'*enforcement* dei diritti di proprietà intellettuale. Occorre però segnalare che le procedure amministrative si affermano, inizialmente, come sede primaria per la tutela di tali diritti. Al contempo, dall'adesione alla OMC con conseguente ratifica dell'Accordo TRIPs, particolare rilevanza assume l'impegno da parte della Cina al "rafforzamento del controllo giurisdizionale"[410], il quale deve trovare espressione anche in direzione di un più stretto controllo sull'azione amministrativa attraverso procedimenti giudiziari trasparenti ed imparziali[411].

Accanto ai rimedi amministrativi, venne allora introdotta e rafforzata la possibilità di agire in giudizio: in tale contesto, però, permane il ruolo considerevole ricoperto dalle autorità amministrative. Con riferimento alla realtà cinese si parla in proposito di sistema "del doppio binario" (o *dual track system*), ovvero di ricorso alternativo in sede giudiziaria o amministrativa a tutela degli IPR, tutt'ora un tratto caratterizzante del sistema[412].

D'altro canto, la funzione giurisdizionale in Cina è stata rafforzata: oggi si riscontra un'organizzazione piramidale disposta su quattro livelli con tribunali di base, intermedi, superiori e al vertice la Corte Suprema del popolo (a Beijing). Nel 1996, una sezione *ad hoc* per la proprietà intellettuale venne istituita nella Corte Suprema, iniziativa poi estesa nelle corti superiori (provinciali) e nelle principali corti intermedie (distrettuali): in particolare, si sono distinte per un'intensa attività creativa a livello giurisprudenziale, la corte distrettuale di Haidian e le corti intermedie numero 1 e 2 di Beijing.

Dunque, attualmente, in caso di violazione di un diritto di privativa, sarà possibile

---

[410] Protocollo di adesione all'OMC della Cina, WT/L/432, 11 dicembre 2001, I, 2, D.

[411] "Le riforme assunte in questa direzione hanno riguardato anche la struttura istituzionale, con la creazione, dapprima a livello della Corte Suprema, quindi presso le Corti provinciali e quelle di distretto con competenze ad hoc, di sezioni speciali per la trattazione di casi in materia di proprietà intellettuale, e con l'avvio di numerosi programmi professionalizzazione per giudici, avvocati, personale amministrativo". A. CARPI, ibidem, 46.

[412] A. CARPI, *Proprietà intellettuale e cooperazione allo sviluppo. Uno studio di diritto comparato fra Unione europea e Cina*, cit., 37.

procedere con azione amministrativa o con azione dinnanzi alle corti (così come, in caso di diniego di un atto amministrativo, si potrà ugualmente procedere in sede giudiziale): la via amministrativa è ritenuta maggiormente vantaggiosa perché più rapida ed economica, mentre l'azione giudiziaria è preferibile per la possibilità di richiedere provvedimenti d'urgenza nei confronti del contraffattore e di ottenere una condanna al risarcimento del danno.

Il *risveglio* della Cina in materia di proprietà intellettuale è avvenuto di recente ed in tempi molto rapidi ed è cominciato con un "trapianto" delle norme di diritto internazionale in materia[413]. Questo aspetto rappresenta un elemento importante ma non sufficiente alla creazione di un sistema funzionante; ne deriva la necessità di comprendere come il formante legislativo, amministrativo e giudiziario abbiano rielaborato e adattato le norme al contesto cinese, al fine di renderle applicabili ed efficaci[414]. Tassello ineludibile dell'evoluzione del sistema sono la ricerca, la dottrina e l'evoluzione della giurisprudenza che si affermano quali forze sempre più presenti nel mondo giuridico cinese.

L'analisi del sistema delle indicazioni geografiche consentirà dunque di prendere atto di come, dopo un'iniziale fase che può apparire di semplice "trapianto" di un istituto estraneo nel territorio cinese, in quanto mutuato dal diritto internazionale, lentamente ci si avvia ad una sua conglomerazione in un tessuto di cui sta diventando parte operante.

3. Le indicazioni geografiche in Cina: recenti evoluzioni.

In uno studio effettuato nel 2002 dall'OMPI[415], si riflette comparativamente sui diversi sistemi che possono essere impiegati a livello nazionale o regionale per tutelare il legame tra la provenienza del prodotto e le sue caratteristiche, reputazione o qualità. In altre parole, operando una semplificazione, si indagano le diverse forme con cui si può dare attuazione agli obblighi previsti dagli articoli 22 e ss. dell'Accordo TRIPs. La (i) normativa avverso la concorrenza sleale, le (ii) previsioni in materia di marchi collettivi e di certifica-

---

413 P. K. YU, *The rise of China in the international IP regime,* in *Legal Studies Research Paper Series*, 2017, n. 18-16, 1-21. Si rinvia al presente *paper* per l'approfondimento del ruolo della Cina nella definizione internazionale dei diritti di proprietà intellettuale: ovvero di come la RPC dall'essere concepita prevalentemente quale *norm braker* e *norm taker,* mentre in misura minore quale *norm shaker* del dibattito internazionale in materia, cominci ora a proporsi anche in veste di *norm maker*, contribuendo attivamente alla definizione dei diritti di proprietà intellettuale.

414 Per un'analisi più generale sulle caratteristiche peculiari del sistema giuridico cinese si rinvia a I. CASTELLUCCI, *Rule of law and legal complexity in the people's Republic of China*, Roma, 2012.

415 Ad opera dello *Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial designs and Geographical indications* (OMPI, Ottava sessione), SCT/8/4, Revisione sul documento STC/6/3 su *Geographical indications: historical background, nature of rights, existing systems for the protection and obtaining protection in other countries,* Ginevra, 2002, 1-28.

zione, i (iii) sistemi *sui generis*, caratterizzati dall'intervento pubblico, nonché, infine, le (iv) procedure amministrative di controllo ad esempio dell'etichettatura: sono i quattro principali meccanismi, che singolarmente o cumulativamente, vengono adottati dai singoli stati per tutelare il nesso origine-qualità.

Nell'ordinamento cinese troviamo disposizioni riconducibili ad ognuna di queste quattro categorie: più in generale, però, sono tre i principali schemi adottati sul territorio a tutela delle Ig. La protezione si fonda sul sistema dei marchi e su un sistema *sui generis*, a cui si aggiunge un'ulteriore protezione *sui generis* solo per i prodotti agricoli[416].

Vi sono due aspetti, caratterizzati dalla natura *in itinere*, dunque in fase di continuata e recente evoluzione, da tenere ben presenti prima di affrontare la specifica disciplina di settore.

In primis, dal punto di vista europeo, si tratta di inquadrare l'attuale portata dell'accordo denominato "100 più 100", a partire dal riconoscimento del fatto che è ancora oggetto di negoziato tra le parti, cui si aggiunge la mancata pubblicazione delle trattative[417]. Sono state condivise con il pubblico solo le due liste di cento Ig da proteggere, rese note al fine di consentire un'eventuale opposizione alla loro inclusione nell'elenco. Inoltre, l'oggetto dell'accordo, che si occuperà di esplicitare il livello di tutela da garantire alle Ig scelte, riguarda prodotti agroalimentari, vini e bevande spiritose, ma Ue e Cina stanno discutendo della possibilità di utilizzare un linguaggio "elastico" che consenta in futuro di poter estendere la protezione a prodotti, eventualmente, non agroalimentari[418].

In secondo luogo, invece, non bisogna tralasciare le grandi riforme in materia di riorganizzazione del sistema amministrativo cinese, iniziate nel 2018[419]. Con riferimento ai dirit-

---

416 W. HU, *Reciprocity and Mutual Benefits: EU-China Cooperation on and Protection of Geographical Indications*, in *CEPS Research Report*, 2018, n. 2018/04, 1-22.

417 Si prevede di concludere i negoziati entro l'anno 2019. Vedi *Vertice UE-Cina: riequilibrare il partenariato strategico*, Commissione europea, comunicato stampa, IP/19/2055, 9 aprile 2019.

418 Dal sito di orIGin, *Bilateral agreements covering GIs (under negotiation, concluded and in force) between the EU and its trade partners*. Disponibile all'indirizzo on-line: https://www.origin-gi.com/images/stories/PDFs/English/Bilaterals/20190110_agreements_under_negotiation.pdf (ultimo accesso 22 giugno 2019).

Con riferimento allo "stato dei lavori" dell'accordo, si sottolinea come l'ultimo round di negoziati si sia svolto a dicembre 2018. L'Ue e la Cina, in questa fase, si stanno occupando di esaminare le opposizioni ricevute nell'ambito della procedura di opposizione, apertasi a partire dalla pubblicazione delle due liste di indicazioni geografiche.

419 In data 18 marzo 2018, dal sito ufficiale del Consiglio di stato cinese sono state annunciate una serie di riforme in seno all'impianto organizzativo dell'amministrazione pubblica cinese. Sulla scia di tale iniziativa, il Consiglio di Stato, attraverso una decisione rilasciata il 28 settembre 2018, ha riveduto molteplici leggi e regolamenti amministrativi per riassegnare alcune funzioni degli organi statali interessati da una recente riforma istituzionale su vasta scala. La gestione delle funzioni amministrative inerenti i diritti di proprietà intellettuale in Cina è stata coinvolta nel riassetto.

ti di proprietà intellettuale, in particolare alle indicazioni geografiche, si segnalano degli interventi che produrranno effetti diretti sul settore. Fino alla riforma, l'autorità amministrativa di riferimento per la gestione dei marchi in generale è l'Amministrazione dell'Industria e del Commercio (*State Administration of Industry and Commerce*, c.d. SAIC), mentre il sistema *sui generis* è di competenza dell'Amministrazione generale di supervisione della qualità, ispezione e quarantena (*General Administration of Quality, Supervision, Inspection and Quarantine*, c.d. AQSIQ). Il terzo sistema, invece, fa capo al *Ministry of Agriculture* (MoA), che è stato rinominato con la riforma, *Ministry of Agriculture and Rural Affair* (MARA). Attraverso il riassetto amministrativo, si prevede di riaffidare le funzioni di SAIC e AQSIQ, in materia di IPR, alla nuova agenzia creata in seno alle riforme dal nome *State Administration for Market Regulation* (SAMR)[420]. Così facendo sarebbero sottoposte all'autorità di un'unica agenzia la gestione dei marchi e delle Ig quali istituto *sui generis* di proprietà intellettuale. Si tratta di una novità che porta con sé una chiara intenzione di semplificazione del sistema, attraverso la quale si potranno scongiurare future problematiche in termini di titolarità del diritto di privativa, come è avvenuto nel caso del prosciutto Jinhua (金华火腿, *Jinhua huotui*), nonché di *enforcement*. Per comprendere questo emblematico caso appare utile prima fornire una descrizione del sistema.

Attualmente, dunque, il numero di agenzie governative coinvolte nella gestione delle indicazioni geografiche, in senso lato, dovrebbe diminuire da tre a due, rimanendo in ogni caso un sistema soggetto ad una plurima gestione[421]. Si tratta di una transizione che richie-

---

In questo contesto, il 28 agosto 2018, l'ex Ufficio statale della proprietà intellettuale della Cina (SIPO) è stato rinominato in "Amministrazione nazionale cinese della proprietà intellettuale", abbreviato in CNIPA, ed è stato sottoposto all'autorità della SAMR. Oltre a brevetti, a modelli di utilità e progetti, il CNIPA gestisce ora i marchi (precedentemente amministrati dall'Amministrazione statale dell'industria e del commercio, SAIC) e le indicazioni geografiche (precedentemente gestite dall'Amministrazione della supervisione della qualità, ispezione e quarantena, AQSIQ).
Si veda: *State Council reassigns administrative functions and institutional reshuffle*, in *Xinhua* (Agenzia Nuova Cina, agenzia di stampa ufficiale della RPC, subordinata al controllo del Consiglio di Stato della RPC), 28 settembre 2018.

[420] La *State Administration for Market Regulation* (SAMR) è l'autorità governativa della RPC chiamata a regolare, più in generale, i settori di concorrenza sul mercato, monopoli, proprietà intellettuale e sicurezza dei farmaci. L'amministrazione consolida in un ministero le funzioni di regolamentazione del mercato precedentemente condivise da diversi ministeri, tra cui AQSIQ, SAIC e la *China Food and Drug Administration* (CFDA). Il nuovo CNIPA, dunque, risponde alla autorità della SAMR.

[421] Proprio la caratteristica della plurima gestione in capo a ministeri separati viene additata dalla dottrina quale elemento di confusione e sovrapposizione tra sistemi. Il coordinamento è un elemento fondamentale per evitare conflitti e lacune. Per questo a livello europeo, pur se la registrazione dei marchi passa attraverso l'EUIPO, mentre le indicazioni geografiche passano attraverso l'approvazione della Commissione europea, si riscontra un sistema caratterizzato da una stretta collaborazione ed interdipendenza tra agenzia e Commissione, senza il quale sussisterebbero le stesse problematiche. Al contempo, invece, non si manifestano simili difficoltà se il sistema è unico, come nel caso del sistema dei marchi negli Stati Uniti (con le precisazioni del pri-

derà del tempo per essere attuata[422]: la normativa di riferimento in vigore è la medesima che si aveva prima della riforma amministrativa. Nel sistema giuridico cinese vi è la possibilità di proteggere le Ig attraverso (1) la registrazione come marchio o attraverso (2) la registrazione per mezzo dei meccanismi del primo sistema *sui generis* (i due procedimenti sono formalmente coordinati, in ultima istanza, dalla nuova SAMR) oppure (3) di adire al procedimento amministrativo gestito dal MARA.

Si è ancora in attesa di possibili futuri interventi regolativi da parte del nuovo SAMR, che, così come la riforma amministrativa stessa, si inseriscano nel più ampio obiettivo enfatizzato dalla "*Chinese National IP Strategy"* (2014-2020)[423]: "Entro i prossimi cinque anni, le indicazioni geografiche saranno effettivamente protette e ragionevolmente utilizzate" (*geographical indications […] will be effectively protected and reasonably utilized*)[424].

