La tutela delle DOP e IGP

Chair Jean Monnet PESTRI

Co-funded by
the European Union

Introduzione

Il fattore geografico come modo per differenziare i prodotti

I riferimenti geografici come modo per comunicare la qualità superiore del prodotto dipendente dalla sua origine geografica

La non necessaria correlazione origine – qualità

Co-funded by
the European Union

Introduzione

La liberalizzazione dei mercati a livello globale

→

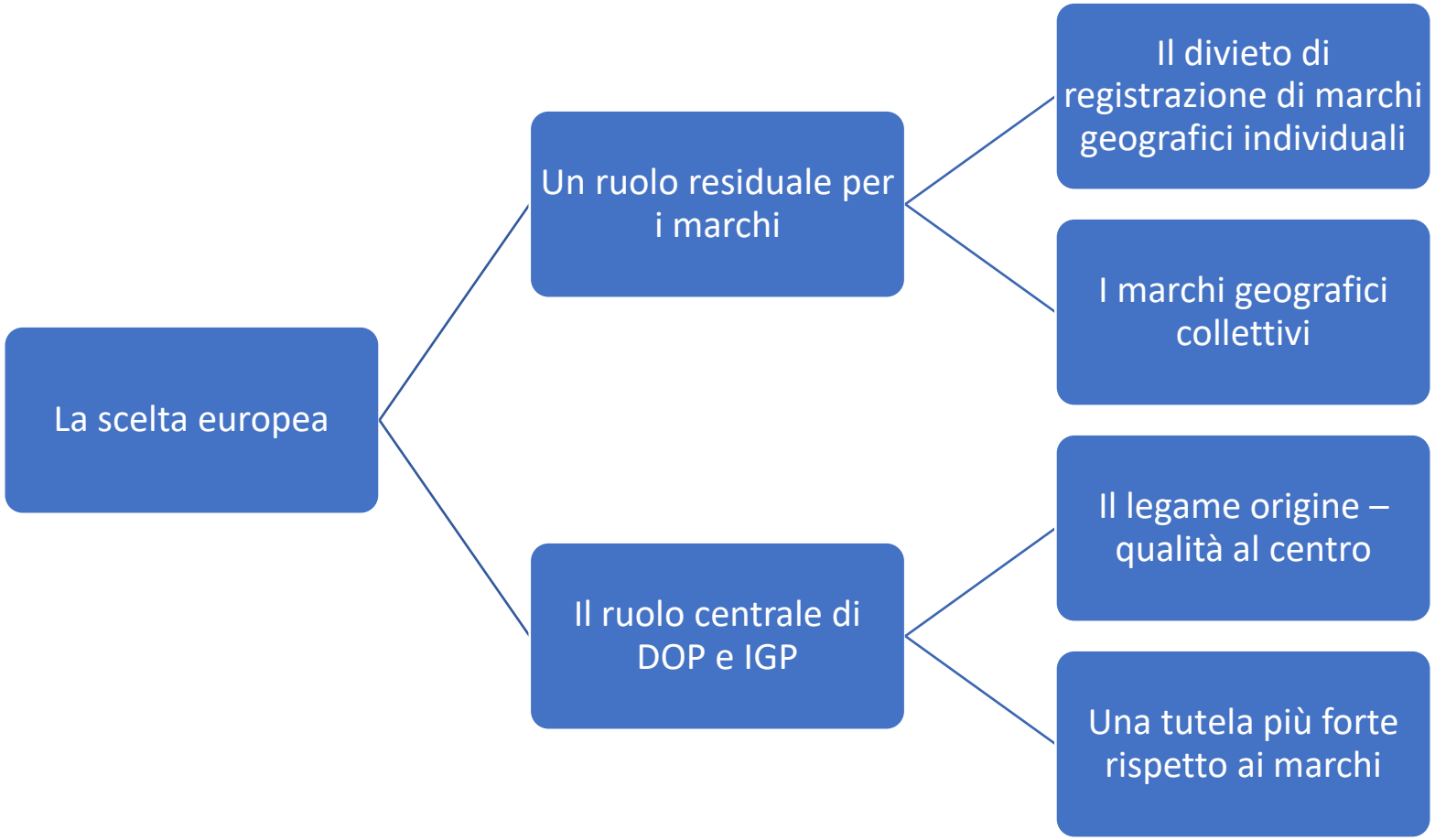
L'impossibilità di competere sulla quantità

→

La centralità della qualità: il modello offerto dal settore vitivinicolo

Co-funded by
the European Union

Introduzione



Co-funded by
the European Union

Il concetto di qualità

- La qualità in senso oggettivo: il caso Sekt
- Qualità reputazionale: il caso del Torrone di Alicante
- La qualità nel Libro Verde del 2008
- Il reg. 1143/2024

Co-funded by the European Union

DOP e IGP: definizioni e limiti

Le differenze

- DOP: forte legame tra origine e qualità
- IGP: legame più debole tra origine e qualità
- Le differenze nelle due definizioni

