

Ricerche

La nuova disciplina delle indicazioni geografiche. Profili di qualificazione e tutela¹

Sonia Carmignani

1.- Introduzione

L'alba del Reg. n. 1143/2024 è la ritenuta necessità, da parte del legislatore europeo, di prevedere nuove norme per la protezione delle indicazioni geografiche (IG) dei vini, delle bevande spiritose e dei prodotti agricoli, nonché per le specialità tradizionali garantite (STG) e le indicazioni facoltative di qualità per i prodotti agricoli. Necessità che si affaccia con prepotenza già nella comunicazione del 25 novembre 2020 dal titolo «Sfruttare al meglio il potenziale innovativo dell'UE - Piano d'azione sulla proprietà intellettuale per sostenere la ripresa e la resilienza dell'UE». Qui la Commissione rileva il bisogno di un nuovo approccio sulle modalità di protezione delle indicazioni geografiche, al fine di rafforzare, modernizzare, razionalizzare e applicare meglio le indicazioni geografiche di prodotti agricoli, vini e bevande spiritose.

Il Reg. n. 1143/2024 raccoglie il testimone, predisponendo una nuova disciplina che, se riguardata in una prospettiva generale, si segnala per almeno due macro profili.

Da un lato, emerge la tensione del legislatore europeo verso il superamento del pluralismo dei regimi di indicazioni geografiche per diversi tipi di prodotti agricoli. La frammentazione dei regimi di protezione cede nel nuovo Regolamento il passo ad una visione pandisciplinare, diretta a ricondurre ad unità prodotti agricoli, vini, bevande alcoliche e specialità tradizionali garan-

tite. Il rafforzamento e la semplificazione dei meccanismi di registrazione e tutela passa, dunque, in prima battuta, dalla riunificazione delle indicazioni geografiche e dalla sistematizzazione della disciplina, non più da ricercare nelle diversità dei singoli prodotti o dei singoli comparti.

D'altro lato, viene in evidenza la peculiarità della qualificazione delle indicazioni geografiche.

Infatti, il legislatore europeo struttura il nuovo corso delle indicazioni geografiche evidenziandone certamente, come è peraltro ovvio, il legame con l'ambiente naturale e le competenze dei produttori locali, ma anche e soprattutto riconducendole alla categoria del diritto di proprietà intellettuale.

Riconduzione opportuna, alla luce del valore indubitabilmente concorrenziale che le indicazioni geografiche rivestono.

Riconduzione, a ben vedere, non nuova, perché già presente nell'Accordo TRIPS, che fa propria la funzione concorrenziale delle denominazioni geografiche. Merita, al riguardo, ricordare che l'inserimento dei nomi geografici all'interno del trattato internazionale, avente ad oggetto la proprietà intellettuale, trova giustificazione nell'ottica commerciale e concorrenziale dell'Accordo TRIPS. L'Accordo, così come la WTO, si propone la liberalizzazione degli scambi relativi ai diritti immateriali e l'eliminazione degli effetti distorsivi del commercio mondiale derivanti dalla non omogeneità e adeguatezza, se non talora dall'assenza, della protezione dei diritti di proprietà intellettuale e industriale. Se la pirateria, le contraffazioni, la violazione di marchi, brevetti e segni distintivi possono costituire talora delle vere e proprie strategie commerciali², le indicazioni geografiche, che comunicano al consumatore provenienza e caratteristiche del prodotto, ricevono protezione contro impieghi illegittimi nella prospettiva della trasparenza del mercato, della correttezza della concorrenza e della tutela dei consumatori. Sul presupposto che anche i toponimi sono riconducibili all'at-

(¹) Il presente contributo prende spunto dalla relazione svolta al Seminario formativo sul "Regolamento UE 1143/2024", organizzato dalla Fondazione Qualivita a Roma, il 4 febbraio 2025.

(²) Cfr. R. Mastroianni, *Diritto internazionale e diritto d'autore* Milano 1997; A. Lupone, *Gli aspetti della proprietà intellettuale attinenti al commercio internazionale*, in G. Venturini (a cura di), *L'Organizzazione Mondiale del Commercio*, Milano 2000, p. 130.

tività creativa dell'uomo³, anche se direttamente identificati da nomi di luoghi, la parte prima dell'Accordo precisa che i diritti di proprietà intellettuale sono "diritti privati", riconducendo in tal modo la protezione delle indicazioni geografiche nel più ampio contesto della tutela della proprietà intellettuale⁴.

Riconduzione non ignota al nostro Ordinamento, dove il Decreto legislativo 10/02/2005 n° 30, Codice della proprietà industriale, come modificato dalla legge n. 102/2023, riserva alla tutela delle IG gli artt. 29 e 30 contro l'indebito sfruttamento⁵.

Riconduzione, però, che, nel Reg. n. 1143/2024, con formula meno netta rispetto all'Accordo TRIPS, non è diretta ad assimilare le indicazioni geografiche ai tradizionali strumenti concorrenziali, ma, al contrario, a marcarne le differenze.

Infatti, la riconduzione delle indicazioni geografiche alla proprietà intellettuale non si limita nel Reg. 1143/2024 a seguire il percorso di assimilazione del regime di protezione, prevedendo una equiparazione *tout court* delle indicazioni geografiche ai segni distintivi, al fine di estendere i meccanismi di tutela.

Il legislatore procede, piuttosto, ad un'operazione di qualificazione, costruendo una proprietà intellettuale *sui generis*, come, infatti, il 21° considerando esplicita, precisando che si tratta di "un tipo" di proprietà intellettuale.

2.- Un tipo di proprietà intellettuale

Nel sistema della proprietà intellettuale, marchi, brevetti, opere dell'ingegno concretizzano situazioni giuridiche soggettive assolute, situazioni, cioè, di appartenenza di un interesse a contenuto talora morale, in ogni caso sempre patrimoniale, con potere di goderne e con il diritto di disporne in modo pieno ed esclusivo, utilizzandolo economicamente. È sufficiente, al riguar-

do, pensare al sistema delle licenze o, per il diritto d'autore, al contratto di edizione. L'assimilazione delle indicazioni geografiche a situazioni di appartenenze esclusiva presente sia nell'accordo TRIPs che nel Reg. (UE) 1143/2024, induce a riflettere sul significato di tale collocazione, conducendo ad interrogarsi sui margini di qualificazione del diritto dei produttori, derivante dalle indicazioni geografiche, in termini di diritto soggettivo.

Il problema coinvolge l'individuazione dei confini dell'esclusiva dell'uso dei nomi geografici.