4. Dal punto di vista storico: "legal transplantation".[425]

Non si può tralasciare di indicare come le prime forme di protezione delle Ig in Cina sono ricollegate alla sua ratifica della Convenzione di Parigi per la Protezione della Proprietà Industriale[426], la quale prevede tra i vari obblighi la tutela delle "*indications of source*" e delle "*appellation of origin*". Tale protezione venne accordata nella forma di decreti amministrativi: nel 1989, il SAIC[427] emanò uno specifico atto a tutela della denominazione francese

---

mo capitolo, cui si rimanda).

[422] Se da un lato, il SAIC non è più operativo (come dimostra anche la chiusura del suo sito governativo ufficiale), lo stesso non può dirsi dell'AQSIQ. La possibile spiegazione è ricollegata al mantenimento da parte dell'AQSIQ di alcune delle sue precedenti funzioni, ma non del ruolo in materia di indicazioni geografiche che aveva prima del 2018.

[423] *Notice of the General Office of State Council on Forwarding the "Action Plan for Implementing the National Intellectual Property Strategy (2014—2020)*", Guo Ban Fa [2014] No. 64.

[424] WIPO, Outline of the National Intellectual Property Strategy, (7).

[425] Per approfondimenti sul presente paragrafo (4) si vedano: M. WANG, *The Asian Consciousness and Interests in Geographical Indications,* in *The Trademark Reporter*, 2006, Vol. 96, 906-942, X. WANG, I. KIREEVA, *Protection of Geographical Indications in China: Conflicts, Causes and Solutions,* in *The Journal of World Intellectual Property,* 2007, vol. 10, n. 2, 79-96, B. M. BASHAW, *Geographical indications in China: why protect GIs with both Trademark law and AOC-type legislation?,* in *Pacific Rim Law & Policy Journal,* 2008, vol. 17, n. 1, 73-102, X. WANG, I. KIREEVA, *GI protection in China: new measures for administration of geographical indications of agricultural products,* in *The Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 2010, vol. 5, n. 11, 778-790, X. WANG, I. KIREEVA, *EU-CHINA IPR2: Q&A Manual. China Legislation on Geographical Indications*, 2011, 1-46, dal sito www.ipr2.org, X. WANG, I. KIREEVA, *The Protection of Geographical Indication in the EU and China: Tracing Causes and Delays in the Ongoing Negotiation on the Co-operative Agreement on Geographical Indications,* in *Intellectual Property Quarterly*, 2014, 125-142, H. ZHENG, *A Unique Type of Cocktail: Protection of Geographical Indications in China*, in (a cura di) I. CAMBOLI, W. NG-LOY, *Geographical Indications at the Crossroads of Trade, Development and Culture: Focus on Asia-Pacific*, Cambridge, 2017, 380-408, W. HU, *Reciprocity and Mutual Benefits: EU-China Cooperation on and Protection of Geographical Indications*, cit., 1-22.

[426] Accessione del 19 dicembre 1984, in forza dal 19 maggio 1985.

[427] Si tratta della (già menzionata) *State Administration for Industry and Commerce*, agenzia ministeriale che, prima

"Champagne" allo scopo di impedirne l'uso come termine generico per indicare vini frizzanti nel mercato cinese[428].

Per poter incontrare delle disposizioni generali applicabili all'intera categoria, e non a singole e specifiche Ig, bisogna attendere fino al 1993, anno in cui furono emendate la *Trademark Law* del 1982[429] e le "Regole per l'implementazione della Trademark Law"[430]. Sulla base di questi due atti, nel dicembre del 1994, il SAIC emanò un primo regolamento amministrativo attinente alle "Procedure per la registrazione e amministrazione di marchi collettivi e marchi di certificazione" [431], con il quale si prevedeva che un marchio di certificazione potesse essere utilizzato per certificare il luogo di origine, la materia prima, il metodo di produzione, la qualità o altre caratteristiche di propri prodotti o servizi. Si tratta del primo strumento che consente di accedere ad una protezione dell'origine geografica nel sistema giuridico nazionale cinese[432]. Le pere di Korla (città della regione dello Xinjiang) furono il primo prodotto ad usufruire della protezione offerta dalla registrazione quale marchio di certificazione della provenienza geografica[433].

Solo nel 2001, sulla base delle sollecitazioni dovute all'ingresso nella OMC, il concetto di "indicazione geografica" venne ufficialmente introdotto nella *Trademark Law*, nel contesto della sua seconda rivisitazione (all'articolo 16, comma 2). Da allora, si riconosce che il sistema nazionale cinese dei marchi consente la registrazione di Ig quali marchi collettivi e marchi di certificazione, i quali possono veicolare la provenienza geografica del prodotto.

Dunque, il primo strumento offerto dall'ordinamento cinese a tutela delle indicazioni geografiche consiste nella registrazione di un marchio collettivo o di certificazione della provenienza, sulla base della disciplina attualmente delineata da: (1) *Trademark Law* (TML), così come emendata da ultimo nel 2014, (2) "Regole di implementazione della *Trademark Law*" (*Implementation of TML*), anch'esse emendate nel 2014, e le nuove (3) "Misure per la

---

della riforma del 2018, amministrava la registrazione e protezione di marchi e nomi d'impresa, le norme sulla concorrenza sleale e sulla protezione dei consumatori, nonché altre problematiche inerenti al mercato.

428 *Notice of stopping the use of the word "Champagne" on goods classified as alcoholic drinks*, Trademark Office, SAIC, 25 ottobre 2019, in *Compilation of Laws* (n. 4) 198, si veda H. ZHENG, *Geographical Indication Protection in China*, in (a cura di) D. S. GANGJEE, *Research Handbook on Intellectual Property and Geographical Indications*, Cheltenham/Northampton, 2016, 327.

429 Il primo emendamento della *Trademark Law* fu adottato il 22 febbraio 1993.

430 *Rules for the Implementation of the Trademark Law of the People's Republic of China (Implementation of TML)*. Adottate dal Consiglio degli affari di Stato il 3 gennaio 1988, rivisitate e approvate il 15 luglio 1993.

431 *Procedures for the Registration and Administration of Collective Marks and Certification Marks (Administration Measures)*. Emanate dal SAIC il 30 dicembre 1994, in vigore dal 1 marzo 1995.

432 H. ZHENG, *A Unique Type of Cocktail: Protection of Geographical Indications in China*, cit., 380-408.

433 W. HU, *Reciprocity and Mutual Benefits: EU-China Cooperation on and Protection of Geographical Indications*, cit., 11. Le pere di Korla (库尔勒香梨, Ku'erlei xiangli) sono anche una delle 100 Ig cinesi proposte dalla Cina affinché ottengano protezione nel territorio europeo sulla base dell'Accordo "100 più 100".

registrazione e amministrazione dei marchi collettivi e dei marchi di certificazione" (*Administration Measures*), emanate nel 2003[434].

In aggiunta alle disposizioni in materia di marchi, si assiste al parallelo affermarsi nell'ordinamento cinese di uno schema di protezione delle Ig *sui generis*. Il 17 agosto 1999, l'allora competente *State Bureau of Quality and Technical Supervision* promulgò le "Disposizioni sulla protezione delle denominazioni di origine dei prodotti", un regolamento dipartimentale che prevedeva per la prima volta una definizione e un sistema di protezione amministrativo per le indicazioni geografiche[435]. Come osservato[436], pur se adottato su base volontaria da parte della Cina, si potrebbe cogliere un'influenza dell'Unione europea con riferimento all'adozione di un sistema *sui generis* in territorio cinese: fin dai primi sviluppi dell'istituto, l'Unione ha mantenuto un dialogo con l'autorità di riferimento, AQSIQ, ad esempio attraverso una cooperazione tecnica specifica nel contesto del più ampio *EU-China IPR Dialogue*[437]. Una collaborazione che ha portato al Progetto pilota "10 più 10", il quale ha consentito alle dieci Ig europee individuate di essere le prime indicazioni geografiche straniere ad essere registrate e a ricevere la protezione offerta dal sistema cinese *sui generis*. Sulla base della normativa di riferimento fino ad allora, nessuna indicazione straniera era stata registrata prima della riuscita del progetto. L'attuale normativa di riferimento sono le "Disposizioni sulla protezione dei prodotti ad indicazione geografica" (PPPIG) emanate dall'AQSIQ nel 2005[438].

Il 25 dicembre 2007 è stato, infine, introdotto un terzo schema di protezione per le indicazioni geografiche dei prodotti agricoli ad opera del Ministero dell'Agricoltura (*Mini-*

---

434 *Measures for the Registration and Administration of Collective Marks and Certification Marks* emanate dal SAIC il 17 aprile 2003. I tre testi menzionati sono disponibili in lingua inglese sul sito della OMPI, all'indirizzo on-line: https://wipolex.wipo.int/en/legislation/profile/CN (ultimo accesso 22 giugno 2019).

435 Nel 2001 lo *State Bureau of Quality and Technical Supervision* e lo *State Bureau of Entry-Exit, Inspection and Quarantine* vennero fusi per formare l'AQSIQ, da quel momento responsabile per l'implementazione del sistema cinese *sui generis* di protezione delle Ig. Dal 2018, le funzioni dell'AQSIQ in materia di Ig sono state affidate formalmente, come dicevamo, alla *State Administration of Market Regulation.*

436 W. HU, *Reciprocity and Mutual Benefits: EU-China cooperation and protection of geographical indications,* cit., 12.

437 A partire dal 2004, si svolge l'*EU-China IPR Dialogue* con cadenza annuale, allo scopo di consentire ad entrambe le parti di condividere informazioni su strategie, problematiche multilaterali e bilaterali, legislazione e pratiche nazionali in materia di proprietà intellettuale, con l'obiettivo di identificare carenze e proporre miglioramenti. Dal sito Commissione europea, *Bilateral interactions with China,* 12 aprile 2018.

438 *Provisions on the Protection of Geographical Indication Products,* adottate dall'AQSIQ il 16 maggio 2005 ed entrate in vigore il 6 luglio 2005.

Nel 2016, inoltre, alla luce dell'esperienza positiva di cooperazione internazionale per la protezione delle Ig, l'AQSIQ ha emanato le "Misure sulla protezione dei prodotti esteri come Ig" (28 marzo 2016), al fine di garantire nel territorio cinese pari protezione alle Ig straniere e nazionali. Il 28 febbraio 2019, inoltre, è stata avviata dal CNIPA una nuova consultazione pubblica per raccogliere pareri su un progetto di "Misure per la protezione dei prodotti ad indicazione geografica straniera". Dal sito governativo ufficiale cinese (in lingua cinese): http://www.gov.cn/xinwen/2019-02/28/content_5369394.htm (ultimo accesso 22 giugno 2019).

stry of Agriculture of the People's Republic of China, c.d. MoA): attraverso l'emanazione delle "Misure per l'amministrazione delle indicazioni geografiche per i prodotti agricoli" (originariamente MoA Measures, oggi più propriamente MARA *Measures*)[439].

Alcuni autori[440] rilevano come non vi fosse la necessità giuridica di adottare un terzo ulteriore sistema di tutela, dal momento che attraverso la legislazione sui marchi e i regolamenti in materia di Ig, lo standard richiesto dall'Accordo TRIPs fosse già stato pienamente soddisfatto. La scelta del MoA ha il diverso e ulteriore scopo di predisporre uno strumento di valorizzazione e promozione della produzione agricola del Paese, quale incentivo per gli agricoltori a puntare sulla qualità.

Allo stato attuale, l'ordinamento giuridico cinese offre, dunque, tre sistemi paralleli di tutela delle indicazioni geografiche; tutti e tre gli strumenti sono, formalmente, a disposizione anche delle imprese straniere che intendano avvalersene, con le specificazioni che emergeranno nei seguenti paragrafi. Lo stesso *China IPR SME Helpdesk*[441], nella sua guida in materia del 2014, invita le imprese europee (ed i consorzi) ad avvalersi cumulativamente degli strumenti offerti dalla *Trademark Law* e dal primo dei due sistemi *sui generis,* allo scopo di ottenere una tutela piena dei loro segni.

Inoltre, si segnala che nonostante non siano norme emanate specificatamente con riferimento alle indicazioni geografiche, esistono molteplici ulteriori disposizioni dell'ordinamento cinese che consentono di prevenire l'abuso di Ig, che spesso vanno applicate in relazione ai principali testi richiamati in materia: come la *Anti-Unfair Competition Law* (1993), la *Product Quality Law* (1993) e la *Law on the Protection of Consumers Rights and Interests* (1993)[442].

L'attuale sistema giuridico cinese offre formalmente tutti gli elementi necessari per

---

439 *Measures for the Administration of Geographical Indications of Agricultural Products*, adottate dal MoA il 25 dicembre 2007, in vigore dal 1° febbraio 2008.

440 X. WANG, I. KIREEVA, *GI protection in China: new measures for administration of geographical indications of agricultural products,* cit., 778-790.

441 Il *China IPR SME Helpdesk* è un servizio finanziato dalla Direzione Generale per le Imprese e l'industria (DG ENTR) della Commissione europea nell'ambito del Programma quadro per la competitività e l'innovazione (CIP), iniziato nel 2008 ed ancora in corso (V fase). L'Helpdesk fornisce supporto, informazioni, aiuto legale senza oneri alle piccole e medie imprese (PMI) dell'Unione europea allo scopo di proteggere e far valere i propri diritti di proprietà intellettuale in Cina. Si segnala la *Guide to Geographic Indications in China* del 2014, la quale offre una panoramica alle imprese sulle migliori strategie per ottenere protezione delle proprie Ig nel territorio cinese.

