



UNIVERSITY  
OF TRENTO - Italy  
Faculty of Law  
Department of Legal Sciences

lawtech

**The Trento Law and  
Technology Research Group  
Student Paper n. 16**

**LA TUTELA DELLE  
INDICAZIONI  
GEOGRAFICHE NEL  
SETTORE VITIVINICOLO:  
UN'ANALISI COMPARATA**

**THE PROTECTION OF  
GEOGRAPHICAL  
INDICATIONS IN THE WINE  
SECTOR: A COMPARATIVE  
ANALYSIS**

**CHIARA SIMONI**

**ISBN: 978-88-8443-487-6**

COPYRIGHT © 2012 CHIARA SIMONI

This paper can be downloaded without charge at:

The Trento Law and Technology Research Group  
Student Papers Series Index  
<http://www.lawtech.jus.unitn.it>

Unitn-eprints:  
<http://eprints.biblio.unitn.it/archive/4156/>

Questo paper © Copyright 2012 by Chiara Simoni è pubblicato con  
Creative Commons Attribuzione-Non commerciale-Non opere derivate  
2.5 Italia License. Maggiori informazioni circa la licenza all'URL:  
<<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/it/>>

# THE PROTECTION OF GEOGRAPHICAL INDICATIONS IN THE WINE SECTOR: A COMPARATIVE ANALYSIS

## ABSTRACT

This paper draws, in a comparative fashion, the evolution of the discipline of geographical indications in the wine sector, analyzing international treaties and agreements, as well as European regulations and directives, with a special focus on the legislation and the technical regulations adopted in two member states, namely Italy and Germany.

The first chapter explores the historical evolution of the connection between man and territory, directly related to economic and social interests. The expansion of international trade has completely changed and improved the framework of international agreements governing geographical indications, in order to protect the producers and consumers. The first chapter of the paper also analyzes two different, somehow contrasting, approaches: on the one hand the European one, more oriented to the protection of appellation of origin and on the other the non-EU States more inclined to commercial brands.

The second chapter deals with the analysis of European laws and European Commission policies to support the quality of products, by fostering awareness among consumers of the different geographical indications in view of protecting them through bilateral agreements with the major non-EU producing States. The goals of European Union are to protect the economic interests and investments of the producers from unfair competition, as well as the confidence of the consumers into the information given and the preservation of the social and economic relevance of the different territories. The paper highlights the important role played from the Court of Justice to set the protection of geographical indications withing the principle of free movement of goods. The study focuses on the regulations adopted in Germany and in Italy: two states part of the EU system, different for territory, culture, history and tradition. The third chapter examines the regulatory and judicial approach to geographical indications in Italy where the concept of origin has always been the main benchmark of the existing regulations. The focus here is on

an integrated rural development related to the maintenance of the territory, on the increase of wine tourism, as well as on the preservation and recovery of local products. Furthermore the chapter highlights the role of consortiums for the “promotion, enhancement, consumer information and general care of the interests of members”.

The fourth chapter analyzes the different path followed in Germany, due mainly by its different geographical position. Germany bases the quality system on a classification primarily related to the weight of the must in wines and only secondarily to the geographical origin of grapes. The paper outlines how German wine law and the classification traditionally employed in this legal system have changed under the influence of European regulations. This conclusive chapter also deals with the criminal provisions, similarly conceived in Italy and Germany, aimed at contrasting counterfeiting and fraud. Also analyzed are the existing rules expressing the civil protection against the use of mendacious or misleading information. Eventually, the chapter describes the several authorities in charge of carrying on the controls on the geographical designations from the vineyard to the consumption and on the relationship between geographical indications and trademarks.

## KEYWORDS

geographical indications, wine, intellectual property,  
comparative food law, agrofood industry

## About the Author

Chiara Simoni (e-mail [chiarasimoni85@hotmail.com](mailto:chiarasimoni85@hotmail.com)), graduated in Law at the University of Trento under the supervision of prof. Umberto Izzo (March 2013). She works in a winery near Trento. The opinions stated in this paper and all possible errors are the Author's only.

# LA TUTELA DELL'INDICAZIONE GEOGRAFICA NEL SETTORE VITIVINICOLO: UN'ANALISI COMPARATA

## ABSTRACT

Il paper traccia, in un quadro sistematico, l'evoluzione e la complessità della disciplina delle indicazioni geografiche del settore vitivinicolo, che intreccia l'impianto generale di convenzioni e accordi internazionali, di regolamenti e direttive europee con un livello più vicino e aderente alle singole realtà europee attraverso specifiche leggi nazionali e relativi disciplinari di produzione.

Il primo capitolo del paper ricostruisce l'evoluzione storica della relazione uomo-territorio e degli interessi economici e sociali da essa influenzati per poi approfondire, considerato il forte incremento dei traffici commerciali, lo sviluppo degli accordi internazionali che regolano le indicazioni geografiche e i due diversi approcci, molto spesso confliggenti: quello europeo più orientato alla tutela delle denominazioni di origine e quello dei Stati del Nuovo Mondo più favorevoli ai marchi commerciali.

Il secondo capitolo affronta l'analisi dell'ordinamento comunitario e delle politiche promosse dalla Commissione Europea a sostegno delle produzioni di qualità attraverso azioni dirette a diffondere tra i consumatori la conoscenza delle diverse indicazioni geografiche e a salvaguardarle attraverso accordi bilaterali con i principali Stati produttori del Nuovo Mondo. L'analisi prosegue con l'indagine del ruolo della Corte di Giustizia nel favorire la creazione del mercato unico e il perseguimento degli obiettivi comunitari di tutela dei consumatori e dei produttori.

La ricerca mette a fuoco la disciplina di due Stati diversi per territorio, cultura, storia e tradizione, ma uniti dalla comune appartenenza all'ordinamento comunitario. Il terzo capitolo prende in esame l'approccio normativo e giurisprudenziale alle indicazioni geografiche in Italia, dove l'origine è stata ed è rimasta il principale punto di riferimento. Questo strumento di tutela introdotto da una normativa ad hoc ha permesso uno sviluppo rurale integrato, legato al mantenimento del territorio, all'espansione dell'enoturismo, nonché alla salvaguardia e al ripristino di produzioni tipiche. Vengono esaminati il ruolo dei Consorzi di Tutela, deputati all'esercizio delle attività di "promozione, valorizzazione, di

informazione del consumatore e di cura generale degli interessi” e delle diverse autorità preposte al controllo della filiera produttiva.

Il quarto capitolo analizza il percorso diverso, dettato soprattutto dalla posizione geografica, seguito dalla Germania: l’approccio tedesco ha costruito il proprio sistema qualitativo sulla base di una classificazione legata in primis al grado alcolico del mosto e in via secondaria alla zona geografica di provenienza delle uve. Infine il paper analizza, dei due Stati, la normativa penale, con particolare attenzione alla contraffazione e alla frode; civile, approfondendo la disciplina della concorrenza sleale e del rapporto con i marchi commerciali e le norme di settore a tutela degli interessi dei consumatori e dei produttori.

## PAROLE CHIAVE

Indicazioni geografiche, vino, proprietà intellettuale,  
diritto alimentare comparato, filiera agroalimentare

## Informazioni sull'autrice

Chiara Simoni (e-mail [chiarasimoni85@hotmail.com](mailto:chiarasimoni85@hotmail.com)), ha conseguito la laurea in giurisprudenza presso la Facoltà di Giurisprudenza dell'Università di Trento nel marzo 2013 discutendo una tesi elaborata con la supervisione del prof. Umberto Izzo; lavora presso un'azienda vinicola trentina. Le opinioni espresse, così come gli errori o imprecisioni contenute nello stesso, sono imputabili esclusivamente all'autrice.

