

LA PROTEZIONE DELLE INDICAZIONI GEOGRAFICHE NEI NUOVI REGOLAMENTI UE: QUADRO DISCIPLINARE E ASPETTI ECONOMICO-CONCORRENZIALI*

di Giuseppe Sanseverino**

Sommario. 1. I presupposti politico-normativi della nuova disciplina: il sostegno alle diverse economie agricole regionali europee. – 2. Le nuove (e vecchie) regole sulle indicazioni geografiche: l'oggetto della protezione e i requisiti di accesso alla tutela. – 2.1. (Segue) La procedura di registrazione, il disciplinare, il ruolo delle associazioni dei produttori e dell'EU IPO. – 2.2. (Segue) Il ruolo dei produttori, le norme sull'utilizzo dei simboli e la presentazione dei prodotti con IG. – 2.3. (Segue) L'estensione della protezione conferita dalle IG. – 3. La protezione delle indicazioni geografiche per i prodotti artigianali e industriali: una difesa per la cultura manifatturiera. – 4. Il sistema europeo e il suo coordinamento con le altre discipline internazionali. – 5. *Hic sunt leones*: i dati economici e l'assetto concorrenziale desiderato dall'UE. – 6. Considerazioni finali.

1. I presupposti politico-normativi della nuova disciplina: il sostegno alle diverse economie agricole regionali europee. Nell'attuale contesto economico e sociale è innegabile la diffusa percezione di vivere all'interno di una peculiare fase di transizione, che si potrebbe anche rivelare epocale per i ritmi vertiginosi con i quali i cambiamenti avvengono, perfino in ambiti che potrebbero definirsi tradizionali e ostili alle novità. Negli ultimi due decenni i mondi digitali e di internet hanno già rivoluzionato il modo di comunicare e si è sviluppata una consapevolezza diffusa nella società civile, e tra i suoi rappresentanti istituzionali, riguardo all'importanza di individuare gli strumenti più adatti per garantire che i processi innovativi rimangano sempre al servizio di uno sviluppo avanzato e sostenibile. All'interno di questa nuova prospettiva di progresso sono state convogliate anche le necessità antropiche più profonde come l'agricoltura, il cibo e le tradizioni locali, ed inevitabilmente, anche in questi campi, si affacciano nuovi modelli rappresentativi che tentano di accogliere queste recenti direttrici dell'innovazione.

Questo orientamento verso una forte digitalizzazione e ad una vigorosa speditezza degli schemi economici di riferimento ha indotto l'UE a rimodellare la disciplina delle indicazioni geografiche, articolandola in due strumenti normativi, il primo è il reg. UE 2024/1143 dell'11 aprile 2024 relativo alle indicazioni geografiche dei vini, delle bevande spiritose e dei prodotti agricoli, nonché alle specialità tradizionali garantite e alle indicazioni facoltative di qualità per i prodotti agricoli, (che modifica i regolamenti UE n. 1308/2013, 2019/787 e 2019/1753 e che abroga il n. 1151/2012)¹; il secondo è il reg. UE 2023/2411 del 18 ottobre 2023 relativo

* *Sottoposto a referaggio.* Il presente lavoro è stato finanziato dall'Unione Europea - NextGenerationEU, Mission 4, Component 1, nell'ambito del finanziamento Ecosistema Nazionale dell'Innovazione del Ministero dell'Università e della Ricerca (MUR) ECS0000041 - VITALITY - CUP: C43C22000380007.

** Ricercatore t.d., lett. a), di Diritto commerciale – Università di Teramo.

¹ La proposta di Regolamento UE relativo alle indicazioni geografiche dell'Unione europea di vini, bevande spiritose e prodotti agricoli e ai regimi di qualità dei prodotti agricoli, che modifica i regolamenti (UE) n.

alla protezione delle indicazioni geografiche per i prodotti artigianali e industriali (che modifica i regolamenti UE 2017/1001 e 2019/1753)². Quest'ultimo rappresenta per molti versi una novità, ancorché sia la raffigurazione (e la conferma) più puntuale delle attuali intenzioni legislative di rafforzamento delle politiche economiche in tema di sfruttamento delle tradizioni culturali ed antropiche dei paesi europei, come più oltre si vedrà.

L'intera (ed ultima versione) della disciplina UE sulle indicazioni geografiche svela pienamente la sua natura presentandosi come una normativa stratificata, in quanto, al di là delle disposizioni in tema di proprietà intellettuale che dovrebbero essere l'unico oggetto, tende in parte sia a plasmare vere e proprie politiche di marketing e sia a configurare un intero settore economico. In questo senso si può certamente affermare che la disciplina ha percorso l'ultimo miglio di un cammino che era già iniziato nel sistema previgente, giacché le nuove regole sono state il frutto, non solo di una tipica manifestazione di aggiornamento della legislazione europea, ma il risultato di una più meditata volontà di cambiamento e di consolidamento del quadro delle politiche agricole europee³.

In questo senso le modifiche varate sono state ritenute le più opportune nella direzione di un miglioramento della politica economica ed agricola dell'UE alla luce del quadro (molto diversificato) dei risultati di mercato, di redditività e di produzione che emergevano da paese a paese e della necessità di operare, per un verso, con un obiettivo unitario, e per altro, di dare sostegno e soluzione a tutte le criticità rilevate, talora dissimili tra loro, nei diversi territori. Questi elementi di riflessione sono presenti negli studi preliminari e nei lavori preparatori, e l'insieme delle analisi che sono state condotte sono anche facilmente reperibili in internet sul sito della Commissione UE, dove sono state pubblicate tra il 2021 e il 2022. Peraltro, nell'ambito dei lavori preparatori è stata condotta anche un'ampia attività di consultazione con i portatori di interesse⁴.

1308/2013, (UE) 2017/1001 e (UE) 2019/787 e che abroga il regolamento (UE) n. 1151/2012 rubricata [COM(2022) 134 final 2022/0089(COD)] del 31 marzo 2022 è stata adottata dal Parlamento europeo e dal Consiglio e in data 11 aprile 2024; in sede di approvazione il regolamento è stato rubricato come Reg. UE 2024/1143 ed è stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea in data 23 aprile 2024, questo testo normativo si applica a decorrere dal 13 maggio 2024, alcune (e poche) norme minori saranno vigenti a partire dal 1° gennaio 2025.

² Il Regolamento (UE) 2023/2411 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo alla protezione delle indicazioni geografiche per i prodotti artigianali e industriali è stato approvato in data 18 ottobre 2023 ed è stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea in data 27 ottobre 2023, questo testo normativo si applicherà, nella sua parte più significativa, a decorrere dal 1° dicembre 2025.

³ *Ex multis* F. Raspadori, *Il contributo dell'Unione europea alla ricostruzione della nozione di economia circolare*, in *Dir. Un. Eur.*, 2021, 553;

⁴ I documenti principali sono i seguenti: Eu Commission, *Inception Impact Assessments*, title of the initiative: *Revision of the EU geographical indications (GIs) systems in agricultural products and foodstuffs, wines and spirit drinks*, DG AGRI Unit B3 (Geographical Indications), Regulation of the European Parliament and of the Council, Q3 2021; EU COMMISSION, *EU geographical indications scheme (revision) Public Consultations and Feedback*, all'indirizzo https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12664-Food-&-drink-EU-geographical-indications-scheme-revision-/public-consultation_en; *Parere del Comitato economico e sociale europeo sulla proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio relativo alle indicazioni geografiche dell'Unione europea di vini, bevande spiritose e prodotti agricoli e ai regimi di qualità dei prodotti agricoli, che modifica i regolamenti (UE) n. 1308/2013, (UE) 2017/1001 e (UE) 2019/787 e che abroga il regolamento (UE) n. 1151/2012*, [COM(2022) 134 final — 2022/0089 (COD)] (2022/C 443/17), pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea in data 22 novembre 2022; *Parere del Comitato europeo delle regioni — Riforma del sistema delle indicazioni geografiche (2023/C 79/11)*, relatrice: Karine Gloanec Maurin sulla Proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio relativo alle indicazioni geografiche dell'Unione europea di vini, bevande spiritose e prodotti agricoli e ai regimi di qualità dei prodotti agricoli, che modifica i regolamenti (UE) n. 1308/2013, (UE) 2017/1001 e (UE) 2019/787 e che abroga il regolamento (UE) n. 1151/2012 COM(2022) 134 (final), pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea in data 2 marzo 2023.

Questi studi, che nel complesso rappresentano l'elaborazione di una documentazione di supporto molto ampia, alla proposta prima, e ai regolamenti dopo, hanno evidenziato principalmente le difficoltà in cui versano i territori caratterizzati da un'agricoltura meno industrializzata, l'andamento non profittevole di molte produzioni locali e un sempre maggiore invecchiamento generalizzato in tutta l'UE della popolazione lavorativa del settore. Inoltre, e parallelamente, è emersa una generale insoddisfazione sulle modalità comunicative con le quali le diverse tutele delle indicazioni geografiche si presentavano al mercato e sul sistema di partecipazione dei soggetti realmente interessati al processo di registrazione e di enforcement delle IG (d'ora in avanti anche con questa abbreviazione), quali nello specifico lo scarso sfruttamento di internet e delle tecnologie digitali per ogni fase di vita delle protezioni (registrazione, promozione, controllo e prevenzione delle frodi)⁵.

Le relazioni preparatorie ai due regolamenti hanno anche segnalato sul piano delle aspettative delle istituzioni UE una diffusa delusione derivante dalla scarsa adesione e dal basso successo che gli strumenti di protezione delle IG hanno ricevuto nel vigore della legislazione anteriore e negli anni che hanno preceduto il varo delle nuove regole. Infatti, spesso ed esplicitamente, si ammette che nonostante i diversi decenni di esistenza dei regimi di IG e delle specialità tradizionali garantite (d'ora in avanti anche STG) il sistema non aveva prodotto i benefici previsti per i produttori e i consumatori nell'ottica di individuare e promuovere economicamente in modo efficace i prodotti agricoli tradizionali nell'UE⁶.

Sulla base di queste premesse nel reg. UE 2024/1143, e nella mole documentale che ha accompagnato il testo legislativo, traspare in modo esplicito che l'obiettivo generale e prioritario della revisione delle IG era quello di semplificare tutte le fasi di accesso alla tutela nell'intera UE, rendendo le protezioni come degli strumenti di proprietà intellettuale facilmente accessibili a tutti gli agricoltori e imprenditori di prodotti che per caratteristiche e rinomanza potessero vantare una relazione (anche minima) con il luogo di produzione, questo anche nell'ottica di proporre una strategia di sostegno alle diverse economie regionali europee. Pertanto, dalla necessità di adeguamento legislativo di un sistema di protezione IP e di modernizzazione digitale del sistema si è passati, con un passo in verità davvero breve, alla modellazione di una vera e propria politica economica ed agricola *tout court*, amplificando elementi normativi già precedentemente presenti nella legislazione anteriore.

Conseguentemente la regolazione delle IG è ora direttamente coerente con le politiche agricole UE, e alla base di tutto il complesso normativo dei due regolamenti vi sono i dati macroeconomici più significativi dell'ultimo decennio sul settore economico di riferimento, nonché su quello eno-gastronomico⁷.

L'UE ha adottato, ma sarebbe meglio dire, che ha confermato, anche all'interno di questi regolamenti, una visione di un ulteriore potenziamento di una disciplina fortemente protezionistica (secondo una idea fortemente voluta dall'Italia), ma in un quadro consapevolmente accolto anche da paesi con una «industria agricola» importante come la

⁵ L'insoddisfazione delle modalità comunicative delle indicazioni geografiche è menzionata nel Considerando (64) del Regolamento UE 2024/1143. In questo considerando si evidenzia che l'attuale regime delle specialità tradizionali garantite non ha sfruttato appieno tutte le sue potenzialità, suggerendo che le attuali disposizioni in materia dovrebbero essere migliorate, chiarite e rese più incisive per ottenere un regime più comprensibile, efficace e interessante per i potenziali richiedenti.

⁶ Il riferimento allo scarso successo nell'adozione delle indicazioni geografiche è contenuto nel Considerando (71) del Regolamento UE 2024/1143. Questo considerando afferma che il regime delle indicazioni facoltative di qualità non ha ancora raggiunto il proprio potenziale negli Stati membri, suggerendo che vi è spazio per miglioramenti e un maggiore utilizzo di questo strumento da parte dei produttori.

⁷ Si veda <https://www.consilium.europa.eu/it/policies/the-common-agricultural-policy-explained/>.

Francia e la Germania⁸. Nondimeno questa linea di condotta è stata anche fiduciarmente accettata nelle sue linee di fondo dalle altre nazioni UE, mosse queste ultime dalla esigenza di irrobustire le agricolture e i territori meno sviluppati per mezzo di una forte caratterizzazione delle protezioni derivanti dal sistema delle IG⁹.

Partendo da questa ampia accettazione di principio, è possibile sintetizzare i numerosi considerando e le sezioni più rilevanti della relazione al reg. UE 2024/1143, individuando i pilastri fondamentali dell'intervento normativo. Tale intervento mira innanzi tutto sia a promuovere standard sempre più elevati nella qualità alimentare e sia a tutelare il ricco patrimonio di diversità culturali, gastronomiche e locali dell'Unione Europea, e si articola in quattro direttrici operative (i) il miglioramento dell'efficacia della protezione e del livello di tutela conferito dalle private, in generale, e con particolare riguardo alle violazioni commesse in Internet¹⁰, e questo anche a fronte di una ulteriore semplificazione dell'accesso alla protezione; (ii) la prevenzione sugli usi in malafede delle IG, derivanti anche dal rischio di confusione per l'uso di segni non originali che possano creare un'associazione con quelli protetti; (iii) l'attuazione di una difesa efficace per mezzo di una più celere verifica della conformità dei segni utilizzati in Internet, e questo anche consentendo ai consumatori di essere informati in modo migliore e completo ed essere in grado di individuare i prodotti autentici¹¹; ed infine (iv) la concessione di un'agevolazione alle produzioni sostenibili di prodotti protetti con le IG, attraverso una ulteriore valorizzazione dei fattori naturali a loro connessi, e anche predisponendo strumenti legislativi (ed economici) che favoriscano una remunerazione equa per i produttori, per mezzo del rafforzamento della loro posizione nella filiera alimentare¹².

Inoltre, il reg. UE 2024/1143 accresce il ruolo svolto dalle associazioni di produttori, prevede lo snellimento delle procedure di registrazione delle IG, sia a livello nazionale che europeo, e questo per via della consapevolezza di dover raggiungere un numero più alto di prodotti registrati al fine di sviluppare l'importanza di questa protezione in tutta l'Unione.

Occorre soggiungere che, il «parallelo» reg. UE 2023/2411 estende la tutela delle IG, sempre con un diritto di proprietà intellettuale eurounitario, ai prodotti artigianali e industriali che costituiscono il risultato dell'originalità e dell'autenticità di pratiche tradizionali regionali.

⁸ Si veda https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/cap-overview/cap-2023-27_it#documenti; European Commission, *Common Agricultural Policy For 2023-2027-28 Cap Strategic Plans At A Glance*, December 2022; European Commission, *Study on economic value of EU quality schemes, geographical indications (GIs) and traditional specialties guaranteed (TSGs) - Final Report*, 2021.

⁹ N.I. Sampalean, D. Rama, G. Visentin, *An investigation into Italian consumers' awareness, perception, knowledge of European Union quality certifications, and consumption of agrifood products carrying those certifications*, in *Bio-based and Applied Economics*, 2021, 10 (1), 3 ss.

¹⁰ Sul punto cfr. il considerando n. 36 della proposta che, significativamente, segnala che: «le piattaforme online sono sempre più utilizzate per la vendita di prodotti, compresi quelli designati come indicazioni geografiche, e in alcuni casi potrebbero rappresentare uno spazio importante per prevenire le frodi. A tale riguardo, è opportuno che il presente regolamento stabilisca norme volte a garantire un'etichettatura adeguata dei prodotti venduti tramite piattaforme online e a conferire agli Stati membri la facoltà di disabilitare l'accesso ai contenuti che violano le norme».

¹¹ Il considerando n. 15 della proposta indica a tal fine che: «per garantire la trasparenza e l'uniformità in tutti gli Stati membri è necessario istituire e mantenere un registro elettronico dell'Unione delle indicazioni geografiche registrate come denominazioni di origine protette o indicazioni geografiche protette. Il registro dovrebbe fornire informazioni ai consumatori e agli operatori commerciali, e dovrebbe essere una banca dati elettronica memorizzata in un sistema informativo ed essere accessibile al pubblico».

¹² In questo senso si rinvia anche al contenuto del considerando n. 49 laddove specifica che: «è opportuno che le specialità tradizionali garantite siano efficacemente protette sul mercato affinché i loro produttori siano adeguatamente ricompensati per il loro valore aggiunto e che a coloro che le utilizzano in modo illecito sia impedito di vendere i loro prodotti».