442 Un autore sottolinea come queste tre leggi, emanate in concomitanza temporale, perseguano le condotte in grado di ingannare in merito alla origine e/o alla qualità dei prodotti. Per ulteriori approfondimenti si veda: B. M. BASHAW, *Geographical indications in China: why protect GIs with both Trademark law and AOC-type legislation?,* cit., 85-86. Nonché si rinvia a X. WANG, I. KIREEVA, *EU-CHINA IPR2: Q&A Manual. China Legislation on Geographical Indications*, cit., 8.

potersi avvalere di una protezione estesa, a seconda delle proprie esigenze, delle indicazioni geografiche.

4.1. Protezione offerta dal marchio collettivo e dal marchio di certificazione.

Sulla base dell'articolo 16, comma 2, della *Trademark Law* le Ig sono segni "che identificano un particolare *bene* come originario di una regione, in cui una determinata qualità, reputazione o altre caratteristiche del bene sono essenzialmente attribuibili ai suoi fattori naturali o umani". Oggetto della protezione è un determinato "*good",* il che consente di includere nella categoria sia i beni agricoli che industriali[443]. La definizione di indicazione geografica riprende il testo dell'articolo 22.1 dell'Accordo TRIPs. Come segnalato[444], più in generale, la *Trademark Law* abbraccia il modello di protezione delle Ig offerto dal sistema statunitense.

La Ig è un segno "che identifica la regione": sarà costituito da un nome o da altri segni visivi in grado di esprimere l'origine del bene (ad esempio la *Tour Eiffel* può rimandare a Parigi)[445], ma la regione d'origine non deve necessariamente corrispondere esattamente con il nome o gli attuali confini della divisione amministrativa di riferimento[446].

La Ig così individuata potrà essere tutelata tramite la sua registrazione quale marchio collettivo o marchio di certificazione[447]. La differenza tra i due segni sta nella funzione, dal momento che il primo indica che i produttori entro una specifica area geografica sono coloro che hanno registrato ed usano il marchio, il secondo è detenuto da un soggetto terzo

---

443 Ad esempio, la Ig "Solingen" (città della Germania) è stata registrata come marchio di certificazione con riferimento alla produzione di coltelli, forbici ed altri strumenti affilati, da lungo tempo caratteristica produzione della città.

444 Crf. P. K. YU, *A Review of Recent Decisions of the United States Court of Appeals for the Federal Circuit: from Pirates to Partners (Episode II)*, AM. U. L. Rew., 2006, n. 901, 922.

445 Art. 8, TML (*Trademark Law*): "*Any signs, including words, graphs, letters, numbers, three-dimensional symbols, color combinations, sound or any combination thereof, that are capable of distinguishing the goods of a natural person, legal person or other organization from those of others may be applied for registration as trademarks*." Dunque, non possono in generale essere costituiti da segni non visivi.

446 Art. 8.2, *Administration Measures (Measures for Registration and Administration of Collective Marks and Certification Marks): "The region referred to in the preceding paragraph is not required to be fully consistent with the name or boundary of the current administrative division.*"

447 Art. 3.2, TML: "*For purposes of this Law, a collective trademark refers to one that is registered in the name of a group, association, or any other organization for use in business by its members to indicate membership."*

Art. 3.3, TML: *"For purposes of this Law, a certification trademark refers to one that is controlled by an organization which is capable of exercising supervision over a particular kind of goods or services and that is used by a unit other than the organization or by an individual for its or his goods or services, and is designed to certify the indications of the place of origin, raw materials, mode of manufacture, quality, or other specified properties of the said goods or services."*

che garantisce le speciali caratteristiche del prodotto (e che non può utilizzare il segno[448]). Come specifica l'articolo 4 delle *Implementation of TML,* se un soggetto soddisfa le condizioni per l'uso della Ig può chiedere di utilizzare il marchio di certificazione e l'organizzazione che ha registrato il segno deve permettergli tale uso; inoltre, se un soggetto *soddisfa le condizioni per l'uso della Ig* può utilizzare il marchio collettivo chiedendo di diventare membro dell'associazione di produttori (ed i registranti dovranno concedergliela) oppure, se non lo chiede, *potrà comunque usare il segno* senza che i registranti possano opporsi. Come evidenziato, quest'ultima disposizione, che consente ai non membri di usare il marchio collettivo, ha l'effetto di frustrare, in parte, l'intero sistema posto a base del marchio collettivo[449].

Il procedimento di registrazione del marchio collettivo e di certificazione è governato dalle stesse norme per la registrazione del marchio individuale, con alcune specificazioni fornite dalle *Measures for Registration and Administration of Collective Marks and Certification Marks.*

Ai sensi del regolamento, il richiedente per la registrazione di un marchio collettivo deve essere un'associazione/un'organizzazione composta da membri appartenenti all'area designata dall'indicazione geografica in questione: deve presentare documenti che dimostrino la sua qualifica e che spieghino la sua capacità, ad esempio tramite personale specializzato, di controllare la qualità dei prodotti.[450]

Il richiedente per la registrazione di un marchio di certificazione deve, invece, fornire la documentazione che provi la sua qualificazione quale soggetto registrante ed in grado di supervisionare la qualità dei beni per i quali si richiede il segno distintivo.

Inoltre, in entrambi i casi deve essere fornita la documentazione di autorizzazione fornitagli dalla amministrazione locale della zona indicata, il regolamento che disciplina l'uso del marchio[451], nonché devono sempre essere esplicitati: (1) la qualità, reputazione o altre caratteristiche indicate dalla Ig, (2) la relazione di tali elementi con i fattori naturali e

---

[448] Art. 20, *Administration Measures*: "*The registrant of a certification mark shall not use the certification mark on goods provided by him or itself.*"

[449] Così B. M. BASHAW, *Geographical Indications in China*, cit., 91. L'autore in questione segnala questa previsione come una svista del legislatore cinese in sede di stesura della norme in questione. In particolare, dal momento che la *Trademark Law* rappresenta una riproduzione della normativa statunitense, l'irregolarità nelle *Implementation of TML* si presenta come un elemento di differenziazione privo di giustificazione.

[450] Art. 4, *Administration Measures.*

[451] Art. 10, *Administration Measures* esplicita il contenuto minimo del regolamento per il marchio collettivo, art. 11 per il marchio di certificazione.

umani della zona geografica, (3) i confini della zona geografica indicata dalla Ig[452].

Anche i richiedenti stranieri possono presentare domanda di registrazione per un marchio collettivo o di certificazione: è però necessaria, in aggiunta, la documentazione attestante che l'Ig in questione è protetta, a suo nome, nel paese di origine[453]. Si segnala che gli atti per la registrazione devono essere in lingua cinese, così come gli allegati necessitano di una traduzione, poiché altrimenti verranno considerati come non pervenuti[454].

Una volta soddisfatti tutti i requisiti, la domanda di registrazione va presentata al *Trademark Office*. In caso di rifiuto di registrazione, oppure di opposizione alla registrazione che venga rifiutata, la decisione spetta all'autorità amministrativa competente, *Trademark Review and Adjudication Board,* il cui verdetto può essere a sua volta impugnato in sede di giudizio.

Una volta ottenuta la protezione della Ig quale marchio collettivo o di certificazione, i soggetti legittimati all'uso del segno posso utilizzare in aggiunta alla Ig (e solo se accompagnato dalla Ig, ad esempio sugli imballaggi o sugli annunci pubblicitari) il logo ufficiale predisposto dal regolamento "Misure per l'amministrazione del logo speciale per le indicazioni geografiche" del 2007[455].

La protezione accordata ha un'estensione temporale pari a dieci anni (rinnovabile) e corrisponde al diritto di esclusiva garantito a tutti i marchi registrati (articolo 57 della *Trademark Law*, ovvero è perseguibile ogni atto che violi il diritto esclusivo all'uso del titolare senza autorizzazione[456]). Se si tratta di un marchio notorio può godere di una protezione

---

452 Art. 7, *Administration Measures.*

453 Art. 6.2, *Administration Measures,* ma anche art. Art. 24.9 dell'Accordo TRIPs.

454 Art. 6, *Implementation of TML.*

455 Art. 3, *Measures for the Administration of the special signs for Geographical Indications*, adottato il 24 gennaio 2007, in vigore dal 30 gennaio 2007.

Logo applicabile ai prodotti ad Ig registrati quali marchi.

456 Art. 57 TML: "*Any of the following acts shall constitute an infringement on the exclusive rights to the use of a registered trademark:(1) Using a trademark that is identical with a registered trademark on the same kind of goods without obtaining licensing from the registrant of the registered trademark; (2) Using a trademark that is similar to a registered trademark on the same kind of goods, or using a trademark that is identical with or similar to the registered trademark on similar goods without obtaining licensing from the registrant of the registered trademark, and is likely to cause confusion (3) Selling goods that infringe on the exclusive right to the use of a registered trademark; (4) Counterfeiting, or making without authorization, representations of another person's registered trademark, or selling such representations; (5) Altering a registered trademark without permission of its owner and selling goods bearing such an altered trademark on the market; (6) Providing, intentionally, convenience for such acts as infringe upon others' exclusive right of trademark use, to facilitate others to commit infringement on the exclusive right of trademark use (7) Impairing in other manners another person's exclusive right to the use of its registered trademark.*"

aggiuntiva stabilita dall'articolo 13, TML.

Inoltre, nel caso di registrazione quali indicazioni geografiche di marchi aventi ad oggetto prodotti vitivinicoli o bevande spiritose: (1) la registrazione è respinta se l'Ig non è veritiera, anche se il suo uso non induce in errore il pubblico riguardo al vero luogo di origine, (2) nonché è vietato qualsiasi uso della indicazione geografica per prodotti non originari da quel luogo, anche se la vera origine è indicata e sono presenti espressioni quali "tipo", "stile", "imitazione" o simili[457].

4.2. Protezione attraverso il primo meccanismo sui generis.

Il secondo sistema di riferimento per ottenere protezione di una indicazione geografica in Cina è basato su un meccanismo giuridico *sui generis* attualmente regolato dalle *Provisions for the Protection of Products of Geographical Indication* (PPPIG) del 2005[458]. Si definisce *sui generis* poiché istituto di proprietà intellettuale dotato di una propria disciplina indipendente rispetto agli altri IPR, caratterizzata dall'intervento dell'autorità pubblica. All'articolo 2 si specifica che le indicazioni geografiche possono avere ad oggetto solo "quei prodotti che ottengono l'uso del toponimo dopo essere stati esaminati e approvati, che provengono da un territorio specifico e la cui qualità, reputazione o altre caratteristiche dipendono da fattori naturali e umani dell'area di produzione". Dunque, si tratta di prodotti che (1) derivano dalla coltivazione o allevamento in una specifica zona, oppure (2) prodotti e trasformati da materie prime (i) provenienti interamente o in parte da uno specifico territorio e (ii) secondo le tecniche specifiche dello stesso[459]. La definizione offerta dall'articolo 2 delle PPPGI è molto simile alla definizione di "denominazione d'origine" (DOP) data dal Reg UE 1151/2012, all'articolo 5, paragrafo 1.

Oggetto di protezione del sistema cinese è un determinato "*product*", termine che in-

---

[457] L'articolo 12 della TML riprende alla lettera il dettato dell'art. 23.1 dell'Accordo TRIPs.

[458] La nascita e l'affermarsi del sistema *sui generis* in Cina è avvenuto grazie all'assistenza tecnica offerta, non solo dall'Unione europea, quanto piuttosto dalla Francia, come emerge dalle caratteristiche del sistema stesso. Si veda M. WANG, *The Asian Consciousness and Interests in Geographical Indications*, cit. 922; B. M. BASHAW, *Geographical Indications in China: why protect GIs with both Trademark Law and AOC-type legislation?,* cit., 82. X. WANG, I. KIREEVA, *Protection of Geographical Indications in China: Conflicts, Causes and Solutions*, cit., 85. H. ZHENG, *Protection of Geographical Indications in China*, cit., 388.

[459] Art. 2, PPPGI (*Provisions for the Protection of Products of Geographical Indication): "The products of geographical indication mentioned in these Provisions shall refer to products that originate from a particular geographical region with the quality, reputation or other characteristics substantially attributable to the natural and human factors of the region, and denominated with the name of the region upon examination and approval. The products of geographical indication include: (1) those grown or cultivated in the region; and (2) those made, wholly or partially, of the raw materials from the region and produced or processed with the particular techniques in the region."*

clude sia beni che servizi (in linea teorica): dunque, si tratta di un concetto più ampio di quello protetto della *Trademark Law*[460]. Allo stesso tempo, però, l'articolo 2 è molto chiaro nel definire quale oggetto di protezione solo i toponimi, ovvero i nomi strettamente geografici, per cui da questo punto di vista lo scopo della protezione *sui generis* si presenta, invece, più limitato rispetto alle possibilità di registrazione concesse ad una Ig nella forma di marchio collettivo o di certificazione. Nella pratica, molte Ig tutelate con questo sistema sono solitamente composte dal toponimo accompagnato da un termine generico, come nel caso del "*Longjing Tea*" (龙井茶, *Longjing cha*) o del "*Shaoxing Yellow Wine*" (绍兴黄酒, *Shaoxing huangjiu*). Si segnala che, rispetto al Reg. UE 1151/2012, si può procedere a registrare anche prodotti diversi da quelli vitivinicoli e agroalimentari, ovvero i c.d. "altri prodotti".

Una Ig può essere protetta attraverso più sistemi, anzi appare molto utile avvalersi di entrambi gli strumenti fino a qui descritti, per evitare di essere limitati nello sfruttamento della propria indicazione geografica dalla registrazione correlata di un terzo, come testimonia il conflitto nato con riferimento al prosciutto di Jinhua[461].

Il sistema *sui generis* attribuisce uno *status* speciale da cui deriva una specifica protezione accordata ai prodotti che ottengono l'indicazione geografica, in virtù (1) del procedimento attraverso il quale si ottiene il riconoscimento del segno distintivo e (2) del continuo controllo amministrativo cui i prodotti ad Ig sono sottoposti. La registrazione richiede due livelli di controllo: in primo luogo, la domanda viene esaminata dalle autorità locali competenti, per poi essere inoltrata all'autorità competente nazionale che la riesamina e può con-

---

[460] X. WANG, I. KIREEVA, *Q&A Manual. China Legislation on Geographical Indications*, cit., 11.

