

Studio professionale associato specializzato in P.I.

Brevetti • Marchi • Design • Diritto d'autore • Tutela legale

www.eurekaipconsulting.com

Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Trento

"Rapporto tra marchi e indicazioni geografiche"

23 ottobre 2019

Avv. Stefano Pajola







Fonti normative pricipali in ambito UE

- ✓ Regolamento UE n. 1151/2012 del 21 novembre 2012 (prodotti agricoli e alimentari).
- ✓ Regolamento delegato UE n. 664/2014 del 18 dicembre 2013 (Reg. integrativo).
- ✓ Regolamento di esecuzione UE n. 668/2014 del 13 giugno 2014 (Reg. esecutivo).
- ✓ Regolamento UE n. 1308/2013 del 20 novembre 2013 (settore vitivinicolo).
- ✓ Regolamento delegato UE n. 33/2019 del 17 ottobre 2018 (Reg. integrativo).



DOP - Denominazione di origine protetta

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

Devono sussistere due condizioni:

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

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



IGP - Indicazione geografica protetta

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

Devono sussistere due condizioni:

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

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



STG - Specialità tradizionali garantite

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

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

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

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

Attuali SGT Italiane: pizza napoletana e mozzarella



Logo ufficiali UE per DOP - IGP -STG









Esempio DOP







Esempio IGP











Esempio STG







Il nome del prodotto agricolo o alimentare

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

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

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



Il Disciplinare di produzione

L'art. 4 (1) del Regolamento 510/2006 prevede che "per beneficiare di una denominazione di origine protetta o di una indicazione geografica protetta, un prodotto agricolo o alimentare deve essere conforme ad un disciplinare".

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

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



Procedura di registrazione

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

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

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



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

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



(segue) fase "nazionale"

- **Verifica documentazione e legittimità**: effettuata dal MIPAF entro 30 giorni dal ricevimento della richiesta.
- Riunione di pubblico accertamento: con l'associazione richiedente, Regioni e/o Province autonome, Camere di Commercio territorialmente competenti, con invito a partecipare i Comuni, le organizzazioni professionali e di categoria, i produttori e gli operatori economici interessati.

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

- **Pubblicazione in Gazzetta Ufficiale**: la proposta di riconoscimento con il disciplinare proposto, per permettere a tutti i soggetti interessati di prenderne visione e, nel caso, di formulare valutazioni e osservazioni entro il termine di 30 giorni.
- **Notifica in sede UE**: Trascorso tale termine, in mancanza di osservazioni o dopo averle valutate e aver risolto eventuali dissensi, il Ministero notifica alla Commissione Europea la richiesta di registrazione e la documentazione relativa.



(segue) fase "comunitaria"

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

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



(segue) fase "comunitaria"

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

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

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



Diritti d'esclusiva

La registrazione assicura una tutela alle DOP ed IGP, per evitare (1) usurpazioni, (2) imitazioni o anche (3) evocazioni che possano ingannare i consumatori.

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

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

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

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

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



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

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



Protezione alle DOP e IGP nel Codice (Italiano) della Proprietà Industriale

Art. 1.

Diritti di proprietà industriale

1. Ai fini del presente codice, l'espressione proprietà industriale comprende marchi ed altri segni distintivi, indicazioni geografiche, denominazioni di origine, disegni e modelli, invenzioni, modelli di utilità, topografie dei prodotti a semiconduttori, segreti commerciali e nuove varietà vegetali (1).

Art. 2.

Costituzione ed acquisto dei diritti

- 1. I diritti di proprietà industriale si acquistano mediante brevettazione, mediante registrazione o negli altri modi previsti dal presente codice. La brevettazione e la registrazione danno luogo ai titoli di proprietà industriale.
- 2. Sono oggetto di brevettazione le invenzioni, i modelli di utilità, le nuove varietà vegetali.
- 3. Sono oggetto di registrazione i marchi, i disegni e modelli, le topografie dei prodotti a semiconduttori. (1)
- 4. Sono protetti, ricorrendone i presupposti di legge, i segni distintivi diversi dal marchio registrato, i segreti commerciali, le indicazioni geografiche e le denominazioni di origine. (2)
- 5. L'attività amministrativa di brevettazione e di registrazione ha natura di accertamento costitutivo e dà luogo a titoli soggetti ad un regime speciale di nullità e decadenza sulla base delle norme contenute nel presente codice.





Sezione II - Indicazioni geografiche

Art. 29.

Oggetto della tutela

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

Art. 30.

Tutela

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





2. Rapporto tra marchi d'impresa e indicazioni geografiche: norme di riferimento e novità legislative del 2019



Il marchio d'impresa

Definizione di marchio

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

Tipologie di marchi

- 1. Marchi Individuali
- 2. Marchi Collettivi
- 3. Marchi di Certificazione (di recente introduzione)

Novità legislativa

D. Lgs 20 febbraio 2019 n. 15



Marchi d'impresa e toponimi

Può un marchio essere costituito e/o di includere un nome geografico (toponimo)?

Limite della (1) capacità distintiva e della (2) non ingannevolezza.

Art. 13 c.p.i.

Capacità distintiva

- 1. Non possono costituire oggetto di registrazione come marchio d'impresa i segni privi di carattere distintivo e in particolare:
- 2. quelli costituiti esclusivamente dalle denominazioni generiche di prodotti o servizi o da indicazioni descrittive che ad essi si riferiscono, come i segni che in commercio possono servire a designare la specie, la qualità, la quantità, la destinazione, il valore, la **provenienza geografica** ovvero l'epoca di fabbricazione del prodotto o della prestazione del servizio o altre caratteristiche del prodotto o servizio.

Art. 14 c.p.i. Liceità e diritti di terzi

- 1. Non possono costituire oggetto di registrazione come marchio d'impresa:
- b) i segni idonei ad ingannare il pubblico, **in particolare sulla provenienza geografica**, sulla natura o sulla qualità dei prodotti o servizi, ovvero sulla tipologia del marchio;



Quando è possibile registrare un marchio "geografico"?

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

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

Art. 11 c.p.i.