Questo a completamento del reg. UE 2024/1143 e ad integrazione della chiara scelta legislativa degli organi dell'UE di incrementare (in ogni aspetto) l'uso di questi strumenti di protezione da parte degli artigiani e dei produttori delle numerosissime tipicità nazionali e locali dell'intera Europa, sebbene diversi dai prodotti alimentari¹³.

L'estensione dello spettro delle esigenze sottese al reg. UE 2024/1143 è evidente sul piano esegetico anche ad una lettura piana del testo normativo, infatti giova ricordare in proposito che il precedente reg. UE 1151/2012, al momento della sua introduzione, fondava i suoi obiettivi calibrandoli essenzialmente (e in modo minimale) sulla volontà (indicata al considerando n. 1) degli organi comunitari di adottare una politica che avrebbe dovuto avere «l'obiettivo di semplificare il quadro normativo della politica agricola comune», e quindi, costituendo le ragioni di intervento – in modo diretto e non eccentrico – sull'idea di operare con gli strumenti della proprietà intellettuale per agire all'interno dell'economia agricola europea.

Il nuovo reg. UE 2024/1143, diversamente, ha l'ambizione (per molti versi appagata) di essere uno degli strumenti centrali nella intera disciplina della politica agricola UE. Infatti, nel testo del (lungo) art. 4 rubricato, per l'appunto, «obiettivi» si legge che la protezione unitaria delle IG che tutela i nomi di vini, bevande spiritose e prodotti agricoli con caratteristiche, proprietà o reputazione aventi un legame con il loro luogo di produzione, dovrà (i) garantire ai produttori che agiscono collettivamente le capacità e le responsabilità necessarie per gestire l'indicazione geografica in questione, anche al fine di promuovere economie sostenibili nelle dimensioni del valore economico, ambientale e sociale, ed in cui la competitività sul mercato, deve convivere con la salute e il benessere degli animali; (ii) contribuire ad una concorrenza leale e generare valore aggiunto da condividere lungo tutta la catena di commercializzazione per una remunerazione equa per i produttori, per investire nella qualità, nella reputazione e nella sostenibilità dei loro prodotti, nonché per conseguire degli obiettivi della politica di sviluppo rurale e di sostegno delle attività agricole, preservando il know-how e promuovendo specifici prodotti di qualità dovuti alla zona geografica in cui sono prodotti; (iii) assicurare la ricezione di informazioni affidabili per i consumatori circa l'origine, l'autenticità, la qualità, la reputazione e altre caratteristiche legate all'origine geografica o all'ambiente geografico di tali prodotti e possano identificarli facilmente sul mercato, anche nel commercio elettronico; (iv) affermare pienamente una registrazione efficiente e agevole delle indicazioni geografiche che tenga conto dell'adeguata tutela dei diritti di proprietà intellettuale.

Con ogni evidenza sin dall'incipit il nuovo testo normativo non fa mistero di proporsi direttamente come una leva legislativa diretta a qualificarsi come una vera e propria linea di programmazione economica (talora non priva di petizioni di principio) che mal si concilia

¹³ In questi anni il tema della indicazione geografica in relazione a prodotti diversi da quelli alimentari anni è stato oggetto di dibattito; indubitabilmente non si può escludere (e di fatto esistono) prodotti il cui apprezzamento deriva da fattori umani e tradizionali anche al di fuori del campo alimentare; la diffusa cultura artigianale che, a seconda dei manufatti, si ritrova in molte zone italiane ed europee appartiene alla comune conoscenza, e quindi, in modo non dissimile da quanto accade nel settore agroalimentare, ci sono indicazioni geografiche importanti che meritano di essere protette. Tuttavia, nonostante il coro di consensi in dottrina nei confronti dell'estensione di protezione, la giurisprudenza UE in alcune pronunce (*ex multis* CGCE, 8 settembre 2009, C-478/07) ha stabilito che il sistema europeo (all'epoca comunitario) di tutela previsto dall'allora Reg. CE 510/06 aveva una natura esauriente, e che pertanto non era possibile estenderne la tutela; sintetizzando le motivazioni, secondo l'organo di giustizia UE, questo strumento legislativo era di ostacolo all'applicazione di un sistema di tutela diverso per conferire ad una denominazione, riconosciuta secondo il diritto di uno Stato membro come una denominazione di origine, una tutela in un altro Stato membro, allorquando tale denominazione di origine non fosse stata oggetto di una domanda di registrazione sulla base del predetto regolamento che era specifico per i prodotti indicati.

con le tipiche regole della proprietà intellettuale e con le finalità che le contraddistinguono.

2. Le nuove (e vecchie) regole sulle indicazioni geografiche: l'oggetto della protezione e i requisiti di accesso alla tutela. L'art. 1 rubricato «oggetto» prevede che: «il presente regolamento stabilisce le norme riguardanti: a) le indicazioni geografiche di vini, bevande spiritose e prodotti agricoli; b) le specialità tradizionali garantite e le indicazioni facoltative di qualità per i prodotti agricoli», questa norma deve leggersi unitamente al successivo art. 5, nel quale le definizioni di vini, bevande spiritose e prodotti agricoli vengono poi ulteriormente specificati nel loro ambito di applicazione (e peraltro vengono anche individuati in base ad una nomenclatura stilata nell'allegato al regolamento), conseguentemente, ora, in un unico strumento legislativo euro-unitario si disciplineranno le fattispecie che prima, in base al vecchio Reg. UE 1151/2012 erano divise in due regolamenti (prodotti agricoli e vini o bevande spiritose)¹⁴.

L'art. 2, c. 2, del vecchio reg. UE 1151/2012, infatti, indicava espressamente che il regolamento non si applicava alle bevande spiritose, ai vini aromatizzati o ai prodotti vitivinicoli. Viene quindi ora confermato l'assunto di base secondo cui le IG sono diritti di proprietà intellettuale che proteggono nomi di prodotti agroalimentari (in generale) che hanno un legame specifico con un'area geografica, dove determinate qualità, caratteristiche o reputazione del prodotto sono attribuibili principalmente alla loro origine geografica¹⁵.

La disposizione di cui all'art. 1 del nuovo regolamento, pur avendo una funzione prevalentemente descrittiva, rappresenta un pilastro fondamentale del testo normativo, in quanto chiarisce sin dall'inizio quali prodotti e quali certificazioni rientrano nel campo di applicazione della nuova regolamentazione. La norma distingue due principali categorie: (a) le indicazioni geografiche (IG), che comprendono le denominazioni di origine protette (d'ora in avanti anche DOP) e le indicazioni geografiche protette (d'ora in avanti anche IGP) relative ai vini, ai prodotti agricoli e alle bevande spiritose; e (b) le specialità tradizionali garantite (STG) e le indicazioni facoltative di qualità, che si applicano anch'esse ai prodotti agricoli e alimentari e mirano a valorizzare metodi di produzione e tradizioni specifiche in misura diversa, come più oltre si vedrà.

L'art. 1, dunque, non si limita a definire l'oggetto del regolamento, ma getta le basi per un quadro normativo più razionale, organico e orientato alla protezione e alla promozione delle eccellenze europee. La denominazione di origine (DOP) identifica quei prodotti agricoli le cui qualità e caratteristiche sono il risultato diretto di un ambiente geografico unico, nel quale fattori naturali e umani interagiscono in modo inscindibile. Ai sensi dell'art. 46, affinché un prodotto possa essere riconosciuto come DOP, devono ricorrere tre condizioni fondamentali: (i) l'origine ovvero la circostanza secondo cui il prodotto deve provenire da un'area geografica delimitata; (ii) le qualità e le caratteristiche, che devono derivare

¹⁴ Il reg. UE n. 1151/2012 (del Parlamento europeo e del Consiglio, del 21 novembre 2012, sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari, in G.U.U.E. n. L 343 del 14 dicembre 2012, 1 ss.) è stato modificato dal reg. UE 2021/2117 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 2 dicembre 2021 che da ultimo aveva inserito nella protezione anche i vini aromatizzati.

¹⁵ La letteratura più risalente che tipicamente ha plasmato il concetto di indicazioni geografiche come elemento cardine nell'universo dei segni distintivi, definendone la funzione quale strumento di tutela dell'origine, di valorizzazione economica e di garanzia per il consumatore è la seguente: V. Di Cataldo, *I segni distintivi*, Milano, 1993; G. Ghidini, *Della concorrenza sleale*, in *Comm. Schlesinger*, Milano, 1988; V. Mangini, *Il marchio e gli altri segni distintivi*, in *Tratt. Galgano*, V, Padova, 1988; P. Pettiti, *Il marchio collettivo. Commento alla nuova legge sui marchi*, in *Riv. dir. comm.*, 1994, 621 ss.; G. Sena, *Il nuovo diritto dei marchi*, Milano, 1998; P. Spada, *Il marchio collettivo tra distinzione e certificazione*, in AA.VV., *Scritti in onore di Minervini*, Napoli, 1997; M. Ricolfi, *Trattato dei marchi*, Giappichelli, Torino, 2015, 1794 ss.; in ambito internazionale *ex multis* D. Gangjee, *Relocating the Law of Geographical Indications*, Cambridge University Press, Cambridge, 2012, 2 ss.

essenzialmente o esclusivamente dalle peculiarità di quell'area, come il clima, il suolo o le tecniche produttive tramandate nel tempo; ed infine (iii) il processo produttivo localizzato, ovvero tutte le fasi della produzione devono avvenire nella zona geografica individuata. Questa definizione sottolinea l'assoluto radicamento della DOP nel territorio, in sostanza il prodotto non potrebbe esistere in un'altra parte del mondo senza perdere le caratteristiche che lo rendono unico. Tuttavia, occorre considerare che tale assunto subisce anche una deroga non piccola, poiché si permette di registrare come DOP anche quei prodotti la cui materia prima proviene da un'area più ampia o diversa, purché siano rispettati rigorosi criteri di delimitazione territoriale, di controllo della produzione, ovvero si tratti di DOP consolidate alla data del 1° maggio 2004 (art. 46, c. 3).

L'indicazione geografica protetta (IGP) presenta invece un legame con il territorio meno vincolante rispetto alla DOP, ma non per questo meno rilevante. Sempre secondo l'articolo 46, per ottenere questa certificazione è sufficiente che: (i) il prodotto sia originario di una zona geografica determinata; (ii) la sua qualità, la sua reputazione o le altre caratteristiche siano essenzialmente attribuibili a quella specifica origine; e (iii) che almeno una fase del processo produttivo si svolga nell'area delimitata.

L'IGP si distingue dunque dalla DOP per il fatto che non tutte le fasi della produzione devono avvenire nel territorio di riferimento, rendendola uno strumento più flessibile per la tutela e la valorizzazione di prodotti che, pur mantenendo un forte legame con la zona di origine, possono prevedere lavorazioni esterne senza compromettere la loro identità.

Ad un livello diverso (e non per forza minore) si pongono le specialità tradizionali garantite. Se DOP e IGP si concentrano sul legame tra prodotto e territorio, le STG, regolate dall'articolo 52, introducono un concetto diverso: ovvero proteggono le pratiche produttive e le ricette tradizionali, indipendentemente dall'origine geografica¹⁶. Questo regime è evidentemente finalizzato: (i) a preservare metodi di produzione consolidati nel tempo, offrendo ai produttori un riconoscimento ufficiale del valore aggiunto insito nella tradizione; (ii) a garantire ai consumatori informazioni trasparenti sulle caratteristiche specifiche e distintive dei prodotti; e, a ben vedere, anche (iii) a promuovere una concorrenza leale, assicurando che la tradizione sia rispettata e non venga banalizzata o sfruttata impropriamente a fini commerciali. D'altro canto, le STG non impongono restrizioni territoriali, ma proteggono le tecniche produttive e le ricette autentiche, assicurando che determinati metodi siano preservati dalle imitazioni e dai tentativi di standardizzazione industriale.

Infine, occorre considerare che gli art. da 78 ad 82 disciplinano le c.d. «indicazioni facoltative di qualità», d'ora in avanti anche IFQ. Nell'ambito della regolamentazione europea sui prodotti agroalimentari, il nuovo regolamento – dunque – introduce un ulteriore livello di riconoscimento che si affianca alla più strutturata protezione delle indicazioni geografiche, offrendo ai produttori uno strumento flessibile per differenziare i propri prodotti sul mercato, comunicando caratteristiche distintive che, pur non rientrando nei rigidi criteri delle IG, rappresentano un valore aggiunto per il consumatore. L'obiettivo di queste indicazioni, definito dall'art. 78, è quello di facilitare la comunicazione delle peculiarità di un prodotto, incentivando una maggiore trasparenza e sostenibilità nel mercato agroalimentare.

¹⁶ Il reg. UE n. 1151/2012 che ha sostituito il precedente reg. CE n. 509/06 (in G.U.U.E. n. L 93 del 31 marzo 2006) prevedeva le specialità tradizionali garantite dei prodotti agricoli e alimentari (STG), anche in quella disciplina la STG era un sistema di registrazione dei nomi specifici di prodotti agricoli o alimentari che erano dotati di particolari caratteristiche associate a specifiche tradizioni, anche in quel contesto il legislatore euro-unitario aveva a suo tempo preso atto del sostanziale insuccesso di tale protezione, sul punto cfr. Commissione Europea, *Libro Verde sulla qualità dei prodotti agricoli: norme di prodotto, requisiti di produzione e sistemi di qualità*, 15 ottobre 2008.

Se da un lato le IG garantiscono una protezione giuridica forte, le IFQ permettono (invece e solo) l'opportunità di mettere in evidenza specifici metodi di produzione o caratteristiche di un alimento, senza vincolarlo a una determinata area geografica. L'indicazione deve riferirsi a un aspetto particolare del prodotto o a un processo produttivo specifico che lo distingue dai suoi simili, e il suo utilizzo deve attribuire valore aggiunto rispetto a prodotti comparabili, rendendolo quindi più attraente per il consumatore. L'indicazione deve avere una dimensione sovranazionale, per evitare frammentazioni normative e garantire coerenza nel mercato unico, e tra le indicazioni facoltative di qualità già stabilite a livello normativo, una delle più rilevanti è l'indicazione di «prodotto di montagna» (art. 82).

Questa impostazione si pone in una visione propriamente di marketing ancorché lo strumento, almeno ad una prima lettura esegetica, non appare privo di fondamento sulla base del riferimento ad elementi oggettivi (seppur minimi) di qualità e distintività. Il ruolo svolto da questa norma rivela questa neanche tanto velata intenzione legislativa, tanto più se poi si considera che la Commissione Europea ha la facoltà di sviluppare un sistema digitale per promuovere la conoscenza di queste indicazioni a livello dell'Unione (art. 79, c. 2), e quindi viene offerta un'opportunità significativa per i produttori, che potrebbero beneficiare di una maggiore visibilità senza dover necessariamente affrontare il lungo e complesso iter di registrazione delle IG prima viste¹⁷.

La sostenibilità entra con forza anche nel sistema delle indicazioni geografiche, infatti, anche il reg. UE 2024/1143 nel ridefinire il legame tra qualità dei prodotti, identità territoriale e responsabilità dei produttori valorizza l'impegno verso pratiche rispettose dell'ambiente e del patrimonio culturale. Gli artt. 7 e 8 delineano un quadro innovativo che integra la tutela delle indicazioni geografiche con principi di sviluppo sostenibile e con meccanismi di verifica e trasparenza. Infatti, l'art. 7 incoraggia i gruppi di produttori ad adottare pratiche sostenibili che vadano oltre i requisiti normativi minimi imposti dall'Unione Europea e dagli Stati membri. Questo approccio mira a trasformare la sostenibilità in un valore aggiunto delle indicazioni geografiche, rendendola un fattore qualificante e distintivo nei disciplinari di produzione. Una volta inserite, queste pratiche diventano obbligatorie per tutti i soggetti della filiera, garantendo un'omogeneità di comportamento e un innalzamento complessivo della qualità produttiva. Il tema, peraltro, non rimane sul piano delle petizioni di principio, poiché l'art. 8 introduce uno strumento chiave di rendicontazione: la relazione sulla sostenibilità, quindi, obbliga i soggetti interessati alla redazione di un documento che raccolga i dati concreti sulle pratiche adottate dai produttori e sul loro impatto, permettendo la valutazione periodica dei progressi compiuti dalle aziende nel settore delle IG.

Le regole analizzate nel loro complesso segnano un cambiamento di prospettiva: la protezione delle IG non è più solo una questione giuridica, ma un modello di produzione responsabile, capace di coniugare tradizione, qualità e rispetto per l'ambiente e la società.

Già all'interno di queste norme generale è evidente che l'interazione tra gli artt. 1 e 4 è fondamentale per comprendere la portata della riforma introdotta dal regolamento: la prima norma definisce "cosa" è protetto, la seconda articola e amplia le ragioni per quali le tutele vengono definite, e illustra anche «come» queste devono tradursi in vantaggi concreti per produttori, consumatori e sistema economico.