È noto che l'avvenuta registrazione del nome geografico attribuisce ai produttori il diritto di utilizzare tale nome in modo esclusivo, potendo, infatti, vietare a chiunque qualsiasi impiego diretto o indiretto, usurpazioni, imitazioni o, più in generale, usi ingannevoli dei toponimi. Sotto questo profilo, la situazione giuridica soggettiva dell'imprenditore che si fregia di una indicazione geografica non è difforme da quella dell'imprenditore che si fregia di un marchio o possiede un diritto di brevetto.

L'apparente indifferenziata posizione dei due soggetti non deve condurre, tuttavia, ad un'automatica omogeneizzazione dei diritti derivanti, rispettivamente, dal marchio e dall'indicazione geografica.

Se la qualificazione dei nomi geografici in termini di proprietà intellettuale sia nell'accordo TRIPs che nel Reg. 1143/2024, sembra *prima facie* suggerire una connotazione dei diritti del produttore come diritto soggettivo, la tenuta della situazione giuridica dell'imprenditore che utilizza una indicazione geografica in termini di diritto soggettivo deve essere verificata alla luce della esclusività patrimoniale, ovvero alla luce della latitudine del potere di disporre nel diritto. Non si tratta, qui, di evidenziare come l'imprenditore possa cedere a terzi l'uso del nome geografico trasferendo contemporaneamente la posizione di componente del consorzio o della società, ma di stabilire l'eventuale

(³) A. Germanò, *Le indicazioni geografiche nell'accordo TRIPs*, in *Riv. dir. agr.*, 2000, p. 413. In argomento, S. Carmignani, *La tutela delle indicazioni geografiche nell'Accordo TRIPs: localizzazione geografica del prodotto e mercato globale*, in E. Rook Basile, A. Germanò (a cura di), *Agricoltura e alimentazione tra diritto, comunicazione e mercato*, Milano, Giuffrè, 2003.

(⁴) Sul significato della qualificazione in termini di "diritti privati", v. *infra*

(⁵) La legge n. 102/2023 si propone l'obiettivo di rafforzare la tutela delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine attraverso il divieto di registrazione di marchi evocativi, usurpativi o imitativi, anche azionando lo strumento dell'opposizione a presidio delle stesse Indicazioni geografiche. A tal fine, è stato introdotto un ampliamento delle ipotesi in cui è possibile attivare il procedimento di opposizione, intervenendo sugli articoli 14 e 177 del Codice della Proprietà Industriale. Al riguardo, il nuovo testo dell'articolo 14, comma 1, lettera b), Codice della proprietà Industriale, prevede che non possono costituire oggetto di registrazione come marchio d'impresa i segni idonei ad ingannare il pubblico, in particolare sulla provenienza geografica, sulla natura o sulla qualità dei prodotti o servizi, ovvero sulla tipologia di marchio, nonché i segni evocativi, usurpativi o imitativi di indicazioni geografiche e di denominazioni di origine protette in base alla normativa statale o dell'Unione europea, inclusi gli accordi internazionali di cui l'Italia o l'Unione europea sono parte.

legittimità di un atto dispositivo del diritto, avente ad oggetto la cessione dell'uso del nome geografico ad altri imprenditori diversamente situati.

Se, cioè, il titolare del marchio, come titolare di un diritto soggettivo, può concedere in licenza a terzi l'uso del segno distintivo, sfruttandolo economicamente, occorre chiedersi se, analogamente, vista l'assimilazione delle posizioni da parte dell'accordo TRIPs e del Reg. (UE) 2024/1143, il produttore che utilizza un nome geografico possa sfruttare economicamente il bene immateriale, stipulando un contratto di licenza, disponendo, in tal modo, del suo diritto che sarebbe, in caso di risposta affermativa, un diritto soggettivo.

Si pensi all'ipotesi di licenza di uso del toponimo come licenza di procedimento. Si rifletta, in altre parole, sulla validità di un contratto avente ad oggetto il trasferimento dell'uso del toponimo unitamente al contenuto del disciplinare relativo alle tecniche di produzione. Ritenendo l'imprenditore titolare di un diritto soggettivo sul nome, si dovrebbe ammettere la possibilità che costui trasferisca legittimamente, tramite un contratto di *know how*, ad un altro imprenditore il procedimento di produzione del bene contrassegnato dal nome geografico.

L'accostamento delle indicazioni geografiche ai marchi, sotto l'ampio scudo della proprietà intellettuale, sembra tradursi nella possibile equiparazione di situazioni giuridiche equivalenti, tutte qualificabili in termini di diritti assoluti. Per questa via, si dovrebbe ammettere che il produttore di un prodotto a denominazione di origine possa concludere un contratto di trasferimento del segno e della tecnologia con un produttore che opera in un luogo diverso e molto lontano, il quale potrebbe, in seguito al contratto, utilizzare l'indicazione geografica corrispondente al disciplinare trasferito.

Un simile atto di disposizione sarebbe, invece, illegittimo. L'uso dell'indicazione geografica è legata al rispetto del disciplinare, che chiunque ed in qualunque luogo potrebbe validamente seguire, ma in quanto le tecniche produttive si svolgono in una zona determinata, indicata dal toponimo. È la localizzazione geografica che conferisce valore e caratteristiche al prodotto e da questa non è possibile prescindere. Ciò significa che, pur nel rispetto del disciplinare, il prodotto ad indicazione geografica realizzato in licenza di *know how* in luogo diverso da quello segnalato non potrebbe fregiarsi dell'indicazione geografica, divenendo piuttosto prodotto contraffatto. Con un'av-

vertenza. La contraffazione non riguarderebbe il procedimento di produzione, che sarebbe il medesimo in forza dell'ipotetico contratto di licenza di disciplinare, bensì il prodotto finale.

Il diritto di esclusiva nell'uso del toponimo copre, allora, non solo la tecnica ma anche il prodotto e l'ambiente di produzione. Cosicché il bene prodotto secondo lo stesso disciplinare ma in zone geografiche diverse non può fregiarsi dello stesso toponimo, perché tratti di prodotti diversi, in conseguenza della diversità delle zone di provenienza.