# LA TUTELA DELL'INDICAZIONE GEOGRAFICA NEL SETTORE VITIVINICOLO: UN'ANALISI COMPARATA

Chiara Simoni

INTRODUZIONE	12
CAPITOLO I	
L'EVOLUZIONE INTERNAZIONALE	
1.1. Profili storici e sviluppo internazionale della normativa in tema di indicazioni geografiche	15
1.2. Dalla Convenzione d'Unione di Parigi all'Accordo di Lisbona	22
1.3. L'Accordo TRIPs	26
1.4. Il rapporto con la tutela dei marchi commerciali	31
1.5. Definizione dei concetti di origine e provenienza	33
1.6. Il ruolo dell'origine	34
CAPITOLO II	
LO SVILUPPO DELLA NORMATIVA COMUNITARIA NELLA TUTELA DELL'INDICAZIONE GEOGRAFICA	
2.1. I primi testi legislativi dopo la nascita del mercato unico europeo	39
2.1.1. Le politiche europee a garanzia della costituzione del mercato unico	39
2.1.2. La creazione dell'Organizzazione Comune del Mercato: obiettivo comunitario di fronte alle tradizioni nazionali	43
2.1.3. Sistematicità degli interventi comunitari: origine vs <i>varietals</i>	45
2.1.4. L'evoluzione normativa del settore vitivinicolo	48
2.2. La giurisprudenza della Corte di Giustizia	53
2.2.1. Le sentenze pronunciate sulla libertà di circolazione delle merci e il mutuo riconoscimento	53
2.2.2. La giurisprudenza sulla legittimità dell'impiego di talune denominazioni legate al territorio d'origine	54
2.2.3. La sentenza Rioja: la tutela dell'origine e la libertà di circolazione delle merci	56
2.2.4. La sentenza Tocai: varietà di vite e indicazione geografica a	59

confronto	
2.3. La protezione delle indicazioni geografiche nella nuova OCM vino	62
2.4. La protezione delle indicazioni geografiche dell'Unione Europea nei Paesi Terzi	70
2.4.1. EC/Australia Wine Agreement	73
2.4.2. EC/U.S. Wine Agreement	77
2.4.3. EC/Canada Wine Agreement	80
2.4.4. Altri Accordi bilaterali: Cile e Sudafrica	81
2.5. Rapporto con i marchi comunitari	83

### CAPITOLO III

#### LO SCENARIO ITALIANO

3.1. L'evoluzione della legislazione internazionale	86
3.2. L'influenza della normativa comunitaria su quella nazionale	88
3.3. Il rapporto tra le indicazioni geografiche e i marchi commerciali	95
3.4. I disciplinari di produzione e le strutture di controllo	100
3.4.1. Il disciplinare di produzione	100
3.4.2. Problematiche legate all'imbottigliamento	103
3.4.3. I Consorzi di Tutela	106
3.4.4. Gli organismi di controllo della filiera	108
3.5. La tutela penale, civile e amministrativa delle indicazioni geografiche	112
3.5.1. Gli illeciti penali	114
3.5.2. Disposizioni sanzionatorie della normativa di settore	123
3.5.3. La tutela civilistica	125

### CAPITOLO IV

#### LA NORMATIVA TEDESCA

4.1. Lo sviluppo della legislazione tedesca nel settore del vino	130
4.2. <i>Qualitätswein, Prädikatswein e Landwein</i>	135
4.2.1. <i>L'Amtliche Prüfungsnummer</i>	138
4.3. Elementi del "sistema romano" nel diritto tedesco: il recepimento della normativa comunitaria nella <i>WeinG</i>	139

4.3.1. Verso una riforma del sistema tedesco	139
4.3.2. Denominazioni di origine e indicazioni geografiche come nuovo approccio normativo	140
4.3.3. Le percezioni degli operatori	142
4.3.4. La classificazione dei vini su base geografica	144
4.3.5. La domanda di protezione	148
4.4. Il <i>Verband Deutscher Prädikatsweingüter</i> (VDP)	149
4.5. Le norme a tutela delle indicazioni geografiche nella <i>WeinG</i>	152
4.6. La tutela civile e penale in materia di indicazioni geografiche	157
4.6.1. La tutela civilistica	157
4.6.1.1. <i>UWG</i>	159
4.6.1.2. <i>MarkenG</i>	162
4.7. La tutela penale	165
CONCLUSIONI	169
BIBLIOGRAFIA	172

## INTRODUZIONE

Studiare le indicazioni geografiche del settore vitivinicolo impone di compiere un viaggio pluridirezionale, sia metafisico che reale, sia storico-tecnico che giuridico.

Un viaggio a ritroso verso l'origine permette di avvicinarsi e comprendere la realtà attuale. Il reciproco condizionamento e sfruttamento tra l'uomo e il territorio hanno contribuito a scrivere la storia economica e a tracciare la memoria di conoscenze tecniche che si sono evolute nel corso degli anni. Lo sviluppo della vitivinicoltura, in particolare, è stato influenzato sia da aspetti legati strettamente alla coltivazione e alla difesa fitosanitaria, che da opportunità e pressioni provenienti dal mercato sempre più globalizzato. Ciò ha portato ad esempio alla selezione delle viti ad opera della natura o dell'uomo con conseguente abbandono nel tempo di talune varietà a favore di altre più resistenti o remunerative; accanto a questo fenomeno si registrano esempi di salvaguardia delle produzioni autoctone o recupero di esse. Dall'altra le sfide del mercato globale hanno sollecitato la riscoperta e la valorizzazione delle indicazioni geografiche come fattore identificante, facilmente individuabile per il consumatore.

In questa ricerca si è voluto tracciare, in un quadro sistematico, l'evoluzione e la complessità della disciplina delle indicazioni geografiche del settore vitivinicolo, che intreccia l'impianto generale di convenzioni e accordi internazionali, di regolamenti e direttive europee con un livello più vicino e aderente alle singole realtà europee attraverso specifiche leggi nazionali e relativi disciplinari di produzione.

Nel primo capitolo si è voluto ricostruire un quadro degli accordi internazionali che regolano le indicazioni geografiche. Questo continuo scambio tra locale e globale per una definizione sempre più coerente di "indicazione geografica" impone alle autorità competenti una tutela costante degli interessi collettivi sia dei consumatori che dei produttori al fine di garantire la veridicità del rapporto tra prodotto e luogo di produzione.

La presente ricerca ha esaminato, nei diversi livelli normativi e con un approccio comparato tra la realtà italiana e quella tedesca, anche la relazione tra indicazioni geografiche e marchi commerciali, che stanno in un rapporto di reciproca influenza e costituiscono gli elementi identificativi di un prodotto sul mercato, ma al contempo sottendono interessi talvolta contrapposti. Da un lato c'è l'interesse del singolo produttore che sfrutta la forza di una denominazione per penetrare i mercati e all'interno di essi fa leva sul marchio per distinguere i propri prodotti, dall'altro si configura l'interesse collettivo che tutela sia la generalità dei produttori insediati nella zona sia i consumatori da atti di concorrenza sleale che possono pregiudicare la reputazione della denominazione e la fiducia dei consumatori.

La ricerca ha voluto quindi focalizzare la disciplina di due Stati diversi per territorio, cultura, storia e tradizione, ma uniti dalla comune appartenenza all'ordinamento comunitario.

Il secondo capitolo affronta l'analisi dell'ordinamento comunitario. La normativa europea è stata anteposta all'approfondimento di quella nazionale visto che la politica agricola comune (PAC) gioca, per competenza e per valore economico, un ruolo cruciale e strategico nel mercato comune e in quello globale anche nel settore vitivinicolo. Le politiche promosse dalla Commissione Europea si propongono di sostenere le produzioni europee di qualità attraverso azioni dirette a diffondere tra i consumatori la conoscenza delle diverse indicazioni geografiche e a salvaguardarle attraverso accordi bilaterali con i principali Stati produttori del Nuovo Mondo.