[461] Il caso del prosciutto di Jinhua illustra il conflitto che può emergere tra il marchio ed il sistema *sui generis* di protezione, soprattutto nel momento in cui i titolari dei rispettivi diritti siano due entità differenti. Inoltre, mette in luce un elemento di forte distinzione tra i due sistemi in Cina, ovvero il titolare del marchio può concedere l'autorizzazione all'uso del marchio, mentre ciò non avviene con riferimento all'indicazione geografica. Il nome del prosciutto deriva dalla città in cui è prodotto, nella provincia dello Zhejiang. Si tratta di un prodotto di alta qualità conosciuto in tutta la Cina. Nel 1979 il "*Jinhua huotui*" fu registrato come marchio. Nel 1983, un'agenzia governativa, la *Zhejiang Food Company*, trasferì unilateralmente la titolarità dall'impresa privata all'agenzia stessa, divenendo così il titolare del segno distintivo. L'azienda non produceva il prodotto ma concedeva in licenza il marchio ai produttori che volevano avvalersene, tra cui i produttori della zona tipica di produzione del prosciutto di Jinhua, i quali dovevano pagare per poter utilizzare il toponimo. Nel 1994, scadde il periodo di 10 anni di validità del marchio e i produttori della città di Jinhua non intendevano più pagare l'agenzia governativa per l'uso del nome della propria zona. Con la nascita del nuovo sistema *sui generis*, nel 1999, allora, la *Jinhua Ham Producers' Professional Association* fece domanda per ottenere la titolarità del segno con questo differente strumento. Nel 2002 gli venne assegnato il diritto di privativa: in questo modo il termine *Jinhua* era tutelato attraverso entrambi i sistemi ma soprattutto i due segni avevano una diversa titolarità. Nel febbraio del 2003, la *Zhejiang Food Company* denunciò le condotte di violazione al proprio marchio dei produttori di Jinhua: si procedette al sequestro delle merci dei presunti contraffattori in Hangzhou, Ningbo, Suzhou, Shanghai, ed altre città, per distribuzione di merci contraffatte. La Corte di Shanghai, chiamata a dirimere la controversia, decretò che nessun diritto fosse stato infranto: la decisione affermò la possibilità di coesistenza tra un marchio registrato anteriormente e la Ig concessa sulla base del sistema *sui generis*. Questa posizione è ora stata consacrata dall'art. 59.1 della *Trademark Law*.

cedere l'autorizzazione alla registrazione. Il richiedente può essere solo un ente istituzionale, un'associazione o un'impresa che siano state designate all'uopo dal governo[462]. Si comprende come i documenti necessari per presentare la domanda ricomprendano, in base all'articolo 10: (i) i confini della zona geografica, così come definiti dall'autorità amministrativa locale, (ii) la documentazione che attesta l'autorizzazione dell'applicante ad essere tale, (iii) il materiale che definisce la Ig e (iv) lo standard tecnico del prodotto ad indicazione geografica[463].

La prima fase del processo richiede di sottoporre la domanda ad un'autorità locale: nel caso di prodotti destinati all'esportazione, si tratta del locale *Entry-exit inspection and quarantine bureau*, altrimenti del *Local and technical supervision bureau* (a livello di provincia o superiore). Se il controllo è positivo, l'autorità competente invia la relativa documentazione all'autorità governativa nazionale, per un secondo controllo, in prima istanza solo formale. L'esito favorevole di tale fase comporta la pubblicazione di un "*Acceptance Announcement*" sulla Gazzetta ufficiale nonché sul sito dell'autorità, allo scopo di informare il pubblico interessato: entro due mesi è possibile proporre opposizione alla stessa autorità. Se non è proposta opposizione, o l'opposizione è rigettata, si procede al controllo sostanziale della domanda ad opera di un comitato di esperti costituito allo scopo. L'approvazione del comitato comporta la pubblicazione dell'avviso di ottenimento dello status di Ig del prodotto in questione.

Chiaramente, è necessario un diverso *iter* per riuscire ad ottenere la medesima protezione per le Ig straniere: l'articolo 26 delle *Provisions on the Protection of Products of Geographical Indication* del 2005 afferma che le Ig straniere possono ottenere la protezione offerta dal sistema *sui generis* sulla base di specifiche misure stabilite in diversa sede. Dopo undici anni, il 28 marzo 2016, l'AQSIQ ha dato attuazione all'articolo 26, promulgando le "Misure per la

---

[462] In base all'articolo 8 PPPGI, infatti, può chiedere la registrazione di una Ig l'istituzione designata dal governo, a livello di contea o superiore, oppure un'associazione o un'impresa sempre accreditate dal governo, in seguito all'ottenimento dei pareri dei dipartimenti competenti.
Art. 8 PPPGI: "*An application for the protection of products of a geographical indication shall be filed by an organization designated for the application for the protection of the products of the geographical indication by the people's government at or above the county level or by an association or enterprise appointed by the people's government (hereinafter referred to as the applicant) upon consultation with the departments concerned.*"

[463] Art. 10, n. (3): "*documentary material proving the product of geographical indication, including: (a) an application for the protection of the product of geographical indication; (b) description of the name, class, limits of the place of origin and geographical characteristics of the product; (c) description of the physical, chemical or sensory characteristics of the product and their relationship with the natural and human factors of the place of origin; (d) technical specifications for the production of the product (including the product processing techniques, safety and hygiene requirements, technical requirements of the processing equipment); and (e) description of the popularity, production, sales and history of the product;*"

protezione delle indicazioni geografiche straniere"[464], prevedendo, dunque, i meccanismi di accesso al sistema per i prodotti ad Ig non cinese. Segnalando i passaggi fondamentali, innanzitutto, la protezione è accessibile solo in base al meccanismo di reciprocità, ovvero i prodotti devono provenire da un paese che ha una corrispondente relazione comunicativa e cooperativa con la Cina e i suoi prodotti[465]. In secondo luogo, si stabiliscono i requisiti dell'applicante: deve essere colui che ha ottenuto la Ig nel paese di origine, nonché deve presentare una documentazione che lo attesti ad opera dell'autorità competente di tale luogo[466]. Il procedimento passa attraverso due fasi. In primo luogo (Cap. II), si ha un esame formale della documentazione necessaria che consente l'accettazione della domanda (30 gg)[467]; in caso di esito positivo si ha la pubblicazione della domanda *on-line*, per eventuali opposizioni.

Il secondo controllo (Cap. III), di carattere tecnico, consente di ottenere l'approvazione della domanda[468].

Per le indicazioni registrate attraverso il sistema *sui generis* è previsto l'uso di un logo che le contrassegni, obbligatorio per le Ig domestiche[469]. Per le Ig straniere si tratta invece di un simbolo facoltativo, il cui uso va richiesto alla autorità centrale competente.

Per quanto riguarda il livello di protezione offerto[470], le autorità locali incaricate della prima fase di esame della domanda sono le stesse chiamate a vigilare il mercato, insieme ai

---

464 Il testo è attualmente individuabile e consultabile solo in lingua cinese: "国外地理标志产品保护办法" *Guowai dili biaozhi chanpin baohu banfa* (*Measures for the Protection of Foreign Geographical Indication Products*), promulgate in data 28 marzo 2016.

465 Art. 6, *Measures for the Protection of Foreign Geographical Indication Products.*

466 Inoltre, il richiedente deve designare la propria filiale o un funzionario presso la propria ambasciata in Cina.

467 Art. 9-10, *Measures for the Protection of Foreign Geographical Indication Products,* i quali esplicitano i requisiti formali e sostanziali della domanda (nome, indirizzo, certificato ufficiale della Ig rilasciato nel paese di origine, documento di raccomandazione dell'autorità competente, ambito geografico della Ig, rapporto di esame da parte del paese, caratteristiche di qualità e la loro rilevanza, prove che dimostrino la reputazione ecc.). Tutti i documenti devono essere debitamente e ufficialmente tradotti in cinese.

468 Si segnala l'art. 18, il quale prevede che l'esame tecnico si svolga ad opera di un gruppo di esperti (da 5 a 7) che si rechi *in loco* per verificare il luogo di produzione, con la collaborazione dell'applicante.

469

Il logo si presenta con questo aspetto, al centro, in caratteri bianchi, riporta il nome della Ig che contrassegna; in questa immagine, esemplificativamente, si tratta del 龙井茶, *Longjing Tea.*

470 Art. 21, PPPGI.

titolari, ed intervenire in caso di violazioni. Sono vietati gli atti che comportano (i) uso non autorizzato o falsificazione del nome o del logo, (ii) uso della Ig in violazione degli standard e dei regolamenti, (iii) uso di nomi o segni in grado di ingannare il consumatore facendogli associare un prodotto non coperto dalla Ig al segno protetto.

L'autorità centrale e le autorità locali competenti sono anche incaricate di operare continue attività di supervisione e amministrazione della regolarità del sistema e del rispetto degli standard e delle norme in materia da parte degli stessi produttori.

A differenza del sistema dei marchi, il segno non ha bisogno di essere rinnovato, avendo una efficacia potenzialmente permanente (può venir meno in caso di violazione continuativa degli standard).

Il doppio passaggio per la registrazione, la continua supervisione in termini di qualità, la protezione accordata nonché l'utilizzo del logo: sono tutti elementi che avvicinano molto il secondo sistema *sui generis* al sistema europeo. Lo stesso può dirsi del prossimo meccanismo che stiamo per descrivere. Il sistema *sui generis* dell'Unione europea si avvicina ad entrambi i sistemi *sui generis* cinesi: la scelta politica cinese di affidarli a due autorità amministrative tra loro indipendenti si discosta però pienamente dagli obiettivi perseguiti dall'Unione. L'eventuale carenza di coordinamento comporta un rischio concreto di conflitti ed una potenziale debolezza del sistema nel suo complesso.

4.3. Il sistema gestito dal Ministry of Agriculture and Rural Affairs per i prodotti agricoli.

Il *Ministry of Agriculture and Rural Affairs* è responsabile della protezione delle indicazioni geografiche per i prodotti agricoli, vegetali, animali, microrganismi e prodotti trasformati dell'agricoltura[471], al fine di garantire la qualità e le caratteristiche, nonché la competitività di tali prodotti sul mercato. Si tratta di un terzo parallelo sistema in materia di Ig, operante in Cina a partire dall'emanazione delle "Misure per l'amministrazione delle indicazioni geografiche per i prodotti agricoli" (MARA *Measures*) del 2007. L'oggetto della protezione quale Ig si presenta come più circoscritto rispetto ai due sistemi precedentemente delineati; in ogni caso, se ricorrono i presupposti, si potrà ottenere una protezione cumulativa. Si veda l'esempio dello scalogno di Zhangqiu (章丘大葱, *Zhangqiu dacon*), città dello Shangdong, registrato quale marchio di certificazione nel 1999 e come indicazione geografica per

[471] Art. 2.1, MARA *Measures* (*Measures for the Administration of Geographical Indications of Agricultural Products*).

prodotti agricoli nel 2008.

L'articolo 2, par. 2, delle Misure del MARA definisce queste indicazioni geografiche quali toponimi associati a prodotti agricoli di quella zona, poiché le qualità e caratteristiche principali del prodotto dipendono principalmente dall'ambiente naturale nonché culturale e storico della detta zona geografica. Il nome di cui si chiede tutela deve essere un toponimo e deve essere sempre accompagnato da un termine generico riferito al prodotto agricolo[472].

La procedura di registrazione è simile a quella del secondo sistema affrontato. Essa infatti consta di due fasi di controllo: in primo luogo, la domanda va presentata ed esaminata dai dipartimenti amministrativi provinciali dell'agricoltura; poi, la domanda verrà inoltrata al centro *Agricultural Product Quality Safety,* subordinato al MARA, per un secondo esame.

Possono chiedere la registrazione di una Ig per prodotti agricoli le organizzazioni economiche cooperative professionali di agricoltori e associazioni industriali individuate dall'amministrazione locale[473]. L'articolo 9 descrive il contenuto della domanda, mentre agli artt. 10-17 si descrive il procedimento di esame e approvazione della domanda. L'*iter* include un accertamento *in loco*, una pubblicazione intermedia al fine di stimolare eventuali opposizioni e, infine, se ricorrono i presupposti, l'approvazione della domanda con nuova pubblicazione del riconoscimento della Ig da parte del MARA, nonché degli standard del prodotto.

L'articolo 24, infine, prevede la possibilità di applicare il sistema a prodotti agricoli esteri, ma le specifiche misure per renderlo possibile non sono ancora state emanate.

Una volta ottenuto lo *status* di Ig per prodotti agricoli non sussiste necessità di rinnovo, ma i prodotti dovranno sempre essere contraddistinti da un segno pubblico precostituito nonché dal toponimo registrato, i quali non possono essere utilizzati separatamente[474]. Anche per queste indicazioni geografiche, la normativa di riferimento prevede un costante controllo del rispetto degli standard e un *enforcement* ad opera delle autorità locali competen-

---

472 Art. 7, MARA *Measures.*

473 Art. 8, MARA *Measures*, nel quale si aggiunge che tali soggetti sono individuati sulla base della (1) capacità di controllare e amministrare le indicazioni geografiche dei prodotti agricoli e dei relativi prodotti, (2) capacità di fornire orientamenti per la produzione, la trasformazione e la commercializzazione dei prodotti, (3) capacità di sopportare la responsabilità civile in modo indipendente.

474 Art. 14, MARA *Measures.*

ti.

5. Considerazioni sulla tutela offerta alle Ig in Cina.

La tutela offerta dall'ordinamento cinese alle indicazioni geografiche può essere suddivisa in molti modi.