Marchio collettivo

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

Art. 11 bis c.p.i.*

Marchi di certificazione

- 4. In deroga all'articolo 13, comma 1, un marchio di certificazione può consistere in segni o indicazioni che nel commercio possono servire **per designare la provenienza geografica** dei prodotti o servizi.
- * Novità introdotta dal D. Lgs 20 febbraio 2019 n. 15



Conflitti tra marchio costituito o che include un toponimo e DOP/IGP in ITALIA

Art. 14 c.p.i. Liceità e diritti di terzi

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

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

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

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

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



Rimedi previsti dalla normativa italiana in caso di contrasto tra DOP o IGP da parte di un marchio d'impresa

- 1. Fsame dell'U.I.B.M.
- 2. Opposizione di sede amministrativa dinnanzi all'UIBM
- 3. Azione di nullità in sede amministrativa dinnanzi all'UIBM
- 4. Azione giudiziaria dinnanzi ai Tribunali specializzati



1. Esame della domanda da parte dell'UIBM

Art. 170 c.p.i. Esame delle domande

- 1. L'esame delle domande, delle quali sia stata riconosciuta la regolarità formale, è rivolto ad accertare:
- a) per i marchi: se può trovare applicazione l'articolo 11 quando si tratta di marchi collettivi o l'articolo 11 bis quando si tratta di marchi di certificazione; se la parola, figura o segno possono essere registrati come marchio a norma degli articoli 7, 8, 9, 10, 13, comma 1, e 14, comma 1, lettere a), b), c-bis), c-ter), c-quater) e c-quinquies; se concorrono le con- dizioni di cui all'articolo 3(1)
- 2. Per i marchi relativi a prodotti agricoli ed a quelli agroalimentari di prima trasformazione, che utilizzano denominazioni geografiche, l'Ufficio trasmette l'esemplare del marchio ed ogni altra documentazione al Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, che esprime il parere di competenza entro dieci giorni dalla data di ricevimento della relativa richiesta.



2. Opposizione di sede amministrativa

Art. 177 c.p.i.

Legittimazione all'opposizione

1. Sono legittimati all'opposizione:

d-bis) i soggetti legittimati a tutelare i diritti conferiti da una denominazione di origine ovvero da una indicazione geografica *;

d-ter) il soggetto che ha depositato la domanda di protezione di una denominazione di origine ovvero di una indicazione geografica, non ancora concessa al momento della presentazione dell'opposizione *.

Art. 176 c.p.i.

Deposito dell'opposizione

- 4. Chi presenta l'opposizione deve depositare entro il termine perentorio di due mesi dalla data di scadenza del termine per il raggiungimento di un accordo di conciliazione di cui all'articolo 178, comma 1:
- a) copia della domanda o del certificato di registrazione del marchio, della denominazione di origine o della indicazione geografica su cui è basata l'opposizione, ove non si tratti di domande o di certificati nazionali e, se del caso, la documentazione relativa al diritto di priorità o di preesistenza di cui esso beneficia, nonché la loro traduzione in lingua italiana; nel caso della preesistenza, questa deve essere già stata rivendicata in relazione a domanda od a registrazione di marchio dell'Unione Europea *

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



3. Azione di nullità in sede amministrativa

Art. 184-ter c.p.i.*

Legittimazione all'istanza di decadenza o nullità

- 1. Sono legittimati a presentare un'istanza di decadenza o di nullità:
- a) nei casi di cui ai commi 2 e 3, lettera a), dell'articolo 184-bis, qualunque interessato;
- b) nel caso di cui al comma 3, lettera b), dell'articolo 184-bis, il titolare di un marchio d'impresa anteriore o la persona autorizzata dalla legge a esercitare i diritti conferiti da una denominazione di origine o un'indicazione geografica protetta;
- c) nel caso di cui al comma 3, lettera c), dell'articolo 184-bis, il titolare di marchio d'impresa interessato.



Art. 184-bis c.p.i.*

Deposito dell'istanza di decadenza o nullità

- 1. Fatta salva la proponibilità dell'azione davanti all'autorità giudiziaria ai sensi dell'articolo 120, i soggetti legittimati ai sensi dell'articolo 184-ter possono presentare istanza, scritta e motivata, all'Ufficio italiano brevetti e marchi per l'accertamento della decadenza o la dichiarazione di nullità di un marchio d'impresa registrato.
- 3. Nei casi di cui al comma 1, la nullità del marchio può essere chiesta per i seguenti motivi:
- a) il marchio d'impresa non avrebbe dovuto essere registrato in quanto non soddisfa i requisiti di cui agli articoli 7, 9, 10, comma 1, 13, commi 1, 2 e 3, 14, comma 1, lettere a), b), c-bis), c-ter), c-quater), c- uinquies) e d);
- 4. L'istanza di decadenza o di nullità, che può riguardare una sola registrazione di marchio, e' ricevibile se redatta in lingua italiana e contiene a pena di inammissibilità:
- b) in relazione al diritto dell'istante, quando tale diritto sia requisito di legittimazione attiva ai sensi dell'articolo 184-ter, l'identificazione del marchio, della denominazione di origine, della indicazione geografica, della menzione tradizionale per vino, della specialità tradizionale garantita, della denominazione di varietà vegetale o di altro diritto esclusivo anteriore;

^{*} Novità introdotta dal D. Las 20 febbraio 2019 n. 15



4. Azione di nullità in sede giudiziaria

- Unica strada percorribile fintanto che la procedura di nullità amministrativa non sia operativa;
- In tutti i casi in cui non vi sia solo interesse alla dichiarazione di nullità del marchio configgente 8es. risarcimento del danno)



Conflitti tra marchio costituito o che include un toponimo e DOP/IGP in ambito UE

- 1. Esame della domanda da parte dell'EUIPO
- 2. Opposizione di sede amministrativa dinnanzi all'EUIPO
- 3. Azione di nullità in sede amministrativa dinnanzi all'EUIPO
- 4. Azione giudiziaria dinnanzi ai Tribunali specializzati



Articolo 7 - Regolamento (UE) 2017/1001 Impedimenti assoluti alla registrazione

- 1. Sono esclusi dalla registrazione:
- j) i marchi che sono esclusi dalla registrazione, conformemente alla legislazione dell'Unione o al diritto nazionale relativi alla protezione delle denominazioni d'origine e delle indicazioni geografiche o ad accordi internazionali in materia di cui l'Unione o lo Stato membro interessato è parte;
- k) i marchi che sono esclusi dalla registrazione conformemente alla normativa dell'Unione relativa alla protezione delle menzioni tradizionali per i vini o ad accordi internazionali in materia di cui l'Unione è parte;
- I) i marchi che sono esclusi dalla registrazione conformemente alla normativa dell'Unione relativa alla protezione delle specialità tradizionali garantite o ad accordi internazionali in materia di cui l'Unione è parte;