Se così è, l'utilizzatore dell'indicazione geografica non può, diversamente dal titolare del marchio o di altro diritto di proprietà industriale o intellettuale, trasferire liberamente il suo diritto, essendo la disponibilità patrimoniale legata all'appartenenza dell'acquirente e alla stessa regione geografica. Del resto, l'imprenditore che si fregia di un toponimo ha diritto di utilizzarlo nella misura in cui rispetta il disciplinare e fintanto che rimane sul luogo di origine. Ma, allora, se è la stanzialità della produzione e la permanenza in un determinato luogo a legittimare l'uso del nome geografico, da un lato, la titolarità dell'indicazione geografica può essere riconosciuta solo indirettamente al produttore, dovendo, più opportunamente, essere attribuita al territorio e, dall'altro, il diritto del produttore sul nome geografico non può connotarsi come diritto soggettivo, proprio perché non è liberamente disponibile, ma è diritto ad uso vincolato.

Diversamente da quanto accade per i diritti di proprietà intellettuale e industriale, nelle indicazioni geografiche la situazione giuridica soggettiva dell'imprenditore non è posizione assoluta, quel "diritto privato" segnalato dalle disposizioni generali del TRIPs, ma è posizione giuridica attiva condizionata, perché è derivata da un provvedimento amministrativo, che delimita il contenuto del diritto di uso, prevedendo obblighi e modalità di fruizione, legando il potere dispositivo del produttore alla permanenza del collegamento tra prodotto e zona segnalata dall'indicazione geografica.

L'inserimento dei nomi geografici all'interno della proprietà intellettuale è inserimento giustificabile, dunque, solo nell'ottica del mercato e non anche nella prospettiva sostanziale delle situazioni giuridiche protette.

A diritti soggettivi di esclusiva, relativi alle posizioni dei titolari di marchi o brevetti e dei creatori di opere dell'ingegno, corrispondono diritti di derivazione amministrativa, non assoluti ma condizionati dal potere pubblico, che non attribuiscono una privativa personale, di cui il titolare può disporre come vuole, bensì una pri-

vativa territoriale⁶, al cui rispetto è subordinato il potere dispositivo del produttore.

3.- Le indicazioni geografiche come bene comune

In questa direzione, con significativo scollamento rispetto alle formule utilizzate nell'accordo TRIPs, il Reg 1143/2024, mentre, in analogia all'Accordo TRIPs medesimo, opera la qualificazione delle indicazioni geografiche in termini di proprietà intellettuale, al tempo stesso si preoccupa di escludere ogni profilo di possibile assimilazione tra caratteri della proprietà intellettuale e industriale e indicazioni geografiche.

Invero, i *Considerando* 3 e 18 del Reg. (UE) 2024/1143 esplicitano il significato delle indicazioni geografiche come proprietà intellettuale, non più diritti privati, come nell'Accordo internazionale, ma situazioni giuridiche di appartenenza al patrimonio culturale europeo. Diversamente dall'Accordo TRIPs, la connotazione delle indicazioni geografiche avviene non in termini di situazioni giuridiche soggettive, ma nei ben diversi termini di diritto collettivo, di bene comune.

In tale ottica, la proprietà intellettuale delle indicazioni geografiche non rimanda alla logica appropriativa propria della proprietà industriale e intellettuale.

Il rinvio pare, piuttosto, con riferimento all'ordinamento interno, all'art. 810 c.c.

Se il diritto è tutela di interessi, è l'attitudine del bene a soddisfare l'interesse del soggetto e, dunque, ad entrare nella sua sfera giuridica in termini di piena proprietà. Tuttavia, la qualificazione delle indicazioni geografiche al tempo stesso come beni oggetto di proprietà intellettuale e beni comuni induce a ripensare i diritti proprietari ex art. 810 c.c. non tanto dall'angolo visuale delle posizioni giuridiche soggettive riconducibili alla proprietà e all'impresa, quanto, piuttosto, dal diverso angolo visuale dei diritti della collettività. In quanto bene comune, le indicazioni geografiche sono oggetto di pretesa collettiva, non già meramente indi-

viduale.

È noto che il cammino dei diritti soggettivi ha conosciuto la protezione dipendente dall'esistenza di beni non aperti al godimento collettivo, costruendosi viceversa sulla logica proprietaria, dove la protezione è accordata a quei beni, suscettibili di appropriazione e godimento individuale, tali da ricevere apprezzamento economico. La considerazione in termini patrimoniali della persona, dei suoi beni e delle situazioni giuridiche soggettive a questi legate, deve essere ripensata nel caso delle indicazioni geografiche come bene comune⁷, riconsiderando e ridisegnando i connotati stessi delle relazioni giuridiche tra soggetto e bene.

E ciò alla luce della valutazione che le relazioni tra produttore e indicazioni geografiche sono diverse da quelle tra produttore e marchio, sia pur in un contesto di indifferenziata riconduzione qualificatoria nell'alveo della proprietà intellettuale.

Il radicamento delle indicazioni geografiche nell'ambiente e nel territorio diviene materia di pretese collettive, prima ancora che individuali. Le indicazioni geografiche emergono non già in veste di oggetto di appartenenza e di godimento riferibile ad un soggetto o a un gruppo di soggetti determinati, bensì quale punto di riferimento di una relazione qualitativa di imputazione del bene alla collettività.

L'approccio europeo alle indicazioni geografiche come beni collettivi determina, cioè, la costruzione di un sistema che pone al centro della riflessione giuridica la collettività, legata ai toponimi da un rapporto di complementarietà.

Tale complementarietà esclude la logica dello *ius excludendi omnes alios*, propria delle situazioni giuridiche soggettive proprietarie, per fare spazio ad un diverso atteggiarsi del medesimo *ius excludendi omnes alios*, come diritto dei produttori nei confronti di coloro che producono fuori dalla zona o senza il rispetto del disciplinare⁸.

La qualificazione delle indicazioni geografiche come diritti collettivi trova giustificazione nella circostanza

(⁶) Cfr., in una prospettiva generale, e a titolo meramente esemplificativo, L. Petrelli, *I regimi di qualità nel diritto alimentare dell'Unione europea*, Milano, 2012; I. Trapè, *I segni del territorio. Profili giuridici delle indicazioni di origine dei prodotti agroalimentari tra competitività, interesse dei consumatori e sviluppo rurale*, Milano, 2012; S. Bolognini, *La disciplina della comunicazione business to consumer nel mercato agro-alimentare europeo*, Torino, 2012; M. Giuffrida, *Prodotti e qualità certificata: DOP, IGP e STG*, in L. Costato, F. Albinini (diretto da), *Trattato breve di Diritto agrario italiano e dell'Unione europea*, Milano, 2023, p. 977; S. Masini, *Corso di diritto alimentare*, Bari, 2024; A. Di Lauro, *Le denominazioni di origine protette (DOP) e le indicazioni geografiche protette (IGP)*, in P. Borghi, I. Canfora, A. Di Lauro, L. Russo (a cura di), *Trattato di diritto alimentare italiano e dell'unione europea*, Milano, 2024, p. 605 ss.