Lungo questa prospettiva la distinzione tra DOP, IGP e STG riflette la volontà dell'Unione Europea di offrire un sistema flessibile e articolato per la tutela delle eccellenze

¹⁷ In modo critico sull'eccessiva stratificazione del sistema europeo di IG si veda 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.*, 4, 2015, 4 ss.; S. Bolognini, *Il reg. (UE) n. 1151/2012 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari: cinquanta sfumature di valore aggiunto*, in *Agricoltura Istituzioni Mercati*, 2014, 23 ss.

agroalimentari: ogni regime risponde a esigenze diverse, in quanto in un mercato sempre più globalizzato, queste certificazioni rappresentano un'opportunità economica per i produttori e un valore aggiunto per i consumatori, che possono fare scelte informate e consapevoli.

In controtuce si intravedono sin da subito delle criticità, se le certificazioni fossero eccessivamente elastiche (o indulgenti), il loro valore si ridurrebbe ad una mera strategia di marketing, svuotando di significato il sistema di qualità europeo. In tal caso, il rischio sarebbe duplice: da un lato, le certificazioni potrebbero risultare così deboli da compromettere la loro stessa credibilità, dall'altro, i consumatori, percependo la mancanza di un reale valore aggiunto, potrebbero perdere la loro fiducia nel sistema, svuotando di interesse l'intero apparato normativo, che dovrebbe invece garantire standard elevati e distintivi¹⁸.

2.1. (Segue) La procedura di registrazione, il disciplinare, il ruolo delle associazioni dei produttori e dell'EU IPO. I nuovi regolamenti non istituiscono procedure totalmente diverse da quelle precedenti, nondimeno si riorganizza in modo più ordinato il testo legislativo e si procede nella direzione di un rafforzamento della speditezza del procedimento, concedendo maggiori facoltà e ampliando le possibilità di intervento degli operatori interessati al mercato di riferimento.

Il procedimento di registrazione delineato nel regolamento si articola su due livelli principali: la fase nazionale e la fase a livello di Unione. Ogni passaggio è caratterizzato da specifici requisiti, procedure di esame e meccanismi di opposizione, al fine di garantire che solo le denominazioni che rispondono ai criteri stabiliti possano ottenere la registrazione.

La prima fase è quella nazionale, in cui la registrazione di un'indicazione geografica prende avvio con la presentazione di una domanda da parte di un gruppo di produttori (art. 9). Tale gruppo deve essere costituito da operatori che producono il medesimo prodotto e condividono l'interesse a ottenere la protezione del nome. In circostanze particolari, anche un singolo produttore può presentare la domanda, purché dimostri di essere l'unico operatore in grado di rivendicare quella denominazione, a condizione che la delimitazione geografica sia basata su fattori oggettivi e non semplicemente sui confini della singola proprietà. La richiesta deve essere sottoposta alle autorità competenti dello Stato membro di origine, che hanno il compito di verificare la conformità della domanda ai requisiti normativi e hanno l'obbligo, se del caso, di avviare una procedura nazionale di opposizione (art. 10).

Questa fase è essenziale poiché consente ai soggetti muniti di un interesse legittimo di contestare la registrazione entro un periodo minimo di un mese dalla pubblicazione della domanda. L'esame a livello nazionale si conclude con una decisione favorevole dello Stato membro, che a sua volta trasmette la richiesta alla Commissione europea per la fase successiva. È prevista la possibilità che gli Stati membri concedano una protezione nazionale transitoria (art. 11), che consente di tutelare temporaneamente il nome a livello domestico fino alla decisione definitiva dell'Unione.

La fase UE si apre una volta ricevuta la domanda approvata dallo Stato membro. In questo caso la Commissione Europea avvia una nuova fase di esame (art. 15), che si concentra sulla verifica della completezza della documentazione e sulla conformità ai criteri di registrazione.

¹⁸ Il rapporto (imprescindibile) tra produttori e consumatori rappresenta una delle leve giuridico-economiche fondamentali del sistema delle indicazioni geografiche protette, e mi sembra che questo principio sia riconosciuto anche in ambito giurisprudenziale, come ad esempio è stato evidenziato da CGUE Sez. IV, 15 aprile 2021, C-53/20, Hengstenberg GmbH & Co. KG c. Spreewaldverein, che ha sostanzialmente stabilito che il Regolamento n. 1151/2012 impediva un uso abusivo delle DOP e delle IGP non solo nell'interesse degli acquirenti, ma anche per quello dei produttori in ragione degli sforzi compiuti per garantire le qualità attese dai prodotti recanti legalmente siffatte indicazioni; d'altro canto questo aspetto emerge diffusamente anche in N. Lucifero (a cura di), *La tutela internazionale delle indicazioni geografiche dei prodotti agroalimentari*, Padova, 2023.

Se la domanda è ritenuta idonea, la Commissione pubblica nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea il documento unico e il riferimento alla pubblicazione del disciplinare, avviando così la procedura di opposizione a livello di Unione (art. 17). Entro tre mesi, qualsiasi Stato membro, paese terzo o persona fisica o giuridica con un interesse legittimo può sollevare obiezioni, basandosi su motivazioni quali: (i) il mancato rispetto dei criteri per la registrazione; (ii) la possibile confusione con termini generici, indicazioni geografiche omonime e marchi commerciali preesistenti; e (iii) l'eventuale pregiudizio derivante dall'esistenza di prodotti legalmente commercializzati da almeno cinque anni.

Se vengono presentate opposizioni, la Commissione avvia le consultazioni tra le parti coinvolte per cercare di raggiungere un accordo. Se ciò non avviene, la Commissione valuta l'ammissibilità delle obiezioni e adotta una decisione finale sulla registrazione (art. 21). Se l'opposizione viene respinta, l'IG viene ufficialmente riconosciuta e iscritta nel Registro delle Indicazioni Geografiche dell'Unione (art. 22). Il registro dell'Unione (art. 22) rappresenta un database pubblico che raccoglie tutte le indicazioni geografiche riconosciute e suddivide le denominazioni in tre parti tra vini, prodotti agricoli e bevande spiritose. L'EUIPO (Ufficio dell'Unione Europea per la Proprietà Intellettuale) è incaricato di gestire il registro e di aggiornarlo con le nuove registrazioni, modifiche o cancellazioni.

Nel complesso e articolato sistema di protezione delle indicazioni geografiche (IG), il disciplinare rappresenta l'architettura normativa su cui si fonda l'intera struttura di tutela. Esso non è solo un insieme di regole tecniche, ma un documento di sintesi tra tradizione, territorio e qualità produttiva, volto a garantire che il prodotto certificato conservi nel tempo le caratteristiche che ne giustificano la protezione. La funzione primaria del disciplinare è quella di delimitare con precisione il perimetro entro il quale un prodotto può essere considerato legittimamente espressione di un determinato territorio¹⁹.

L'art. 49 del reg. UE 2024/1143 definisce in maniera puntuale il disciplinare, esso è un documento essenziale (si potrebbe definire l'elemento cardine) per il riconoscimento e la protezione delle indicazioni geografiche. Questo strumento rappresenta la carta d'identità del prodotto, delineando le sue caratteristiche distintive e il suo legame con il territorio di origine, ed infatti: esso stabilisce (a) i parametri produttivi da rispettare, (b) indica il legame con l'ambiente geografico di riferimento, (c) determina le eventuali peculiarità tecniche e qualitative, e, in alcuni casi, specifica persino (d) la necessità che il confezionamento avvenga nella zona di origine. Questa regolamentazione non ha solo una finalità giuridica e commerciale, ma incide profondamente sulla percezione del consumatore, rafforzando la fiducia nell'autenticità e nell'origine dei prodotti²⁰.

Dettagliatamente questo documento deve poi: contenere (a) il nome da registrare come denominazione di origine protetta (DOP) o indicazione geografica protetta (IGP), identificandolo nel commercio e nel linguaggio comune della regione di produzione; (b) descrivere le caratteristiche fisiche, chimiche, microbiologiche o organolettiche, nonché le materie prime e le varietà specifiche impiegate e determinare l'area geografica di produzione, stabilendo i confini entro i quali devono svolgersi le operazioni di produzione, trasformazione e confezionamento, con un'attenzione particolare alle pratiche locali tradizionali. In caso di necessità, i gruppi di produttori possono richiedere modifiche al

¹⁹ Cfr. Corte cost., sentenza 10 marzo 2023, n. 40, con nota di G. Tassoni, *Denominazioni di origine e compiti di vigilanza* in *IDI*, 6, 2023, 523 ss.

²⁰ Ponendo in linea il reg. UE n. 1151/2012, il reg. UE n. 1308/2013 e il reg. UE 2019/787 è possibile prendere atto che tutti questi strumenti normativi prevedono la legittimità dell'impiego delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche protette esclusivamente ove si rispetti il relativo disciplinare di produzione, sul cfr. l'art. 12, par. 1, del reg. UE n. 1151/2012 laddove stabiliva che le IG avrebbero potuto essere utilizzate «da qualsiasi operatore che commercializzi un prodotto conforme al relativo disciplinare».

disciplinare (art. 24), che si dividono in: (i) variazioni ordinarie, trattate a livello nazionale e (ii) mutamenti a livello UE, che richiedono un esame più approfondito e possono comportare una nuova procedura di opposizione.

A questo occorre anche aggiungere che l'art. 49 del regolamento evidenzia chiaramente come il rapporto tra prodotto e zona geografica non sia più assoluto, ma si presti a una maggiore flessibilità interpretativa. Alcuni passaggi normativi lasciano intravedere questo progressivo allentamento del vincolo geografico: (i) la descrizione del metodo di produzione include elementi di tradizione locale, ma consente variazioni, soprattutto nel confezionamento (art. 49, c. 1, lett. e); (ii) il legame tra prodotto e territorio viene interpretato in modo più sfumato, soprattutto per le indicazioni geografiche protette (IGP), dove la reputazione può sostituire la dipendenza diretta dal territorio (art. 49, c. 1, lett. f)).

Sul piano concorrenziale, questa evoluzione può avere implicazioni ambivalenti: da un lato, permette ai produttori di adattarsi a un mercato globale, dove l'eccessiva rigidità potrebbe penalizzare la competitività, dall'altro, si rischia di ridurre le IG a un marchio commerciale di prestigio, piuttosto che a un'effettiva certificazione di autenticità e tipicità territoriale²¹.

Occorre poi aggiungere che l'EUIPO assume nel contesto procedurale un ruolo centrale. La fase di registrazione delle indicazioni geografiche, la gestione e l'aggiornamento del registro delle IG dell'Unione sarà infatti affidato a questo ente dell'UE. Siffatta regola contribuisce a garantire trasparenza, uniformità e accessibilità nel processo di riconoscimento e tutela delle denominazioni protette. Inoltre, l'integrazione dell'EUIPO nella procedura migliorerà certamente l'efficienza amministrativa, riducendo i tempi di registrazione e semplificando la gestione delle modifiche ai disciplinari. D'altro canto, sul piano della semplificazione, la digitalizzazione del registro e l'adozione di procedure standardizzate faciliteranno l'interazione tra produttori e istituzioni, riducendo oneri burocratici.

Sin d'ora si può certamente rilevare che, pur potendo sembrare un dettaglio tecnico, l'attribuzione all'EUIPO della competenza procedurale sulla registrazione delle indicazioni geografiche avrà nel tempo un impatto rilevante. Al di là della complessità procedurale prevista nel regolamento e la scansione dei tempi indicati, questa riforma favorirà un'accelerazione e una moltiplicazione dei depositi, rendendo il sistema più fluido ed efficiente. L'EUIPO, attraverso un registro centralizzato, garantirà maggiore trasparenza e coerenza, mentre il ceto professionale dei consulenti in proprietà intellettuale, da sempre attento e qualificato, coglierà nuove opportunità per valorizzare e tutelare le denominazioni nel mercato globale²².

Infine, l'art. 25 regola la cancellazione delle indicazioni geografiche quando i requisiti del disciplinare non sono più rispettati o quando, per sette anni consecutivi, nessun prodotto è stato commercializzato con tale denominazione. La cancellazione può avvenire su iniziativa della Commissione, su richiesta di Stati membri, paesi terzi o soggetti con interesse legittimo,

²¹ Sul tema cfr. D. Sarti, *I marchi collettivi e di certificazione geografici*, in *Orizzonti del Diritto Commerciale*, 2, 2022, 449 ss.; secondo cui il ruolo dei marchi collettivi e di certificazione geografici si colloca nell'ambito dell'attività distintiva tipica dei marchi individuali, e quindi una funzione distinta e autonoma rispetto alla garanzia qualitativa propria delle indicazioni geografiche, in particolare delle DOP e IGP, e nello specifico si sostiene che questi marchi non tutelano la provenienza territoriale o le qualità attese del prodotto, ma si concentrano sulla protezione delle iniziative promozionali legate alle economie locali, prevenendo rischi di confusione o indebita appropriazione di tali strategie commerciali; in questo quadro, il loro utilizzo non interferisce con la funzione di garanzia qualitativa delle DOP e IGP, ma anzi si inserisce in un sistema coerente che ne rispetta la specificità; il contributo dimostra che le due dimensioni—distintiva e qualitativa—non solo possono coesistere, ma tendono a rafforzarsi reciprocamente, consentendo a un segno di essere tutelato sia come marchio sia come indicazione geografica, offrendo una protezione più ampia e articolata.

²² EUIPO, *Study on EU member states' potential for protecting craft and industrial geographical indications*, dicembre 2024, euiipo.org.

oppure su domanda dei produttori, purché rappresentati da un gruppo riconosciuto. Dopo la cancellazione, il nome non può essere registrato come marchio per un anno, a meno che non esistesse già prima della registrazione dell'IG. È possibile opporsi alla cancellazione solo dimostrando un uso commerciale continuato del nome registrato. Prima di adottare il provvedimento, la Commissione consulta le autorità competenti e i produttori coinvolti, garantendo un confronto. Infine, le modalità di presentazione delle richieste di cancellazione sono disciplinate attraverso atti di esecuzione.

2.2. (Segue) Il ruolo dei produttori, le norme sull'utilizzo dei simboli e la presentazione dei prodotti con IG. All'interno del sistema delle indicazioni geografiche, i gruppi di produttori assumono un ruolo di fondamentale importanza, non solo nella fase di registrazione, ma anche nella gestione, tutela e promozione dei prodotti certificati. L'art. 32 del regolamento delinea la loro struttura e le funzioni chiave che sono chiamati a svolgere, configurandoli come attori essenziali per la salvaguardia della qualità e dell'autenticità dei prodotti a IG.

Un gruppo di produttori è costituito da operatori che condividono la produzione dello stesso prodotto certificato e che, su base volontaria e democratica, si associano per garantire il rispetto del disciplinare. Si tratta di un aspetto fondamentale, poiché il disciplinare (art. 49) definisce gli standard produttivi e il legame con il territorio, e senza un ente collettivo incaricato di vigilare sulla sua corretta applicazione, il rischio di disparità interpretative e di perdita dell'identità territoriale sarebbe elevato. Oltre al compito primario di elaborare il disciplinare e monitorarne l'applicazione, i gruppi di produttori sono investiti di un'ampia gamma di funzioni che spaziano dalla tutela legale delle IG alla promozione e valorizzazione del prodotto. Essi operano non solo per preservare il valore della denominazione, ma anche per sviluppare strategie di marketing collettive, favorire la sostenibilità e monitorare la presenza dell'indicazione geografica sui mercati nazionali e internazionali²³. Inoltre, l'art. 33 introduce una distinzione significativa tra i gruppi di produttori generici e quelli riconosciuti dallo Stato, ai quali sono attribuiti particolari poteri. Il sistema di riconoscimento mira a creare strutture più coese e rappresentative, stabilendo requisiti minimi di partecipazione e di controllo democratico.

Un ulteriore asse di intervento nel complesso sistema delle indicazioni geografiche si delinea negli artt. 36 e 37 che introducono due aspetti fondamentali: il diritto d'uso dell'indicazione geografica e l'impiego dei simboli e delle abbreviazioni ufficiali dell'Unione. L'art. 36 conferma il principio per cui un'indicazione geografica registrata può essere utilizzata liberamente da qualsiasi operatore che commercializzi un prodotto conforme al disciplinare. Questa disposizione rafforza l'idea che un'IG non appartiene a un singolo produttore, ma a un'intera comunità di operatori, creando un modello di valorizzazione collettiva. Tuttavia, questa apertura pone anche delle sfide: la conformità al disciplinare, infatti, è affidata a un sistema di verifica obbligatoria (art. 39), che deve essere efficiente e rigoroso per evitare usi impropri. Una disposizione di particolare interesse è quella che consente l'utilizzo dell'IG anche se essa coincide con il nome di una proprietà privata o di un singolo produttore. In questo modo, il regolamento evita che un nome registrato come IG possa diventare monopolio esclusivo di un'impresa, tutelando il principio per cui le denominazioni geografiche appartengono al territorio e non a singoli soggetti.