Segue nel terzo capitolo l'esame dell'approccio normativo e giurisprudenziale alle indicazioni geografiche in Italia, la quale, con quattrocentotré (403) denominazioni di origine protette e centodiciotto (118) indicazioni geografiche protette, si posiziona ai vertici della classifica europea. La tradizione storica della coltivazione della vite, sul territorio italiano, è stata affiancata solo nell'ultimo secolo da una legislazione a tutela dell'indicazione geografica e quindi di un patrimonio nazionale; tale tutela ha permesso e permette tuttora uno sviluppo rurale integrato, legato

al mantenimento del territorio, all'espansione dell'enoturismo, nonché alla salvaguardia e al ripristino di produzioni tipiche.

Il quarto capitolo analizza il percorso diverso, dettato soprattutto dalla posizione geografica, seguito dalla Germania: l'approccio tedesco ha costruito il proprio sistema qualitativo sulla base di una classificazione legata in primis al grado alcolico del mosto e in via secondaria alla zona geografica di provenienza delle uve. La provenienza però non riveste un'importanza secondaria soprattutto per quei consumatori attenti, che ricercano la qualità nelle produzioni originarie da zone ben delimitate.

I pericoli della contraffazione delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche, che si verificano in particolare negli scambi commerciali e possono determinare rilevanti danni ai consumatori, ai produttori e agli Stati medesimi, hanno richiamato l'attenzione sia europea che nazionale con provvedimenti ad hoc.

La promozione dei vini da parte del produttore non può prescindere dalla narrazione dei tratti caratteristici del territorio e degli uomini che vi lavorano. Il racconto è un momento altamente formativo per il consumatore.

## CAPITOLO I

### L'EVOLUZIONE INTERNAZIONALE

*“Meco in otre caprin recando un negro  
Licor nettàreo, che ci diè Marone d'Evantèo figlio,  
e sacerdote a Febo, cui d'Ismaro le torri erano in cura”<sup>1</sup>*

#### 1.1. Profili storici e sviluppo internazionale della normativa in tema di indicazioni geografiche

Il processo di identificazioni dei prodotti alimentari, e del vino in particolare, con il nome geografico del luogo di origine, è parte della storia millenaria della cultura e della tradizione europea. Autori egizi, greci, romani hanno tramandato cronache e racconti legati alla vita sociale ed economica della loro epoca testimoniando l'esistenza di produzioni legate strettamente al territorio<sup>2</sup>.

Testimonianze narrano che i mercanti greci trasportavano anfore cariche di vino destinate ai diversi mercati del Mediterraneo, suggellandole

---

<sup>1</sup> OMERO, *Odissea, Libro IX*.

<sup>2</sup> Così FONTANARI MARTINATTI I., *La vite e il vino nella farmacia di Plinio il Vecchio*, Trento, edizioni Arca, 2001, 24 e ss.. Nell'Antico Egitto sotto il regno di Tutankhamon (XIV sec. a.C.) si commercializzavano giare di vino che riportavano le varietà di vite, il podere ed il nome del proprietario a garanzia della qualità e della denominazione d'origine.

La civiltà greca esaltò il vino in tutte le sue espressioni: era la bevanda conviviale per eccellenza, ingrediente mai assente nei convitti, ma anche farmaco indicato per numerose patologie. Nel calendario greco, i momenti salienti della stagione agricola, tra cui la vendemmia e la vinificazione venivano accompagnati da numerose feste in onore di Dioniso, dio del vino. Omero, nei suoi racconti, traccia una sintesi dei vigneti famosi dei territori greci, i metodi di conservazione e consumazione.

Nel momento più fiorente per la viticoltura romana, molti autori si impegnarono in saggi sull'agricoltura: Catone, intorno al 200 a.C., scrive il “De agricultura” di cui un quarto dedicato alla vite e al vino; Varrone, nel 37 a.C., dedica vari capitoli del “De re rustica” alla vite. Con Columella (I sec. d.C.), agronomo ed imprenditore agricolo, abbiamo il trattato più completo sull'agricoltura il “De re rustica”, il quale documenta i risultati raggiunti in vari secoli dalla viticoltura romana. Plinio il Vecchio, nella sua “Naturalis Historia”, testo che contiene tutto lo scibile scientifico maturato fino all'età imperiale, dedica alla vite e al vino i libri XIV, XVII e XXIII (uso terapeutico).

Non mancano poeti come Catullo, Orazio, Ovidio, Tibullo, Propertio, Marziale, Giovenale, Virgilio nelle “Georgiche” decantano il vino nelle loro liriche. Sull'argomento si veda BILLIARD R., *La vigne dans l'Antiquité*, Lyon, 1913.

FONTANARI MARTINATTI, *op. cit.*, 26. I vini greci più rinomati erano quelli provenienti dalle isole egee di Lesbo, Chio e Taso.

per garantire la provenienza delle stessa dalla Grecia<sup>3</sup>. Sulle anse delle anfore veniva indicata spesso la provenienza del prodotto.

Il consumo di vino in epoca romana, inizialmente riservato al ceto patrizio, si estende, a seguito delle *frumentationes graccane*, con cui si stabilì l'aumento del potere d'acquisto, ai plebei<sup>4</sup>. La qualità del vino consumato cambia, alcuni vini guadagnano per qualità e provenienza, maggiore importanza di altri. I vini “a denominazione d'origine” più rinomati e riservati ai ceti più elevati della società romana sono il Cecubo, il Falerno e i vini Albani provenienti dalle zone omonime del Lazio e della Campania, i Mamertini prodotti in Sicilia, i Retici della Retia<sup>5</sup>. Plinio, nel suo lungo elenco di vini prodotti nelle diversi parti d'Italia, riconosce l'influenza che il terreno e la regione di coltivazione danno alla vite<sup>6</sup>. Agli schiavi veniva servito un vinello, lo *iora*, di cui sono state documentate le lavorazioni<sup>7</sup>. A testimonianza delle differenze sussistenti si rinviene un'iscrizione presso una taverna a Pompei, la cui proprietaria Hedonè proclama: “*qui si beve per un solo asse; se ne darai due berrai vini migliori; se ne darai quattro, berrai del Falerno*” (CIL IV,1679) e nell'*Edictum de Pretiis Rerum Venalium* con il quale l'imperatore Diocleziano calmierò i prezzi aumentati a causa di guerre, speculazioni, carestie<sup>8</sup>.

La storia dell'enologia ci pone dinnanzi anche a varie esperienze di disciplinari scritti per regolare la produzione dei vini. In Ungheria, uno dei primi esempi, una legge del 1641 regolava la produzione del Tokaij-

---

<sup>3</sup> *Ibid.*

<sup>4</sup> SANDEI I., *Il vino nella società romana maschile: la medicina, la 'cena', la sfera religiosa*, in Ager Velais 3.14, 2008, [www.veleia.it/download/allegati/fn000078.pdf](http://www.veleia.it/download/allegati/fn000078.pdf)

<sup>5</sup> PLINIO IL VECCHIO, *Naturalis Historia, Liber XIV*, in FONTANARI MARTINATTI, *op. cit.*, 90 e ss.

<sup>6</sup> “[...] *manifestum est patriam terramque referre, non uvam, et supervacuum generum consecrationem in numerum, cum eadem vitis aliud aliis in locis polleat.*” (Plinio il Vecchio, *Naturalis Historia, Liber XIV*).