Articolo 8 - Regolamento (UE) 2017/1001 Impedimenti relativi alla registrazione

6. In seguito all'opposizione di qualunque persona autorizzata dal diritto pertinente a esercitare i diritti conferiti da una denominazione di origine o da un'indicazione geografica, il marchio depositato è escluso dalla registrazione se e in quanto, ai sensi di della legislazione dell'Unione o del diritto di uno Stato membro in materia di protezione delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche:

- i) era già stata presentata una domanda di registrazione della denominazione di origine o dell'indicazione geografica, conformemente alla legislazione dell'Unione o al diritto nazionale, anteriormente alla data della domanda di registrazione del marchio UE o alla data in cui è stato invocato un diritto di priorità per la domanda, purché successivamente sia avvenuta la registrazione;
- ii) la denominazione di origine o l'indicazione geografica conferisce il diritto di vietare l'uso di un marchio successivo.



Articolo 2 - Regolamento delegato (UE) 2018/625 Atto di opposizione

2. L'atto di opposizione contiene:

v) se l'opposizione si basa su una denominazione di origine o un'indicazione geografica anteriori ai sensi dell'articolo 8, paragrafo 6, del regolamento (UE) 2017/1001, l'indicazione della sua natura, una rappresentazione della denominazione di origine o indicazione geografica anteriori e un'indicazione che precisi se esse siano protette in tutta l'Unione o in uno o più Stati membri; in quest'ultimo caso, l'indicazione di tali Stati membri;

Articolo 7 - Regolamento delegato (UE) 2018/625 Motivazione dell'opposizione

e) se l'opposizione si basa su una denominazione di origine o su un'indicazione geografica anteriori ai sensi dell'articolo 8, paragrafo 6, del regolamento (UE) 2017/1001, le prove dell'acquisizione, della sua attuale esistenza e dell'estensione della protezione compresa, se la denominazione di origine o l'indicazione geografica anteriori sono invocate a norma del diritto di uno Stato membro, una chiara identificazione del contenuto del diritto nazionale invocato fornendo pubblicazioni delle disposizioni o della giurisprudenza pertinenti;



Articolo 60 - Regolamento (UE) 2017/1001 Motivi di nullità relativa

- 1. Su domanda presentata all'Ufficio o su domanda riconvenzionale in un'azione per contraffazione il marchio UE è dichiarato nullo allorché esiste:
- d) se vi sia una denominazione di origine o un'indicazione geografica anteriore di cui all'articolo 8, paragrafo 6, e ricorrono le condizioni previste nello stesso paragrafo.



Relazioni fra marchi, DOP e IGP nel Regolamento UE n. 1151/2012

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

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

I marchi registrati in violazione del primo comma sono annullati.



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

Quindi coesistenza tra DOP/IGP e marchio anteriore.

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

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





3. Conflitto tra marchi d'impresa e indicazioni geografiche nella giurisprudenza



DECISIONE

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

VALGRANA S.p.A. Richiedente / Ricorrente

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



TOMA PIEMONTESE

Domanda Marchio UE

DOP

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



Concetto di "evocazione": principi elaborati dalla giurisprudenza comunitaria

- 1) Il termine utilizzato per designare un prodotto incorpora una parte di una denominazione protetta. (CG sentenza 4.3.1999, C-87/97, caso "CAMBOZOLA", Consorzio Gorgonzola vs .Kaserei C. H. / E. Bracharz).
- 2) Valutazione della possibile evocazione tenendo conto: (1) dell'incorporazione parziale di una indicazione geografica protetta nella denominazione controversa, (2) di una similarità fonetica e/o visiva di tale denominazione con tale indicazione, o (3) ancora di una somiglianza concettuale tra detta denominazione e detta indicazione.

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

3) Non è necessario, affinché si determini evocazione, che sussista un rischio di confusione per il consumatore, è sufficiente che vi sia un'associazione d'idee concernente l'origine dei prodotti (CR, decisione 25.1.2018, R 674/2017-1, caso Yorkshire Provender).



Difese del Richiedente e posizione della Commissione dei Ricorsi EUIPO

- 1) La richiedente sostiene che il comune riferimento al Piemonte (una regione italiana) non basta per poter configurare la fattispecie dell'evocazione. Secondo la Commissione riferimento al Piemonte è ciò che caratterizza, dal punto di vista del consumatore, la DOP e tale riferimento è ripreso nel marchio. Trattandosi, nella fattispecie, di prodotti appartenenti alla stessa classe merceologica (formaggi, classe 13 dell'annesso XI del regolamento di esecuzione n. 668/2014), il comune riferimento geografico è sufficiente affinché venga evocata, nel consumatore, l'immagine del formaggio protetto dalla DOP.
- 2) La richiedente sostiene che nel comparare il marchio richiesto con la DOP, l'Esaminatore EUIPO abbia trascurato l'elemento "Toma" contenuto nella DOP stessa. Secondo la Commissione l'elemento "Toma" non svolge alcuna funzione di indicazione geografica si tratta del nome generico di una tipologia di formaggio e il suo ruolo, all'interno della DOP, è secondario. Il ruolo primario lo svolge l'aggettivo "Piemontese" poiché è quell'aggettivo ad indicare l'origine geografica del prodotto ed è tale origine a godere della protezione ai sensi del Regolamento 1151/2012.