In questo senso occorre aggiungere che, se in origine i gruppi di produttori nascevano come

²³ Una norma significativa a tal proposito è l'art. 33, c. 3, lett. d), che conferisce il potere al gruppo di produttori di «stabilire clausole standard di ripartizione del valore che possono essere utilizzate a norma dell'art. 172-bis del reg. UE n. 1308/2013» e quindi di determinare anche eventuali organizzazioni comuni sui mercati agricoli.

enti volti a proteggere e tramandare un sapere produttivo locale, la loro evoluzione normativa mostra una crescente attenzione agli aspetti commerciali e concorrenziali delle IG. L'art. 32 esplicita chiaramente questo cambiamento: accanto alle funzioni tradizionali di tutela e controllo, il regolamento attribuisce ai gruppi compiti sempre più orientati alla valorizzazione economica del marchio IG. Alcuni passaggi chiave rivelano questo mutamento di prospettiva, quali l'ampio spazio riservato a strategie pubblicitarie e di marketing collettivo (art. 32, c. 4, lett. e), punto i), che segnala il passaggio da un sistema di tutela della tipicità a un modello (misto) di promozione commerciale, ovvero l'incoraggiamento a sviluppare servizi turistici legati all'IG (art. 32, c. 4, lett. e), punto ii), a riprova del fatto che l'indicazione geografica sta diventando non solo una garanzia di qualità per il prodotto, ma un brand territoriale da sfruttare economicamente. In questa direzione appare senz'altro militare il monitoraggio dell'uso dell'IG nei mercati nazionali ed esteri, compreso il commercio elettronico (art. 32, c. 4, lett. f), che dimostra la crescente necessità di controllare la percezione del marchio più che il prodotto in sé.

Peraltro, in linea generale è sempre stato evidenziato come il sistema normativo in materia di indicazioni geografiche sia improntato ad una sorta di «legittimazione inclusiva» diretta a garantire a tutti agli operatori che avessero operato in modo conforme al disciplinare un diritto pieno e incondizionato all'uso della denominazione registrata. Se in origine il riconoscimento della denominazione è frutto dell'iniziativa dei produttori locali, la successiva applicazione delle regole del disciplinare ne garantisce un'attuazione uniforme, vincolando tutti gli operatori della zona che soddisfano i requisiti previsti²⁴.

Questa evoluzione tende a dare una torsione diversa alle IG: nate per garantire un forte legame tra prodotto e territorio, diventano uno strumento di differenziazione commerciale, perdendo progressivamente la loro identità culturale e tradizionale. Ed in questo quadro la formalizzazione crescente del ruolo delle associazioni di produttori, se da un lato garantisce maggiore efficienza e capacità di gestione unitaria, dall'altro, potrebbe creare dinamiche esclusive che penalizzano i piccoli produttori indipendenti. Nel nuovo regolamento alcune norme, più di altre, rivelano una visione apicale del sistema poiché un gruppo riconosciuto di produttori diventa l'unico soggetto abilitato a: (i) chiedere modifiche o cancellazioni dell'IG; (ii) stabilire clausole vincolanti sulla regolazione dell'offerta e concordare pratiche di sostenibilità (art. 33, c. 3). In sostanza, appare evidente che una volta ottenuto il riconoscimento, questi gruppi potrebbero accentrare il potere decisionale, imponendo strategie che privilegiano gli interessi dei membri più influenti a scapito delle realtà produttive minori.

All'interno di questo quadro l'UE introduce dei simboli unitari che indicano il tipo di protezione che il prodotto adotta, infatti, l'art. 37 disciplina l'uso dei simboli ufficiali dell'Unione, delle indicazioni testuali e delle abbreviazioni (DOP e IGP) per i prodotti a indicazione geografica. Questi strumenti hanno una doppia funzione: (i) quella di garanzia e trasparenza, in quanto il simbolo indica che il prodotto è conforme a uno specifico disciplinare e certifica la sua qualità e origine, e (ii) quella di marketing e di riconoscibilità, poiché il logo europeo consente ai consumatori di identificare rapidamente un prodotto IG, rafforzandone la percezione di eccellenza e affidabilità.

²⁴ Sul tema delle IG come proprietà «collettiva» cfr. A.F. Ribeiro De Almeida, *The legal nature of geographical indications and designations of origin*, in *EIPR*, 2014, 640 ss.; G. Carraro Aveni, *Sulla titolarità dei segni di qualità: res communes omnium?*, in *NGCC*, 2018, 444 ss.; e anche in *Studi per Luigi Carlo Ubertazzi. Proprietà intellettuale e concorrenza*, Milano, 2019; B. Calabrese, *La protezione dei nomi geografici nei regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari: criteri oggettivi e soggettivi della tutela per evocazione*, in *Diritto Comunitario e degli Scambi Internazionali*, aprile-settembre 2016, 273 ss.; N. Lucifero, *La comunicazione simbolica nel mercato alimentare*, in Costato, Germanò, Basile, *Trattato di Diritto Agrario, Il diritto agroalimentare*, vol. III., Torino, 2011, 249 ss.

L'uso obbligatorio dei simboli nell'etichettatura e nel materiale pubblicitario per i prodotti IG originari dell'Unione (art. 37, c. 3) è un passo importante per rafforzare la comunicazione visiva delle IG. Tuttavia, il regolamento introduce anche alcune eccezioni: per le bevande spiritose, ad esempio, è possibile omettere i simboli dell'Unione. Questa deroga riflette la maggiore flessibilità concessa a settori specifici, dove il valore commerciale di un'IG può essere veicolato anche senza il simbolo ufficiale.

Il regolamento anche su questi aspetti normativi si pone a metà strada tra la visione classica della protezione della tradizione con gli strumenti della proprietà intellettuale e le strategie necessarie imposte dal mercato.

In ordine all'uso dei simboli UE rappresentativi delle tutele di IG occorre poi aggiungere sul piano critico che gli artt. 36 e 37 evidenziano un cambiamento progressivo nell'approccio dell'Unione Europea alle IG: se in origine il sistema era concepito esclusivamente come strumento di tutela della tradizione e della qualità, oggi le IG sono sempre più strumenti di valorizzazione economica e differenziazione di mercato. Se così è, l'introduzione di simboli obbligatori rafforza la riconoscibilità delle IG, ma apre anche la strada a una loro trasformazione in marchi commerciali globali. Il pericolo è che il focus si sposti dalla qualità intrinseca del prodotto alla sua immagine di marca, favorendo esclusivamente strategie di marketing.

Il futuro delle IG dipenderà dalla capacità di bilanciare rigore nella tutela e strategia di promozione, senza compromettere l'autenticità che ha reso questo sistema un modello di successo.

2.3. (Segue) L'estensione della protezione conferita dalle IG. Inserire il testo del Il regolamento istituisce, dunque, un sistema unitario ed esclusivo che proteggerà i nomi di vini, di bevande spiritose e dei prodotti agricoli. Dall'esame complessivo risulta evidente la propensione del legislatore europeo a semplificare ulteriormente l'accesso alla tutela delle IG, e di volerlo fare attribuendo un forte diritto di proprietà intellettuale.

L'art. 26 del regolamento rappresenta il cuore del sistema di tutela delle indicazioni geografiche, in quanto stabilisce i principi fondamentali per la protezione di queste denominazioni contro usi indebiti, evocazioni ingannevoli e pratiche commerciali sleali²⁵. L'obiettivo principale è preservare l'integrità delle IG, garantendo che il loro valore economico e culturale non venga compromesso da imitazioni o sfruttamenti impropri. L'importanza di questa protezione va ben oltre la semplice tutela dei produttori: le IG rappresentano un patrimonio collettivo, un legame inscindibile tra il prodotto, il territorio e la tradizione. Senza un sistema di difesa efficace, il rischio è che le denominazioni protette vengano svuotate del loro significato, ridotte a mere etichette di marketing prive di valore autentico.

L'art. 26 definisce una protezione multilivello, che non si limita ai prodotti commercializzati nell'Unione, ma si estende anche all'ambiente digitale e ai mercati internazionali. L'uso di un'IG è vietato non solo quando viene direttamente applicato a prodotti non conformi, ma

²⁵ Occorre aggiungere che già il reg. CEE n. 2081/1992 del Consiglio, 14 luglio 1992, in G.U.C.E. n. L 208 del 24 luglio 1992, aveva introdotto, all'art. 13, un sistema di tutela particolarmente ampio per le denominazioni di origine e le indicazioni geografiche protette, tale disciplina anticipava molte delle previsioni oggi in vigore, sanzionando condotte come l'uso commerciale, diretto o indiretto, di nomi protetti per prodotti non conformi al disciplinare, nonché pratiche di usurpazione, imitazione o evocazione della denominazione registrata; la normativa includeva, inoltre, il divieto di fornire informazioni false o ingannevoli sull'origine del prodotto e qualsiasi altra prassi suscettibile di generare confusione nei consumatori, cfr. F. Capelli, *Registrazione di denominazioni geografiche in base al regolamento n. 2081/92 e i suoi effetti sui produttori che hanno utilizzato legittimamente nel passato denominazioni geografiche uguali o simili*, in *Dir. comm. e degli scambi intern.*, 2004, 589 ss.

anche in caso di evocazione o sfruttamento indiretto. Pertanto, un prodotto non conforme al disciplinare non può essere venduto con una denominazione protetta ed il nome è tutelato anche quando viene accompagnato da espressioni come «genere», «tipo», «stile», che potrebbero indurre in errore i consumatori, così come espressamente indicato dalla stessa norma²⁶.

Il tutto è naturalmente in linea con le indicazioni provenienti dalla giurisprudenza degli ultimi decenni della CGUE²⁷, e lungo questo solco il regolamento ha accolto e confermato il divieto di semplice evocazione di un'IG, ad esempio attraverso un *packaging* simile o con richiami grafici e testuali. Queste condotte possono costituire una violazione, e tale tutela viene applicata anche ai prodotti importati nell'UE, impedendo l'introduzione sul mercato doganale europeo di beni che contravvengano al disciplinare e alle disposizioni del regolamento²⁸.

D'altro canto, il regolamento si adatta alla modernità del mercato digitale, vietando l'uso improprio delle IG nei nomi di dominio accessibili nell'UE. Questo punto è fondamentale per contrastare pratiche di c.d. «*domain squatting*», ovvero la registrazione abusiva di domini web contenenti nomi di IG per trarne profitto.

Il regolamento prevede che le IG non possano diventare generiche (art. 26, c. 6): esse non perdono la loro specificità e quindi non divengono termini di uso comune²⁹. Questo evita il rischio di «volgarizzazione» di alcune denominazioni; fenomeno che – notoriamente – è stato oggetto di lunghe (e note) contese giudiziarie, come, ad esempio, quella sul *Parmigiano Reggiano*, la cui esclusività è stata difesa dal consorzio di produttori titolare della IG contro l'uso improprio del termine generico *Parmesan* in alcuni paesi extraeuropei³⁰.

²⁶ Cfr. CGUE 17 dicembre 2020, C-490/19 (Syndicat interprofessionnel de défense du fromage Morbier c. Société Fromagère du Livradois SAS) nonché Cass. civ. Sez. I, 17 aprile 2024, n. 10352, in *IDI*, 6, 2024, 543 ss. con nota di A. Musio, *Condotta evocativa di prodotti IGP: l'annoso caso dell'Aceto Balsamico di Modena*.

²⁷ Cfr. N. Olszak, *Le rôle de la Cour de justice dans la définition et l'utilisation des indications géographiques*, in C. Geiger (a cura di), *La contribution de la jurisprudence à la construction de la propriété intellectuelle en Europe*, Parigi, 2013, 141 ss.; e D. Caterino, *La prova dell'origine geografica dei prodotti e delle denominazioni e indicazioni geografiche*, in G. Cassano, V. Franceschelli e B. Tassone, *Prove e tutele nel diritto d'autore e nel diritto industriale*, Milano, 2023, 415 ss.

²⁸ Cfr. D. Sarti, *La tutela delle indicazioni geografiche*, in L.C. Ubertazzi (a cura di), *La proprietà intellettuale*, in *Trattato di diritto privato dell'Unione europea*, (diretto da) G. Ajani e G.A. Benacchio, XI, Torino, 2011, 144 ss.; secondo cui il sistema delle DOP e IGP nell'ordinamento euro-unitario si configura principalmente come un meccanismo di certificazione di standard qualitativi, strettamente legati alla tradizione e dotati di una valenza pubblicitaria e che l'intento del legislatore è quello di attribuire livelli di riconoscimento differenziati alle denominazioni distintive, modulandone il prestigio in base al grado di connessione con il territorio di origine.

²⁹ Sul tema in generale si rinvia a V. Di Cataldo, *Liti fra birrai, marchi e denominazioni di origine: evoluzioni del linguaggio e mutamenti dei prodotti*, in *Giur. comm.*, 2014, II, 610 ss.

³⁰ In *Parmesan II* CGCE, 26 febbraio 2008, C-132/05, la Corte di Giustizia ha chiarito che (a) la denominazione *Parmesan* evoca direttamente la DOP *Parmigiano Reggiano* e il suo utilizzo su prodotti non conformi al disciplinare rappresenta una violazione della tutela riconosciuta alle indicazioni geografiche questo perché la somiglianza fonetica e visiva tra i due nomi, unita al fatto che entrambi designano formaggi a pasta dura, grattugiati o da grattugiare, è sufficiente a indurre il consumatore a collegare i due prodotti, creando un rischio di confusione; (b) ha inoltre confutato l'argomentazione tedesca, secondo cui *Parmesan* sarebbe ormai una denominazione generica o la sua traduzione storica, respingendola, poiché non supportata da prove concrete, in questo il formaggio denominato *Parmesan* veniva (e viene) percepito dai consumatori in modo diretto con la DOP di riferimento poiché – tipicamente – le confezioni commercializzate in Germania sono spesso arricchite da richiami all'Italia, da paesaggi evocativi e da simboli riconducibili alla tradizione culinaria del nostro Paese, rafforzando l'idea, per l'appunto, che tale prodotto sia strettamente legato alla cultura italiana, anche quando di origine diversa; (c) ha stabilito che, per quanto il controllo sul rispetto del disciplinare DOP spetta primariamente allo Stato membro in cui la denominazione ha origine, resta fondamentale tutelare il consumatore e la leale concorrenza tra produttori, ancorché la Germania non sia stata ritenuta inadempiente ai propri obblighi. Resta, dunque, fissato il principio secondo cui i formaggi non conformi al disciplinare, indipendentemente dalla loro origine, non potranno più essere commercializzati con la denominazione

L'art. 27 del regolamento, anche in questo caso sulla scia di un ampio dibattito giurisprudenziale, tenta di introdurre una disciplina chiara e strutturata sull'uso delle indicazioni geografiche per identificare ingredienti in prodotti trasformati. Il tema è stato oggetto di contese giudiziarie molto dibattute, la vicenda più paradigmatica è stata certamente quella che ha riguardato lo Champagne (caso *Champagner Sorbet*)³¹ in cui la CGUE ha delineato per certi versi una situazione di incertezza. In particolare, veniva stabilito che la notorietà della DOP *Champagne* può conferire un vantaggio commerciale al prodotto che la utilizza nel proprio nome, al contempo, veniva stabilito che ciò non configura uno sfruttamento illecito se l'alimento derivato possiede, quale caratteristica essenziale, un gusto riconducibile principalmente alla DOP impiegata. La semplice presenza dell'ingrediente, secondo la CGUE, non è sufficiente poiché spetta al giudice nazionale verificare, sulla base di prove concrete, che il prodotto finale trasmetta al consumatore l'esperienza sensoriale associata alla denominazione protetta. Se questa condizione non è soddisfatta, l'uso della DOP nel nome può risultare fuorviante e configurarsi come un'indicazione ingannevole. Al contrario, qualora l'ingrediente DOP conferisca realmente un apporto gustativo predominante, il suo richiamo nel nome del prodotto trasformato non costituisce né usurpazione, né imitazione, né evocazione illecite ai sensi del diritto dell'Unione.