<sup>7</sup> VARRONE, *De re rustica, Libro I* e CATONE, *De Agricoltura*, in FONTANARI MARTINATTI, *op. cit.*, 97.

<sup>8</sup> Editto emesso nel 301 dall'imperatore romano Diocleziano, CIL IV, 1679 = CLE 931 e *Edictum Diocletiani de pretiis rerum venalium*, ed. Th. Mommsen, 2, 1-10. MESSEDAGLIA A., *L'imperatore Diocleziano e la legge economica del mercato, Una lezione di più, memoria del Prof. Angelo Messedaglia*, Venezia, Tipografia del commercio, 1866.

Hegyalja, selezionando i terreni per l'impianto dei nuovi vigneti, stabilendo le modalità ed i tempi per la coltivazione<sup>9</sup>.

Nel 1716 un editto emanato dal Granduca di Firenze Cosimo III de' Medici, nel quale venivano delimitati i territori sui quali era ammessa la produzione dei vini Chianti, Pomino, Carmignano e Vald'Arno di Sopra<sup>10</sup>. Con il Bando fu istituita una Congregazione, le cui funzioni consistevano nel controllo sul commercio e nella vigilanza contro le frodi. I vini prodotti al di fuori dei confini stabili nel decreto "*non si possano, né devano sotto qualsiasi pretesto, o quesito coloro Contrattare per Navigare, per Vino del Chianti [...]*"<sup>11</sup>.

Una legge del 1756 delimitava in Portogallo l'area di produzione del vino Porto all'Alto Douro<sup>12</sup>. La demarcazione della zona vinicola era inserita nella più ampia riorganizzazione del commercio del porto avviata dal marchese de Pombal<sup>13</sup>. Tra le misure adottate si prevedeva la fissazione dei prezzi pagati ai coltivatori per i loro vini<sup>14</sup>. Scopo di questa riorganizzazione era quello di garantire il miglioramento della qualità, favorendo i profitti dei produttori dell'Alto Duero a scapito di quelli delle zone circostanti<sup>15</sup>.

Queste testimonianze legislative, ancorché episodiche ed inorganiche, delineano in nuce l'interesse alla base delle moderne definizioni di indicazione geografica e denominazione d'origine, puntando l'attenzione sulla delimitazione dei confini di una certa area geografica, sulle tecniche di coltivazione e produzione e sulla natura di "*diritto di proprietà collettiva del nome geografico della zona di produzione*"<sup>16</sup>.

---

<sup>9</sup> POMARICI E., *Origine e qualità del vino nella tradizione europea*, in *Riv. Vitic. Enol.*, fasc. 1/2005, 17.

<sup>10</sup> *Ibid.*, Sopra la Dichiarazione de' Confini delle quattro Regioni Chianti, Pomino, Carmignano e Vald'Arno di Sopra.

<sup>11</sup> Editto del Granduca di Firenze Cosimo III de' Medici, 1716.

<sup>12</sup> FREGONI M., *La Piramide DOC. Storia, contenuti, interpretazioni della 164/92*, Bologna, Edagricole, 1994, 10 e ss., in POMARICI, in *op. et loc. ult. cit.*

<sup>13</sup> UNWIN T., *Storia del vino. Geografie, culture e miti dall'antichità ai giorni nostri*, Roma, Donzelli Editore, 2002, 279.

<sup>14</sup> *Ibid.* Il prezzo massimo per i vini di alta qualità dell'Alto Duero fu di 30 milreis a botte di 573 litri. La Compagnia aveva il diritto di acquistare il vino di prima qualità a 25 milreis a botte e quello di seconda a 20 milreis. I prezzi per i vini prodotti all'esterno dell'area delimitata variavano da 4 a 20 milreis.

<sup>15</sup> *Ibid.*

<sup>16</sup> FREGONI, *op. cit.*, 18.

La crescita e la diffusione della coltivazione della vite nel panorama geografico ed economico europeo spinse nel XIX secolo ad attribuire maggior importanza al *terroir*. Questo concetto francese, inesprimibile con un termine esattamente corrispondente nella lingua italiana, addensa in sé l'insieme inseparabile di vari elementi quali il suolo, il clima, il vitigno e le tecniche agronomiche, che rendono irripetibile un vino dall'altro<sup>17</sup>.

L'esigenza di differenziazione tra le varie realtà vinicole europee e la crescente attenzione del consumatore, spinsero gli enologi francesi del XIX secolo a ricercare nuove tecniche di produzione e scelta delle partite provenienti da diverse aree di coltivazione<sup>18</sup>. Nella Champagne, in Borgogna e nella regione di Bordeaux si cominciò a parlare di *crus*, a selezionare i diversi territori viticoli e classificarli secondo le loro capacità di produrre vini di pregio e definirne le caratteristiche intrinseche, rafforzando così il legame tra il prodotto e il territorio di origine<sup>19</sup>. La classificazione, diversa da regione a regione, attribuiva più importanza alla proprietà e i vini su queste prodotti come nel caso di Bordeaux o, come avveniva in Borgogna, al territorio che poteva racchiudere in sé più proprietà<sup>20</sup>.

Queste classificazioni si diffusero tra il pubblico tramite l'opera di Jullien "*Topographie de tous les vignolesse connus*" e alla fitta rete commerciale che si andava creando in quegli anni<sup>21</sup>. Il riconoscimento ufficiale si ebbe solo a partire dal 1855 con la classificazione dei vini Bordeaux, richiesta dall'imperatore Napoleone III per l'esposizione universale di Parigi. L'Unione delle Camere di Commercio richiese la lista dei vigneti per esaudire le richieste dell'imperatore "*de vouloir bien nous transmettre la liste bien exacte et bien complète de tous les crus rouges classés du département ... également ... la*

---

<sup>17</sup> Per maggiori approfondimenti, VAUDOUR E., *I terroir. Definizioni, caratterizzazione e protezione*, Bologna, Edagricole, 2005.

<sup>18</sup> POMARICI, *op. cit.*, 18.

<sup>19</sup> *Ibid.*

<sup>20</sup> *Ibid.*

<sup>21</sup> *Ibid.*

*classification relative aux grands vins blancs.*<sup>22</sup>. In Borgogna la classificazione fu stabilita dal Comitato Agricolo di Beaune<sup>23</sup>.

Questa attenzione ai nome geografici e la gerarchizzazione dei territori non furono accompagnate da una disciplina in materia, ma solo dagli usi commerciali e dal valore che veniva loro attribuito dai commercianti<sup>24</sup>.

La grave epidemia di fillossera (1865) che colpì la viticoltura europea provocò una forte diminuzione della produzione dei vini. A fronte di una domanda costante e di un'offerta limitata, si manifestarono casi di sofisticazione dei vini e di uso fraudolento dei nomi geografici<sup>25</sup>. La devastazione provocata da questo afide venne risolta con l'innesto su piede americano, resistente alla malattia, dei vitigni europei.

Dalla fillossera nacque la moderna viticoltura europea caratterizzata da una parte dall'uso dell'innesto, nuove tecniche di coltivazione, dalla riduzione del numero di vitigni coltivati, limitata a quelli di migliore qualità che determinarono dall'altra la perdita della variabilità genetica e l'abbandono di molte zone di coltivazione<sup>26</sup>. Con la modernizzazione delle tecniche e l'allargamento delle superfici coltivate, aumentò anche l'offerta di prodotto sui mercati che determinò una diminuzione dei prezzi, scongiurò la commercializzazione di vino adulterato ma non dell'abuso dei nomi geografici<sup>27</sup>.

Negli anni, per far fronte al crescente aumento delle truffe, si costituirono dei consorzi di produttori che, attraverso propri regolamenti, delimitarono le aree di produzione e introdussero il marchio di

---

<sup>22</sup> Per maggiori approfondimenti, MARKHAM D., 1855: *Histoire d'un classement des vins de bordeaux*, Feret, 1997, 117.