I limiti alla registrazione

- nomi generici
- omonimie
- nomi di varietà/razze
- marchi famosi

Co-funded by the European Union

Il disciplinare

La centralità del disciplinare:	Nel definire quale sia il legame tra origine e qualità
	Nel registrare una nuova DOP/IGP
	Nel rivendicare una DOP/IGP da parte degli operatori
	Nel rappresentare gli elementi elencati nell’art. 49 del reg. 1143/2024

Co-funded by
the European Union

La protezione di DOP e IGP

La tutela è offerta contro (art. 26, reg. 2024/1143):

- qualsiasi impiego commerciale diretto o indiretto dell'indicazione geografica per prodotti che non sono oggetto di registrazione, qualora questi ultimi siano comparabili ai prodotti registrati con tale nome o l'uso di tale indicazione geografica per un prodotto o un servizio sfrutti, indebolisca, svigorisca o ancora danneggi la reputazione del nome protetto, anche quando tali prodotti sono utilizzati come ingredienti;
- qualsiasi usurpazione, imitazione o evocazione, anche se l'origine vera dei prodotti o servizi è indicata o se il nome protetto è una traduzione, una trascrizione o una traslitterazione o è accompagnato da espressioni quali «genere», «tipo», «metodo», «alla maniera», «imitazione», «gusto», «come» o simili, anche quando tali prodotti sono utilizzati come ingredienti;
- 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, sui documenti o nelle informazioni fornite su interfacce online relative al prodotto considerato, nonché l'impiego, per il confezionamento, di recipienti che possano indurre in errore sulla sua origine;
- qualsiasi altra pratica che possa indurre in errore il consumatore sulla vera origine del prodotto

Co-funded by the European Union

Casistica europea

Co-funded by
the European Union

La nozione di evocazione: C-75/15

Calvados

Verlados

Co-funded by
the European Union

La nozione di evocazione: C-75/15

I fatti e le questioni:	Verla è una piccolo città in Finlandia; ViniiVerla è il nome di un produttore di Verla che produce, dal 2001, un liquore distillato dalle mele e chiamato Verlados
	Gli attori lamentano la violazione della IG francese Calvados
	Due questioni di fronte alla CGUE: 1. nel valutare la nozione di evocazione, quale dovrebbe essere il consumatore di riferimento? Il consumatore medio nazionale? Il consumatore medio europeo? 2. quali sono i criteri per stabilire se vi è evocazione?

Co-funded by the European Union

La nozione di evocazione: C-614/17

Rocinante

Queso Manchego

Co-funded by
the European Union

La nozione di evocazione: C-614/17

I fatti e le questioni:

Un produttore spagnolo che opera nella regione de La Mancia commercializza formaggi, non conformi al disciplinare della DOP Queso Manchego, sulla cui etichetta sono riportate immagini che richiamano la regione de La Mancia

Il consorzio del Queso Manchego ritiene che tali immagini costituiscano un'evocazione della DOP Questo Manchego

Due questioni: 1. se l'evocazione possa essere determinata anche da segni figurativi o se debba consistere nell'uso di denominazioni che presentano una somiglianza visiva, fonetica o concettuale con la DOP; 2. se l'impiego di segni figurativi che pur evocano una DOP possa essere tollerato se proviene da un produttore effettivamente operante nella regione evocata

Co-funded by the European Union

DOP come ingrediente: C-393/16

Un discount tedesco commercializza un sorbetto che contiene il 12% di, chiamandolo "Champagner Sorbet"

Il CIVC ritiene che il nome del prodotto viola la DOP Champagne

Due questioni di fronte alla CGUE:

1. in presenza di quali condizioni è possibile fare riferimento ad una DOP nel nome di un prodotto composto quando tale DOP è utilizzata come ingrediente?
2. Nel caso le condizioni sopra riferite non siano rispettate, l'impiego della DOP dà luogo a: i) sfruttamento della reputazione della DOP, ii) usurpazione, iii) imitazione, iv). evocazione?

Co-funded by
the European Union

DOP e servizi: C-783/19

Una catena spagnola di tapas bar reca come nome sull'insegna il termine «Champanillo». I bar non vendono Champagne, ma il titolare della catena in passato aveva commercializzato una bevanda alcolica effervescente chiamandola Champanillo e aveva dovuto bloccare tale commercializzazione perché ritenuta in conflitto con la DOP Champagne

Il CIVC chiede che all'imprenditore sia impedito di impiegare il termine Champanillo anche sull'insegna dei suoi bar

In primo grado la domanda viene respinta perché il termine Champanillo non si riferisce ad un prodotto comparabile (vino), bensì ad un servizio (di ristorazione) per cui i consumatori non verrebbero tratti in inganno

Due questioni di fronte alla CGUE: 1. la protezione offerta a DOP e IGP copre solo i prodotti o anche i servizi? 2. la protezione scatta solo se il prodotto/servizio è simile oppure identico a quello protetto tramite la DOP/IGP?

Co-funded by
the European Union

Marchi vs DOP: EUIPO 2020

Co-funded by the European Union