In primo luogo, sulla base dei sistemi accessibili ai produttori stranieri: formalmente, i tre sistemi sono a disposizione di produttori cinesi e non, ma concretamente il sistema gestito dal Ministero dell'Agricoltura necessita di un esplicito regolamento di attuazione che non è ancora stato emanato[475].

In secondo luogo, si possono distinguere in base all'autorità di riferimento per l'attuazione del sistema: grazie alle riforme amministrative del 2018, il sistema dei marchi ed il sistema *sui generis* per prodotti ad Ig fanno capo, in ultima istanza, all'autorità della *State Administration for Market Regulation*, mentre il terzo sistema per i prodotti agricoli resta di competenza del Ministero dell'Agricoltura (MARA).

In terzo luogo, è possibile suddividere i sistemi sulla base della natura giuridica che viene riconosciuta alle indicazioni geografiche ed alla conseguente protezione. Il sistema dei marchi consente di registrare le Ig quali marchi collettivi/di certificazione: di conseguenza si applica la disciplina dei marchi. Gli altri due sono sistemi *sui generis*, in cui la Ig, quale diritto di privativa indipendente, riceve una tutela più forte, derivante dal ruolo dell'amministrazione pubblica nella sua gestione.

Si comprende come alcuni autori[476] ritengano la convivenza tra sistemi quale fautrice di molteplici effetti negativi, tra i quali: normative che si ripetono e sovrappongono, costi multipli per i produttori per mantenere la Ig nei diversi sistemi, confusione del pubblico, spreco di risorse amministrative in termini di esami sui prodotti, ecc.

Si tratta di problemi pratici che non passano inosservati in quanto discussi nella pratica ed in dottrina e di cui il legislatore cinese sembra prendere atto, almeno in parte, con le riforme che sono state avviate nel settore. Non si tratta di un punto di arrivo, quanto di un punto di partenza; risulterà interessante osservare i prossimi sviluppi, l'eventuale posizione

---

[475] Ci si riferisce al mese di giugno 2019. L'art. 24, MARA *Measures*: "*The Ministry of Agriculture accepts applications for the registration of geographical indications of agricultural products from foreign countries and protects them once they have been registered in the People's Republic of China. The specific measures shall be worked out in another initiative.*"

[476] H. ZHENG, D. HU, Y. LI, *Protection of Geographical Indications under China's Intellectual Property Legal Framework*, in *Australian Journal of Asian Law,* 2016, vol. 17, n. 2, art. 10, 1-25.

in materia da parte della Cina in seno all'OMC, i rapporti bilaterali tra Europa e Cina di confronto e crescita reciproci, nonché l'eventuale futura politica bilaterale della Cina con i paesi terzi in materia di Ig.

Se il sistema dei marchi è stato chiaramente realizzato per assolvere gli obblighi derivanti dall'Accordo TRIPs, gli altri due sistemi consentono, diversamente, di riflettere sull'interesse della Cina per le indicazioni geografiche. Importante è il ruolo dello Stato, chiamato sempre ad autorizzare *a priori* i soggetti che intendano chiedere la registrazione dei segni, a conferma del potenziale dell'istituto nella valorizzazione della produzione tradizionale locale cinese.

6. Riflessioni conclusive.

Si è cercato fino a qui di descrivere il sistema cinese a tutela delle indicazioni geografiche, ovviamente dovendo operare una semplificazione in virtù del numero di norme e autorità che vengono coinvolte in un ordinamento che si presenta sempre più complesso. Una complessità che al contempo si è sviluppata in tempi molto rapidi e che necessita, dunque, un ripensamento ed una semplificazione per incrementare l'efficienza del sistema stesso. Lo dimostrano le menzionate riforme amministrative che hanno interessato anche il settore in discussione.

L'evoluzione del sistema viene avvertito anche dagli attori internazionali che si muovono in territorio cinese: quattro anni fa, un Consorzio italiano ha incontrato delle resistenze da parte del TRAB (*Trade Review Administration Board*) alla possibilità di registrare quale marchio di certificazione la DOC che rappresentava. Ciò era dovuto alla precedente registrazione nel mercato cinese di un altro marchio, da parte di un'azienda italiana socia del Consorzio stesso. Nonostante tale azienda avesse reso il consenso al riconoscimento del marchio del Consorzio, evidenziando la differenza fra marchio aziendale e di certificazione, la seconda registrazione era stata rifiutata. Si è reso necessario al tempo l'intervento delle autorità italiane (MiPAAF nonché Ambasciata d'Italia a Pechino) per sostenere la posizione delle parti italiane e si è giunti ad un esito positivo della vicenda grazie alla pronuncia della Corte per la proprietà intellettuale di Beijing, in sede di ricorso in prima istanza.

Oggi, simili problematiche si presentano più sporadiche, da un lato, grazie ai rapporti specifici di cooperazione e comprensione nel settore tra Ue e Cina, dall'altro, proprio per il crescente affermarsi dell'istituto delle Ig nella realtà cinese. Non si tratta più solo di un

"trapianto" dovuto alle spinte di conformazione a livello internazionale, piuttosto sembra emergere un interesse nazionale a comprendere e sfruttare questo istituto nel contesto locale, con riferimento alle potenzialità ricollegate allo sviluppo delle zone rurali[477], nonché al più ampio disegno di valorizzazione e promozione del cospicuo patrimonio culturale tangibile della Cina[478].

Appare, dunque, interessante esplorare la dimensione che il fenomeno delle indicazioni geografiche sta assumendo nel continente asiatico, non solo dal punto di vista del potenziale per gli investitori occidentali, quanto per il ruolo delle Ig nella dimensione locale dei Paesi emergenti, come la Cina e l'India[479].

Proprio lo sviluppo e l'interesse per le indicazioni geografiche in questi paesi[480] conduce parte della dottrina a identificarli quali *nuovi Paesi del Vecchio Mondo* e dunque ad affiancarli potenzialmente all'Europa in quella dualistica visione che vede scontrarsi i sistemi *sui generis* con il sistema dei marchi.

Operando una semplificazione se, da un lato, si nega che lo Stato debba avere un qualsiasi ruolo nella gestione (intesa quale controllo, supervisione, vigilanza) delle indicazioni geografiche, dall'altro l'autorità amministrativa ha un ruolo centrale[481].

---

477 Come dimostra la nascita del terzo sistema *sui generis* gestito dal Ministero dell'Agricoltura, nato proprio come politica di supporto, valorizzazione e sviluppo delle zone agricole e dei loro prodotti. Inoltre, recenti studi cercano di indagare e mettere in luce i vantaggi che possono derivare alle realtà agricole cinesi dall'adozione di sistemi di sviluppo basati sulle indicazioni geografiche, ad es. nella pianura dello Shaanxi, Weibei, attraverso la Ig della mela di Shaanxi. Per approfondimenti, si veda: X. ZHOU, X. ZHANG, J. DONG, *Analysis on the Influence of Geographical Indication Protection on International Competitiveness of Shaanxi Apple,* in *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 2018, vol. 176, 1804-1807.

478 M. TIAN, Z. SUN, Z. LIU, G. DING, *Research on Geographical Indication and Cultural Heritage of China's Yellow Tea,* in *Asian Agricultural Research*, 2014, vol. 6, n. 5, 90-101.

479 Nel presente studio ci si è occupati del fenomeno delle Ig nella realtà cinese, ma si segnala come altre realtà si stiano rivelando di grande interesse in termini comparatistici per quanto riguarda la materia del presente studio. L'India ne è un esempio eclatante, come confermano gli studi in seno alla dottrina europea, dal momento che ha adottato un modello di Ig che si allontana dal coefficiente territoriale per concentrarsi sul fattore umano, il know-how delle produzioni tradizionali, e che si caratterizza per il ruolo imprescindibile dello Stato.

480 Riconducibile a svariati fattori, tra cui l'estensione del territorio, la ricchezza e varietà storico-culturale delle loro realtà, ecc.

481 Lo Stato interviene in materia di indicazioni geografiche (1) in virtù del significato che le stesse veicolano: il legame origine-qualità è avvertito come un *bene comune*. Per questo devono essere garantiti alcuni elementi: l'apertura del sistema ai produttori che soddisfano i requisiti, la determinazione degli standard per parlare di qualità nonché il loro rispetto. Ciò può essere attuato attraverso l'intervento diretto dell'amministrazione nelle fasi di controllo, supervisione, vigilanza (sistemi sui generis) oppure attraverso la semplice predisposizione da parte dell'autorità pubblica degli strumenti idonei ad assolvere tali funzioni (marchi collettivi e di certificazione). In entrambi i casi si predispongono sistemi che mirano a soddisfare le esigenze del produttore: gli viene offerto un diritto di privativa costituente quel fattore concorrenziale che differenzia il prodotto sul mercato in virtù del legame origine-qualità che veicola. Tutelare gli interessi dei produttori spiega l'associazione tra indicazioni geografiche e diritti di proprietà intellettuale.
In secondo luogo, l'intervento dello Stato (2) può essere giustificato riconnettendolo al suo compito di promuovere gli interessi del consumatore ad essere tutelato, attraverso la predisposizione di standard di salubrità

L'istituto in questione genera, e genererà ancora in futuro, molteplici riflessioni proprio in virtù di tale confronto, acuito dal carattere interdisciplinare che caratterizza la tematica: bisogna in continuazione muoversi tra norme di proprietà intellettuale, concorrenza sleale, tutela e informazione del consumatore, qualità e standard, importazione ed esportazione… Elementi centrali e comuni a tutte le discipline citate sono gli interessi che spingono il sistema: i vantaggi per i produttori che utilizzano le Ig, da una parte, e gli interessi dei consumatori a cui sono rivolte, dall'altra.

Queste due dimensioni devono essere caratterizzate in modo profondamente diverso. Nella prima, riscontriamo un'elevata tecnicità, innumerevoli norme che predispongono controlli, supervisione, vigilanza, ma che costituisco in ultima istanza il valore aggiunto offerto dalla indicazione geografica stessa.

Nel momento in cui la Ig entra in contatto con il consumatore è invece necessario che il sistema sia improntato alla massima semplificazione e, al contempo, che sia in grado di comunicare questo valore. Un esempio di questa necessità è l'adozione di loghi, che tanto nel sistema europeo quanto nel sistema cinese, riassumono in un simbolo tutta quella complessità che si cela dietro alla produzione del prodotto.

La descrizione offerta nel presente studio dei vari passaggi necessari ad ottenere la protezione di un'indicazione geografica consente di prendere atto della complessità di cui si fanno carico i produttori. La qualità di cui sono portatrici le Ig è il risultato finale di questi complessi meccanismi.

D'altro canto, le indicazioni geografiche stesse nascono anche con l'ulteriore obiettivo di semplificare la scelta del consumatore[482], consentendogli di collegare il nome di un luogo alla sua produzione tipica. Tale dimensione consente di valorizzare, promuovere, sensibilizzare il pubblico di riferimento in materia di produzione locale e tradizionale.

Si tratta di trovare un equilibrio tra tutte le diverse istanze che muovono il settore

al fine di non fermarsi alla considerazione che le Ig siano semplicemente diritti di esclusiva dei produttori: è fondamentale riconoscere come per alcuni Stati siano uno strumento di promozione dell'informazione corretta del consumatore, della produzione qualitativa, di un'agricoltura sostenibile e di garanzia di un'economia di mercato che non sop-

---

e sicurezza, nonché ad essere informato sui prodotti, così da poter operare una libera scelta sul mercato.

[482] Addirittura, attraverso la tutela offerta dalle prime Convenzioni internazionali in materia di "indicazioni geografiche" (Convenzione di Parigi per la proprietà intellettuale, Accordo di Madrid relativo alla repressione delle indicazioni di provenienza fallace) si riconosce il ruolo centrale del consumatore nel momento in cui le relative violazioni vengono individuate sulla base della loro idoneità ad ingannare il pubblico (orientamento della dottrina dominante). A. VANZETTI (a cura di), *Codice della proprietà industriale*, cit., 546-547.

prime le diversità locali ma le valorizza.