(⁷) In una prospettiva generale, A. Germanò, D. Viti, (a cura di), *Agricoltura e "beni comuni"*, Milano, 2012.

(⁸) Sul punto, A. Germanò, E. Rook Basile, *Diritto agrario*, in Aa.Vv., *Trattato di diritto privato dell'unione europea*, a cura di Ajani e Benacchio, Torino, UTET, 2006, p. 269.

che le denominazioni assolvono funzioni nelle quali la valenza concorrenziale rappresenta solo uno degli aspetti delle indicazioni geografiche o, comunque, il profilo concorrenziale si affianca ad altri obiettivi di natura economica e sociale.

Invero le indicazioni geografiche si inseriscono nel quadro della politica agricola europea diretta a favorire, come ben esplicitato dalla riforma della PAC 2023-2027, sul versante economico, la diversificazione della produzione agricola, il miglioramento della posizione dei produttori sul mercato, il sostegno ai produttori con riguardo alla pressione competitiva derivante dalla globalizzazione e dalla concentrazione del potere contrattuale nel settore del commercio al dettaglio e della grande distribuzione, anche tramite più efficaci strumenti di comunicazione delle caratteristiche delle proprietà dei prodotti.

Le indicazioni geografiche rappresentano, però, al tempo stesso anche, da un lato, strumenti di protezione ambientale, laddove i disciplinari di produzione rivolgono attenzione all'uso qualitativo delle risorse nell'ottica della sostenibilità, e dall'altro, strumenti di tutela delle tradizioni e della cultura di un luogo, ove si rifletta sulla circostanza che il nome geografico rimanda a valori ambientali, storici, locali esprimendo la cultura della comunità ivi insediata ed evocando, nel messaggio, anche gli aspetti paesaggistici dei luoghi. Cosicché la specificità del prodotto è intimamente legata al luogo geografico, del quale ne rappresenta la manifestazione, in tutti i suoi aspetti.

La promozione di prodotti di qualità rappresenta, inoltre, sul versante sociale, una carta vincente per il mondo rurale, come già evidenziava il 2° Considerando del Reg (CEE) n. 2081/1992, in peculiare modo per quanto riguarda le zone svantaggiate o periferiche, posto che il prodotto di qualità è in grado di garantire un miglioramento dei redditi, favorendo la permanenza delle popolazioni agricole in tali aree.

Sotto questo profilo, le indicazioni geografiche costituiscono strumenti economici per il raggiungimento di finalità *extra* economiche, a connotazione strettamente sociale e, di riflesso, ambientale, dato che la permanenza delle popolazioni nelle zone rurali è diretta ad evitarne l'abbandono e, con esso, il degrado.

Al tempo stesso le indicazioni geografiche costituiscono gli strumenti attraverso i quali, tutelando l'ambiente, si persegue la protezione della dignità dell'uomo, assicurando ai produttori un reddito comparabile con quello derivante da attività *extra* agricole, in modo da garantire agli imprenditori quella qualità della vita che

l'art. 36 Cost. impone.

Significa, in particolare, assicurare al produttore quella esistenza libera e dignitosa che gli artt. 35 e 36 Cost. prevedono come diritto della persona e che il valore aggiunto del prodotto di qualità rispetto a quello tradizionale in termini di maggior prezzo consente all'imprenditore di realizzare, tramite l'avvicinamento del reddito agricolo al reddito percepibile da attività non agricole.

Non da ultimo, le indicazioni geografiche tutelano i consumatori, i quali dispongono di una serie di prodotti pregiati che offrono garanzie sull'origine e sul metodo di produzione. Da questo terzo angolo visuale, le indicazioni geografiche perseguono l'obiettivo di tutelare non tanto l'interesse privato del soggetto utilizzatore, bensì l'interesse collettivo alla protezione del consumatore. Anche qui, l'interesse collettivo alla protezione del consumatore è interesse che si concretizza, tramite la fornitura di prodotti di qualità, nella tutela della salute, dunque di un diritto fondamentale dell'individuo, sia nella prospettiva della produzione a ridotto impatto ambientale, sia nella prospettiva della garanzia dell'origine del metodo di produzione.

Analogamente, l'effetto stabilizzatore esercitato sulla popolazione rurale delle zone svantaggiate rappresenta il perno intorno al quale è articolata anche la disciplina delle specialità tradizionali garantite, che, tutelando e valorizzando i prodotti tipici, si dirige contemporaneamente al raggiungimento di un obiettivo sociale, rappresentato dalla permanenza degli imprenditori agricoli nelle zone europee periferiche tramite l'accrescimento del reddito, e la predisposizione di garanzie per i consumatori contro eventuali abusi e frodi.

Le finalità sociali segnano, dunque, a ben vedere quelli che, *prima facie*, si presentano solo come strumenti dotati di valenza concorrenziale. La socialità del fine connota la meritevolezza dei segni, la tutela dei quali si giustifica non tanto nell'ottica strettamente privatistica e imprenditoriale, quanto, piuttosto, nella diversa prospettiva della funzionalizzazione di tali segni alla protezione di interessi collettivi, riconducibili alla tutela dell'ambiente, della salute e della qualità della vita.

Né è possibile tacere che le indicazioni geografiche rispondono agli obiettivi della condizionalità sociale previsti dall'art. 14 del Reg. (UE) 2021/2115.

Collegando i pagamenti diretti ai produttori agricoli al rispetto delle norme sociali con particolare riferimento ai diritti dei lavoratori e alle norme sulla sicurezza sul

lavoro, la condizionalità sociale è suscettibile di trovare risposte nelle produzioni ad indicazione geografica protetta. Infatti, la valorizzazione della produzione agricola di qualità e la tutela del patrimonio agroalimentare europeo non sono perseguibili indipendentemente dal rispetto di pratiche sostenibili ed eque sia dal punto di vista ambientale che dal punto di vista sociale.

Le indicazioni geografiche possono costituire, per il tramite dei disciplinari di produzione, volano di implementazione degli obiettivi europei di condizionalità sociale, avendo riguardo alla predisposizione di procedure dirette a dimostrare alle autorità competenti il rispetto delle norme, ma ponendosi i consorzi di produttori, piuttosto, come perno di un'efficace coordinamento tra i diversi livelli di *governance* e tra i diversi attori coinvolti nel raggiungimento degli obiettivi della condizionalità sociale.