Questa disposizione, pertanto, si inserisce perfettamente nel quadro più ampio della protezione delle IG (art. 26), ponendosi l'obiettivo di trovare un equilibrio tra la valorizzazione delle denominazioni protette e la necessità di evitare abusi e sfruttamenti ingannevoli del loro prestigio. L'uso del nome di un'IG in prodotti trasformati può essere un potente strumento di marketing, ma, se non regolato, rischia di svuotare di significato la protezione geografica, permettendo a prodotti con quantità minime di un ingrediente IG di sfruttarne il nome per attrarre i consumatori. Per evitare questo rischio, l'art. 27 stabilisce tre condizioni essenziali affinché un'IG possa essere utilizzata nel nome di un prodotto trasformato: (a) la necessaria esclusività dell'ingrediente, cosicché, il prodotto trasformato non può contenere ingredienti comparabili a quello designato dall'IG, ma solo quello originale (art. 27, c. 1, lett. a); (b) congruenza produttiva, e quindi un utilizzo dell'ingrediente IG in quantità sufficiente; esso deve essere presente in quantità tali da conferire una caratteristica essenziale al prodotto trasformato (art. 27, c. 1, lett. b)), ed in questo senso questa previsione impedisce usi meramente decorativi o simbolici del nome IG, garantendo che il prodotto trasformato rifletta realmente il valore dell'ingrediente certificato; ed infine (c) una limpida informazione al mercato, infatti, l'etichettatura deve essere calibrata su criteri di assoluta trasparenza e correttezza, e pertanto la percentuale dell'ingrediente IG deve essere

Parmesan, specialmente se accompagnati da elementi di marketing che inducano il pubblico a ritenere il prodotto italiano. Inevitabilmente *Parmesan II* ha acceso un vivace dibattito anche sul dettato normativo del vecchio art. 10 del reg. CEE n. 2081/1992, che non imponeva agli Stati membri un obbligo esplicito di intervento d'ufficio in caso di violazioni e in cui la Corte, in quest'ottica, si sarebbe limitata a prendere atto di un vuoto normativo, senza attribuirsi un potere innovativo in materia, sul punto cfr. M. Borraccetti, *Parmesan e Parmigiano: la Corte di giustizia interviene ancora una volta*, in *NGCC*, 2008, 1009 ss.; A. Germanò, *Gli Stati membri hanno l'obbligo di difendere d'ufficio le denominazioni geografiche protette?*, in *Dir. giur. agr. alim. e dell'amb.*, 2008, 480 ss.; N. Lucifero, *Denominazioni composte, denominazioni generiche e la tutela delle denominazioni di origine protette. Il caso "parmesan"*, in *Giur. it.*, 2009, 579 ss.; F. Gencarelli, *Il caso «Parmesan»: la responsabilità degli Stati nella tutela delle DOP e IGP tra interventi legislativi e giurisprudenziali*, in *Dir. dell'UE*, 2008, 825 ss.; F. Capelli, *La sentenza Parmesan della Corte di giustizia: una decisione sbagliata (Nota a Sentenza del 26 febbraio 2008 in causa n. C-132/05)*, in *Dir. comm. e degli scambi intern.*, 2008, 329 ss.; S. Ventura, *Il caso Parmesan visto dalla Corte di giustizia. Una sentenza deludente – A proposito della DOP «Parmigiano Reggiano» e del suo sinonimo «Parmesan»*, *ivi*, 2008, 323 ss.; D. Pisanello, *Denominazioni di origine ed indicazioni geografiche protette tra diritto industriale e diritto alimentare: il caso Parmesan II*, in *Contr. e impr./Europa*, 2008, 389 ss.; D. Cortassa e G. Allegrucci, *Italian-Style Parmesan? No, Parmigiano Reggiano*, in *Alimenta*, 2008, 79 ss.

³¹ Cfr. caso *Champagner Sorbet* CGUE sentenza nella causa C-393/16 Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne / Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH & Co. OHG.

indicata chiaramente in etichetta (art. 27, c. 1, lett. c)), fornendo così al consumatore un'informazione chiara e verificabile³².

I presidi previsti dall'art. 27 si declinano anche nell'introduzione di una notifica preventiva al gruppo di produttori riconosciuto per le IG utilizzate nei prodotti trasformati (art. 27, c. 2). Questo sistema prevede: (a) che il produttore che vuole utilizzare un'IG per identificare un ingrediente in un prodotto trasformato debba informare il gruppo di produttori dell'IG; (b) che il gruppo non ha potere di veto, ma può fornire un riscontro e allegare raccomandazioni sull'uso della denominazione e (c) se il gruppo non risponde entro quattro mesi, il produttore può comunque procedere. Questo meccanismo non impone un controllo autorizzativo vincolante, ma introduce un principio di responsabilizzazione: il produttore di un prodotto trasformato deve dimostrare il rispetto delle condizioni di utilizzo, garantendo che l'IG non venga sfruttata impropriamente.

Inoltre, l'art. 27, c. 3, consente (ma visto l'intero sistema si potrebbe dire che incoraggia) le parti a concludere accordi contrattuali volontari, stabilendo modalità tecniche e visive con cui l'IG può essere presentata. Questa possibilità permette ai gruppi di produttori di preservare l'immagine della loro IG, evitando che il nome venga usato in modi fuorvianti o esteticamente poco appropriati. Questa flessibilità consente di valorizzare economicamente le IG, rendendole protagoniste di nuovi segmenti di mercato e rafforzandone la notorietà.

Gli artt. 28 e 29 completano la cornice normativa della protezione delle IG, stabilendo regole fondamentali su termini generici e le denominazioni omonime. I termini generici non possono essere registrati come IG, ciò serve a impedire che un nome comunemente usato per designare una categoria di prodotti possa essere monopolizzato come IG. L'accertamento della genericità avviene sulla base della percezione dei consumatori, degli atti giuridici nazionali e dell'UE, evitando che il sistema IG diventi uno strumento per limitare ingiustificatamente la concorrenza.

Stessa ratio è individuabile sulle omonimie: quando due indicazioni geografiche condividono lo stesso nome o uno molto simile, il regolamento prevede che possa essere registrata solo quella che non generi confusione. Se, invece, entrambe le IG sono consolidate, la registrazione è ammessa a condizione che sia possibile differenziarle chiaramente sul mercato, evitando che i consumatori siano indotti in errore sulla vera origine del prodotto.

Nel sistema delle indicazioni geografiche delineato dal reg. UE 2024/1143, gli artt. 30 e 31 affrontano il delicato rapporto tra IG e marchi commerciali, regolando le possibili sovrapposizioni e i conflitti tra questi due strumenti di tutela della proprietà intellettuale³³.

Le indicazioni geografiche nascono per proteggere e valorizzare prodotti agricoli, alimentari, vini e bevande spiritose fortemente legati a un territorio, garantendo che solo i produttori situati in quella specifica area e conformi al disciplinare possano utilizzare la denominazione protetta. I marchi commerciali, invece, sono strumenti privati di identificazione e di differenziazione aziendale, volti a creare un'associazione esclusiva tra un prodotto e il suo produttore. L'interazione tra questi due sistemi può generare potenziali conflitti, soprattutto quando un nome tradizionale registrato come IG si sovrappone a un marchio commerciale preesistente o quando un'impresa tenta di registrare come marchio commerciale un nome che richiama un'IG.

³² Cfr. C. Galli, *Globalizzazione dell'economia e tutela delle denominazioni di origine dei prodotti agro-alimentari*, in *Riv. Dir. Ind.*, 2004, I, 60 ss.

³³ Sin dal reg. CE n. 510/06 veniva previsto il divieto di registrazione di una DOP o di una IGP come marchio quando, in considerazione della notorietà e della durata dell'uso anteriore, avrebbe potuto crearsi un inganno del consumatore sulla vera identità del prodotto; cfr. G. Sironi, *Conflitti tra marchi e indicazioni comunitarie di qualità (DOP, IGP, STG)*, in *Le indicazioni di qualità degli alimenti: diritto internazionale ed europeo*, B. Ubertazzi, E. Muniz Espada (a cura di), Milano, 2009, 208 ss.

L'art. 30 stabilisce un principio chiaro: se un nome è già noto come marchio commerciale e la registrazione come IG potrebbe confondere i consumatori, quel nome non può essere registrato come IG. Questa norma risponde a un principio di tutela della certezza del mercato e della lealtà commerciale, evitando che un'impresa che ha investito per decenni nel consolidamento di un marchio forte debba subire la concorrenza di un'IG registrata successivamente e, d'altro canto, si scongiura altresì che i consumatori vengano indotti in errore circa la reale origine di un prodotto, qualora il marchio commerciale sia così noto da essere percepito come un'indicazione geografica.

In modo simmetrico per bilanciare la tutela dei marchi commerciali con quella delle IG, l'art. 31 stabilisce che una domanda di registrazione di un marchio commerciale deve essere respinta se viola un'IG precedentemente registrata. Peraltro, questa disposizione è coerente con l'articolo 26, che protegge le IG contro qualsiasi usurpazione, imitazione o evocazione. Resta più complessa la regolamentazione della fattispecie prevista dall'art. 31, c. 3, dove si prevede che un marchio commerciale registrato, depositato o acquisito in buona fede prima della domanda di IG possa continuare a essere usato e rinnovato. Questo significa, con una interpretazione in *bonam partem*, che, se un marchio è stato registrato o acquisito prima della presentazione della domanda di IG, senza che questo abbia raggiunto un grado di notorietà tale da impedire la registrazione come IG, l'impresa preutente può continuare a utilizzarlo. Tuttavia, ciò vale solo se il marchio è stato registrato senza intento fraudolento e non è soggetto a nullità per altre ragioni. Resta in ogni caso un dato ineliminabile: la coesistenza tra marchi e IG può creare ambiguità per i consumatori, che potrebbero non distinguere chiaramente tra un prodotto certificato e uno che porta lo stesso nome (pur non essendo tale), secondo i principi generali della materia sarebbe onere di tutti gli utilizzatori adottare modalità sufficienti di differenziazione.

Un aspetto interessante dell'art. 31 è la possibilità di utilizzare marchi collettivi e di certificazione contemporaneamente alle IG. I marchi collettivi sono quelli utilizzati da un gruppo di produttori per identificare prodotti che rispettano specifici standard di qualità o provenienza. I marchi di certificazione, invece, attestano il rispetto di criteri stabiliti da un ente indipendente. La combinazione tra IG e marchi collettivi e/o certificativi può offrire ulteriori garanzie al consumatore, segnalando non solo l'origine geografica, ma anche specifiche caratteristiche di qualità o produzione³⁴. Tuttavia, il rischio è che un uso eccessivo di marchi e certificazioni possa confondere il consumatore, rendendo difficile la distinzione tra i vari livelli di protezione³⁵.

3. (Segue) L'estensione della protezione conferita dalle IG. Osservando, da un lato, alle necessità di offrire un vero sostegno ai territori dell'UE a minore vocazione industriale, e dall'altro, alla ricchezza dei saperi di cui il Vecchio continente è portatore, la scelta di proteggere le indicazioni geografiche per i prodotti artigianali tipici è una scelta in sé non priva di significato. Diversi sono, invece, i temi e le criticità che si profilano davanti al giurista. Su un piano di teoria della funzione giuridico-economica di questa protezione è innegabile che l'artigianato, nell'attuale contesto economico globale, rivesta un ruolo fondamentale nel garantire l'eccellenza del prodotto finale, specialmente in una prospettiva fortemente eurocentrica. In molte aree dell'UE, la manifattura non si limita a un semplice processo produttivo, si configura invece come un'autentica espressione culturale: un'arte manuale in cui il sapere tradizionale di un territorio o di più regioni prende forma attraverso creazioni

³⁴ Si rinvia a D. Sarti, *I marchi collettivi e di certificazione geografici*, cit.

³⁵ Cfr. G. Olivieri, *Riflessioni a margine della nuova disciplina europea sui marchi di garanzia o di certificazione*, in *AIDA*, 2017, 47 ss.

tangibili. Adottando una chiave di lettura culturale, il concetto di «prodotto artigianale» si distingue per alcuni elementi essenziali, quali l'abilità dell'artigiano, il design e l'eleganza del manufatto, la personalizzazione e l'autenticità del processo produttivo. Questi fattori rappresentano il cuore della distintività che si cristallizza nell'indicazione geografica e che, come dimostrano numerosi successi economici, ne alimenta l'attrattiva sui mercati internazionali.

In questo panorama, l'Italia si pone come punto di riferimento europeo nella definizione di tali caratteristiche distintive, offrendo un modello che, sotto molti aspetti, richiama la protezione del *made in Italy*. Non è un caso che l'esperienza italiana abbia costituito una fonte d'ispirazione per il legislatore europeo nel concepire un quadro normativo volto a valorizzare le economie locali. È proprio facendo leva su una consolidata cultura manifatturiera europea che si è giunti alla definizione di una tutela giuridica specifica, capace di preservare e promuovere il legame tra territorio, tradizione e qualità produttiva³⁶.

La scelta euro-unitaria è stata allora quella di valorizzare il proprio patrimonio produttivo con l'adozione del reg. UE 2023/2411, che estende la protezione delle indicazioni geografiche (IG) ai prodotti artigianali e industriali. Se fino ad ora il sistema delle IG si era concentrato sui prodotti agricoli e alimentari, riconoscendo la loro stretta connessione con il territorio d'origine, questa nuova normativa colma un vuoto normativo, offrendo una tutela equivalente ai settori manifatturieri di eccellenza. L'obiettivo del regolamento è duplice: preservare il legame tra il prodotto e la sua origine geografica e fornire ai produttori uno strumento per differenziarsi sul mercato, aumentando così il valore economico dei beni tutelati³⁷. Rientrano nel campo di applicazione del regolamento prodotti che devono la loro qualità, reputazione o caratteristiche alla loro origine geografica. Si pensi, ad esempio, alla porcellana di Limoges, al vetro di Murano, ai tessuti di Lione, ai coltelli di Solingen o alla ceramica di Deruta.

L'art. 6 del reg. UE 2023/2411 delinea i criteri essenziali affinché un prodotto artigianale o industriale possa beneficiare della protezione conferita da un'indicazione geografica (IG), riconoscendo il valore distintivo che lega un manufatto al suo territorio d'origine. Affinché un nome possa essere registrato come IG, il prodotto deve soddisfare tre condizioni fondamentali: (a) deve essere strettamente connesso a un'area geografica specifica, che può essere un luogo, una regione o un intero paese; (b) la sua qualità, reputazione o una caratteristica distintiva devono derivare principalmente dal contesto geografico in cui è

³⁶ Le imprese italiane del design e dell'artigianato operano secondo una visione ben definita: trasformare oggetti di uso quotidiano in creazioni che evocano emozioni e stimolano l'immaginazione. Attraverso l'incontro tra estetica e funzionalità, il valore di un prodotto non si limita alla sua utilità, ma si arricchisce di un significato più profondo, legato alla qualità e alla cura del dettaglio. Questa filosofia trova le sue radici nelle storiche specializzazioni manifatturiere italiane, che spaziano dal tessile e dall'arredamento alla meccanica e all'agroalimentare. Si tratta di settori fondati su competenze consolidate, dove il saper fare artigianale si integra con una raffinata sensibilità progettuale. Mentre nel Novecento molte imprese occidentali puntavano sull'innovazione tecnologica e sulla produzione su larga scala, l'Italia ha seguito una traiettoria diversa. La sua competitività si è costruita sulla capacità di realizzare prodotti in serie limitata, unendo eccellenza artigianale e qualità distintiva, in un equilibrio perfetto tra tradizione e creatività, cfr. M. Bettiol, *Raccontare il Made in Italy. Un nuovo legame tra cultura e manifattura*, Milano, 2015.

³⁷ Il tema è stato, talora, oggetto di studio anche a livello internazionale, si veda R.J. Coombe, *Protecting Cultural Industries to Promote Cultural Diversity: Dilemmas for International Policy-Making Posed by the Recognition of Traditional Knowledge*, in K. Maskus e J. Reichman (a cura di), *International Public Goods and Transfer of Technology Under a Globalized Intellectual Property Regime*, Cambridge, 2005, 559 ss.; D. Marie-Vivie, *Do Geographical Indications for Handicrafts Deserve a Special Regime? Insights from Worldwide Law and Practice*, in W. Van Caenegem e J. Cleary (a cura di), *The Importance of Place: Geographical Indications as a Tool for Local and Regional Development*, Springer, Cham, 2017, 221 ss.; G. Moretti, *The Registration of Geographical Indications for Non-Agricultural Products in France and its Impact on Proposed EU Legislation*, in EIPR, 2016, 686 ss.

realizzato, includendo fattori naturali e umani che ne influenzano la produzione; infine, (c) almeno una fase del processo produttivo deve svolgersi all'interno della zona delimitata, garantendo un legame autentico e riconoscibile tra il prodotto e il territorio.

La protezione di un'IG per questi prodotti significa garantire che solo gli artigiani e le imprese situate in quell'area possano utilizzare il nome geografico registrato, evitando contraffazioni e usi impropri che potrebbero sfruttare indebitamente la fama acquisita nel tempo. L'introduzione di questa tutela, secondo le aspettative del legislatore UE, dovrebbe avere un forte valore economico, soprattutto per le piccole e medie imprese (PMI) che rappresentano la spina dorsale della produzione artigianale europea. Le IG, infatti, non solo fungerebbero da marchio di qualità, ma contribuirebbero, secondo i desideri dell'UE, anche a generare valore economico.

Un ulteriore effetto positivo riguarda i territori di produzione. Proteggere e valorizzare un prodotto dovrebbe significare, infatti, preservare l'identità culturale e storica di una regione, stimolando anche il turismo e la crescita economica locale. L'artigianato di qualità è spesso un elemento centrale nell'attrattività di un territorio e la protezione delle IG dovrebbe consentire di rafforzare il legame tra prodotto e luogo di origine, contrastando il fenomeno della delocalizzazione.