BIBLIOGRAFIA

- Albisinni F., *L'origine dei prodotti alimentari*, in GERMANÒ A., ROOK BASILE E. (a cura di), *Il diritto alimentare tra comunicazione e sicurezza dei prodotti*, Torino, 2005, 48-50

- Albisinni F., *Marchi e indicazioni geografiche: una coesistenza difficile*, in *Riv. Dir. Agr.*, 2015, I, 434

- Albisinni F., *Nomi geografici e marchi commerciali. Regole del mercato e sistemi locali*, in *Economia e Diritto Agroalimentare*, 2007, XII, 2, 44

- Albisinni F., *Prodotti alimentari e tutela transfrontaliera*, in *Riv. Dir. Alim.*, aprile-giugno 2009, fasc. 2, 10-12

- Antonelli F. R., *I giudici e la protezione della proprietà intellettuale in Cina*, in TIMOTEO M. (a cura di), *Sistema giuridico romanistico e diritto cinese - Regimi e tutela della proprietà intellettuale in Cina,* Roma, 2008, 159

- Antonelli F. R., *La "legge sulla legislazione" ed il problema delle fonti nel diritto cinese,* in *Mondo cinese*, 2004, n. 199, 23ss

- Aporti N., *Guida alla normativa dell'industria alimentare in Cina*, Venezia, 2013, 82-84

- Arfini F., *Il nuovo Pacchetto Qualità: uno strumento (potenziale) a supporto delle politiche sviluppo rurale*, in *Agriregionieuropa*, 2013, n. 35

- Auteri P., *Indicazioni geografiche, disciplina delle pratiche commerciali scorrette e concorrenza sleale*, in AA. VV., *Studi in onore di Paolo A.E. Frassi*, Milano, 2010, 44

- Baldigri N., *Importanza dei Dop: fattore di qualità,* in *Prodotti a denominazione di origine. Fattore di competitività e qualità: i formaggi*, in *Quaderni dei Georgofili*, 2014, III, 19-31

- Bashaw B. M., *Geographical indications in China: why protect GIs with both Trademark law and AOC-type legislation?* in *Pacific Rim Law & Policy Journal,* 2008, vol. 17, n. 1, 73-102

- Belletti G., Marescotti A., *Il ruolo e le prospettive della Denominazione di Origine per la valorizzazione del Prosciutto Toscano*, in *Atti dei Georgofili*, 2012, 273-288

- Biondi A., *Quattro A che spingono il made in Italy,* in *Il Sole 24 Ore*, 15 luglio 2015

- Borghi P., *L'insostenibile leggerezza delle versioni linguistiche: condizionamento e confezionamento dei prodotti DOP e IGP nel recente regolamento UE n. 1151/92,* in *Riv. Dir. Alim.*, luglio-settembre 2013, fasc. 3, 29-32

- Borghi P., *L'origine dei prodotti alimentari nell'Accordo TRIPs*, in *Atti dei Georgofili*, 2012, 31-53

- Borghi P., *Sovrapposizioni fra ordinamenti e "fantasia" del legislatore in tema di segni di qualità dei prodotti alimentari: entropia e storytelling.,* in *Riv. Dir. Alim.*, ottobre-dicembre 2015, fasc. 4, 4

- Boriello V. R., *Le IG italiane pronte alla sfida della nuova PAC*, in *RAPPORTO 2018 ISMEA - QUALIVITA sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG*, disponibile all'URL: http://www.ismea.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/10497 (ultimo accesso 22 giugno 2019)

- Borroni A., *La protezione delle tipicità agroalimentari. Uno studio di diritto comparato*, Napoli, 2012

- Heavner B., *World-wide Certification-Mark Registration A Certifiable Nightmare*, in *Bloomberg Law Reports*, 2009, 1-5

- Calboli I., *Geographical Indications between Trade, Development; Culture and Marketing: Framing a Fair(er) System of Protection in the Global Economy?*, in CAMBOLI I., NG-LOY W., (a cura di) *Geografical Indications at the Crossroads of Trade, Development and Culture: Focus on Asia-Pacific*, Cambridge, 2017, 3-35

- Cantarelli F., *Marketing tra sussistenza, cultura, economia*, Parma, 2002, 54

- Capelli F., *Il Regolamento (UE) n. 1151/2012 sui regimi di qualità dei prodotti agro-alimentari: luci e ombre*, in *Riv. Dir. Alim.*, gennaio-marzo 2014, fasc. 1, 52-60

- Capelli F., *La Corte di giustizia, in via interpretativa, attribuisce all'Unione europea una competenza esclusiva in materia di riconoscimento delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche…*, in *Diritto comunitario e degli scambi internazionali*, Napoli, 2010, vol. 49, 401-455

- Capelli F., *La sentenza Warsteiner in materia di denominazioni di origine: un contributo alla soluzione di un equivoco*, in *Diritto comunitario e degli scambi internazionali*, Napoli, 2001, 297

- Capelli F., *Tutela della qualità dei prodotti agroalimentari sotto il profilo giuridico: riflessioni sulla riforma della disciplina dell'Unione Europea*, in Borghi P., Costato L., Manservisi S. (a cura di), *Dalla riforma del 2003 alla PAC dopo Lisbona. I riflessi sul diritto agrario alimentare e ambientale,* Ferrara, 2011, 273-290

- Carpi A., *Proprietà intellettuale e cooperazione allo sviluppo. Uno studio di diritto comparato fra Unione europea e Cina*, Bologna, 2017

- Castelli G., *La nuova politica di qualità dell'Unione europea per il settore vitivinicolo,* Dottorato di ricerca in "diritto dell'Unione europea", Ferrara, 2011-2012, 8ss

- Castellucci I., *Rule of law and legal complexity in the people's Republic of China*, Roma, 2012

- Cattaneo M. C., *L'Accordo di Lisbona in materia di denominazioni di origine e le prospettive di Riforma*, in RICCI C. (a cura di), *La tutela multilivello del diritto alla sicurezza e qualità degli alimenti*, Milano, 2012, 209ss

- Cavalieri R., *L'adesione della Cina alla WTO*, Lecce, 2003, 59-65

- Cerrato S. A., *I segni indicativi del made in*, in *AIDA*, 2016, I, 19-25

- Coduti C. F., *Indicazioni geografiche e marchi. Note a margine del caso Toscoro*, in *Riv. Dir. Alim.*, ottobre-dicembre 2014, fasc. 4, 65-78

- Conrad A., *The Protection of Geographical Indications in the TRIPs Agreement*, in *Trademark Rep.,* 1996, vol. 86, art. 11, 13

- Coppola N., *The CJEU confirms the exclusive character of EU competence in PDO/PGI schemes,* in *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 2014, Vol. 9, n. 9, 717-718

- Costantino L., *Istituzioni europee, Stati membri ed organizzazioni internazionali: quale rapporto nel processo di creazione delle regole sul vino?,* in *Riv. Dir. Alim.*, luglio-settembre 2015, fasc. 3, 45-56

- Di Cataldo V., *Denominazioni e indicazioni geografiche tra registrazione comunitaria e protezione nazionale*, in *AIDA*, I, 42-47

- Di Cataldo V., *Il futuro prossimo della proprietà intellettuale*, in *Rivista ODC*, 2017, n. 3, 1-11

- Evans G. E., *A comparative analisys of the protection of geographical indications in the European Union and the United States under sui generis and trademark systems*, in TAKENATA T. (a cura di), *Intellectual property in common law e civil law*, Cheltenham/Northampton, 2013, 299

- Falconi F., *La tutela delle indicazioni geografiche qualificate dei prodotti agroalimentari non registrate in sede europea: note a Corte di Giustizia UE (IX sezione), 8 maggio 2014, causa C-35/13,* in *Cuadernos de Derecho Transnacional*, ottobre 2014, vol. 6, n. 2, 330-342

- Farah P. D., Tremolada R., *Diritti di proprietà intellettuale, diritti umani e patrimonio culturale immateriale,* in *Riv. Dir. Ind.*, 2014, I, 21-47

- Ferrari M., *La dimensione proprietaria delle indicazioni geografiche. Uno studio di diritto comparato*, Napoli, 2015

- Floridia G., *La disciplina del Made in Italy: analisi e prospettive*, in *Il diritto industriale*, 2010, 4, 340

- Friedmann D., *Geographical Indications in the EU, China and Australia, WTO Case Bottling Up Over Prosecco,* in *European Integration and global power shifts: what lessons for Asia?*, in *Peking University School of Transnational Law Research Paper*, 2018, n. 18-14

- Galli C., Gambino A. M. (a cura di), *Codice commentato della proprietà industriale e intellettuale*, Milano, 2011, 430ss

- Galli C., *Globalizzazione dell'economia e tutela delle denominazioni d'origine dei prodotti agro- alimentari*, in *Riv. Dir. Ind.*, 2004, I, 61-80

- Galli C., *I toponimi, tra tutele, volgarizzazioni e diritti consolidati* (Atti del convegno di Assisi, 25-27ottobre 2012), in *Aedon*, 2014, I

- Galli C., *La protezione di nomi geografici e denominazioni di origine contro l'agganciamento parassitario e le opportunità di licensing e co-branding globale di essi,* in *Accademia UIBM,* 2018, disponibile all'URL: http://www.uibm.gov.it/attachments/GALLI_Accademia%20UIBM_2018.2_Marchi%20territoriali.pdf (ultimo accesso 22 giugno 2019)

- Gambaro A., Sacco R., *Sistemi giuridici comparati*, Milano, 2008, 394-404

- Gangjee D., *Relocating the law of geographical indications*, Cambridge, 2012, 26

- Garibaldi R., *Rapporto sul turismo enogastronomico italiano 2019,* disponibile all'URL: https://www.qualivita.it/news/rapporto-sul-turismo-enogastronomico-italiano-2019/ (ultimo accesso 22 giugno 2019)

- Germanò A., *Le indicazioni geografiche nell'accordo TRIPs*, in *Riv. Dir. Agr.*, 2000, I, 421

- Germanò A., "*Volgarizzazione" delle denominazioni merceologiche legali e ruolo della Corte di Giustizia della CEE,* in CAPIZZANO E. (a cura di), *Impresa e azienda nel diritto agrario. Strumenti della PAC e ruolo delle Regioni,* Atti delle Seconde Giornate camerti di Diritto agrario comunitario, Camerino, 1989, 272.

- Germanò A., *Il diritto dell'alimentazione tra imprenditori e consumatori che chiedono e legislatori e giudici che rispondono*, in *Diritto e giurisprudenza agraria e dell'ambiente*, 2007, 11, 655

- Germanò A., *Manuale di diritto Agrario,* Torino, 2016

- Germanò A., Rook Basile E., *Diritto agrario*, in Ajani G., Benacchio G. A. (a cura di), *Trattato di diritto privato dell'Unione europea*, Torino, 2006

- Germanò A., Rook Basile E.*, Il diritto dei mercati dei prodotti agricoli nell'ordinamento internazionale. Corso di lezioni.* Torino, 2010

- Germanò A., Rook Basile E., Lucifero N., *Manuale di legislazione vitivinicola*, Torino, 2017

- Germanò A., *Sugli Organismi di controllo*, in *Riv. Dir. Alim.*, gennaio-marzo 2018, fasc. 1, 65-68

- Germanò A., *Sulla titolarità dei segni DOP e IGP*, in *Diritto agroalimentare*, n. 2/2017, 287ss

- Giacinti R., Moruzzo R., *I consorzi di tutela e il sistema di controllo nell'ambito delle produzioni tipiche*, Pisa, 2010, 327-341

- Greatrex R., *The authentic, the copy and the counterfeit in China: an historical overview,* in Timoteo M. (a cura di), *Sistema giuridico romanistico e diritto cinese - Regimi e tutela della proprietà intellettuale in Cina,* cit., 115-128

- Gualtieri F., Vaccari S., Catizzone B., *La protezione delle indicazioni geografiche: La nozione di evocazione,* in *Riv. Dir. Alim.*, aprile-giugno 2017, fasc. 2, 15-42

- Hu W., *Reciprocity and Mutual Benefits: EU-China Cooperation on and Protection of Geographical Indications*, in *CEPS Research Report*, 2018, n. 2018/04, 1-22

- Hughes J., *A Short History of Intellectual Property in Relation to Copyright*, (in *Cardozo Law Review*, 2012, n. 265

- Irti N., *Norme e luoghi. Problemi di geo-diritto*, Roma-Bari, 2001, 11

- Irti N., *Scambi senza accordo*, in *Riv. Trim. Dir. e Proc. Civ.*, 1998, Vol. 52, fasc. 2, 347

- Kuan Y., Haring-Kuan P., *Cina*, Verona, 1988, 92-93

- La Villa G., *Denominazioni di origine e indicazioni geografiche nel diritto comunitario,* in *Il diritto industriale*, 1995, 154 e ss

- Lambiase F., Lenzini C., Ufficio Valutazione Impatto del Senato della Repubblica, *Lotta alla contraffazione e tutela del made in Italy,* 14 luglio 2017, documento di analisi n. 5, 15

- Lemley M. A., *Romantic Authorship and the Rhetoric of Property*, in *Texas Law Review*, 1997, vol. 75, 873ss

- Li Y., *The Wolf has come: are China's intellectual property industries prepared for the WTO?,* in *Pacific Basic Law Journal,* 2002, vol. 20(1), 77-112

- Loffredo E., *Profili giuridici della tutela delle produzioni tipiche*, in *Riv. Dir. Ind.*, 2003, I, 154ss

- Losavio C., *Il fallimento di Cancun e le indicazioni geografiche nell'attuale panorama internazionale*, in *Riv. Dir. Agr.*, 2004, II, 65

- Lupone A., *Il dibattito sulle indicazioni geografiche nei sistemi multilaterali degli scambi: dal Doha round dell'Organizzazione mondiale del Commercio alla protezione Trips plus*, in Ubertazzi B., Muniz Espada E. (a cura di), *Le indicazioni di qualità degli alimenti*, Milano, 2009, 36-42

- Magelli S., *Marchio e nome geografico*, in *Studi di diritto industriale in onore di Adriano Vanzetti. Proprietà intellettuale e concorrenza*, Milano, Giuffrè Editori, 2004, 55ss

- Marrazzo D., *L'enologa cinese: solo 500 cantine, ma siamo secondi al mondo per ettari di vigne*, in *Il Sole 24 Ore e Food24*, 26 marzo 2016

- Minnelli M., *L'uso di componenti DOP e IGP come componenti,* in *Riv. Dir. Alim.*, gennaio-marzo 2014, fasc. 1, 43-47

- Musa A., *La norma ISO/IEC 17065:2012, "Conformity assessment Requirements for bodies certifying products, processes and services". Continuità e novità rispetto alla precedente EN 45011,* in QUALITA' (rivista ufficiale di AICQ: Associazione Italiana Cultura Qualità), 2013

- O'Connor B., Richardson L., *The legal protection of Geographical Indications in the EU's Bilateral Trade Agreements: moving beyond TRIPs*, in *Riv. Dir. Alim.*, ottobre-dicembre 2012, fasc. 4, 1-29

- Okedui R. L., *The International Intellectual Property Roots of Geographical Indications,* in *Chicago-Kent law Review*, June 2007, vol. 2, art. 9, 1329ss.