Un diritto collettivo, dunque, quello della proprietà intellettuale delle indicazioni geografiche, che esprime valori che escono dal mero recinto aziendale in termini di diritti di privativa, per esprimere valori della collettività legati all'ambiente, alla dignità umana, allo sviluppo dei territori, alla tutela della salute.

Con riflessi sulla connotazione della situazione giuridica soggettiva dei produttori.

4.- Il rapporto di detenzione

Infatti, la proprietà intellettuale delle indicazioni geografiche mostra una relazione tra segno e produttori inusitata se parametrata ai canoni paradigmatici della privativa industriale. A fronte di un diritto proprietario riconosciuto al titolare di un marchio registrato, il Reg. (UE) 2024/1143 non attribuisce ai produttori e ai loro Consorzi né la proprietà né il possesso, avendo tutti i produttori ammissibili di una zona designata, che intendono rispettare un disciplinare, solo il titolo di meri detentori.

Ciò che è connaturato alla proprietà intellettuale non trova, cioè, riconoscimento con riferimento alla proprietà intellettuale relativa alle indicazioni geografiche. Infatti, a Consorzi e produttori il legislatore europeo sottrae il diritto pieno ed assoluto, tipico della proprietà intellettuale, con i cd. *ius utendi, fruendi e abutendi*, ovvero il diritto di usare il nome, godere dei suoi frutti e di disporre liberamente del bene.

Così come ai produttori e relativi Consorzi è negato il potere di fatto sulle indicazioni geografiche, tipico del possesso, che legittima ad un comportamento quasi

proprietario.

Lontana dalle caratteristiche della proprietà intellettuale, la situazione giuridica soggettiva dei produttori sul nome geografico è relegata ad una situazione meramente detentoria, cioè ad una semplice relazione materiale, nella quale ai produttori sono attribuiti molti poteri, ma non l'elemento psicologico della volontà di possedere il bene.

Il confine delle relazioni tra gruppi di produttori e indicazioni geografiche è marcato dalla attribuzione del solo potere di disporre delle denominazioni limitatamente a quanto previsto dal disciplinare.

Ai Consorzi è, infatti, riconosciuto il potere di elaborare il disciplinare, presentare domanda di modifica e cancellazione, gestire i controlli propri dei suoi membri, sviluppare attività di informazione e di promozione, adottare misure per la valorizzazione dei prodotti e, se necessario, adottare provvedimenti volti a impedire o contrastare misure svalorizzanti per l'immagine dei prodotti.

Si tratta di misure di tutela e valorizzazione alle quali i Consorzi sono legittimati, in vista della protezione di un bene, l'indicazione geografica, che, giova ribadirlo, non appartiene al consorzio ma alla collettività. Le indicazioni geografiche sono, cioè, un bene non proprietario, ma un bene c.d. comune, riconosciuto dal potere pubblico, vale a dire la Commissione con la procedura di registrazione, come espressione dell'identità territoriale.

Tra assimilazione alla proprietà intellettuale e differenze rispetto ad essa, le indicazioni geografiche sono, così, sottratte al regime di disponibilità proprietario dei produttori e dei Consorzi per essere affidate alla collettività, al patrimonio culturale europeo, in ultima analisi al territorio di riferimento e alle comunità ivi insediate, che i produttori sono legittimati a tutelare, intraprendendo azioni specifiche a nome dei produttori.

A tal fine, il Regolamento definisce i criteri che servono per ottenere la qualifica di gruppo di produttori riconosciuto e i relativi ulteriori diritti specifici, allo scopo di fornire ai gruppi di produttori riconosciuti gli strumenti adeguati per far valere meglio i loro diritti di proprietà intellettuale contro le pratiche sleali e svalorizzanti e di rappresentare tutti i produttori dei prodotti designati dalle indicazioni geografiche e agire per loro conto.

In particolare, l'art. 32 prevede che il gruppo dei produttori è legittimato ad intraprendere azioni appropriate dirette a garantire la protezione delle indicazioni geografiche e dei diritti di proprietà intellettuale ad essa direttamente collegati, tra cui azioni legali e la presentazione di domande di intervento alle autorità

doganali a norma del regolamento (UE) n. 608/2013, nonché prevenire o contrastare eventuali misure o pratiche di commercializzazione che pregiudichino o rischino di pregiudicare la reputazione o il valore delle denominazioni protette.

Il gruppo di produttori può, inoltre, rappresentare i suoi membri nelle reti attive nel campo della tutela della proprietà intellettuale e in relazione agli organismi responsabili della lotta alla contraffazione istituiti a livello dell'Unione o nazionale.

Custodi, però, non proprietari né possessori delle indicazioni geografiche.

Significativo dell'appartenenza delle indicazioni geografiche alla collettività, territoriale, nazionale, europea, in definitiva, della costruzione di un modello di proprietà intellettuale territoriale, è l'art. 61 del Reg. 1143/2024. La norma riconosce la legittimazione a presentare opposizione ad una domanda di registrazione ad ogni persona fisica o giuridica avente un interesse legittimo e stabilita o residente in uno Stato membro diverso da quello di presentazione della domanda di registrazione medesima.

Una legittimazione alla tutela, dunque, diffusa, proprio perché si verte in tema di beni della collettività, aprendo posizioni giuridiche soggettive attive riconosciute ai produttori e loro Consorzi senza riserva di esclusività del potere di azione, esteso, nella logica della protezione dei beni comuni, anche a chiunque ne abbia interesse.

5.- La "ultrattività" del Reg. n. 1143/20204

La configurazione di una diversa proprietà intellettuale, diretta alla protezione di un patrimonio collettivo, trova eco nella affermata, per così dire, ultrattività delle norme di protezione contenute nel Reg. 1143/2024, le quali hanno dimostrato di avere una capacità espansiva ben al di fuori del recinto Unionale⁹.

Sotto il primo profilo, il regime di tutela è esteso dall'art. 26, n. 4, sia ai prodotti introdotti nel territorio doganale dell'Unione, sia ai prodotti venduti mediante la vendita a distanza, come il commercio elettronico, sia ai prodotti destinati a essere esportati verso paesi terzi, con possibilità di vietare ai terzi di introdurre prodotti nell'Unione quando tali prodotti, compreso l'im-

ballaggio, provengono da paesi terzi e violino il regime di protezione previsto dall'art. 26.

Al riguardo, occorre distinguere due fattispecie.

Da un lato, la previsione dell'art. 26 e, dall'altro, l'affermazione contenuta nel 26° Considerando.