<sup>23</sup> Per maggiori approfondimenti, DUYKER H., *Grands vins de Bourgogne: Chablis, Cote d'Or, Chalonais, Maconnais, Beaujolais*, Relié, Fernand Nathan, 1980, 53.

<sup>24</sup> POMARICI, *op. cit.*, 19.

<sup>25</sup> Così scrive CHARLETON in UNWIN T., *op. cit.*, 163 e ss., 278 "Trasformano il Rochel di cattiva qualità e i vini bianchi Cogniak in vini del Reno, i vini del Reno in Sack, le botti di Sacks e Malmsies in Muskadels. Alterano il vino Raspic, con Flower de Luce roots; la Verdea con gli infusi di Raisins; vendono lo Xeres, detto volgarmente Sherry, andato a male come vino Lusenna: tutte queste imposture inganano il palato in modo così sottile che pochi sono in grado di riconoscere la frode; e tengono quegli Arcana Lucrifera così segreti che sono pochi quelli che vengono a sapere qualcosa". POMARICI, *op. cit. et loc. ult. cit.*

<sup>26</sup> SCIENZA A., *La vite e il vino*, coll. coordinata da ANGELINI R., Milano, ed. Bayer CropScience, 2007, 84.

<sup>27</sup> POMARICI, *op. et loc. ult. cit.*

autenticità<sup>28</sup>. Dall'autoregolamentazione si passò ad una legge (1905) che definì il concetto di uso fraudolento del nome geografico<sup>29</sup>. Nel 1907 una rivolta dei viticoltori della Linguadoca, esasperati dalla crisi dei prezzi dovuta alla sovrapproduzione, costrinse il governo francese ad emanare una legge che obbligava i contadini a presentare una *Déclaration de récolte*, in cui dovevano essere denunciate le quantità prodotte, lo zucchero impiegato dai vinificatori e definendo per legge che il vino era il risultato della "fermentazione alcolica di uva fresca o di mosto fresco di uva"<sup>30</sup>. A questa legge seguirono a breve distanza altri decreti per regolamentare il territorio di produzione dello Champagne, Cognac, Armagnac, Banyuls e Bordeaux.

La prima legge al mondo sulle denominazioni d'origine e sulla tutela dell'indicazione geografica fu promulgata in Francia il 6 maggio 1919<sup>31</sup>. "*Toute personne qui prétendra qu'une appellation d'origine est appliquée à son préjudice direct ou indirect et contre son droit à un produit naturel ou fabriqué et contrairement à l'origine de ce produit, ou à des usages locaux, loyaux et constants, aura une action en justice pour faire interdire l'usage de cette appellation.*", questo il cuore

---

<sup>28</sup> *Id.*, 20.

<sup>29</sup> CAPUS J., *L'Evolution de la Législation sur les Appellations d'Origine. Genèse des Appellations Contrôlées*, scritto redatto per l'INAO (Institut National de l'origine et de la qualité), 1947, <http://www.cepdivin.org/articles/capus.html>.

Al convegno che seguì nell'anno successivo alla pubblicazione della legge, organizzato da Société des Viticulteurs de France sulle denominazioni d'origine, disse Capus: "*Le Tribunal ne sera pas assuré que le vin provient réellement du lieu dont il porte l'appellation que par un seul moyen: la dégustation, aidée de l'analyse chimique. Des études devront être entreprises afin de déterminer les limites entre les divers éléments constitutifs du vin.*" Tutt'oggi i vini atti a ricevere la denominazione sono sottoposti all'approvazione delle commissioni di degustazione.

<sup>30</sup> POMARICI, *op. cit.*, 20. La legge fu promulgata il 29 giugno 1907. ANTONAROS A., *La grande storia del vino*, Bologna, Pendragon, 2006, 232.

<sup>31</sup> *Loi du 6 mai 1919 relative à la protection des Indications Géographiques*, fonte [http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file\\_id=127192](http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=127192).

I lavori preparatori della legge cominciarono nel 1911, quando Pams, ministro dell'Agricoltura presentò un disegno di legge che fissava i confini attraverso i tribunali abbandonando la precedente definizione amministrativa che aveva sollevato numerose perplessità per l'intervento arbitrario del governo e la scarsa attenzione ai fattori umani e naturali. Per poter beneficiare della denominazione d'origine i prodotti dovevano soddisfare due condizioni: essere stati ottenuti nel luogo o nella regione d'origine e presentare le qualità essenziali che ne hanno alimentato la reputazione. Un aspetto, non di poco conto, che emerse solo nella discussione al Senato fu sollevato dal sen. Jenouvrier. Egli sostenne un'altra caratteristica importante della denominazione: essa è un diritto collettivo, patrimonio collettivo di tutti i produttori della regione, di cui ognuno ha diritto ad usare ma non abusare e non una proprietà privata. Continuando a parlare della qualità aggiunse: "*La renommée qui s'attachait ainsi à des produits était le résultat et la récompense des efforts prolongés de générations successives.*"

dell'intervento normativo<sup>32</sup>. La stessa azione era riconosciuta anche alle associazioni regolarmente costituite da almeno sei mesi (art. 1). Accanto a queste previsioni, la legge prevedeva una serie di controlli sulla produzione per garantire il consumatore sulla qualità e l'origine<sup>33</sup>.

Il barone Le Roy de Boiseaumauié, giurista e produttore nella zona di Châteauneuf du Pape, contribuì notevolmente a creare la prima raccolta di regolamenti per la produzione e si dedicò allo studio dei terreni a migliore vocazione<sup>34</sup>. Divenne il cofondatore dell'INAO (*Institut National des Appellation d'Origin*) a cui fu affidato il compito di approvare l'uso dei nomi geografici<sup>35</sup>.

Capus, al quale si attribuisce la paternità della legge organica del 1935 sulle *Appellation contrôlée*, scrisse riguardo alle denominazioni che “queste sono la risposta ad una crisi profonda della viticoltura”<sup>36</sup>. La legge non è stata frutto di improvvisazione, ma il punto di arrivo di trent'anni di norme, regolamenti, proposte e contributi provenienti da tutti gli attori coinvolti. I dibattiti che si sono susseguiti in quegli anni hanno determinato il formarsi di due tesi contrapposte. Da un lato coloro che sostenevano che la denominazione non è semplicemente un'indicazione di provenienza, bensì ne evidenziavano l'idea di una certa originalità e di qualità. Si tratta della c.d. tesi realista, che tendeva a non separare l'idea di origine dall'idea di qualità<sup>37</sup>.

La tesi contrapposta, attenendosi alle parole, valorizza l'origine, intesa come luogo geografico, senza considerare le altre caratteristiche. Ed è questa la tesi che a lungo ha prevalso, a scapito della prima che riesce a garantire la sicurezza e la tutela del produttore e del consumatore.

Capus aggiunge a sostegno della prima tesi, che la denominazione deve garantire al consumatore l'autenticità della provenienza del prodotto dalla regione designata, ma allo stesso tempo afferma l'importanza anche dei fattori umani e naturali che sono legati alla produzione in una

---

<sup>32</sup> CAPUS, *op. cit.*

<sup>33</sup> POMARICI, *op. et loc. ult. cit.*

<sup>34</sup> *Ibid.*

<sup>35</sup> *Ibid.*

<sup>36</sup> CAPUS, *op. cit.*

<sup>37</sup> *Ibid.*

determinata regione. La scelta del terreno, la resa per ettaro, le tecniche di coltivazione sono elementi definitivi per distinguere un vino di qualità.