- Olivieri G., *Riflessioni a margine della nuova disciplina europea sui marchi di garanzia o di certificazione*, in *AIDA*, 2017, I, 44-45

- Petrelli L., *I prodotti alimentari della salute*, in Borghi P., Costato L., Manservisi S. (a cura di), *Dalla riforma del 2003 alla PAC dopo Lisbona. I riflessi sul diritto agrario alimentare e ambientale,* cit., 291-308

- Prete F., *La protezione nazionale delle indicazioni geografiche semplici. La saga del Salame Felino: ultimo atto*, in *Riv. Dir. Alim.*, aprile-giugno 2014, fasc. 2, 30-43

- Ricolfi M., *Marchi collettivi geografici e marchi di certificazione*, in Ajani G., Gambaro A., Graziadei M., Sacco R., Vigoriti V. e Waelbroek M. (a cura di), *Studi in onore di Aldo Frignani. Nuovi orizzonti del diritto comparato europeo e transnazionale*, Napoli, 2011, 743ss

- Rosati M., *La #DopEconomy sostiene la crescita culturale, turistica e sociale del Paese*, in *Rapporto 2018 ISMEA - QUALIVITA sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG*, disponibile on-line sul sito di Qualivita.

- Rosati M., *Marchi privati del food e il pericolo delle delocalizzazioni in Italia,* in *Huffingtonpost,* 21 novembre 2018

- Rubino V., *I limiti alla tutela del "Made in" fra integrazione europea e ordinamenti nazionali*, Torino, 2017

- Rubino V.*, Indicazioni geografiche indirette e denominazioni di origine dei prodotti alimentari nella sentenza BUD II*, in *Diritto comunitario e degli scambi internazionali*, 2010, 225

- Rubino V., *La protezione delle denominazioni geografiche dei prodotti alimentari nell'Unione europea dopo il regolamento 1151/2012 UE,* in *Riv. Dir. Alim.*, ottobre-dicembre 2013, fasc. 4, 5

- Rubino V., *Le Denominazioni Comunali d'Origine (De.C.O.) e la loro protezione nel quadro della disciplina comunitaria sulle denominazioni geografiche dei prodotti alimentari*, in *Dir. Unione Europea*, 1/07, 124 ss

- Sandri S., *La nuova disciplina della proprietà industriale dopo i GATT-TRIPs,* Padova, 1999, 52

- Sabattini M., Santangelo P., *Storia della Cina*, Roma-Bari, 2009, 15ss

- Saija R., *I contratti del mercato agroalimentare*, in Albisinni F., Giuffrida M., Saija R., Tommasini A. (a cura di), Napoli, 2013, 305

- Salvi L., *Tutela dei vini Dop e Igp: procedimento di modifica del disciplinare e valorizzazione del legame col territorio*, in *Riv. Dir. Alim.*, luglio-settembre 2014, fasc. 3, 27-44

- Sandri S., *I marchi collettivi e i marchi di certificazione nella riforma,* Convegno *Nuovi marchi per l'Europa*, Parma, 21 ottobre 2016

- Sarti D., *Commento al regolamento CE 510/2006 sulla protezione comunitaria delle denominazioni d'origine e indicazioni geografiche*, in *Proprietà intellettuale e concorrenza*, Padova, 2007, 1036

- Sarti D., *Indicazioni Geografiche*, in *Il Diritto. Enciclopedia giuridica*, 2007, 7, 650ss

- Sarti D., *Segni e garanzie di qualità*, in Ubertazzi B., Muniz Espada E. (a cura di), *Le indicazioni di qualità degli alimenti. Diritto internazionale ed europeo*, cit., 119

- Sempi L., *Cina e globalizzazione giuridica nel prisma della proprietà intellettuale*, Torino, 2015, XVII

- Simon J., *Geographical indications (GIs) Trademarks and international standards (e.g. Codex Alimentarius)*, in Ubertazzi B., Muniz Espada E. (a cura di), *Le indicazioni di qualità,* cit., 312ss

- Sironi G. E., *Conflitti tra marchi e indicazioni comunitarie di qualità (DOP, IGP, STG)*, in (a cura di) Ubertazzi B., Muniz Espada E., *Le indicazioni di qualità degli alimenti,* cit., 208ss

- Sironi G. E., *La modifica della disciplina delle indicazioni geografiche*, in *Il Diritto Industriale*, 2010, 6, 536ss

- Song Y., *On the commercialization of China's intellectual property,* in (a cura di) TIMOTEO M., *Sistema giuridico romanistico e diritto cinese - Regimi e tutela della proprietà intellettuale in Cina*, cit., 212

- Sordelli L., *Segni distintivi e nomi dei prodotti*, in *Riv. Dir. Ind*, 1959, I, 75ss

- Sterns S., *Are GIs IP?*, in *European Intellectual Property Review*, 2007, *Issue* 2, 39-42

- Tian M., Sun Z., Liu Z., Ding G., *Research on Geographical Indication and Cultural Heritage of China's Yellow Tea,* in *Asian Agricultural Research*, 2014, vol. 6, n. 5, 90-101

- Timoteo M., *La difesa dei marchi e brevetti in Cina. Percorsi normativi in un sistema in transizione*, Torino, 2014, 40ss

- Trapè I., *I segni del territorio*, Milano, 2012

- Van Couter Y., D'ath F., *Protecting the origin of foodstuffs in the European Union indications of origin and trademark as intellectual tools*, in *Riv. Dir. Alim.*, aprile-giugno 2016, fasc. 2, 47-67

- Vanzetti A., *Codice della proprietà industriale*, Milano, 2013

- Vanzetti A., Di Cataldo V., *Manuale di diritto industriale*, Milano, 2012, 284

- Vergati V.*, Il Made in Lazio e la Corte Costituzionale: atto secondo, ma i limiti restano incerti*, in *Riv. Dir. Alim.*, ottobre-dicembre 2013, fasc. 4, 53-64

- Vittori M., *The International Debate on Geographical Indications (GIs): The Point of View of the Global Coalition of GI Producers,* in *The Journal of World Intellectual Property*, 2010, vol.13 n.2, 304ss

- Wang M., *The Asian Consciousness and Interests in Geographical Indications*, in *The Trademark Reporter*, 2006, Vol.96, n.4, 906 e ss

- Wang X., Kireeva I., *EU-CHINA IPR2: Q&A Manual. China Legislation on Geographical Indications*, 2011, 1-46, disponibile all'URL: https://www.vsnews.fr/images/etudes/QA_Manual_Chinese_legislation_on_GIs1012.pdf (ultimo accesso 22 giugno 2019)

- Wang X., Kireeva I., *GI protection in China: new measures for administration of geographical indications of agricultural products,* in *The Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 2010, vol. 5, n. 11, 778-790

- Wang X., Kireeva I., *Protection of Geographical Indications in China: Conflicts, Causes and Solutions,* in *The Journal of World Intellectual Property,* 2007, vol. 10, n. 2, 79-96

- Wang X., Kireeva I., *The Protection of Geographical Indication in the EU and China: Tracing Causes and Delays in the Ongoing Negotiation on the Co-operative Agreement on Geographical Indications,* in *Intellectual Property Quarterly*, 2014, 125-142

- Xie L., *Protection of Appellations of Origin in China*, in *China Patents & Trademarks*, 2001, vol. 1, 74

- Xu G., *Parte generale del Diritto Civile*, Xiamen (Casa Editrice dell'Università di Xiamen), 2005

- Yu P. K., *A Review of Recent Decisions of the United States Court of Appeals for the Federal Circuit: from Pirates to Partners (Episode II)*, AM. U. L. Rew., 2006, n. 901, 922

- Yu P. K., *The rise of China in the international IP regime,* in *Legal Studies Research Paper Series*, 2017, n. 18-16, 1-21

- Zheng H., *A Unique Type of Cocktail: Protection of Geographical Indications in China*, in (a cura di) Camboli I., Ng-Loy W., *Geographical Indications at the Crossroads of Trade, Development and Culture: Focus on Asia-Pacific*, Cambridge, 2017, 380-408

- Zheng H., *Geographical Indication Protection in China*, in (a cura di) Gangjee S., *Research Handbook on Intellectual Property and Geographical Indications*, Cheltenham/Northampton, 2016, 327

- Zheng H., Hu D., Li Y., *Protection of Geographical Indications under China's Intellectual Property Legal Framework*, in *Australian Journal of Asian Law,* 2016, vol. 17, n. 2, art. 10, 1-25

- Zhou X., Zhang X., Dong J., *Analysis on the Influence of Geographical Indication Protection on International Competitiveness of Shaanxi Apple,* in *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 2018, vol. 176, 1804-1807

- Zuccato A., *L'export vitivinicolo negli Stati Uniti: regole di settore e prassi contrattuali con particolare riferimento al caso del Prosecco*, in *The Trento Law and Technology Research Group Student Paper n. 9*, Trento, 2012, 38

- Zupi M. *Approfondimento n. 147, "Il futuro incerto del multilateralismo commerciale e il ruolo dell'Organizzazione mondiale del commercio"*, dicembre 2018, consultabile on-line sul sito del Parlamento italiano, Osservatorio di politica internazionale

The Student Paper Series of the Trento Lawtech Research Group is published since Fall 2010

http://www.lawtech.jus.unitn.it/index.php/student-paper-series?start=1

Freely downloadable papers already published:

STUDENT PAPER N. 52

Responsabilità civile e prevenzione dell'abuso interpersonale, fra molestie sessuali e bullismo

FRANCESCA PERETTI (2019), Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 52. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN: 978-88-8443-856-0

STUDENT PAPER N. 51

Blockchain, smart contract e diritto d'autore nel campo della musica

FRANCESCO FAGLIA (2019), Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 51. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN: 978-88-8443-855-3

STUDENT PAPER N. 50

Regole per l'innovazione: responsabilità civile e assicurazione di fronte all'auto a guida (progressivamente) autonoma

FILIPPO ZEMIGNANI (2019), Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 50. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN: 978-88-8443-850-8

STUDENT PAPER N. 49

Unravelling the nexus between food systems and climate change: a legal analisys. A Plea for smart agriculture, a "new" organic agriculture and a wiser use of biotechnologies in the name of human rights protection

ALESSANDRA TELCH (2019), Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 49. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN: 978-88-8443-842-3

STUDENT PAPER N. 48

Wireless community networks e responsabilità extracontrattuale

CHIARA VIDORNI (2019), Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 48. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN: 978-88-8443-841-6

STUDENT PAPER N. 47

Proprietà intellettuale e scienza aperta: il caso studio del Montreal Neurological Institute

GIOVANNA CASSIN (2019), Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 47. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN: 978-88-8443-835-5

STUDENT PAPER N. 46

Il “ciclista previdente” che si scontrò due volte: con un'auto e col principio indennitario applicato all'assicurazione infortuni,

CHRISTOPH SIMON THUN HOHENSTEIN WELSPERG (2019), Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 46. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN: 978-88-8443-834-8

STUDENT PAPER N. 45

«Errare humanum est». L'errore nel diritto tra intenzionalità, razionalità ed emozioni

LEILA BENSALAH (2018), Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 45. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN: 978-88-8443-829-4

STUDENT PAPER N. 44

La gestione del rischio fitosanitario nel diritto agroalimentare europeo ed italiano: il caso Xylella

MARINA DE NOBILI (2018), Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 44. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN: 978-88-8443-828-7

STUDENT PAPER N. 43

Mercato agrolimentare e disintermediazione: la dimensione giuridica della filiera corta

ORLANDI RICCARDO (2018), Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 43. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN: 978-88-8443-827-0

STUDENT PAPER N. 42

Causa, meritevolezza degli interessi ed equilibrio contrattuale

PULEJO, CARLO ALBERTO (2018), Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 42. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN: 978-88-8443-810-2

STUDENT PAPER N. 41

Graffiti, street art e diritto d'autore: un'analisi comparata

GIORDANI, LORENZA (2018), Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 41. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN: 978-88-8443-809-6

STUDENT PAPER N. 40

Volo da diporto o sportivo e responsabilità civile per l'esercizio di attività pericolose

MAESTRINI, MATTIA (2018), Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 40. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN: 978-88-8443-784-6

STUDENT PAPER N. 39

"Attorno al cibo". Profili giuridici e sfide tecnologiche dello Smart Packaging in campo alimentare

BORDETTO, MATTEO (2018), Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 39. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN: 978-88-8443-795-2

STUDENT PAPER N. 38

Kitesurf e responsabilità civile

RUGGIERO, MARIA (2018), Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 38. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN: 978-88-8443-793-8

STUDENT PAPER N. 37

Giudicare e rispondere. La responsabilità civile per l'esercizio della giurisdizione in Italia, Israele e Spagna

MENEGHETTI HISKENS, SARA (2017), Giudicare e rispondere. La responsabilità civile per l'esercizio della giurisdizione in Italia, Israele e e Spagna, Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 37. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN: 978-88-8443-778-5

STUDENT PAPER N. 36

Il diritto in immersione: regole di sicurezza e responsabilità civile nella subacquea

CAPUZZO, MARTINA (2017), Il diritto in immersione: regole di sicurezza e responsabilità civile nella subacquea, Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 36. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN: 978-88-8443-775-4

STUDENT PAPER N. 35

La privacy by design: un'analisi comparata nell'era digitale

BINCOLETTO, GIORGIA (2017), La privacy by design: un'analisi comparata nell'era digitale, Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 35. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN: 978-88-8443-733-4

STUDENT PAPER N. 34

La dimensione giuridica del Terroir

BERTINATO, MATTEO (2017), La dimensione giuridica del Terroir, Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 34. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN: 978-88-8443-728-0

STUDENT PAPER N. 33

La gravità del fatto nella commisurazione del danno non patrimoniale: un'indagine (anche) nella giurisprudenza di merito

MARISELLI, DAVIDE (2017), La gravità del fatto nella commisurazione del danno non patrimoniale: un'indagine (anche) nella giurisprudenza di merito, Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 33. Trento: Università degli Studi di Trento.
ISBN: 978-88-8443-727-3

STUDENT PAPER N. 32

«Edible insects». l'Entomofagia nel quadro delle nuove regole europee sui novel foods

TASINI, FEDERICO (2016), «Edible insects». l'Entomofagia nel quadro delle nuove regole europee sui novel foods = «Edible Insects»: Entomophagy in light of the new European Legislation on novel Foods, Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 32. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-709-9

STUDENT PAPER N. 31

L'insegnamento dello sci: responsabilità civile e assicurazione per danni ad allievi o a terzi