L'art. 26 si presenta come norma "ultrattiva". L'estensione della tutela delle indicazioni geografiche anche al di fuori dei confini Unionali, con riferimento a segni destinati a contrassegnare prodotti destinati all'esportazione, vincola i produttori europei al rispetto delle indicazioni geografiche registrate, con divieto di imitazione, usurpazione, evocazione, pur se i prodotti sono destinati a circolare non nel mercato europeo ma in mercati di paesi terzi.

In questa prospettiva, l'atto di concorrenza sleale non si consuma solo nei rapporti tra produttori europei dentro il territorio europeo, ma riguarda le relazioni tra produttori europei che agiscono su mercati *extra* UE. La norma è diretta, dunque, a disciplinare la concorrenza tra produttori indipendentemente dal mercato di riferimento, non tanto e solo in vista della garanzia della lealtà della gara concorrenziale tra produttori, ma nella diversa e superiore prospettiva della protezione di un bene comune, il nome geografico, e delle tradizioni di un territorio anche quando il prodotto è destinato a mercati esteri. La soglia di protezione, cioè, non si abbassa se il prodotto è destinato al mercato estero invece che a quello interno europeo, circondando il nome geografico di una garanzia di protezione assoluta anche quando il mercato di destinazione è, appunto, quello di paesi terzi.

Sotto altro profilo, il 26° Considerando del Regolamento evidenzia l'opportunità che le indicazioni geografiche siano registrate solo a livello dell'Unione, pur se a decorrere dalla data della presentazione alla Commissione della domanda di registrazione a livello di Unione, è riconosciuta agli Stati la facoltà di concedere una protezione transitoria a livello nazionale, senza che ciò ostacoli il mercato interno o gli scambi internazionali.

Ne deriva che la protezione internazionale, eso-europea, resta affidata all'Accordo TRIPs, il cui art 23 mira ad evitare l'inganno del pubblico e "l'agganciamento parassitario"; all'Atto di Ginevra, che ha permesso la protezione di tutte le Indicazioni geografiche sull'intero territorio dei Paesi firmatari degli accordi; nonché ai

⁽⁹⁾ Il termine "ultrattività" è utilizzato allo scopo di evidenziare, appunto, come indicato nel testo, l'attribuzione da parte del legislatore alle norme di tutela una estensione di applicazione non limitata ai confini europei.

trattati internazionali negoziati dall'Unione Europea e singole nazioni, volti alla tutela delle indicazioni geografiche a condizioni di reciprocità¹⁰.

In questo ultimo caso, la protezione avviene secondo un sistema di tutela definito "protezione di lista", dove i Paesi contraenti si impegnano ad assicurare la protezione di indicazioni geografiche inserite nei relativi elenchi richiamati dal trattato. Si pensi, al riguardo agli accordi con Canada, Sud Africa, Australia, Cile, Stati Uniti, Giappone e Cina, dove, in particolare oggi ricevono protezione, non solo con i caratteri occidentali ma anche con la traslitterazione in ideogrammi, numerose denominazioni del settore vitivinicolo.

È del 28 febbraio 2024 la stipula dell'Accordo di libero scambio tra UE e Nuova Zelanda, n. 229/2024, il cui art. 18.34, con previsioni analoghe a quelle contenute nel Reg. 1143/2024, vieta l'uso di qualsiasi elemento che indichi o suggerisca che il prodotto è originario di una zona geografica diversa dal vero luogo d'origine, in modo tale da indurre in errore il pubblico sull'origine geografica o sulla natura del prodotto. Vieta, inoltre, qualsiasi altro uso di un'indicazione geografica che costituisca un atto di concorrenza sleale ai sensi dell'articolo 10 *bis* della convenzione di Parigi, tra cui l'uso commerciale di un'indicazione geografica in una maniera che sfrutta la notorietà di tale indicazione geografica, anche quando il prodotto in questione è utilizzato come ingrediente.

Costituisce, tale Accordo di libero scambio, una testimonianza della capacità espansiva delle norme europee, confluite in Trattati internazionali bilaterali, nei quali l'obiettivo di proteggere i produttori non è scindibile dall'obiettivo di tutelare un patrimonio di valori legati a specifici contesti territoriali.

6.- IG e nomi generici

La qualificazione del nome geografico come patrimonio comune reagisce su taluni profili di disciplina, che

valgono a marcare la distanza con l'ordinario regime della proprietà intellettuale e industriale.

L'attenzione deve essere rivolta alle relazioni tra indicazione geografica e nomi generici.

Ai sensi dell'art. 28 del Regolamento, I termini generici non possono essere registrati come indicazioni geografiche. Per stabilire se un termine sia generico si tiene conto di fattori quali la situazione esistente nelle zone di consumo e gli atti giuridici nazionali o dell'Unione.

Dunque la genericità è ostativa alla registrazione.

Il nome generico può, però, anche entrare a comporre le indicazioni geografiche. In proposito, la Corte di Giustizia¹⁰ ha precisato che la protezione si estende sia alla denominazione composta in quanto tale, sia ad ogni sua componente, ma solo laddove tale componente non sia un termine generico né comune. In tal caso, l'utilizzo da parte di terzi del termine generico non costituisce comportamento vietato.

In questa direzione, i giudici nazionali di merito¹², hanno escluso l'evocazione illecita delle indicazioni geografiche «Aceto Balsamico di Modena», ritenendo generici e di uso comune i termini «aceto» e «balsamico». Infatti, il loro uso, pur potendo creare «un nesso anche con il nome composto protetto», non può creare «un nesso caratterizzato da univocità con detto nome protetto».

Tuttavia, l'art. 26 del Regolamento, pur sottraendo l'uso del termine generico agli atti di concorrenza sleale, non sembra porre una presunzione assoluta ma *iuris tantum*.

Infatti, la norma chiarisce che, in caso di nome composto, l'uso del termine generico non configura atto vietato solo «*di norma*», quindi nella pluralità dei casi, ma non già in modo assoluto.

Questo significa che non è preclusa la prova contraria, da fornire tenendo conto dell'impatto confusorio che l'uso del termine generico può avere nel caso concreto sul consumatore.

Peculiare rilievo assume la genericità del nome quan-

⁽¹⁰⁾ Aa.Vv., *La tutela internazionale delle Indicazioni geografiche dei prodotti agroalimentari*, a cura di N. Lucifero, Milano, Wolters Kluwer, 2023.