I problemi che si dovevano affrontare nel redigere la nuova legge del 1935 erano duplici: da un lato bisognava rendere agevole ai consumatori la distinzione tra vini di qualità a denominazione d'origine e quelli ordinari. In secondo luogo, le norme di produzione, le rese per ettaro dovevano essere inserite in un disciplinare di produzione sottoposto al controllo dei sindacati per la tutela delle denominazioni d'origine che si formati nelle aree dei vitigni pregiati.

Nella legge del 1935 si introduce il concetto di "*contrôlées*" accanto alla denominazione d'origine per indicare i vini di qualità creando una terza categoria di vini accanto ai *Vin de table* e quelli con l'*Appellation d'origin*<sup>38</sup>. Quest'ultima categoria poté essere sfruttata da coloro che utilizzavano legittimamente i nomi geografici e solo per pochi anni ancora, per via della confusione con la nuova categoria<sup>39</sup>.

Nel 1973 fu introdotta la categoria dei *Vin de Pays*, la cui connotazione è rappresentata dal legame con l'indicazione geografica ma con regole meno rigide rispetto alle AOC. Sono anche questi soggetti a regole di produzione e provenienza, ma con delle differenze con gli AOC per quanto riguarda le rese ed i parametri analitici<sup>40</sup>.

## **1.2. Dalla Convenzione d'Unione di Parigi all'Accordo di Lisbona**

Con l'intensificarsi degli scambi commerciali, dopo la seconda metà del XIX secolo, sorse la necessità di individuare strumenti di tutela della proprietà intellettuale sui marchi a fronte di legislazioni nazionali e accordi bilaterali insufficienti<sup>41</sup>. La Convenzione di Unione di Parigi del 1883 fu il primo accordo multilaterale stipulato dai principali Stati per la tutela della proprietà industriale, intesa nel suo significato più lato, ovvero i "marchi di fabbrica o di commercio, [...] e le indicazioni di provenienza

---

<sup>38</sup> POMARICI, *op. cit.*, 21.

<sup>39</sup> *Ibid.*

<sup>40</sup> *Ibid.*

<sup>41</sup> *Id.*, 26.

o denominazioni d'origine"<sup>42</sup>. Il godimento della protezione, non più frammentata come nei precedenti accordi bilaterali, prevedeva l'applicazione del principio del "trattamento nazionale" e della "reciprocità formale" tra gli Stati dell'Unione, ai sensi dei quali i cittadini dei Paesi membri godono "*in tutti gli altri, per quanto riguarda la protezione della proprietà industriale, dei vantaggi che le leggi rispettive accordano [...] ai nazionali*" (art. 2/1) fatte salve alcune eccezioni basate sul meccanismo della "reciprocità sostanziale"<sup>43</sup>. La tutela accordata alle indicazioni geografiche e alle denominazioni di origine è piuttosto scarsa, posto che essa è ricompresa in quella più ampia avverso gli atti di concorrenza sleale (art. 10 *bis*). La Convenzione si limita ad imporre agli Stati il sequestro di prodotti che facciano "*direct or indirect use of a false indication of the source of the goods or the identity of the producer, manufacturer, or merchant*". Il significato di "falsa indicazione" si riferisce a quelle che vengono apposte a prodotti non originari di quell'area geografica. L'art. 10 estende la previsione della disposizione contenuta nell'art. 9 riguardante il sequestro all'importazione di prodotti portanti illecitamente un marchio o un nome commerciale<sup>44</sup>. L'obbligo di sequestro è imposto anche a quegli Stati sul cui territorio è apposto il marchio o il nome. Il sequestro all'importazione è imposto a tutti gli Stati dell'Unione o, in alternativa, se questo non è ammesso, il divieto d'importazione o col sequestro all'interno (art. 9/5). La protezione accordata dalla Convenzione era assolutamente insufficiente a tutelare le indicazioni geografiche.

L'interesse di molti Paesi ad una "*migliore protezione internazionale delle indicazioni di provenienza e delle denominazioni d'origine*" spinse gli Stati aderenti alla Convenzione d'Unione a riaprire le trattative per individuare nuovi e più efficaci strumenti tecnico-giuridici di tutela<sup>45</sup>. Nel 1891 fu sottoscritto l'Accordo di Madrid sulla repressione delle false o ingannevoli indicazioni

---

<sup>42</sup> Convenzione di Unione di Parigi. Ad oggi i Paesi firmatari della Convenzione di Parigi sono 173 (dato aggiornato al 2011 sul sito del WIPO).

<sup>43</sup> MORGESE G., *L'accordo sugli aspetti dei diritti di proprietà intellettuale attinenti al commercio (TRIPs)*, Bari, Cacucci, 2009, 26.

<sup>44</sup> ILARDI A., *La protezione internazionale della proprietà intellettuale*, Lecce, Argo, 2008, 308.

<sup>45</sup> ARFINI F., BELETTI G., MARESCOTTI A., *Prodotti tipici e denominazioni geografiche. Strumenti di tutela e valorizzazione*, Quaderno del gruppo 2013, 2010, 3.

di provenienza<sup>46</sup>. La versione originaria dell'Accordo non era riuscita a fornire una risposta adeguata alle esigenze di protezione e solo con le successive modifiche sono stati migliorati i meccanismi di tutela. Una prima significativa modifica rispetto al trattato precedente è la distinzione tra tutela delle indicazioni di provenienza e quella delle indicazioni ingannevoli nei confronti delle quali i Paesi che aderiscono all'Accordo si impegnano *“a vietare l'uso, per quanto riguarda la vendita, l'esposizione o l'offerta di prodotti, di qualsiasi indicazione che abbia carattere pubblicitario e sia tale da trarre in inganno il pubblico sulla provenienza dei prodotti”* (art. 3 bis). L'art. 1 impone agli Stati aderenti di sequestrare di tutti quei beni recanti una falsa o ingannevole indicazione di provenienza da uno dei Paesi, o luoghi di essi, aderenti all'Accordo. L'articolo non si limita ad imporre il sequestro di quei prodotti la cui indicazione ingannevole sia direttamente percepibile, ma anche tutte quelle che, introdotte dalle parole quali ad esempio “sistema” o “tipo”, possano indurre in errore il consumatore circa la vera provenienza. Il sistema istituito dall'Accordo si completa con il riconoscimento della competenza ai tribunali di ciascun paese di quali siano le *“denominazioni che, per il loro carattere generico, sfuggono alle disposizioni del presente Accordo”* (art. 4). Il settore vitivinicolo è stato escluso dall'articolo in questione. Questa discrezionalità dei tribunali nazionali è allo stesso tempo un punto di debolezza dell'Accordo<sup>47</sup>. La stessa denominazione è infatti suscettibile di essere tutelata all'interno di uno Stato o, contrariamente, di essere considerata generica e pertanto non meritevole di protezione. Nonostante l'Accordo abbia introdotto strumenti ulteriori rispetto alla precedente Convenzione e sia stato modificato nel corso di rettifiche successive, il numero delle parti aderenti ad esso è molto limitato (35 Stati) ed i risultati non significativi<sup>48</sup>.

---

<sup>46</sup> Accordo di Madrid sulla repressione delle false e ingannevoli indicazioni di provenienza, riveduto a Washington il 2 giugno 1911, all'Aja il 6 novembre 1925, a Londra il 2 giugno 1934 e a Lisbona il 31 ottobre 1958 e con l'aggiunta nel 1967 dell'Atto addizionale di Stoccolma.

<sup>47</sup> CAPELLI F., KLAUS B., *La tutela delle indicazioni geografiche nell'ordinamento comunitario e in quello internazionale*, in *Diritto comunitario e degli scambi internazionali*, fasc. 1, 2004, 195.