TAUFER FRANCESCO (2016), L'insegnamento dello sci: responsabilità civile e assicurazione per danni ad allievi o a terzi, Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 31. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-697-9

STUDENT PAPER N. 30

Incrocio tra Contratti e Proprietà Intellettuale nella Innovazione Scientifica e tecnologica: il Modello del Consortium Agreement europeo

MAGGIOLO ANNA (2016), Incrocio tra Contratti e Proprietà Intellettuale nella Innovazione Scientifica e tecnologica: il Modello del Consortium Agreement europeo, Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 30. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-696-2

STUDENT PAPER N. 29

La neutralità della rete

BIASIN, ELISABETTA (2016) La neutralità della rete, Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 29. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-

8443-693-1

STUDENT PAPER N. 28

Negotiation Bases and Application Perspectives of TTIP with Reference to Food Law

ACERBI, GIOVANNI (2016) Negotiation Bases and Application Perspectives of TTIP with Reference to Food Law. The Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 28. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-563-7

STUDENT PAPER N. 27

Privacy and Health Data: A Comparative analysis

FOGLIA, CAROLINA (2016) Privacy and Health Data: A Comparative analysis. The Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 27. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-546-0

STUDENT PAPER N. 26

Big Data: Privacy and Intellectual Property in a Comparative Perspective

SARTORE, FEDERICO (2016) Big Data: Privacy and Intellectual Property in a Comparative Perspective. The Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 26. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-534-7

STUDENT PAPER N. 25

Leggere (nel)la giurisprudenza: 53 sentenze inedite in tema di responsabilità civile nelle analisi di 53 annotatori in formazione = Reading (in) the caselaw: 53 unpublished judgemnts dealing with civil liability law analyzed with annotations and comments by 53

students during their civil law course

REMO ANDREOLLI, DALILA MACCIONI, ALBERTO MANTOVANI, CHIARA MARCHETTO, MARIASOLE MASCHIO, GIULIA MASSIMO, ALICE MATTEOTTI, MICHELE MAZZETTI, PIERA MIGNEMI, CHIARA MILANESE, GIACOMO MINGARDO, ANNA LAURA MOGETTA, AMEDEO MONTI, SARA MORANDI, BENEDETTA MUNARI, EDOARDO NADALINI, SERENA NANNI, VANIA ODORIZZI, ANTONIA PALOMBELLA, EMANUELE PASTORINO, JULIA PAU, TOMMASO PEDRAZZANI, PATRIZIA PEDRETTI, VERA PERRICONE, BEATRICE PEVARELLO, LARA PIASERE, MARTA PILOTTO, MARCO POLI, ANNA POLITO, CARLO ALBERTO PULEJO, SILVIA RICCAMBONI, ROBERTA RICCHIUTI, LORENZO RICCO, ELEONORA RIGHI, FRANCESCA RIGO, CHIARA ROMANO, ANTONIO ROSSI, ELEONORA ROTOLA, ALESSANDRO RUFFINI, DENISE SACCO, GIULIA SAKEZI, CHIARA SALATI, MATTEO SANTOMAURO, SILVIA SARTORI, ANGELA SETTE, BIANCA STELZER, GIORGIA TRENTINI, SILVIA TROVATO, GIULIA URBANIS, MARIA CRISTINA URBANO, NICOL VECCARO, VERONICA VILLOTTI, GIULIA VISENTINI, LETIZIA ZAVATTI, ELENA ZUCCHI (2016) Leggere (nel)la giurisprudenza: 53 sentenze inedite in tema di responsabilità civile nelle analisi di 53 annotatori in formazione = Reading (in) the caselaw: 53 unpublished judgemnts dealing with civil liability law analyzed with annotations and comments by 53 students during their civil law course. The Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 25. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-626-9

STUDENT PAPER N. 24

La digitalizzazione del prodotto difettoso: stampa 3D e responsabilità civile= The Digital Defective Product: 3D Product and Civil Liability

CAERAN, MIRCO (2016) La digitalizzazione del prodotto difettoso: stampa 3D e responsabilità civile = The Digital Defective Product: 3D Product and Civil Liability. The Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 24. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-663-4

STUDENT PAPER N. 23

La gestione della proprietà intellettuale nelle università australiane = Intellectual Property Management in Australian Universities

CHIARUTTINI, MARIA OTTAVIA (2015) La gestione della proprietà intellettuale nelle università australiane = Intellectual Property Management in Australian Universities. The Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 23. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-626-9

STUDENT PAPER N. 22

Trasferimento tecnologico e realtà locale: vecchie problematiche e nuove prospettive per una collaborazione tra università, industria e territorio = Technology Transfer and Regional Context: Old Problems and New Perspectives for a Sustainable Co-operation among Universitiy, Entrepreneurship and Local Economy

CALGARO, GIOVANNI (2013) Trasferimento tecnologico e realtà locale: vecchie problematiche e nuove prospettive per una collaborazione tra università, industria e territorio. The Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 22. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-525-5

STUDENT PAPER N. 21

La responsabilità dell'Internet Service Provider per violazione del diritto d'autore: un'analisi comparata = Internet Service Provider liability and copyright infringement: a comparative analysis.

IMPERADORI, ROSSELLA (2014) *La responsabilità dell'Internet Service Provider per violazione del diritto d'autore: un'analisi comparata.* Trento Law and Technology Research Group. Student Paper; 21. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-572-9

STUDENT PAPER N. 20

Open innovation e patent: un'analisi comparata = Open innovation and patent: a comparative analysis

PONTI, STEFANIA (2014) *Open innovation e patent: un'analisi comparata.* The Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 20. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-573-6

STUDENT PAPER N. 19

La responsabilità civile nell'attività sciistica

CAPPA, MARISA (2014) La responsabilità civile nell'attività sciistica = Ski accidents and civil liability. Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series, 19. Trento: Università degli Studi di Trento.

STUDENT PAPER N. 18

Biodiversità agricola e tutela degli agricoltori dall'Hold-Up brevettuale: il caso degli OGM

TEBANO, GIANLUIGI (2014) Biodiversità agricola e tutela degli agricoltori dall'Hold-Up brevettuale: il caso degli OGM = Agricultural Biodiversity and the Protection of Farmers from patent Hold-Up: the case of GMOs.Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 18. Trento: Università degli Studi di Trento.

STUDENT PAPER N. 17

Produrre e nutrirsi "bio": analisi comparata del diritto degli alimenti biologici

MAFFEI, STEPHANIE (2013) Produrre e nutrirsi "bio" : analisi comparata del diritto degli alimenti biologici = Producing and Eating "Bio": A Comparative Analisys of the Law of Organic Food. Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 17. Trento: Università degli Studi di Trento.

STUDENT PAPER N. 16

La tutela delle indicazioni geografiche nel settore vitivinicolo: un'analisi comparata = The Protection of Geographical Indications in the Wine Sector: A Comparative Analisys

SIMONI, CHIARA (2013) La tutela delle indicazioni geografiche nel settore vitivinicolo: un'analisi comparata. The Trento Law and Technology Research Group. Student Papers Series; 16. Trento: Università degli Studi di Trento. Facoltà di Giurisprudenza.
This paper is published in the Trento Law and Technology Research Group - Student Paper Series Electronic copy available at: http://eprints.biblio.unitn.it/archive/00004292/
142.

STUDENT PAPER N. 15

Regole di sicurezza e responsabilità civile nelle attività di mountain biking e downhill montano

SALVADORI, IVAN (2013) Regole di sicurezza e responsabilità civile nelle attività di mountain biking e downhill montano. Trento Law and Technology Research Group. Student Paper; 15. Trento: Università degli Studi di Trento.

STUDENT PAPER N. 14

Plagio, proprietà intellettuale e musica: un'analisi interdisciplinare

VIZZIELLO, VIVIANA (2013) Plagio, proprietà intellettuale e musica: un'analisi interdisciplinare. Trento Law and Technology Research Group. Student Paper; 14. Trento: Università degli Studi di Trento.

STUDENT PAPER N.13

The Intellectual Property and Open Source Approaches to Biological Material

CARVALHO, ALEXANDRA (2013) The Intellectual Property and Open Source Approaches to Biological Material. Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 13. Trento: Università degli Studi di Trento.

STUDENT PAPER N.12

Per un'archeologia del diritto alimentare: 54 anni di repertori giurisprudenziali sulla sicurezza e qualità del cibo (1876-1930)

TRESTINI, SILVIA (2012) Per un'archeologia del diritto alimentare: 54 anni di repertori giurisprudenziali sulla sicurezza e qualità del cibo (1876-1930) = For an Archeology of Food Law: 54 Years of Case Law Collections Concerning the Safety and Quality of Food (1876-1930). The Trento Law and Technology Research Group. Student Papers Series, 12.
This paper is published in the Trento Law and Technology Research Group - Student Paper Series Electronic copy available at: http://eprints.biblio.unitn.it/archive/00004292/
143.

STUDENT PAPER N.11

Dalle Alpi ai Pirenei: analisi comparata della responsabilità civile per attività turistico-ricreative legate alla montagna nel diritto italiano e spagnolo

PICCIN, CHIARA (2012) Dalle Alpi ai Pirenei: analisi comparata della responsabilità civile per attività turistico-ricreative legate alla montagna nel diritto italiano e spagnolo = From the Alps to the Pyrenees: Comparative Analysis of Civil Liability for Mountain Sport Activities in Italian and Spanish Law. The Trento Law and Technology Research Group. Student Papers Series, 11

STUDENT PAPER N.10

Copynorms: Norme Sociali e Diritto d'Autore

PERRI, THOMAS (2012) Copynorms: Norme Sociali e Diritto d'Autore = Copynorms: Social Norms and Copyright. Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series, 10

STUDENT PAPER N. 9

L'export vitivinicolo negli Stati Uniti: regole di settore e prassi contrattuali con particolare riferimento al caso del Prosecco

ALESSANDRA ZUCCATO (2012), L'export vitivinicolo negli Stati Uniti: regole di settore e prassi contrattuali con particolare riferimento al caso del Prosecco = Exporting Wines to the United States: Rules and Contractual Practices with Specific Reference to the Case of ProseccoTrento: Università degli Studi di Trento (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series 9)

STUDENT PAPER N.8

Equo compenso e diritto d'autore: un'analisi comparata = Fair Compensation and Author's Rights: a Comparative Analysis.

RUGGERO, BROGI (2011) Equo compenso e diritto d'autore: un'analisi comparata = Fair Compensation and Author's Rights: a Comparative Analysis. Trento: Università degli Studi di Trento (TrentoLawand Technology Research Group. Student Papers Series, 8)
This paper is published in the Trento Law and Technology Research Group - Student Paper Series Electronic copy available at: http://eprints.biblio.unitn.it/archive/00004292/
144

STUDENT PAPER N.7

Evoluzione tecnologica e mutamento del concetto di plagio nella musica

TREVISA, ANDREA (2012) Evoluzione tecnologica e mutamento del concetto di plagio nella musica = Technological evolution and change of the notion of plagiarism in music Trento: Università degli Studi di Trento (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series 7)

STUDENT PAPER N.6

Il trasferimento tecnologico università-imprese: profili giuridici ed economici

SIRAGNA, SARA (2011) Il trasferimento tecnologico università-imprese: profili giuridici ed economici = University-Enterprises Technological Transfer: Legal and Economic issues Trento: Università degli Studi di Trento (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series 6)

STUDENT PAPER N.5

Conciliare la responsabilità medica: il modello "generalista" italiano a confronto col modello "specializzato" francese

GUERRINI, SUSANNA (2011) Conciliare la responsabilità medica: il modello "generalista" italiano a confronto col modello "specializzato" francese = Mediation & Medical Liability: The Italian “General Approach” Compared to the Specialized Model Applied in FranceTrento: Università degli Studi di Trento (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series 5)

STUDENT PAPER N.4

“Gun Control” e Responsabilità Civile: una comparazione fra Stati Uniti e Italia

PODETTI, MASSIMILIANO (2011) “Gun Control” e Responsabilità Civile: una comparazione fra Stati Uniti e Italia = Gun Control and Tort Liability: A Comparison between the U.S. and Italy Trento: Università degli Studi di Trento. (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series 4)

This paper is published in the Trento Law and Technology Research Group - Student Paper Series Electronic copy available at: http://eprints.biblio.unitn.it/archive/00004292/
145

STUDENT PAPER N.3

Smart Foods e Integratori Alimentari: Profili di Regolamentazione e Responsabilità in una comparazione tra Europa e Stati Uniti

TOGNI, ENRICO (2011) Smart Foods e Integratori Alimentari: Profili di Regolamentazione e Responsabilità in una comparazione tra Europa e Stati Uniti = Smart Foods and Dietary Supplements: Regulatory and Civil Liability Issues in a Comparison between Europe and United States Trento: Università degli Studi di Trento - (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series; 3)

STUDENT PAPER N.2

Il ruolo della responsabilità civile nella famiglia: una comparazione tra Italia e Francia

SARTOR, MARTA (2010) Il ruolo della responsabilità civile nella famiglia: una comparazione tra Italia e Francia = The Role of Tort Law within the Family: A Comparison between Italy and France Trento: Università degli Studi di Trento - (Trento Law and Technology Research Group. Students
Paper Series; 2)

STUDENT PAPER N.1

Tecnologie belliche e danno al proprio combattente: il ruolo della responsabilità civile in una comparazione fra il caso statunitense dell'Agent Orange e il caso italiano dell'uranio impoverito

RIZZETTO, FEDERICO (2010) Tecnologie belliche e danno al proprio combattente: il ruolo della responsabilità civile in una comparazione fra il caso statunitense

dell’Agent Orange e il caso italiano dell’uranio impoverito = War Technologies and Home Soldiers Injuries: The Role of Tort Law in a Comparison between the American “Agent Orange” and the Italian “Depleted Uranium” Litigations Trento: Università degli Studi di Trento - (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series; 1)