- 3) La richiedente sostiene che le differenze di apparenza che presentano, da un lato la toma piemontese e dall'altro il formaggio a marchio "PIEMONTINO", contribuiscono ad escludere il rischio di evocazione nella fattispecie. A parere della Commissione, l'apparenza (uguale) dei prodotti aggravare il rischio di evocazione ma la diversità di apparenza non basta ad escluderla. Affinché ricorra la protezione di cui all'articolo 13, paragrafo 1, Regolamento n. 1151/2012, non è necessario che il prodotto contraddistinto dal marchio abbia la stessa apparenza di quello oggetto della DOP o della IGP, ma è sufficiente che sia "comparabile" a quest'ultimo. Il concetto di comparabilità (tra prodotti) va compreso come prossimità dal punto di vista merceologico, e non dal punto di vista delle caratteristiche di apparenza o, magari, sapore, dei prodotti. Pertanto, il fatto che i formaggi in questione siano, l'uno, di media stagionatura e a pasta semidura (la toma) e l'altro, stagionato e a pasta dura (il formaggio a marchio "PIEMONTINO"), non è sufficiente ad escludere, di per sé, il rischio di evocazione.
- 4) La richiedente sostiene che il riferimento alla regione Piemonte non è sufficiente affinché il consumatore venga indotto a pensare, in presenza del formaggio a marchio "PIEMONTINO", all'immagine del formaggio tutelato dalla DOP perché, la regione PIEMONTE è nota per essere il luogo di produzione di molti formaggi. Secondo la Commissione ad essere decisivo al fine di stabilire se il marchio richiesto è evocativo, non è l'esistenza di altri formaggi, anche DOP, di origine piemontese, bensì il fatto che solo uno di essi, vale a dire la toma piemontese, è tutelato da una DOP che include il riferimento al Piemonte (diversamente da altri formaggi piemontesi DOP quali la "Robiola di Roccaverano", il formaggio "Castelmagno" o il formaggio "Raschera").



- 5) La richiedente sostiene poi che l'idoneità di un marchio ad evocare una DOP preesistente dipende dalla notorietà della DOP stessa. Secondo la Commissione il regime di tutela della DOP, così come instaurato dal Regolamento n. 1151/2012, non viene fatto in alcun modo dipendere dalla notorietà di tale denominazione.
- 6) La richiedente sostiene che il riferimento geografico al Piemonte, contenuto nel proprio marchio, debba considerarsi "fortuito" perché il formaggio viene prodotto in Piemonte. Ad avviso della Commissione, il fatto che il marchio si ispiri alla regione Piemonte, in maniera analoga all'unica DOP di formaggi piemontesi che include il nome della regione, non può considerarsi alla stregua di una circostanza fortuita ma, al contrario, intenzionale, nel senso di creare, presso il consumatore, un'associazione d'idee con la DOP. Se la richiedente avesse voluto evitare di ingenerare, presso il consumatore, quell'associazione d'idee e la formazione dell'immagine della toma piemontese, non avrebbe scelto, per il proprio marchio, un generico riferimento al Piemonte (come fa la DOP) bensì un'indicazione geografica più localizzata, ad esempio considerando il luogo di produzione della richiedente Cuneo, le Langhe, ecc.



Conclusioni della Commissione dei Ricorsi EUIPO

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

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



SENTENZA

Tribunale di Firenze del 17/05/2017 - R.G. 1737/2017

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

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

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

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



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

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

Pertanto, essendo la parola TOSCANO utilizzata in entrambe le etichette "MORBIDOSO® FORMAGGIO

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

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



SENTENZA

Tribunale di Bologna del 27/10/2017 - R.G. 2395/2017

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

Le Attrici proponevano opposizione alla ordinanza ingiunzione del Ministero delle politiche Agricole, Alimentari e Forestali - Dipartimento dell'Ispettorato Centrale della tutela della qualità e della repressione delle frodi dei prodotti agroalimentari.

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

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



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

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

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



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

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



4. Impatto sull'economia nazionale delle indicazioni geografiche.



RAPPORTO 2018 ISMEA QUALIVITA sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG

http://www.ismea.it/istituto-di-servizi-per-il-mercato-agricolo-alimentare

L'ISMEA (Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare) è un ente pubblico economico istituito con l'accorpamento dell'Istituto per Studi, Ricerche e Informazioni sul Mercato Agricolo (già ISMEA) e della Cassa per la Formazione della Proprietà Contadina, con decreto legislativo 29 ottobre 1999 n. 419, concernente il "riordinamento del sistema degli enti pubblici nazionali" e per ultimo con l'accorpamento dell'Istituto sviluppo agroalimentare (ISA) Spa e la Società gestione fondi per l'agroalimentare (SGFA) s.r.l. con Legge 28 dicembre 2015, n. 208.

Nell'ambito delle sue funzioni istituzionali l'ISMEA realizza servizi informativi, assicurativi e finanziari e costituisce forme di garanzia creditizia e finanziaria per le imprese agricole e le loro forme associate, al fine di favorire l'informazione e la trasparenza dei mercati, agevolare il rapporto con il sistema bancario e assicurativo, favorire la competitività aziendale e ridurre i rischi inerenti alle attività produttive e di mercato.

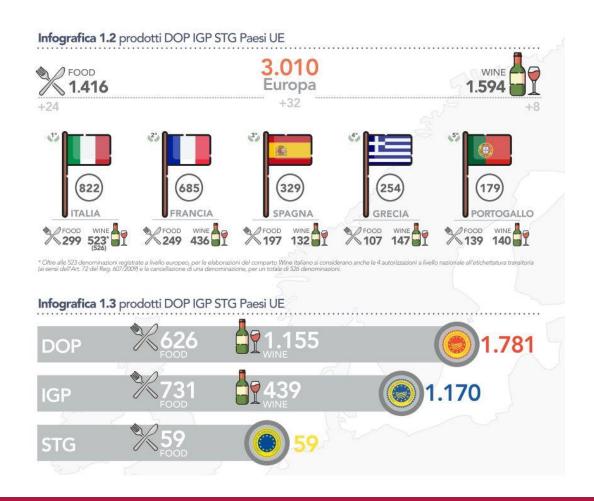


Numeri delle DOP IGP in ITALIA





Prodotti DOP IGP STG Paesi UE





Prodotti DOP IGP STG in ITALIA divisi tra "Food" e "Wine"