Un aspetto essenziale del regolamento riguarda il diritto d'uso dell'indicazione geografica. Esso è riservato esclusivamente agli operatori che rispettano il disciplinare di produzione, ovvero il documento che stabilisce i requisiti per ottenere la protezione. Questo meccanismo garantisce che il nome geografico non possa essere sfruttato impropriamente da soggetti che non rispettano gli standard richiesti. Allo stesso tempo, il regolamento introduce regole precise in materia di etichettatura e simboli dell'Unione. I prodotti ad indicazione geografica devono riportare un simbolo ufficiale, che ne attesti la conformità, insieme alle diciture specifiche che chiariscono il legame con il territorio. Anche in questo caso, l'obiettivo è tutelare il consumatore, fornendogli un'informazione chiara e trasparente sull'origine del prodotto acquistato.

Ancora una volta, un punto di particolare interesse è il rapporto tra indicazioni geografiche e marchi commerciali. Il regolamento stabilisce che un marchio non può essere registrato se rischia di confondere il consumatore riguardo alla vera origine del prodotto. In altre parole, se un marchio commerciale sfrutta un nome geografico già protetto da un'IG, la registrazione può essere rifiutata o dichiarata nulla. Tuttavia, il regolamento prevede anche una clausola di salvaguardia: se un marchio commerciale è stato registrato prima dell'IG e ha acquisito una forte reputazione sul mercato, può continuare a essere utilizzato. Anche per questo tipo di protezione è prevista sia una procedura analoga a quella già vista per i prodotti eno-agroalimentari e sia la competenza dell'EUIPO. In questo senso, l'estensione della regolamentazione europea ai nomi geografici non agroalimentari segna una svolta nel sistema di tutela, spostando decisamente il baricentro degli interessi dalla politica agricola alla proprietà industriale.

L'introduzione di questa protezione sollecita delle riflessioni. L'inquadramento delle indicazioni geografiche come diritto di proprietà industriale – ora ancora più significativo con le produzioni non agroalimentari – pone un elemento di frizione nella individuazione precisa che occorre dare alla reputazione come elemento autonomo di tutela³⁸. Tendenzialmente si è sempre sostenuto, anche nella giurisprudenza europea, che il sistema

³⁸ Cfr. B. Calabrese, *Le indicazioni geografiche non agroalimentari come diritto di proprietà industriale: prospettive di riforma e implicazioni di sistema*, in *Riv. dir. ind.*, 2018, 6, 475 ss.; S. Magelli, *Marchi e indicazioni geografiche: il nuovo coordinamento per registrazione e tutela*, in *IDI*, 2017, 2, 203 ss.; M. Libertini, *I segni geografici protetti: pubblico e privato, protezionismo e concorrenza*, in *AIDA*, 2015, 342 ss.

distingue tra indicazioni geografiche qualificate, che richiedono un legame tra origine e qualità del prodotto, e indicazioni semplici, prive di connessione diretta con le caratteristiche del bene (effetto reputazionale). In questo caso appare evidente che l'inclusione della sola notorietà tra i criteri di protezione rischia di indebolire questa distinzione, alterando l'equilibrio tra esclusività e concorrenza.

La reputazione è un valore percepito dai consumatori, non una qualità oggettiva del prodotto. Se considerata sufficiente per la tutela, il sistema perderebbe coerenza, estendendo la protezione anche a denominazioni che non presentano un effettivo legame qualitativo con il territorio. In tal modo, le IG si avvicinerebbero ai marchi d'impresa, consentendo persino la delocalizzazione della produzione, tradendo la loro logica originaria. Questa tendenza si accentua nei prodotti non agroalimentari, dove il know-how artigianale ha spesso un peso maggiore rispetto all'individuazione territoriale. Il rischio è che il focus si sposti verso un criterio identitario e non di legame territoriale, compromettendo la coerenza del sistema. Il legislatore europeo sembra consapevole di questa tensione, ma privilegia un approccio pratico, volto a massimizzare l'applicabilità della tutela, anziché garantire una rigorosa aderenza ai principi giuridici della proprietà industriale.

4. Il sistema europeo e il suo coordinamento con le altre discipline internazionali.

Questi nuovi regolamenti UE si innestano, oltre che nell'ambito della revisione degli strumenti normativi europei attuali, anche in una cornice normativa nazionale ed internazionale. Tirando le fila di un discorso che possa aiutare a formulare sul tema qualche considerazione conclusiva, giova allestire un breve quadro d'insieme.

Il primo tratto distintivo della disciplina delle indicazioni geografiche è quello di dispiegarsi all'interno di un panorama normativo grandemente esteso e frammentato³⁹, nel quale

³⁹ La letteratura sul tema è vastissima, per questo lavoro si rinvia a N. Abriani, *Denominazioni d'origine protette e marchi collettivi geografici: note minime su una convivenza problematica*, in *Giur. It.*, 2001, 2; P. Auteri, *Indicazioni geografiche, disciplina delle pratiche commerciali scorrette e concorrenza sleale*, in *Studi in memoria di Paola A. E. Frassi*, Milano, 2010, 23 ss.; J. Belson, *Certification and Collective Marks. Law and Practice*, Cheltenham, 2017, *passim*; M. Blakeney, *The protection of Geographical Indications. Law and Practice*, Cheltenham, 2014, 16; P. Borghi, *I requisiti della tutela*, in *Le indicazioni di qualità degli alimenti: diritto internazionale ed europeo*, B. Ubertazzi, E. Muniz Espada (a cura di), Milano, 2009, 179; I. Calboli, *Expanding the Protection of the Geographical Indications of Origin under TRIPS: "Old" Debate or "New" Opportunity?*, in *Marquette Intellectual Property Law Review*, Vol. X, 2006, 182; F. Capelli e B. Klaus, *La tutela delle indicazioni geografiche nell'ordinamento comunitario e in quello internazionale*, in *Diritto comunitario e degli scambi internazionali*, 2004, 191; F. Capelli, *Il regolamento*, cit.; Id., *Protezione giuridica dei prodotti agroalimentari di qualità e tipici in Italia e nell'UE*, in *Diritto comunitario e degli scambi internazionali*, 2001, 177; S. Cerrato, *I controlli sulla qualità del cibo: forme, disciplina, meccanismi di enforcement*, in *AIDA*, 2015, 261; M. Cian, *Le indicazioni di qualità dei cibi nella UE: il contenuto della tutela*, in *Le indicazioni di qualità degli alimenti: diritto internazionale ed europeo*, B. Ubertazzi, E. Muniz Espada (a cura di), Milano, 2009, 191; A. Contini, *Commento sub art. 29 e 30 c.p.i.*, in C. Galli, A. M. Gambino, *Codice commentato della proprietà industriale e intellettuale*, Torino, 2011, 297; V. Di Cataldo, *Denominazioni e indicazioni geografiche tra registrazione comunitaria e protezione nazionale. Made in, IGP e DOP*, in *AIDA*, 2016, 31; V. Falce, *Denominazioni di origine protetta e limitazioni della produzione: i profili antitrust*, in *Giur. Comm.*, 2005, 45; G. Florida, *I marchi di qualità, le denominazioni di origine e le qualificazioni merceologiche nel settore alimentare*, in *Riv. Dir. Ind.*, I, 1990, 5; C. Galli, *Globalizzazione*, cit.; Id., *Indicazioni geografiche e denominazioni di origine sul mercato globale: convergenze e conflitti*, in *Diritto Comunitario e degli Scambi Internazionali*, 2015, 1; C. Galli, V. Falce, *Globalization of the economy, protection of designations of origin and limits to production*, in G. Ghidini e Genovesi, *Intellectual property and market power*, ATRIP Papers 2006-2007, Buenos Aires, 2008, 189; B. Goebel e M. Groeschl, *The long road to resolving conflicts between trademarks and geographical indications*, in *The Trademark Reporter*, Vol. 104, 2004, 829; S. Goldberg, *Who Will Raise the White Flag? The Battle Between the United States and the European Union over the Protection of Geographical Indications*, in *University of Pennsylvania Journal of International Economic Law*, 2001, 107; D. La Villa, *Denominazione di origine e Indicazioni geografiche nel diritto comunitario*, in *IDI*, 1995, 154; M. Libertini, *Commento all'art. 31 c.p.i.*, in *Commentario al d.lgs. 19 marzo 1996 n. 198*, in *NLCC*, 1998, 161; Id., *I segni geografici protetti: pubblico e privato, protezionismi e concorrenza*, in *AIDA*, 2015, 342; Id., *Indicazioni geografiche e segni distintivi*, in *Riv. dir. comm.*,

incidono, seppur in modo eccentrico e minore (ma spesso creando anche difficili convivenze), altre discipline di dettaglio, quali le norme agrarie, vitivinicole, societarie, fiscali ed economiche⁴⁰. La trama degli interessi è certamente ampia, e conseguentemente, anche solo guardando alla scomposizione dei diversi impianti normativi nazionali ed internazionali sulla proprietà intellettuale, la qualificazione precisa degli istituti non è agevole, tanto più ove si tenga conto della diversità non solo terminologica, ma anche normativa. A tal fine, anche la più semplice comparazione dei diversi sistemi di protezione lascia emergere tecniche di tutela molto dissimili tra loro, basti pensare a quelle fondate sulla registrazione, che fronteggiano e coesistono con strumenti legislativi che la ignorano, oppure alla previsione di effetti sanzionatori che sono collegati al divieto di uso dell'indicazione protetta a condizione che esso sia idoneo ad ingannare il pubblico, diversamente da quegli impedimenti molto più robusti, e per certi versi contrappugnabili, che accrescono la difesa, arrivando a colpire qualsiasi indebito sfruttamento della reputazione insita nel segno.

Un dato centrale che spiega tutte queste asimmetrie sul piano internazionale lo si rinviene nell'ovvia constatazione che esiste un numero molto ristretto di nazioni che sono straordinariamente ricche di tradizioni culturali di ogni genere e altre più povere che, al contrario, sono desiderose di poter godere di tali risorse sotto diversi profili, quali la facilità di importazione nei loro mercati, lo sviluppo delle produzioni locali, la concessione alla grande industria di sfruttare indebitamente la reputazione di tali identità che rappresentano strumenti commerciali di grande impulso e richiamo⁴¹.

In un primo momento il sistema è stato caratterizzato dall'introduzione delle figure della «denominazione di origine» e della «indicazione di provenienza». Successivamente, soprattutto a seguito della normazione europea e dell'adozione dei TRIPs, si è impiegato il termine di «indicazione geografica», il quale, per molti versi ha assunto, al di là della disciplina propria, una connotazione di qualificazione terminologica ampia e comprensiva di tutti gli

1996, I, 1039; Id., *L'informazione sull'origine dei prodotti nella disciplina comunitaria*, in *Riv. dir. ind.*, 2010, 289; L.A. Lindquis, *Champagne or champagne? An examination of U.S. failure to comply with the geographical provisions of the TRIPs agreement*, in *Journal of International and Comparative Law*, 1999, 309; E. Loffredo, *Profili giuridici della tutela delle produzioni tipiche*, in *Rivista di diritto industriale*, I, 2003, 139; S. Magelli, *Denominazioni d'origine. Profilo di convergenza con il diritto dei segni distintivi*, in *IDI*, 2011, 144; Id., *Marchio e nome geografico*, in AA.VV., *Studi di diritto industriale in onore di Adriano Vanzetti. Proprietà intellettuale e concorrenza*, II, Milano, 2004, 909; P. Masi, *Il marchio collettivo*, in AA.VV., *Commento tematico della legge marchi*, Torino, 1998, 71; D. Pisanello, *La riforma del sistema comunitario di tutela delle denominazioni d'origine e delle indicazioni geografiche dei prodotti agricoli e alimentari*, in *Contratto e Impresa/Europa*, 2006, 545; M. Ricolfi, *Marchi collettivi geografici e marchi di certificazione*, in AA.VV., *Studi in onore di Aldo Frignani: nuovi orizzonti del diritto comparato europeo e transnazionale*, Napoli, 2011, 743; Id., *Trattato dei marchi: Diritto europeo e nazionale*, Torino, 2015, 1753; R. Romano, *I marchi di certificazione alla luce della Direttiva 2015/2436: problemi e rimedi*, in *Analisi giuridica dell'economia*, Bologna, 2017, 591; S. Sandri, *La nuova disciplina della proprietà industriale dopo i GATT-TRIPs*, Padova, 1999, 53; Id., *Marchi, indicazioni geografiche, disegni e modelli nel capo II del nuovo Codice*, in *IDI*, 2005, 18; D. Sarti, *La tutela delle indicazioni geografiche*, cit.; Id., *La tutela delle indicazioni geografiche nel sistema comunitario*, in B. Ubertazzi, E. Muniz Espada (a cura di), *Le indicazioni di qualità degli alimenti: diritto internazionale ed europeo*, Milano, 2009, 324; Id., *Le indicazioni d'origine geografica: storia, questioni terminologiche e proposte interpretative*, in AA.VV., *Studi in memoria di Paola A. E. Frassi*, Milano, 2010, 619; G. E. Sironi, *I segni geografici*, in *AIDA*, 2017, 22; Id., *Toponimo e segni distintivi*, in *AIDA*, 2015, 359; Id., *Conflitti*, cit.; L. Sordelli, *Denominazioni di origine e marchio collettivo (commento a App. Bologna 26 maggio 1994)*, in *IDI*, 1994, 1074; A. Tosato, *The Protection of Traditional Foods in the EU: Traditional Specialties Guaranteed*, in *European Law Journal*, Vol. 19, 2013, 545.

⁴⁰ Il tema emerge in I. Canfora, *Il caso "Parmigiano Reggiano": denominazioni di origine composte e strumenti di tutela tra competenze nazionali e diritto comunitario*, in *Rivista di diritto agrario*, II, 2008, 16; ed anche in L. Costato, *Il regolamento n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari*, in *Rivista di diritto agrario*, I, 2012, 648

⁴¹ Cfr. C. Galli, *Globalizzazione*, cit., 62; e anche T. Voon, *Geographical Indications, Culture and the WTO*, in *Le indicazioni di qualità degli alimenti. Diritto internazionale ed europeo*, B. Ubertazzi, E. Muniz Espada (a cura di), Milano, 2009, 300.

strumenti di tutela in materia⁴². In generale è comunque possibile enucleare un dato comune, ovvero che tutte le discipline tendono a dare un assetto al proprio impianto regolatorio tendenzialmente individuando o presupponendo due livelli di tutela: in un primo (e più intenso) le denominazioni d'origine sono tali in quanto istituiscono un rapporto forte con la provenienza geografica del prodotto oggetto di tutela e le sue peculiarità (luogo di origine o di produzione), un secondo (e meno intenso) in cui le indicazioni geografiche mantengono una relazione con il territorio individuato basandolo anche soltanto sulla fama e sul credito acquisito⁴³.

In ordine cronologico occorre segnalare che la Convenzione d'Unione di Parigi (CUP)⁴⁴ protegge sia le denominazioni d'origine e sia le indicazioni di provenienza con la previsione del sequestro all'importazione, qualora l'utilizzazione diretta o indiretta di una indicazione falsa relativa alla provenienza del prodotto sia di inganno per il pubblico. In questi casi, tale uso costituisce un atto di concorrenza sleale ai sensi degli artt. 9, 10 e 10-*bis* CUP. Il rinvio, peraltro, all'art. 10-*bis* CUP pone serie ragioni sulla possibilità di applicare il divieto di uso delle indicazioni false anche in caso di atti di agganciamento parassitario, e quindi, per impieghi del segno che non siano solo ingannevoli o confusori, poiché sono fattispecie che rientrano tra quelle oggetto di divieto della concorrenza sleale.

L'Accordo di Madrid relativo alla repressione delle indicazioni di provenienza,⁴⁵ conformemente alla CUP (dalla quale poco si discosta), prevede il sequestro all'importazione dei prodotti con indicazioni false (art. 1), e consente in generale un'efficacia maggiore di tutela poiché, nei casi in cui una nazione aderente non preveda nel proprio ordinamento sanzioni specifiche, è previsto l'obbligo dell'applicazione della legislazione domestica in tema di marchi e nomi commerciali.

Il successivo Accordo di Lisbona⁴⁶ rappresenta lo strumento legislativo più coerente con la disciplina dei marchi⁴⁷ e prescinde da altre valutazioni di ordine pubblicistico che potrebbero essere alla base di ulteriori impianti normativi, stabilendo regole complete. Tuttavia, l'impatto di questa normativa è molto limitato visto il numero esiguo dei paesi aderenti (ad oggi 30 nazioni), di fatto solo quelli che possono vantare delle tradizioni culturali e geografiche significative. L'Accordo di Lisbona definisce come denominazione d'origine, la denominazione geografica di un paese, di una regione o di una località, che venga usata per designare un prodotto che ne è originario e le cui qualità o i caratteri sono dovuti, esclusivamente o essenzialmente, all'ambiente geografico che comprende i fattori naturali e i fattori umani, il c.d. «milieu géographique». Tale denominazione è protetta a condizione che essa sia riconosciuta nel paese d'origine e che questo riconoscimento sia stato registrato

⁴² L'intuizione di S. Sandri, *La nuova disciplina*, cit., 56 ss.; mi sembra che nei fatti possa essere confermata anche in ragione dei testi normativi che si sono succeduti poi nel tempo.