<sup>48</sup> Fonte sito wipo. ARFINI, BELETTI, MARESCOTTI, *op. cit.*, 3.

Il terzo accordo in tema di indicazioni geografiche è stato sottoscritto nel 1958 a Lisbona e ad oggi solo 27 Stati lo hanno ratificato<sup>49</sup>. Per la prima volta viene riconosciuta una tutela internazionale per la categoria delle denominazioni d'origine definite nell'art. 2 *“geographical denomination of a country, region, or locality, which serves to designate a product originating therein, the quality or characteristics of which are due exclusively or essentially to the geographical environment, including natural and human factors”* e lo Stato d'origine *“country whose name, or the country in which is situated the region or locality whose name, constitutes the appellation of origin which has given the product its reputation”* (art. 2/2).

Con l'Accordo di Lisbona, è stata creata per la prima volta a livello internazionale una disciplina organica e sistematica, la cui protezione si basa sulla registrazione internazionale delle denominazioni presso l'International Bureau della WIPO a condizione che questa sia protetta nello Stato d'origine<sup>50</sup>. Il nuovo trattato ha stabilito che nessun Paese possa decidere unilateralmente sulla genericità di un'indicazione geografica la cui protezione è stata assicurata ex art. 5 e fintantoché nello Stato d'origine viene garantita tale tutela. Gli Stati membri hanno l'obbligo di garantire protezione contro ogni forma di usurpazione e imitazione delle denominazioni registrate, che concretamente possono consistere nella traduzione e nell'uso di termini quali “modo”, “tipo”, “imitazione”. Neppure l'apposizione della vera origine è consentita dall'Accordo. La cessazione della protezione nello Stato d'origine libera gli altri Stati dall'obbligo di tutela e consente loro di considerare il termine come generico.

La registrazione deve essere presentata dalle Autorità degli Stati aderenti per conto delle persone fisiche o giuridiche, siano esse pubbliche o private, che possono impiegare le denominazioni d'origine per qualificare i propri prodotti secondo le prescrizioni della normativa

---

<sup>49</sup> Accordo di Lisbona sulla protezione delle denominazioni d'origine e sulla loro registrazione internazionale del 31 ottobre 1958, riveduto a Stoccolma il 14 luglio 1967 e modificato il 28 settembre 1979.

<sup>50</sup> Attualmente sono 898 le denominazioni d'origine registrate dall'International Bureau. Fonte [http://www.wipo.int/cgi-lis/guest/bool\\_srch5?ENG+17#summary](http://www.wipo.int/cgi-lis/guest/bool_srch5?ENG+17#summary). CAPELLI, KLAUS, *op. et loc. ult. cit.*

nazionale. La domanda di registrazione è depositata presso l'International Bureau e da questo notificata a tutti gli Stati aderenti i quali possono, entro un anno dal ricevimento della notifica di registrazione, dichiarare che la denominazione d'origine non può essere protetta sul proprio territorio, motivando tale incapacità. L'Accordo di Lisbona non fissa nessuna durata per la registrazione ma subordina quest'ultima alla protezione accordata nello Stato d'origine, gli Stati aderenti possono considerare la denominazione come termine generico se in questo non viene più garantita la protezione.

L'ipotesi di utilizzo della denominazione per cui si chiede la registrazione come termine generico o come marchio da parte di terzi, determina una scelta in capo allo Stato richiedente se rifiutare di registrare o meno la denominazione<sup>51</sup>. Nel primo caso, l'utilizzo del marchio o del termine generico da parte di terzi deve cessare in un periodo massimo di due anni.

Il numero esiguo di Stati firmatari dimostra la scarsa capacità attrattiva dell'Accordo.

### 1.3.L'Accordo TRIPs

La scarsa adesione ai tre trattati internazionali ed il quadro giuridico frammentato che ne risultava hanno indotto gli Stati a concludere accordi bilaterali basati sul “sistema delle liste prodotto per prodotto” per assicurare una tutela alle proprie produzioni e a definire anche internamente un quadro giuridico<sup>52</sup>. Dall'esame di alcuni sistemi nazionali, sono state individuate quattro categorie di orientamenti legislativi<sup>53</sup>.

---

<sup>51</sup> BEAUMER L., *Protection of geographical indications under WIPO treaties and questions concerning the relationship between those treaties and the TRIPs Agreement*, in AA.VV., *Symposium on the international protection of Geographical Indications in the worldwide context*, Eger, WIPO, 1997, 19.

<sup>52</sup> ILARDI, *op. cit.*, 309.

<sup>53</sup> BLAKENEY M., *Proposals for the International Regulation of Geographical Indication*, in 4, *Journal of world intellectual property*, 4, 2001, 629 – 652, in MALORGIO G., CAMANZI L., GRAZIA C., *Geographical Indications and International Trade: evidence from the wine market*, in *New Medit*, 5, 2008, 6.

La forma di tutela adottata da alcuni Paesi di *common law* è quella del c.d. *passing off*, che considera il danno alla reputazione dei produttori provocato dalla falsa indicazione di provenienza apposta su prodotti di qualità inferiore. Altri legislatori hanno preferito adottare un sistema misto di protezione di marchi collettivi e marchi certificativi. Il sistema adottato dal Consiglio Europeo tramite il reg. 2081/92 prevedeva una tutela distinta delle denominazioni d'origine e delle indicazioni geografiche, soggette entrambi ad un iter di registrazione. Infine, un sistema basato sulle sanzioni ai produttori che apponevano indicazioni false o ingannevoli in etichetta.

Una simile soluzione non aveva però capacità di creare un sistema organico e internazionale di tutela che coinvolgesse un numero maggiore di Paesi. Nuovi negoziati furono intrapresi nel corso dell'Uruguay Round, che ha gettato le fondamenta del WTO e creato un sistema di tutela della proprietà intellettuale attraverso l'Accordo TRIPs (*Trade-Related Aspect of Intellectual Property Rights*). Le trattative, che si protrassero, per molti anni videro due fronti contrapposti, da un lato la Comunità Economica Europea, portatrice di un interesse forte di tutela delle indicazioni geografiche, e dall'altro gli Stati Uniti, la cui posizione era piuttosto generica sul punto<sup>54</sup>.

La sezione 3 della Parte II dell'Accordo è rubricata *Geographical Indication* e contiene al proprio interno tre articoli che disciplinano la protezione delle indicazioni geografiche per i prodotti in genere (art. 22, *Protection of geographical indications*), per i vini e i liquori (art. 23, *Additional Protection for geographical indications for wines and spirits*) e la previsione delle eccezioni e di negoziati futuri tra gli Stati membri (art. 24, *International Negotiations; Exceptions*).

Le parti contraenti hanno riformulato la definizione di indicazione geografica diversa e più ampia rispetto a quella contenuta nell'Accordo di Lisbona: "*indications which identify a good as originating in the territory of a Member, or a region or locality in that territory, where a given quality, reputation or other characteristic of the good is essentially attributable to its geographical origin*" (art.

---

<sup>54</sup> ILARDI, *op. cit.*, 310.

22/1). Essa accentua il legame con il territorio, valorizzando anche la reputazione che il prodotto trae da esso. Non solo al territorio viene riconosciuta la capacità di generare particolari caratteristiche e qualità, ma anche di essere conosciuto come tale. Come è stato evidenziato da Romain-Prot la nozione, sebbene più ampia rispetto a quella di Lisbona, è stata indebolita: i tre criteri (qualità, reputazione e altre caratteristiche) sono alternativi e indipendenti tra di loro ed è stato espunto il legame con i fattori naturali e umani<sup>55</sup>. L'esperienza aveva dimostrato che non sempre questi due fattori sono facilmente definibili o distinguibili<sup>56</sup>. Si può considerare questa definizione come la vittoria dell'approccio europeo alle indicazioni geografiche<sup>57</sup>.