Tabella 1.1 Food e Wine: DOP IGP STG per regione italiana

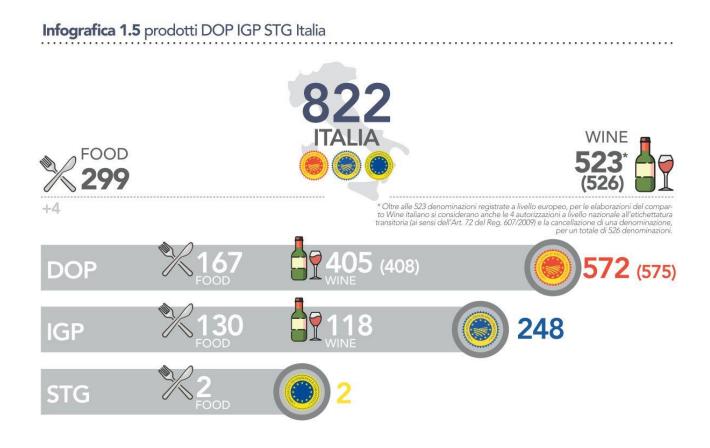
		FOOD			Ŋ	WINE		IG FOOD &	WINE
DENOMINAZIONE	DOP	IGP	STG	IG FOOD	DOP	IGP	IG WINE		
Toscana	16	15	2	33	52	6	58	91	10
Veneto	18	18	2	38	42(43)	10	52 ⁽⁵³⁾	90(91)	1°
Piemonte	14	9	2	25	58(59)	0	58(59)	83(84)	2°
Lombardia	20	14	2	36	27(26)	15	42(41)	78(77)	3°
Emilia-Romagna	18	25	2	45	20(21)	9	29(30)	74 ⁽⁷⁵⁾	4°
Lazio	16	11	2	29	30	6	36	65	5°
Sicilia*	17	14	2	33	24	7	31	64	6°
Puglia	12	8	2	22	32	6	38	60	7°
Campania*	14	10	2	26	19	10	29	55	8°
Sardegna	6	2	2	10	18	15	33	43	9°
Calabria	12	6	2	20	9	10	19	39	10°
Marche	6	7	2	15	20	1	21	36	110
Umbria	4	5	2	11	15	6	21	32	12°
Abruzzo	6	4	2	12	9	8	17	29	13°
Trentino-Alto Adige	9	5	2	16	8(9)	4	12(13)	28(29)	13°
Friuli-Venezia Giulia*	5	2	2	9	14(16)	3	17(19)	26(28)	14°
Basilicata*	5	6	2	13	5	1	6	19	15°
Liguria	2	3	2	7	8	4	12	19	16°
Molise	5	1	2	8	4	2	6	14	17°
Valle d'Aosta	4	0	2	6	1	0	1	7	18°
ITALIA	167	130	2	299	405(408)	118	523 ⁽⁵²⁶⁾	822(825)	

^{* + 1} nuovo prodotto nel 2018

() L'Osservatorio Ismea-Qualivita nelle proprie analisi oltre ai 523 prodotti registrati a livello europeo, considera anche le 4 denominazioni autorizzate a livello nazionale all'etichettatura transitoria (ai sensi dell'Art. 72 del Reg. 607/2009) Pignoletto DOP (Emilia-Romagna), Nizza DOP (Piemonte), Friuli DOP (Friuli-Venezia Giulia), Delle Venezie DOP (Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia e Veneto) e la cancellazione a livello italiano della denominazione Valtènesi DOP (Lombardia) al fine di fornire una fotografia quanto più attuale del comparto produttivo vitivinicolo certificato.

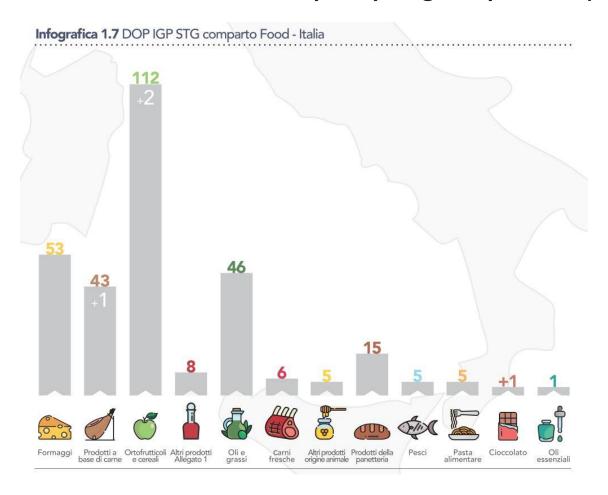


Prodotti DOP IGP STG in ITALIA divisi per Regione





Numero di DOP IGP STG in ITALIA per tipologie di prodotti ("food")

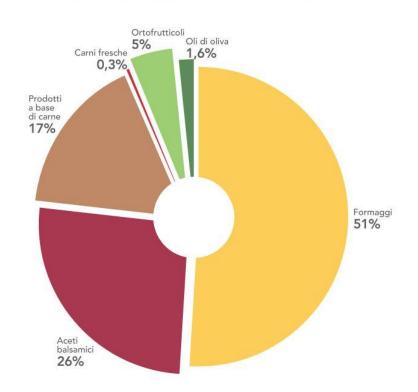




Valore export nel 2017 ("food")

Infografica 2.7 valore all'export per categoria (2017)

000	Formaggi 1	.785 mln € (+8,5%)
	Prod. a base di carne	586 mln € (+3,1%)
J	Ortofrutticoli e cereali	161 mln € (-29,6%)
	Aceti Balsamici	905 mln € (+2,6%)
	Oli di oliva	56 mln € (-0,6%)
nnn #8	Carni fresche	10 mln € (+184,2%)





Valore export e destinazioni nel 2017 ("Wine")

Infografica 3.2 esportazioni italiane di vini DOP IGP **1.315** mln € (+2,7%) USA **802** mln € (+0,4%) **754** mln € (+5,7%) **323** mln € (+4,7%) 318 mln € (+8,6%) 148 mln € (+8,0%) SWE 5.261 mln € valore all'export 138 mln € (+7,5%) +5,8% su 2016 **129** mln € (+1,0%) 70% volume DOP IGP su export vino **128** mln € (+1,7%) 88% valore **127** mln € (+5,0%) **108** mln € (+5,9%) **100** mln € (+29,7%) 2.679 mln € Paesi Extra UE :: 2.582 mln € Paesi UE



Classifica Regioni per impatto economico prodotti DOP IGP STG (Food e Wine)

Tabella 4.1 classifica regioni per impatto economico prodotti DOP IGP STG (Food e Wine)