⁴³ Sul punto si veda anche un interessante lavoro, sebbene su un argomento eccentrico, di R. Romano, *I segni di qualità ideologica*, in *AIDA*, 2015, 326

⁴⁴ Convenzione d'Unione di Parigi per la protezione della proprietà industriale (CUP) del 20 marzo 1883 (in vigore in Italia nel testo riveduto a Stoccolma il 14 luglio 1967, ratificato con L. 28 aprile 1976, n. 424, il cui testo, anche nelle versioni precedenti, è disponibile sul sito wipo.org).

⁴⁵ L'Accordo di Madrid relativo alla repressione delle indicazioni di provenienza false o fallaci del 14 aprile 1891 è stato sottoscritto da alcune nazioni aderenti alla CUP, attualmente è in vigore per l'Italia nel testo riveduto a Lisbona il 31 ottobre 1958, ratificato con L. 14 luglio 1967, n.676.

⁴⁶ L'Accordo di Lisbona del 1958 è un trattato amministrato dal WIPO ed è stato modificato dall'Atto di Ginevra dell'accordo di Lisbona sulle denominazioni di origine e le indicazioni geografiche del 2015, entrato in vigore nel 2020 e pubblicato in GUUE del 24.10.2019; cfr. anche D.J. Gervais, M. Slider, *The Geneva Act of the Lisbon Agreement: Controversial Negotiations and Controversial Results*, in W. Van Caenegem, J. Cleary (a cura di), *The Importance of Place: Geographical Indications as a Tool for Local and Regional Development*, Springer, Cham, 2017, 15 ss.

⁴⁷ Cfr. E. Cusa, *Gli utilizzatori dei marchi collettivi*, in *AIDA*, 2015, 306

presso il WIPO di Ginevra. Qualora la registrazione sia stata accordata, tale denominazione non potrà divenire generica fintanto che nel paese di origine continui a ricevere tale tutela. Nondimeno, ad ogni Stato aderente è concessa la facoltà di opporsi alla registrazione di una denominazione nel termine di un anno dalla notifica della registrazione effettuata dal WIPO. La denominazione registrata ai sensi dell'Accordo di Lisbona gode di una presunzione di legittimità e qualora in uno degli Stati aderenti sia emessa una decisione di invalidità passata in giudicato, questa deve essere notificata da parte dello Stato in cui la decisione è stata pronunciata al WIPO, che provvederà ad annotarla nel registro internazionale e a comunicarla allo Stato di origine. La protezione conferita è ampia poiché la denominazione viene tutelata contro qualsiasi usurpazione o imitazione, anche quando gli si faccia riferimento con espressioni come «genere», «tipo» e simili, e quindi offre una protezione che prescinde dall'inganno del pubblico sulla provenienza. Anche in questo caso le sanzioni applicabili, in caso di assenza di previsioni specifiche, potranno essere quelle domestiche⁴⁸.

L'Accordo TRIPs⁴⁹ regola la materia in due articoli e garantisce la protezione alle indicazioni geografiche prescindendo da qualsiasi registrazione, e anche in assenza della relazione con il «milieu géographique», e dunque, accordando la protezione anche nei casi in cui tra il prodotto e il luogo vi sia solo un effetto reputazionale.

La disciplina nazionale è inserita negli artt. 29 e 30 del Codice della proprietà industriale (d.lgs. 10 febbraio 2005, n. 30, d'ora in avanti anche c.p.i.) ed è sostanzialmente l'espressione dell'adeguamento dell'ordinamento italiano alle regole TRIPs. Anche nel nostro Paese la protezione è garantita a prescindere dalla registrazione e il c.p.i. qualifica le indicazioni geografiche come diritti di proprietà industriale non titolati, in ragione delle regole contenute negli artt. 1 e 2 c.p.i., con la conseguenza che la loro tutela può godere non solo della protezione offerta dalle regole in tema di concorrenza sleale, ma anche dell'apparato sanzionatorio disciplinato dal c.p.i. negli artt. 124-131. In questo modo è previsto un irrobustimento della tutela che spetta a tutti coloro che operano nel territorio indicato nella IG e appartengono alle categorie che adottano quelle indicazioni.

Peraltro, con la miniriforma del c.p.i. del 2010⁵⁰ la protezione domestica delle indicazioni geografiche è stata ampliata fino a ricomprendere qualsiasi uso che comporti uno sfruttamento indebito della reputazione della IG, e quindi, anche nel nostro ordinamento viene offerta una protezione alle IG in tutti i casi di parassitismo⁵¹.

L'assetto europeo attuale in materia, che nelle sue linee portanti resta tale anche con l'introduzione delle norme dei regolamenti prima analizzati, prevede l'istituzione di una protezione delle DOP e IG unica e sovranazionale in termini simili a quanto accade per il marchio europeo.

Nel complesso quadro normativo internazionale, l'Unione Europea mantiene un approccio di protezione particolarmente solido, elevando le indicazioni geografiche a veri e propri strumenti di proprietà intellettuale, e questa impostazione si sta spostando sempre più verso una prospettiva strategica e commerciale, in cui la tutela delle IG non è solo una garanzia

⁴⁸ Si veda A. Taubman, *Thinking locally, acting globally: how trade negotiations over geographical indications improvise "fair trade" rules*, in *IPQ*, 2008, 231 ss.

⁴⁹ *The Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights*, universalmente noto come accordo TRIPs, è stato approvato a Marrakech nel 1994, al termine del negoziato *Uruguay Round*, è stato attuato in Italia con il d.lgs. 19 marzo 1996, n. 198 e attualmente nel Codice della proprietà industriale con la trasposizione delle norme negli artt. 29 e 30; G. Morgese, *L'accordo sugli aspetti dei diritti di proprietà intellettuale attinenti al commercio (TRIPs)*, Bari, 2009, 307 ss.; C.M. Correa, *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights: A Commentary on the TRIPs Agreement*, Oxford, 2007, 209 ss.

⁵⁰ Si veda il d.lg. 13 agosto 2010, n. 131.

⁵¹ Sul punto si veda G. E. Sironi, *I segni*, cit., 24; inoltre sul tema (complesso) del «made in» cfr. S. Cerrato, *I segni indicativi del made in*, in *AIDA*, 2016, 3.

giuridica, ma anche un potente strumento di differenziazione e valorizzazione del prodotto. È facile notare che il sistema normativo UE sulle indicazioni geografiche, così come incastonato nel quadro internazionale, rappresenti una sintesi provvisoria tra interessi economici, spinte nazionali e modelli di tutela internazionali. Il legislatore europeo, nel rafforzare la protezione delle IG, media tra la necessità di difendere il valore territoriale dei prodotti e l'esigenza di mantenere un equilibrio concorrenziale nel mercato globale e tra i diversi Stati membri. D'altro canto, se da un lato l'UE propone una protezione ampia e automatica, dall'altro l'economia UE si scontra con sistemi più flessibili, spesso condizionati da pressioni commerciali e politiche.

5. Hic sunt leones: i dati economici e l'assetto concorrenziale desiderato dall'UE. A questo punto per aver un'idea precisa del quadro concorrenziale che il legislatore UE aveva in mente nel dare un assetto a questi nuovi regolamenti diventa essenziale considerare anche alcuni dati economici di base. Comprendere l'incidenza delle IG sul commercio intra-UE ed extra-UE, il valore economico delle denominazioni protette e la loro capacità di generare valore aggiunto sarà di aiuto nel delineare ancor meglio la struttura competitiva che l'UE intende promuovere.

In particolare, occorre chiedersi se l'Unione Europea stia modellando realmente un sistema di tutela capace di bilanciare le esigenze di protezione con quelle di sviluppo competitivo, in un contesto caratterizzato da equilibri delicati, spinte economiche divergenti e territori con vocazioni produttive eterogenee. In questa prospettiva l'assetto normativo delle indicazioni geografiche si evolve tra la necessità di consolidare un vantaggio competitivo per le imprese europee e il rischio di introdurre rigidità che potrebbero alterare le dinamiche di mercato.

Sul piano della distribuzione della superficie agricola utilizzata nei Paesi dell'Unione Europea nel periodo 2020-2022, suddivisa in classi di estensione aziendale, il dato complessivo per l'UE-27 ammonta a 157,4 milioni di ettari, con una forte concentrazione nelle aziende di grande estensione (oltre 100 ettari), che rappresentano 82,6 milioni di ettari, ossia più della metà del totale. Francia e Spagna emergono come i Paesi con la maggiore superficie agricola utilizzata (27,3 e 23,9 milioni di ettari rispettivamente). La Francia, in particolare, presenta una forte concentrazione di aziende sopra i 100 ettari (18,5 milioni di ettari), seguita dalla Spagna (13,8 milioni). Germania e Italia mostrano dati elevati, con 16,6 milioni e 12,5 milioni di ettari, ma con una diversa distribuzione: la Germania ha una maggiore presenza di aziende di grandi dimensioni, mentre l'Italia registra una forte incidenza di aziende più piccole (oltre 1,3 milioni di ettari sotto i 5 ettari). Polonia e Romania confermano la presenza di un'agricoltura caratterizzata da aziende di piccole e medie dimensioni, con una significativa presenza di appezzamenti inferiori ai 5 ettari⁵². In tutta l'UE un ruolo strategico viene svolto dalle aziende medie (10-49 ettari), che risultano particolarmente diffuse in Paesi come Italia, Francia e Spagna, garantendo un equilibrio tra produttività ed efficienza.

L'eterogeneità tra gli Stati membri è marcata: paesi come la Francia, la Germania e la Spagna presentano una maggiore concentrazione di aziende di grandi dimensioni, mentre in Italia e in Europa orientale prevalgono realtà di piccola scala. Ne consegue la necessità di strategie di sviluppo differenziate per sostenere la competitività e la sostenibilità del settore agricolo europeo.

Interessante è anche l'analisi dell'evoluzione degli assetti economici nel settore agricolo UE nel periodo che va dal 2005 al 2020 secondo i dati Eurostat, nel periodo di vigenza dei precedenti strumenti legislativi euro-unitari⁵³.

⁵² Si veda sito Eurostat, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/agriculture/database>.

⁵³ *Ibidem*.

Negli ultimi quindici anni, il settore agricolo dell'Unione Europea ha attraversato un profondo processo di trasformazione, segnato da una significativa riduzione della forza lavoro e da una progressiva concentrazione della produzione in unità agricole di maggiori dimensioni. Dal 2005 al 2020, il volume di lavoro impiegato nelle attività agricole si è ridotto di 4,5 milioni di unità di lavoro annue (ULA), registrando un calo complessivo del 36%. Questa contrazione ha interessato soprattutto gli Stati membri entrati nell'UE dopo il 2004, che da soli hanno assorbito circa il 72% della riduzione occupazionale. Parallelamente, il numero di aziende agricole con una superficie inferiore a 5 ettari è diminuito di 4,6 milioni di unità. Sebbene anche le aziende di dimensioni comprese tra 5 e 100 ettari abbiano subito un calo, la riduzione è stata decisamente più contenuta (circa 700.000 unità in meno rispetto al 2005). Nonostante questa drastica diminuzione del numero di aziende agricole, la superficie destinata alla produzione agricola è rimasta sostanzialmente stabile (+0,3%). Questo fenomeno riflette una tendenza al consolidamento delle aziende più grandi, che hanno progressivamente assorbito le superfici produttive. Francia e Germania, in particolare, si distinguono per un'accelerazione di questa dinamica, confermando un modello agricolo sempre più orientato all'efficienza su larga scala.

In questo quadro, complessivamente, l'Unione Europea ha nel proprio registro delle IG 3.418 prodotti tutelati, con una forte prevalenza nei settori del vino (1.627 denominazioni) e del cibo (1.543 denominazioni), mentre il comparto delle bevande spiritose conta 248 indicazioni geografiche. Italia e Francia emergono come le nazioni con il maggior numero di prodotti certificati, confermando il loro ruolo di riferimento nel settore agroalimentare e vitivinicolo. L'Italia guida ampiamente la classifica con 890 prodotti IG, trainata dal primato nel vino (529 denominazioni) e dalla forte presenza nel comparto alimentare (326 prodotti). La Francia segue con 768 IG, con un numero elevato di vini certificati (441) e una presenza significativa nei distillati (53 IG, il dato più alto in Europa). La Spagna si posiziona terza con 380 IG, di cui 215 relative al cibo e 146 ai vini, evidenziando un'equa distribuzione tra i settori. Anche Grecia (279 IG) e Portogallo (205 IG) vantano un patrimonio agroalimentare rilevante, con una prevalenza di certificazioni nei prodotti tipici locali e nel vino. La Germania, pur essendo una delle maggiori economie europee, ha un numero relativamente basso di IG (178 prodotti), con una presenza equilibrata tra cibo, vino e un buon numero di indicazioni per le bevande spiritose (36). I Paesi dell'Europa orientale, come Ungheria (88 IG), Bulgaria (78 IG) e Croazia (72 IG), mostrano numeri più contenuti, riflettendo una minore tradizione nella registrazione delle IG, ma con potenzialità di crescita nel settore vinicolo e nei distillati⁵⁴.

Questi dati confermano il forte radicamento delle IG nei Paesi mediterranei, dove la cultura agroalimentare e vitivinicola è profondamente legata al territorio. L'Italia, con il numero più alto di prodotti certificati, dimostra la capacità di coniugare tradizione e protezione giuridica, valorizzando il *made in Italy* sui mercati internazionali. Al contempo, il settore delle IG continua a espandersi nei Paesi dell'Europa orientale, segno di un interesse crescente per questo strumento di valorizzazione economica e culturale⁵⁵.

Il settore delle IG in Italia rappresenta un pilastro fondamentale dell'economia

⁵⁴ ISMEA, *Report-Rapporto Ismea Qualivita 2024 sulle produzioni Dop Igp e Stg*, 2 dicembre 2024, www.ismeamercati.it.

⁵⁵ I dati sono confermati anche nei rapporti di studio che hanno preceduto l'emanazione dei regolamenti, sul punto cfr. Commission Staff, *Working document and executive summary of the impact assessment report on geographical indication protection for craft and industrial products accompanying the document Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on geographical indication protection for craft and industrial products and amending regulations (eu) 2017/1001 and (eu) 2019/1753 of the European Parliament and of the Council and Council decision (eu) 2019/1754*, Brussels, 13.4.2022 SWD(2022) 116 final.

agroalimentare nazionale, con un valore complessivo pari a 20,2 miliardi di euro nel 2022. Tale comparto ha registrato una crescita significativa nell'export, con un incremento dell'8,3% tra il 2021 e il 2022, attestandosi al 20% del totale del settore agroalimentare. Dal punto di vista occupazionale, il sistema delle IG si articola in due fasi principali: quella agricola e quella industriale. Nel comparto agricolo, il numero di contratti di lavoro dipendente a tempo determinato ammonta a 430.000 unità, equamente distribuite tra il settore vitivinicolo (211.000 lavoratori) e quello alimentare (219.000). A questi si aggiungono 50.000 lavoratori a tempo indeterminato (di cui 20.000 nel vino e 30.000 nel cibo) e circa 100.000 lavoratori autonomi, tra imprenditori agricoli e coltivatori diretti. Nella fase industriale, il settore conta 250.000 rapporti di lavoro a tempo indeterminato, di cui 210.000 nell'industria alimentare e 43.000 nel vino, ai quali si sommano circa 60.000 lavoratori stagionali e a tempo determinato.

Sul piano territoriale, emerge una forte concentrazione della produzione IG nel Nord-Est del Paese, dove quattro regioni – e tra queste in particolare Veneto ed Emilia-Romagna – generano oltre il 55% del valore economico nazionale delle DOP e IGP, con un incremento del 6% nel 2022 rispetto al 2021. Questi dati confermano il ruolo trainante del settore IG per l'economia agroalimentare italiana, sia in termini di competitività internazionale che di valorizzazione del territorio e delle sue tradizioni produttive⁵⁶.

Le dinamiche economiche e il quadro normativo offrono dunque una chiave di lettura preziosa per una più articolata valutazione. La riduzione della forza lavoro agricola nell'UE e la progressiva scomparsa delle piccole aziende agricole pongono una sfida significativa: da un lato, la necessità di consolidare la produzione attraverso forme di cooperazione tra produttori; dall'altro, l'importanza di costruire un'identità distintiva per le produzioni locali in un mercato sempre più dominato da grandi operatori. Il sistema delle IG rappresenta una risposta a questa sfida, offrendo ai produttori strumenti di valorizzazione e protezione dei loro prodotti, soprattutto in un contesto di crescita dell'export, l'esempio italiano è stato significativo (+8,3% tra il 2021 e il 2022 per le sole IG italiane).

I dati evidenziano un quadro economico europeo caratterizzato da forti differenze strutturali tra i diversi Stati membri. Francia e Germania presentano una maggiore concentrazione di aziende agricole di grandi dimensioni, con una percentuale più elevata di produzioni di fascia alta. In Italia, invece, si osserva una maggiore polverizzazione del settore, con un numero di imprese molto più elevato, ma con una quota inferiore di produzioni di alto valore. Questo implica che il sistema delle IG assume un ruolo fondamentale nel permettere ai piccoli produttori italiani di differenziarsi e competere su un piano qualitativo piuttosto che quantitativo.