⁽¹¹⁾ Cfr. CGUE 4 dicembre 2019 n. 432. In dottrina, G. Moretti, *Evocazione e tutela di Indicazioni geografiche composte: le scelte della giurisprudenza in tema di Aceto Balsamico*, in www.rivistadirittoalimentare.it, n. 2-2021, p. 62 ss. Cfr. I. Canfora, *La tutela delle denominazioni d'origine e composte, tra termini divenuti generici, nomi comuni ed evocazione del prodotto. Il caso dell'aceto balsamico*, in *Riv. dir. agr.*, 2020, II, p. 134 ss.; F. Cazzini, *Corte di giustizia e denominazioni composte: il caso «Aceto Balsamico di Modena»*, in www.rivistadga.it, 2020. In argomento, v. N. Lucifero, *Denominazione composte, denominazioni generiche e la tutela delle denominazioni di origine protette. Il caso "parmigiano"*, in *Giur. it.*, 2009, p. 579 ss.

⁽¹²⁾ Trib. di Venezia, 13 dicembre 2023, n. 2431, Trib. di Bologna, 10 luglio 2024, n. 2303, entrambe in un caso di lamentata evocazione della IGP Aceto balsamico di Modena.

do riguardata certamente in fase di registrazione del segno, ma anche e soprattutto successivamente alla sua registrazione e, in particolare, in seguito all'uso che delle indicazioni geografiche è fatto tra il pubblico dei consumatori.

L'ipotesi è quella nella quale il nesso tra origine geografica del prodotto e qualità dello stesso si stemperi con l'uso e l'indicazione geografica registrata finisca per descrivere un genere o un tipo di prodotti.

È, questo, il fenomeno, ben noto nell'ambito della proprietà intellettuale, della c.d. volgarizzazione, capace di rendere il nome registrato progressivamente privo della sua capacità di agire come identificatore unico nel mercato a causa del suo uso estensivo fino a diventare di dominio pubblico.

Marcando ancora una volta la distanza tra proprietà intellettuale tout court e proprietà intellettuale riferita alle indicazioni geografiche, rievocando l'art. 6 dell'Arrangement di Lisbona, l'art. 26, comma 6, del Reg. n. 1143/2024 chiarisce che le indicazioni geografiche registrate non diventano mai generiche.

Predisponendo una protezione forte delle indicazioni geografiche, il legislatore sottrae i nomi geografici registrati a quel processo, proprio invece dei marchi, della c.d. volgarizzazione, rendendoli impermeabili alle conseguenze che il protratto e diffuso uso linguistico produce sui marchi registrati per prodotti di particolare successo.

La registrazione cristallizza, per così dire, la protezione, rendendo irrilevanti eventi successivi alla registrazione, conservando il regime di tutela anche nell'eventualità che la indicazione geografica perda presso il pubblico dei consumatori ogni capacità di distinguere la provenienza geografica.

Noto il caso Emmental, con riferimento al quale la giurisprudenza¹³ ha evidenziato che l'uso di chiamare Emmental in genere il formaggio con i buchi non vale a determinare la volgarizzazione della denominazione.

La esclusione per le indicazioni geografiche del fenomeno della volgarizzazione vale ad evidenziare come il nome protetto non riguardi una situazione giuridica

soggettiva di matrice proprietaria.

L'irrilevanza dello stemperarsi della capacità distintiva in seguito al protratto uso è determinato non già dall'opposizione degli aventi diritto, così come la decadenza del segno non avviene, come accade per i marchi, se il segno diventa denominazione generica per fatto dell'attività o inattività del titolare.

Perdita di distintività, uso comune, perdita di controllo sul segno, sono tutte fattispecie che il legislatore valuta in *apicibus tamquam non essent*, perché il territorio, bene comune, che il nome geografico esprime, non perde mai la propria connotazione specifica in termini ambientali, sociali, qualitativi, culturali e paesaggistici¹⁴.

7.- I conflitti

Dal mondo della proprietà intellettuale, la protezione delle indicazioni geografiche attinge, viceversa, il principio di priorità per dirimere il conflitto tra segni, sia pur, talora, con profili di specificità.

E ciò sia nel caso di conflitto tra indicazioni geografiche che nel caso di conflitto tra indicazioni geografiche e marchi¹⁵.

Nel primo caso, come regola generale, in caso di IG omonime, l'art. 29 prevede l'esclusione dalla registrazione di un nome geografico omonimo o parzialmente omonimo di altra IG precedentemente presentata per la registrazione o già protetta nell'Unione.

La registrazione è, tuttavia, consentita qualora nella pratica sussista una differenziazione sufficiente tra le condizioni d'impiego e di presentazione locali e consolidate delle due indicazioni omonime o parzialmente omonime.

Si tiene conto, al riguardo, da un lato, della necessità di assicurare un trattamento equitativo ai produttori interessati e, dall'altro, di evitare che i consumatori siano indotti in errore quanto alla vera identità o all'origine geografica dei prodotti.

Occorre però osservare che nel conflitto tra indicazioni geografiche, la protezione del consumatore appare

⁽¹³⁾ Trib. Milano 9 giugno 2015

⁽¹⁴⁾ In una zona intermedia si collocano quelle situazioni nelle quali i nomi geografici sono oggetto di domanda di registrazione, dunque ancora non protetti, per i quali si pone l'interrogativo se, nelle more della registrazione, possano essere considerati generici. È giurisprudenza della Corte di Giustizia che la genericità di una denominazione non può essere presunta fino a quando la Commissione non si sia pronunciata sulla domanda di registrazione, respingendola, se del caso, per la ragione specifica che la denominazione è o è diventata generica. A titolo esemplificativo, v. CGUE 10 settembre 2009, n. 460.

⁽¹⁵⁾ Sul punto, anche per la casistica, si rinvia a F. Albisinni, *Strumentario di diritto alimentare europeo*, Milano, 2023.

valore dominante, anche rispetto al principio di verità. Infatti, fatto salvo quanto previsto dal già richiamato art. 64 per le STG, è, in linea generale, esclusa dalla registrazione una indicazione geografica omonima o parzialmente omonima che induca erroneamente il consumatore a pensare che i prodotti siano originari di un altro territorio. E ciò anche se si verte in ipotesi di corretta e veritiera indicazione per quanto attiene al territorio, alla regione o al luogo di cui sono effettivamente originari i prodotti in questione.

Nella tutela delle indicazioni geografiche, il principio di verità viene pretermesso a favore del superiore interesse del consumatore, con prevalenza del principio di effettività della tutela del consumatore sulla eventuale verità ed esattezza delle indicazioni geografiche.