	FOOD		WINE				
REGIONE	2016 (mln €)	2017 (mln €)	2016 (mln €)	2017 (mln €)	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR. 17/16
1° Veneto	394	376	3.236	3.131	3.629	3.508	-3,3%
2° Emilia-Romagna	2.737	2.983	356	389	3.092	3.371	+9,0%
3° Lombardia	1.506	1.557	308	330	1.815	1.887	+4,0%
4° Piemonte	268	306	771	881	1.040	1.187	+14,1%
5° Toscana	117	111	893	926	1.010	1.038	+2,7%
6° Trentino-Alto Adige	355	309	491	542	846	852	+0,7%
7° Friuli-Venezia Giulia	318	327	568	507	886	834	-5,9%
8° Campania	476	510	94	100	570	610	+6,9%
9° Sicilia	50	54	422	550	472	604	+28,0%
10° Puglia	19	30	323	294	342	324	-5,2%
11° Sardegna	290	193	89	107	379	300	-20,6%
12° Abruzzo	5,1	6,2	215	214	220	220	+0,3%
13° Lazio	68	58	59	74	127	132	+4,2%
14° Umbria	42	49	86	70	129	119	-7,6%
15° Marche	24	26	100	82	124	108	-12,6%
16° Valle d'Aosta	29	32	8,3	10	38	42	+11,6%
17° Calabria	23	20	19	19	42	39	-6,0%
18° Liguria	14	12	19	20	33	32	-2,3%
19° Basilicata	1,3	1,4	7,0	14	8,3	15	+84,1%
20° Molise	1,0	1,7	8,0	8,0	9,0	9,6	+6,4%



Classifica Regioni per impatto economico prodotti DOP IGP STG (Food)

Tabella 4.2 classifica regioni per impatto economico prodotti DOP IGP STG (Food)



REGIONE	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR. 17/16	
1° Emilia-Romagna	2.737	2.983	+9,0%	
2° Lombardia	1.506	1.557	+3,4%	
3° Campania	476	510	+7,1%	
4° Veneto	394	376	-4,4%	
5° Friuli-Venezia Giulia	318	327	+2,8%	
6° Trentino-Alto Adige	355	309	-12,7%	
7° Piemonte	268	306	+14,0%	
8° Sardegna	290	193	-33,3%	
9° Toscana	117	111	-5,0%	
10° Lazio	68	58	-14,5%	
11° Sicilia	50	54	+8,7%	
12° Umbria	42	49	+15,4%	
13° Valle d'Aosta	29	32	+8,2%	
14° Puglia	19	30	+55,8%	
15° Marche	24	26	+8,3%	
16° Calabria	23	20	-13,0%	
17° Liguria	14	12	-10,8%	
18° Abruzzo	5,1	6,2	+21,6%	
19° Molise	1,0	1,7	+59,3%	
20° Basilicata	1,3	1,4	+12,0%	



Classifica regioni per impatto economico prodotti DOP IGP (Wine)

Tabella 4.3 classifica regioni per impatto economico prodotti DOP IGP (Wine)



REGIONE	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR. 17/16
1° Veneto	3.236	3.131	-3,2%
2° Toscana	893	926	+3,7%
3° Piemonte	771	881	+14,2%
4° Sicilia	422	550	+30,3%
5° Trentino-Alto Adige	491	542	+10,4%
6° Friuli-Venezia Giulia	568	507	-10,7%
7° Emilia-Romagna	356	389	+9,3%
8° Lombardia	308	330	+7,1%
9° Puglia	323	294	-8,9%
10° Abruzzo	215	214	-0,2%
11° Sardegna	89	107	+20,5%
12° Campania	94	100	+6,2%
13° Marche	100	82	-17,6%
14° Lazio	59	74	+25,9%
15° Umbria	86	70	-18,9%
16° Liguria	19	20	+4,0%
17° Calabria	19	19	+2,3%
18° Basilicata	7,0	14	+97,3%
19° Valle d'Aosta	8,3	10	+23,7%
20° Molise	8,0	8,0	-0,5%



Classifica prime 20 Province per impatto economico prodotti DOP IGP STG (Food e Wine)

Tabella 4.4 classifica prime 20 province per impatto economico prodotti DOP IGP STG (Food e Wine)

PROVINCIA		FOOD		WINE		TOTALE		
	REGIONE	2016 (mln €)	2017 (mln €)	2016 (mln €)	2017 (mln €)	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR. 17/16
1° Parma	Emilia-Romagna	1.275	1.384	27	30	1.301	1.414	+8,6%
2° Verona	Veneto	75	69	942	918	1.017	987	-3,0%
3° Treviso	Veneto	35	35	802	845	837	880	+5,2%
4° Modena	Emilia-Romagna	628	684	70	76	698	760	+8,9%
5° Cuneo	Piemonte	182	205	416	485	598	690	+15,5%
6° Reggio nell'Emilia	Emilia-Romagna	534	603	37	41	571	644	+12,7%
7° Vicenza	Veneto	181	174	507	462	689	636	-7,6%
8° Udine	Friuli-Venezia Giulia	309	319	347	308	656	627	-4,5%
9° Brescia	Lombardia	422	430	131	154	553	585	+5,7%
10° Bolzano/Bozen	Trentino-Alto Adige	246	212	220	270	467	482	+3,2%
11° Padova	Veneto	66	62	434	404	499	466	-6,6%
12° Siena	Toscana	25	24	407	426	432	449	+4,1%
13° Mantova	Lombardia	384	407	18	17	402	424	+5,6%
14° Trento	Trentino-Alto Adige	108	97	271	273	379	370	-2,3%
15° Belluno	Veneto	26	26	291	271	317	297	-6,4%
16° Sondrio	Lombardia	234	239	14,4	14	248	253	+2,2%
17° Piacenza	Emilia-Romagna	185	187	59	65	244	252	+3,2%
18° Caserta	Campania	219	235	4,4	5,1	223	240	+7,5%
19° Cremona	Lombardia	222	227	0,0	0,0	222	227	+2,1%
20° Asti	Piemonte	2,8	3,4	186	204	188	207	+9,9%



Classifica prime 20 province per impatto economico prodotti DOP IGP STG (Food)

Tabella 4.5 classifica prime 20 province per impatto economico prodotti DOP IGP STG (Food)