Il legislatore UE nel promuovere il riconoscimento di un'indicazione geografica permette ai produttori di inserirsi in un circuito commerciale altamente selettivo, dove il valore del prodotto non è determinato esclusivamente dal prezzo, ma anche dalla qualità, dalla reputazione e dal legame con il territorio. Conseguentemente sembrerebbe che l'UE tenda a predisporre una netta separazione tra i prodotti a marchio commerciale e quelli a indicazione geografica (e quindi dal mercato dell'industria di massa a quello di qualità), riducendo gli usi impropri delle IG e rafforzando il controllo sulle loro modalità di sfruttamento. La strategia dell'UE sembra orientata a promuovere un modello di mercato in cui la qualità certificata diventa il principale strumento di differenziazione, con un'accentuata centralizzazione delle

⁵⁶ Cfr. ISMEA, *Report-Rapporto Ismea Qualivita 2024*, cit.; e ISMEA, *Report-Rapporto Ismea Qualivita 2023 sulle produzioni Dop Igp e Stg*, 2023, www.ismeamercati.it; ISMEA, *Rapporto sull'agroalimentare italiano*, Roma, novembre 2024.

dinamiche concorrenziali all'interno delle associazioni di produttori⁵⁷.

Un ulteriore elemento di rilievo è l'approccio regolatorio complesso e pervasivo, giustificato dalla necessità di tutelare interessi pubblici di particolare rilevanza, come la sostenibilità ambientale, la protezione del consumatore e la valorizzazione del patrimonio produttivo europeo. Le indicazioni geografiche UE generalmente intese, e quindi i segni che svolgono il ruolo di identificare una provenienza geografica, anche in casi di minore intensità come nella fattispecie del collegamento alla reputazione, vedranno una stagione di ulteriore rafforzamento di tutela. L'idea di fondo che emerge è, dunque, quella secondo cui in questa materia gli organi UE intendono raggiungere per il futuro un sistema (i) in cui la protezione dovrà essere elevatissima; (ii) nel quale il numero delle private concesse dovrà essere cospicuo, o comunque esteso (anche uniformemente) in tutta l'UE; e (iii) la cui assegnazione dovrà essere snella e semplificata sia sul piano procedurale e sia sui requisiti di accesso alla protezione. Tutto ciò a fronte di un importante apparato di enforcement e di legittimazione alle attività di lotta alla contraffazione.

Sul piano concorrenziale ed economico l'ordinamento UE sta allestendo un mercato del settore alimentare e vitivinicolo nel quale lo spazio commerciale più importante sarà suddiviso, da un lato, con la presenza delle grandi multinazionali e dei loro marchi commerciali, e dall'altro, con la partecipazione di una miriade di indicazioni geografiche, lasciando invece sullo sfondo i produttori e i distributori di prodotti generici. La ponderazione degli interessi in campo e degli effetti che sul piano economico e concorrenziale scaturiranno da questa scelta non sono facilmente prevedibili. Infatti, non è azzardato sostenere che quest'ordine economico potrà coinvolgere diversi sistemi produttivi e distributivi con effetti certamente negativi a carico di una parte dell'attuale settore alimentare o, al più, imponendo politiche di riassetto industriale. La stessa ampissima diffusione di un numero elevato di indicazioni geografiche potrebbe creare un effetto di affollamento nel mercato e di saturazione nei confronti dei consumatori. Questi ultimi potranno godere, certamente, degli effetti positivi derivanti dall'ampiezza della scelta, ma potranno non percepire più quell'effetto di aura promozionale di cui godono le specialità alimentari geografiche, d'altro canto, questa circostanza, nel lungo periodo, potrà non consentire quei vantaggi economici nei confronti dei produttori, i c.d. migliori redditi, di cui parlano i documenti preparatori ai regolamenti⁵⁸.

In sostanza, se è vero che il sistema di registrazione delle indicazioni geografiche risente di un disallineamento fisiologico rispetto alle norme consuete sul marchio, in ragione delle importanti motivazioni di ordine pubblicistico dirette a rafforzare le peculiarità tradizionali, è anche vero che procedere lungo la direzione indicata (facilità di accesso alla protezione, rafforzamento della tutela ed elevato numero di private) potrà rivelare la vera natura dell'intervento, che non avrebbe più solo il "sapore" di una novella legislativa nel campo della proprietà intellettuale, ma quello anche di un intervento dirigista di natura economica. Per rendere empiricamente il concetto appena espresso, si consideri il caso di un medio caseificio italiano che, grazie a competenza e tradizione, produce formaggi di alta qualità, seppur privi di una certificazione IG. Questo produttore si troverà di fronte a un bivio: da un lato, sarà spinto a dover rincorrere un riconoscimento di indicazione geografica, aggregandosi ad altri operatori senza necessariamente ottenere vantaggi economici concreti in un mercato già

⁵⁷ Sui modelli economici delle IG e dei diversi effetti concorrenziali si rinvia a S.F. Schwemer, *Food for Thought – Revisiting the Rationale of Law-Based Food Origin Protection*, in *Eur. Food & Feed L. Rev.*, 2012, 134 ss.; W. Van Caenegem, *Registered Geographical Indications: Between Intellectual Property and Rural Policy – Part I*, in *Journal of World Intellectual Property*, 2003, 699 ss.; V. Falce, *Denominazioni*, cit., 45 ss.; L. Arnaudo, *In vino auctoritas. L'industria vinicola tra consorzialismo e competition*, in *Mercato Concorrenza Regole*, 2016, 313 ss.

⁵⁸ Si rinvia ancora una volta a Commissione Europea, *Libro Verde*, cit.

saturo di IG; dall'altro, grazie al rafforzamento dei grossi gruppi agro-industriali di massa rischierà di subire un ridimensionamento nella distribuzione, con un posizionamento meno prestigioso pur garantendo elevati standard qualitativi del prodotto. Il tutto in un contesto di progressiva riorganizzazione della filiera commerciale, che tende a favorire i grandi gruppi industriali a scapito del commercio di prossimità. Non è affatto scontato che questa evoluzione rappresenti un risultato auspicabile.

Infine, occorre chiedersi se a fronte di questo ulteriore rafforzamento della protezione delle indicazioni geografiche UE ci potrà essere realmente spazio per una normativa domestica efficace che non tenga conto della registrazione europea. Si scontrano su questo terreno le norme domestiche con le indicazioni chiarissime della CGUE che, costantemente, ha stabilito (sin dalla vigenza del reg. UE 1151/2012) che gli strumenti normativi euro-unitari sono uno strumento della politica agricola europea diretto a tutelare i consumatori per l'accesso ai prodotti agricoli che fruiscono di un'indicazione geografica registrata, e conseguentemente a negare spazio ad altri impianti normativi, poiché se fosse consentito agli Stati membri di autorizzare i loro produttori sui loro territori nazionali uno dei simboli riservati dal regolamento, sul presupposto dell'esistenza di un titolo nazionale (che in ipotesi potrebbe prevedere requisiti meno severi), la garanzia di qualità rischierebbe di non essere assicurata⁵⁹. In sostanza, secondo gli organi europei, anche in assenza di norme che regolino la fattispecie, non è concepibile l'esistenza di regole domestiche, stabilendo il divieto per la normativa nazionale di disciplinare segni diversi e ulteriori.

Infine, l'introduzione delle indicazioni geografiche per i prodotti artigianali e industriali con il reg. UE 2023/2411 apre nuovi scenari concorrenziali sia a livello nazionale che europeo. A livello europeo, la protezione delle IG per i prodotti artigianali e industriali introduce una nuova variabile nella competizione tra Stati membri. Alcuni Paesi, come la Francia, l'Italia, la Spagna e la Germania, dispongono di un patrimonio produttivo fortemente radicato nel territorio e sono storicamente inclini a utilizzare le indicazioni geografiche per valorizzare le loro eccellenze. Altri Stati membri, invece, hanno una minore tradizione e in questo senso potrebbero essere svantaggiati dalla nuova regolamentazione.

In generale il vero rischio è la saturazione del mercato (e per certi versi la «tendenza alla commercializzazione» delle IG) nonché la conseguente perdita di esclusività delle IG che potrebbero vanificare gli stessi obiettivi di valorizzazione. Se il sistema delle IG dovesse trasformarsi in un meccanismo di mera proliferazione di denominazioni, senza un effettivo riscontro in termini di riconoscibilità e redditività per i produttori, si aprirebbero scenari inediti e incerti. In questa prospettiva, la regolamentazione attuale appare talora come un ambizioso esperimento economico e non una semplice riforma della proprietà intellettuale. È proprio in questo territorio inesplorato che si staglia l'incognita più grande: *hic sunt leones*.

6. Considerazioni finali. Il panorama economico attuale si configura secondo una dicotomia ben delineata: da un lato, gli investimenti delle grandi imprese commerciali, capaci di plasmare le dinamiche di mercato su larga scala; dall'altro, il sistema delle IG, concepito come strumento di riequilibrio economico. Quest'ultimo impone al tessuto produttivo delle IG, più frammentato e polverizzato, di strutturarsi attorno a strategie di valorizzazione territoriale e di differenziazione qualitativa, costruendo un mercato basato sulla reputazione e sul richiamo identitario. I piccoli produttori, spesso esclusi dalle logiche della grande

⁵⁹ Si veda anche V. Di Cataldo, *Denominazioni e indicazioni geografiche tra registrazione comunitaria e protezione nazionale. Made in, IGP e DOP*, in *AIDA*, 2016, 31 ss., N. Coppola, *Lo stato attuale della legislazione e della giurisprudenza europea sul tema della competenza riguardo alle indicazioni geografiche*, in *Dir. com. scambi internaz.*, 2016, 353 ss., C. Galli, *Tutela e valorizzazione dei prodotti italiani in prospettiva globale attraverso la proprietà intellettuale*, in *IDI*, 4, 2024, 340 ss.; sul piano giurisprudenziale CGUE 14 settembre 2017, C-56/16; e CGCE 8 settembre 2009, C-478/07.

distribuzione, sono così chiamati a trasformare ogni risorsa territoriale in un vantaggio competitivo, consolidando un selling power alternativo a quello dei grandi gruppi industriali. L'espansione del sistema delle indicazioni geografiche solleva il problema del bilanciamento tra diffusione e capacità distintiva della qualità territoriale. Se da un lato la crescente tutela delle denominazioni protette sembra rafforzare il legame tra prodotto e territorio, dall'altro vi è il rischio che una proliferazione eccessiva possa comprometterne l'efficacia, trasformandole in etichette prive di un reale valore competitivo. Inoltre, la protezione rafforzata delle IG offre ai produttori strumenti per valorizzare il legame tra prodotto e territorio, ma una proliferazione eccessiva potrebbe condurre a un'inflazione del sistema, annullando proprio quel valore competitivo che le IG dovrebbero garantire. Se troppe produzioni finiscono sotto l'ampio alveo delle IG, il rischio è che si riduca la capacità di evocare unicità e prestigio, trasformando un segno di riconoscimento in una certificazione inflazionata e, alla lunga, meno efficace.

Un altro aspetto da valutare deriva dal nuovo assetto normativo che conferisce alle associazioni di produttori un consolidato ruolo centrale nella gestione e valorizzazione delle indicazioni geografiche, rafforzandone il controllo sulla qualità, la promozione e la tutela dei prodotti certificati. Questa evoluzione, sebbene motivata dalla necessità di garantire maggiore coesione e sostenibilità, introduce una dinamica competitiva inedita: il confronto si sposta progressivamente dal singolo produttore ai gruppi organizzati, generando un sistema in cui il successo di un'IG dipenderà sempre più dalla capacità delle associazioni di consolidare il proprio marchio collettivo e imporsi nel mercato globale. Tuttavia, questa trasformazione solleva interrogativi sulla natura stessa delle indicazioni geografiche, che rischiano di allontanarsi dalla loro funzione originaria di tutela della tradizione locale per assumere una configurazione sempre più simile a quella dei marchi commerciali⁶⁰.

Spingere le IG a ricoprire un ruolo economico più incisivo significa, di fatto, avvicinarle a una logica industriale, trasformandole da semplici strumenti di valorizzazione territoriale a vere e proprie leve strategiche di mercato. La questione cruciale è comprendere se e come l'artigianato – con la sua dimensione legata alla maestria, alla produzione su piccola scala e all'esclusività del sapere tradizionale – possa inserirsi in questa dinamica senza perdere la propria identità. L'innesto di un modello produttivo tipicamente artigianale delle IG all'interno di schemi industriali potrebbe infatti condurre a una standardizzazione della produzione, snaturando il valore distintivo delle lavorazioni tradizionali in favore di una maggiore scalabilità economica. Se la regolamentazione europea sembra orientata a integrare queste due anime, il rischio è che la spinta delle IG verso una certa industrializzazione finisca per assorbire l'artigianato, imponendo processi e strategie che ne alterino la natura. La vera sfida sarà dunque quella di mantenere un equilibrio tra efficienza economica e tutela della diversità produttiva, affinché le indicazioni geografiche possano continuare a rappresentare non solo un valore economico, ma anche un patrimonio culturale vivo e dinamico.

Occorre infine sottolineare che l'intervento legislativo dell'UE è naturalmente spinto da forti esigenze economiche all'interno di un contesto mondiale sempre più complesso e a ciò si aggiunge che l'impianto normativo sulle IG si orienta verso un equilibrio precario, in cui la distinzione tra denominazioni d'origine protetta (DOP) e indicazioni geografiche protette (IGP) e le altre minori (e non sempre facili da organizzare sul piano tassonomico della proprietà intellettuale) assumono una funzione strategica di razionalizzazione del sistema. Se da un lato le DOP rappresentano l'apice della tutela, ancorando la protezione a un legame

⁶⁰ Sul tema si veda anche D. Gangjee, *From Geography to History: Geographical Indications and the Reputational Link*, in I. Calboli, N.W. Loon (a cura di), *Geographical Indications at the Crossroads of Trade, Development, and Culture*, Cambridge, 2017, 36 ss.

territoriale forte e a caratteristiche intrinseche del prodotto, le IGP (e le altre di rango inferiore) delineano un perimetro più ampio, in cui il valore distintivo si fonda prevalentemente sulla reputazione consolidata o su elementi molto stilizzati. Questa dualità normativa, pur non perfettamente simmetrica, risponde all'esigenza di garantire una protezione diversificata, calibrata sulla natura e l'intensità del legame geografico. Questo quadro non è in contrasto con le linee di sistema se questo viene applicato ed interpretato in modo analitico: il modello normativo proposto dai regolamenti UE 2023/1143 e 2023/2411 deve distinguere con maggiore chiarezza tra le DOP, fondate su un legame indissolubile con il territorio, e le IGP (e le altre minori) secondo valori e indicazioni palesemente decrescenti. Solo in questo panorama è possibile immaginare di poter scongiurare il rischio di una proliferazione indiscriminata delle IG, preservandone il valore autentico, e quindi, esclusivamente in un sistema più strutturato e selettivo si consentirebbe di mantenere intatta la missione pubblica delle IG.

La forza competitiva delle IG non risiede soltanto nella qualità intrinseca del prodotto, ma nella capacità di evocare un universo di valori, tradizioni e savoir-faire. La tutela di questo patrimonio non è un'operazione meramente economica, ma una strategia culturale ed identitaria, che consente alle IG di essere non solo strumenti di differenziazione sul mercato, ma veri e propri ambasciatori di un'eredità territoriale che vive attraverso i suoi sapori, i suoi profumi e le sue narrazioni. Nel consolidarsi di questo sistema normativo e concorrenziale, la sfida che si pone è chiara: impedire che il riconoscimento giuridico delle indicazioni geografiche diventi un processo meccanico, privo di profondità culturale.

L'aura di specialità non si deve ridurre a mero artificio commerciale: il consumatore deve sempre poter degustare un bicchiere di Barolo immaginandosi tra le colline delle Langhe, o assaporare una cassata di una storica pasticceria siciliana, fantasticando i colori e i profumi di quella regione.

Abstract. Il saggio analizza la protezione delle indicazioni geografiche nei nuovi regolamenti dell'UE, evidenziandone il quadro normativo e le implicazioni economiche e concorrenziali. Esamina le regole di accesso alla tutela, il ruolo dei produttori e delle associazioni, nonché l'estensione della protezione ai prodotti artigianali e industriali. Infine, si sofferma sul coordinamento del sistema europeo con le normative internazionali e l'impatto economico delle nuove disposizioni.

Abstract. The essay examines the protection of geographical indications under the new EU regulations, highlighting their legal framework and economic and competitive implications. It explores the rules for protection eligibility, the role of producers and associations, and the extension of protection to artisanal and industrial products. Finally, it discusses the coordination of the European system with international regulations and the economic impact of the new provisions.

Parole chiave. Indicazioni geografiche – denominazioni geografiche protette – prodotti agroalimentari – regolamenti UE – concorrenza.

Key words. Geographical Indications – Designations of origin of agricultural products – agri-food products – EU Regulations – competition.