Laddove, invece, il conflitto si proponga tra indicazione geografica e marchio, l'art. 30 del Regolamento prevede che un nome è escluso dalla registrazione in quanto indicazione geografica se, a causa della reputazione e della fama di un marchio commerciale e della durata di utilizzazione dello stesso, la registrazione del nome proposto come indicazione geografica sarebbe tale da indurre in errore il consumatore quanto alla vera identità del prodotto.

Al riguardo, merita osservare che l'art. 30 non prevede l'applicazione di un mero criterio di priorità tra indicazioni geografiche e marchio, ma esclude dalla registrazione il nome geografico nei soli casi nei quali il marchio goda di rinomanza, nei casi, cioè, nei quali il marchio sia conosciuto da una parte significativa del pubblico interessato ai prodotti o servizi contrassegnati, non essendo necessario che detta rinomanza sia necessariamente equivalente alla celebrità.

Per stabilire se un marchio gode di rinomanza, tale da avere la priorità sulla registrazione dell'indicazione geografica, occorre prendere in considerazione tutti gli elementi rilevanti cioè, in particolare, la quota di mercato coperta dal marchio, l'intensità, l'ambito geografico e la durata del suo uso.

A livello territoriale, il requisito in esame è soddisfatto qualora la notorietà esista in una parte sostanziale del territorio di uno Stato membro, posto che, in assenza di precisazioni della normativa sul punto, non pare possa essere richiesto che la notorietà esista su tutto il territorio dello Stato membro.

La protezione del marchio che gode di rinomanza non è subordinata alla constatazione di un grado di somi-

glianza tra il marchio notorio e il segno successivo tale da generare, nel pubblico interessato, un rischio di confusione tra gli stessi, ma è sufficiente che il grado di somiglianza con il marchio notorio ed il segno abbia come effetto che il pubblico interessato stabilisca un nesso tra il segno ed il marchio d'impresa¹⁶.

Un'ipotesi di coesistenza è prevista nel caso in cui un marchio commerciale, il cui uso viola la protezione delle indicazioni geografiche, ma che è stato depositato, registrato o acquisito di fatto con l'uso in buona fede sul territorio dell'Unione, anteriormente alla data di presentazione alla Commissione della domanda di registrazione dell'indicazione geografica, può continuare ad essere usato e rinnovato, nonostante la registrazione di una indicazioni geografiche, purché non sussistano i motivi di nullità o decadenza del marchio commerciale.

Ne deriva che, a parte le ipotesi di non uso del marchio, che produce decadenza, la affermata coesistenza potrebbe essere suscettibile di venire meno laddove si verta in ipotesi di decettività sopravvenuta del marchio, qualora, cioè, il marchio sia suscettibile di essere confusorio nei confronti del consumatore in merito alle caratteristiche o alla provenienza dei prodotti o servizi contraddistinti.

Al principio di priorità è improntato anche l'art. 31. La domanda di registrazione di un marchio commerciale relativo ad una indicazione geografica è respinta se la domanda di registrazione del marchio commerciale è presentata dopo la data di presentazione alla Commissione della domanda di registrazione delle indicazioni geografiche. Il marchio eventualmente registrato è dichiarato nullo.

Se qui la norma applica *in toto* principi generali propri della proprietà intellettuale, merita rilevare la prassi dell'Ufficio dell'Unione Europea per la proprietà intellettuale (EUIPO). Prassi che sembra attestarsi su un regime di favore per i marchi in conflitto con indicazioni geografiche anteriori.

A più riprese, infatti, l'EUIPO ha ritenuto sufficiente limitare il marchio, di cui si richiede la nullità, a prodotti realizzati in conformità al disciplinare di produzione della denominazione geografica invocata come impedimento relativo alla registrazione. La contestazione sarebbe, nella prassi dell'EUIPO, superata da un simile accorgimento.

Ciò vale anche per gli impedimenti assoluti alla regi-

⁽¹⁶⁾ Cfr. CGUE, sentenza 23.10.2002 nella causa C-408/01, Adidas/Salomon.

strazione, nel senso che in sede di esame l'EUIPO ha sempre chiesto una limitazione della domanda nel senso sopra indicato qualora abbia ravvisato un conflitto con una indicazione geografica.

Appartiene alla storia recente il caso Nero Champagne, oggetto di attenzione da parte del Tribunale in causa T-239/23, nel quale l'EUIPO ha ritenuto che non vi sia un conflitto del marchio con la indicazione geografica Champagne, in quanto i vini nella classe 33 sono stati limitati in conformità al disciplinare di produzione dello Champagne.

Nelle more, al momento della redazione del presente scritto, della definizione della controversia che oppone il *Comité interprofessionnel du vin de Champagne* (Épernay, Francia), *Institut national de l'origine et de la qualité* (INAO) all'EUIPO, certo è che una simile prassi è ed è stata suscettibile di creare la situazione paradossale dell'uso in una stessa etichetta sia di un'indicazione geografica, sia di un marchio privato che contiene od evoca un'indicazione geografica¹⁷.

Pur limitando l'uso dei marchi ai prodotti conformi ai disciplinari, è inevitabile consentire l'appropriazione, all'interno dei marchi commerciali, di nomi geografici che, specie alla luce del Reg.1143/2024 non sono suscettibili di appropriazione, proprio perché beni comuni.

Se un principio di coerenza richiederebbe di vietare da

parte di terzi la registrazione di marchi commerciali contenenti o consistenti in una denominazione, anche per i prodotti conformi ai disciplinari, è inevitabile richiamare quell'inciso all'interno del 40° considerando, per il quale le Indicazioni geografiche possono anche essere registrate come marchi commerciali qualora ciò non sia in contrasto con il medesimo regolamento.

Forse l'art. 31 può rappresentare la chiave di volta.

ABSTRACT

La nuova disciplina delle indicazioni geografiche pone il problema della qualificazione giuridica. La riconduzione delle indicazioni geografiche alla proprietà intellettuale deve essere specificata sia con riguardo ai profili delle IG come beni comuni, sia con riguardo alle ricadute che tale qualificazione produce sul regime di tutela.

The new regulation of geographical indications raises the problem of legal qualification. The attribution of geographical indications to intellectual property must be specified both with regard to the profiles of GIs as common goods, both with regard to the implications that such a qualification has on the protection law.



(¹⁷) Cfr. P. Veronesi, *Possibili sviluppi nella prassi EUIPO sui conflitti fra marchi e Indicazioni geografiche anteriori*, in *Rivista dell'ordine dei consulenti in proprietà industriale*, 2023, p.33 ss.