PROVINCIA	REGIONE 2016		2017 (mln €)	VAR. 17/16	
1° Parma	Emilia-Romagna	1.275	1.384	+8,6%	
2° Modena	Emilia-Romagna	628	684	+9,0%	
3° Reggio nell'Emilia	Emilia-Romagna	534	603	+12,9%	
4° Brescia	Lombardia	422	430	+2,0%	
5° Mantova	Lombardia	384	407	+6,1%	
6° Udine	Friuli-Venezia Giulia	309	319	+3,1%	
7° Sondrio	Lombardia	234	239	+2,4%	
8° Caserta	Campania	219	235	+7,3%	
9° Cremona	Lombardia	222	227	+2,1%	
10° Bolzano/Bozen	Trentino-Alto Adige	246	212	-14,0%	
11° Cuneo	Piemonte	182	205	+12,9%	
12° Piacenza	Emilia-Romagna	185	187	+0,9%	
13° Vicenza	Veneto	181	174	-3,8%	
14° Napoli	Campania	125	135	+8,4%	
15° Salerno	Campania	128	135	+5,0%	
16° Trento	Trentino-Alto Adige	108	97	-9,9%	
17° Lodi	Lombardia	89	90	+2,1%	
18° Sassari	Sardegna	118	76	-35,4%	
19° Verona	Veneto	75	69	-8,9%	
20° Novara	Piemonte	57	65	+14,1%	



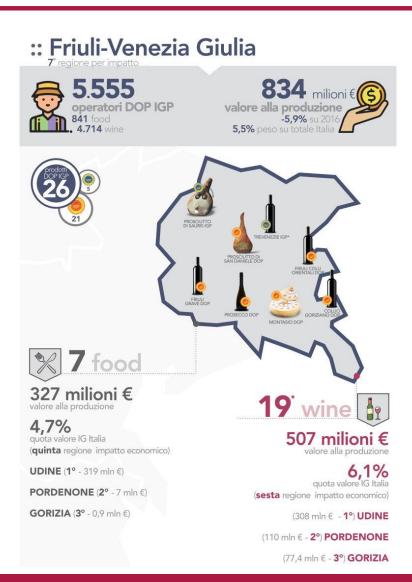
Classifica prime 20 province per impatto economico prodotti DOP IGP (Wine)

Tabella 4.6 classifica prime 20 province per impatto economico prodotti DOP IGP (Wine)



PROVINCIA	REGIONE	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR. 17/16
1° Verona	Veneto	942	918	-2,5%
2º Treviso	Veneto	802	845	+5,3%
3° Cuneo	Piemonte	416	485	+16,6%
4° Vicenza	Veneto	507	462	-8,9%
5° Siena	Toscana	407	426	+4,6%
6° Padova	Veneto	434	404	-6,8%
7° Udine	Friuli-Venezia Giulia	347	308	-11,4%
8° Trento	Trentino-Alto Adige	271	273	+0,7%
9º Belluno	Veneto	291	271	-6,9%
10° Bolzano/Bozen	Trentino-Alto Adige	220	270	+22,3%
11° Asti	Piemonte	186	204	+9,7%
12° Firenze	Toscana	193	182	-5,7%
13° Venezia	Veneto	186	175	-5,8%
14° Alessandria	Piemonte	134	155	+15,5%
15° Brescia	Lombardia	131	154	+17,6%
16° Messina	Sicilia	102	139	+36,9%
17° Pavia	Lombardia	136	138	+1,1%
18° Lecce	Puglia	157	137	-13,0%
19° Pordenone	Friuli-Venezia Giulia	125	110	-12,1%
20° Palermo	Sicilia	78	107	+36,6%







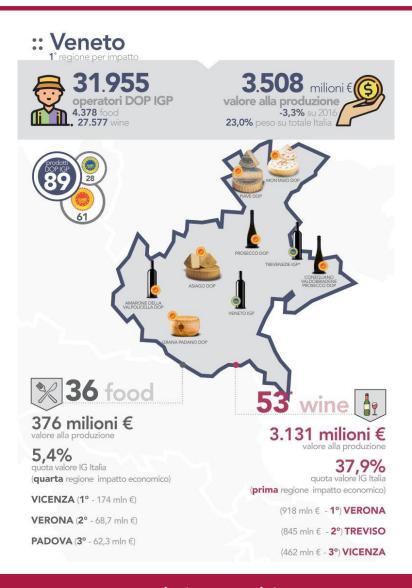
:: Trentino-Alto Adige

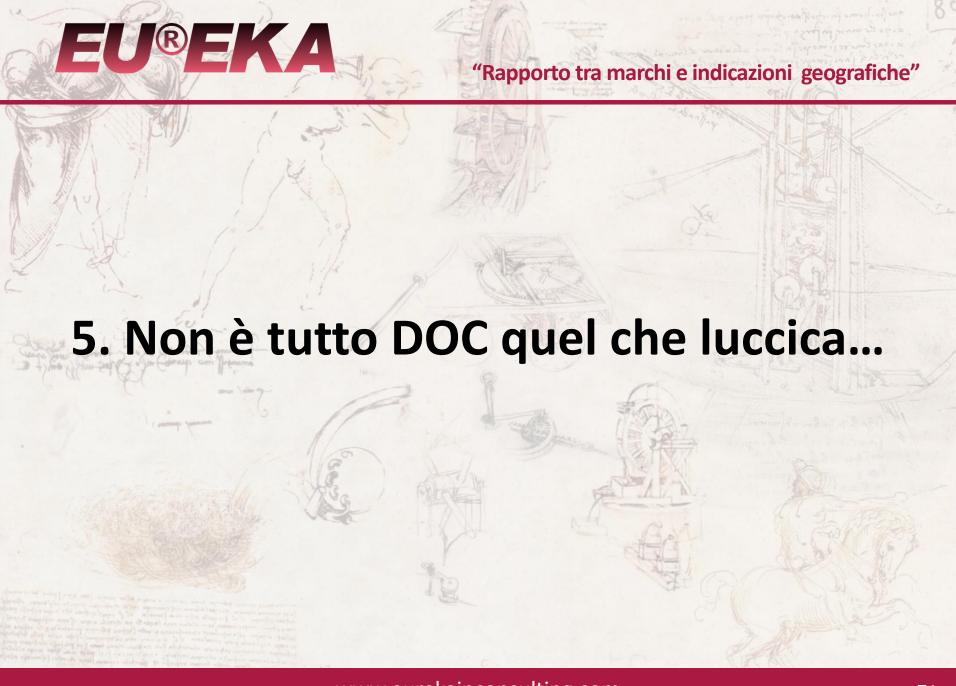














www.intravino.com/primo-piano/addio-prosecco-col-vetoraz-ripudia-la-denominazione/

Addio Prosecco, Col Vetoraz ripudia la denominazione

di Antonio Tomacelli



Nel giorno della fiducia al nuovo governo, c'è qualcuno che ha sfiduciato il Prosecco e la notizia fa rumore: la cantina Col Vetoraz di Valdobbiadene ha deciso di eliminare la parola "Prosecco" dalle etichette delle sue bottiglie e, da oggi in poi, si avvarrà esclusivamente della denominazione Valdobbiadene DOCG.

Leggiamo dal comunicato dell'azienda:

Quella delle colline del Conegliano Valdobbiadene è una storia secolare che improvvisamente, nel 2009, ha ricevuto un violento scossone. Per una scelta esclusivamente di natura politico-economica, prosecco da quel momento non è più la vite che ottocento anni fa ha trovato qui dimora ideale, ma è diventata una denominazione estesa su nove province tra Veneto e Friuli. Territori privi di storia, dove la coltivazione della vite non è tramandata di generazione in generazione dalla sapienza dei vecchi, ma ha assunto una visione prettamente industriale.

Tutto ciò ha **generato una situazione caotica**, dove la semplice distinzione tra "prosecco" (vino prodotto nei territori creati nel recente 2009) e "prosecco superiore" (vino prodotto sulle colline storiche di Valdobbiadene e Conegliano) non è sufficiente per trasmettere in modo chiaro una precisa identità.

È una forte presa di distanza dal caos generato da Zaia che, per motivi politici, ha esteso la denominazione a dismisura, provocando <u>un abbassamento dei prezzi</u> pericoloso. Insomma, è iniziata la fuga da una denominazione che ha lo stesso valore di una gassosa, o quelli di Conegliano e Valdobbiadene si stanno montando la testa per il riconoscimento dell'Unesco?

Continua il comunicato stampa:

Oggi la parola prosecco è diventata generalizzante, col rischio reale di banalizzare e cancellare la secolare storia e vocazione delle colline di Valdobbiadene e Conegliano.

E diremmo noi: talmente generalizzante da essere diventata sinonimo di spumante e bollicine. E allora, sull'esempio del Franciacorta, dell'Asti e del Marsala, si fa appello al territorio come sola via salvifica.

Addio Prosecco, benvenuto Valdobbiadene: è l'inizio della fine.



Comunicato stampa di COL VETORAZ

Rinunciare definitivamente al termine prosecco prediligendo invece "Valdobbiadene DOCG" per applicarlo a tutti gli strumenti commerciali, come packaging o etichette, e a tutte le azioni di comunicazione sia tradizionale che digitale. Una scelta coraggiosa, pienamente consapevole pur se non facile, che Col Vetoraz persegue a partire dalla vendemmia 2017. Con un obiettivo chiaro e significativo; rimarcare il valore della propria identità territoriale e diffondere un messaggio chiave che, ora più che mai, diventa necessario far arrivare al pubblico di consumatori italiano ma anche estero. Noi produciamo ciò che siamo e in ogni calice di spumante si trovano tutte le nostre radici, di una terra che ci ha visto nascere ed evolvere.

Quella delle colline del Conegliano Valdobbiadene è una storia secolare che improvvisamente, nel 2009, ha ricevuto un violento scossone. Per una scelta esclusivamente di natura politico-economica, prosecco da quel momento non è più la vite che ottocento anni fa ha trovato qui dimora ideale, ma è diventata una denominazione estesa su nove province tra Veneto e Friuli. Territori privi di storia, dove la coltivazione della vite non è tramandata di generazione in generazione dalla sapienza dei vecchi, ma ha assunto una visione prettamente industriale.

Tutto ciò ha generato una situazione caotica, dove la semplice distinzione tra "prosecco" (vino prodotto nei territori creati nel recente 2009) e "prosecco superiore" (vino prodotto sulle colline storiche di Valdobbiadene e Conegliano) non è sufficiente per trasmettere in modo chiaro una precisa identità.



Oggi la parola prosecco è diventata generalizzante, col rischio reale di banalizzare e cancellare la secolare storia e vocazione delle colline di Valdobbiadene e Conegliano. L'azione intrapresa da Col Vetoraz parte proprio da questo concetto, a difesa di un'identità territoriale unica e non confondibile, costruita in anni di lavoro scrupoloso e appassionato, di ascolto e adattamento ai cicli naturali puntando all'eccellenza che oggi è il fiore all'occhiello di questa realtà di Santo Stefano di Valdobbiadene.

Le colline che si estendono tra Valdobbiadene e Conegliano, da più di ottocento anni ospitano la coltivazione della vite. La storia di un vino, soprattutto se di origine antica, è intimamente legata non solo alla terra che lo produce, ma anche agli uomini e alle donne che con esso sono cresciuti. Terra, clima, vino, costumi, tradizioni: in tutto questo sta il vero significato di "terroir".

Nel corso dei secoli queste colline sono state aggraziate dal lavoro modellante dell'uomo, che ha saputo disegnare la tessitura di un paesaggio incantato. Da questa terra eletta, oggi Patrimonio UNESCO, originano vini gentili, veri signori del benvenuto, complici di indimenticabili momenti di condivisione e interpreti perfetti della natura intrinseca del Valdobbiadene DOCG.

Solo rispettando l'integrità originaria infatti si possono mantenere gli equilibri naturali, l'armonia e l'eleganza che sono la chiave della piacevolezza degli spumanti di Col Vetoraz.





Studio professionale associato specializzato in P.I.

Brevetti • Marchi • Design • Diritto d'autore • Tutela legale

Via G. Lanza, 40/44 36100 Vicenza Tel. +39 0444 1800780 Fax. +39 0444 1492027 E-mail: info@eurekaipconsulting.co m

VICENZA

Via San Francesco d'Assisi, 18 25122 Brescia Tel. +39 030 7776490 Fax. +39 030 7772224 E-mail: brescia@eurekaipconsulting.co

BRESCIA

Via V. Zambra, 11 38121
Trento
Tel. +39 0461 1636931
Fax. +39 0461 1632150
E-mail:
trento@eurekaipconsulting
.com

TRENTO

Via del Minatore, 6 37122 VERONA Tel. +39 045 5118062 Fax. +39 045 5113323 E-mail: verona@eurekaipconsulti ng.com

VERONA