In quanto "indicazione" non deve essere necessariamente riferita ad un luogo geografico specifico, ben potendo essere rappresentata da simboli quali ad esempio la Torre Eiffel per designare prodotti di origine francese o la Statua della Libertà per quelli americani<sup>58</sup>. Come l'autore sottolinea alcune indicazioni evocano l'origine da luoghi geografici ben definiti anche se di questi non richiamano il nome: Basmati è il nome di un riso proveniente dal subcontinente indiano, la Feta un formaggio prodotto in Grecia<sup>59</sup>.

L'articolo in esame evidenzia come solo beni "*originating in the territory of a Member*", possono essere tutelati come tali dall'Accordo TRIPs, e nega tutela a quei prodotti che provengono da territori più vasti come possono essere ad esempio i Caraibi o il Reno, che per la loro natura e conformazione appartengono a più Stati<sup>60</sup>.

Il secondo comma dell'articolo 22 impone agli Stati membri uno standard minimo di protezione per tutte le indicazioni geografiche,

---

<sup>55</sup> ROMAIN PROT V., *Origine géographique et signes de qualité: protection internationale*, in *Reveu de Droit Rural*, 1995, 236, 432-438, in MALORGIO, CAMANZI, GRAZIA, op. cit., 5. Gli autori evidenziano che un prodotto che gode di una certa reputazione, ma non presenta specifiche qualità legate al territorio di origine, è tutelato dalle previsioni contenute nell'Accordo TRIPs ma non da quelle dell'Accordo di Lisbona.

<sup>56</sup> O'CONNOR B., *The law of Geographical Indications*, London, Cameron May Ltd, 2004, 54.

<sup>57</sup> FERRARI M., *The Regulation of Geographical Indications in the Wine Sector*, in *Social Science Research Network Electronic Library*, Working Paper Series, 2009, 20.

<sup>58</sup> *Id.*, 52.

<sup>59</sup> *Ibid.*

<sup>60</sup> *Ibid.*

indipendentemente dalla natura del bene ad esse riferito, volto ad impedire che queste vengano sfruttate da produttori non localizzati nel luogo designato dall'indicazione<sup>61</sup>. I mezzi legali di protezione devono essere volti ad impedire l'uso di elementi che, posti nella presentazione del prodotto, suggeriscano un'origine diversa e ingannevole del prodotto, che possano costituire un atto di concorrenza sleale ex art. 10 *bis* della Convenzione di Parigi. L'Accordo non specifica quali mezzi legali gli Stati membri devono utilizzare per proteggere le indicazioni geografiche, ma lasciano libertà a ciascun membro di determinare quale sia la soluzione giuridica più adatta a prevenire. Esso riconosce il potere di ciascuno Stato di rifiutare o dichiarare nulla ex officio la registrazione di un marchio che contenga un'indicazione geografica ingannevole e non veritiera rispetto alla reale origine del prodotto.

I vini e i liquori sono tutelati in maniera più intensa dall'Accordo, il quale impone agli Stati membri di adottare regole tese a prevenire la commercializzazione di vini e liquori riportanti un'indicazione non corrispondente al luogo di produzione *“indipendentemente dal rischio di confusione o di concorrenza sleale”*, anche se posto nelle condizioni di riconoscere la falsa provenienza, tramite le espressioni *“tipo”, “simile”, “stile”, “imitazione”* o simili che accompagnano l'indicazione<sup>62</sup>. È proibito l'uso di indicazioni quali *“spumante tipo Champagne, prodotto in Cile”* o *“Vino della Napa Valley prodotto in Francia”* diversamente da quanto avviene per gli altri prodotti, in cui la menzione della reale origine del prodotto deve accompagnare l'indicazione geografica<sup>63</sup>. Non è necessario dimostrare che il pubblico potrebbe essere ingannato o che l'uso costituisce un atto di

---

<sup>61</sup> *In respect of geographical indications, Members shall provide the legal means for interested parties to prevent:*

*(a) the use of any means in the designation or presentation of a good that indicates or suggests that the good in question originates in a geographical area other than the true place of origin in a manner which misleads the public as to the geographical origin of the good;*

*(b) any use which constitutes an act of unfair competition within the meaning of Article 10bis of the Paris Convention (1967).*

<sup>62</sup> ARFINI, BELETTI, MARESCOTTI, *op. cit.*, 6.

<sup>63</sup> O'CONNOR, *op. cit.*, 57.

concorrenza sleale, poiché la protezione di questa categoria merceologica è automatica<sup>64</sup>.

In caso di “indicazioni omonime”, la protezione deve essere accordata ad entrambe ed ogni Stato deve creare le condizioni che permettano di distinguere le diverse indicazioni, assicurando in primo luogo un trattamento equo ai produttori interessati e che i consumatori non siano tratti in inganno<sup>65</sup>. La protezione di più indicazioni omonime non può essere accordata a quelle che, seppur indicando un nome territoriale vero, falsamente creano tra i consumatori la convinzione che il prodotto origini da un luogo con ben altre caratteristiche e qualità. Un classico esempio di omonimia topografica è la Rioja, nome di una regione spagnola famosa e di una regione argentina. Entrambe i territori utilizzano Rioja come indicazione geografica per i loro vini, ma solamente la Rioja spagnola gode di una reputazione diffusa tra i consumatori. Questa fattispecie ricade sotto la previsione dell’art. 22/4 secondo il quale la protezione assicurata nei commi precedenti non può essere estesa a questi prodotti che traggono in inganno il consumatore.

Il quarto comma dell’art. 23 contiene una norma programmatica che rinvia a negoziazioni successive in seno al Consiglio TRIPs la creazione di un sistema di notifica e registrazione di tutte le indicazioni geografiche ammesse dagli Stati membri. Questa apertura a negoziati futuri ha determinato la formazione di due correnti opposte: da un lato l’Unione Europea e dall’altro gli Stati Uniti<sup>66</sup>. La prima ha avanzato la proposta di riconoscere effetti giuridici vincolanti al sistema di notifica delle indicazioni protette all’interno del territorio da parte di ciascun Stato membro, al Consiglio TRIPs prima, il quale dovrà poi notificarlo a tutti gli altri membri. Questi si devono impegnare a proteggere le indicazioni geografiche da usi impropri e dal rischio che si trasformino in generiche. La proposta degli Stati Uniti di dar vita ad un sistema su base volontaria,

---

<sup>64</sup> *Ibid.*

<sup>65</sup> Sono “indicazioni omonime” quelle che indicano due nomi geografici che sono simili per scrittura e pronuncia ma localizzati in Paesi differenti.

<sup>66</sup> Ed altri Stati con interessi analoghi: Slovenia, Georgia, Islanda, Mauritius, Moldavia, Nigeria, Sri Lanka, Svizzera, Turchia. La parte schierata con gli Stati Uniti vede anche l’Australia, il Canada e il Giappone.

attraverso la creazione di un database di indicazioni geografiche, con l'obbligo imposto agli Stati di consultarlo prima di decidere in merito al riconoscimento e protezione di un'indicazione geografica. L'obbligo diventa invito per quegli Stati che non aderiscono all'Accordo<sup>67</sup>.

Gli Stati non sono obbligati ad impedire l'utilizzo di indicazioni geografiche di altri Stati membri che identifichino vini o alcolici, in relazione a prodotti o servizi, se l'uso delle stesse sia avvenuto in modo continuato per almeno dieci anni prima del 15 aprile 1994 (data dell'Uruguay Round) o in buona fede prima della stessa data (art. 24/1 TRIPs). Un'altra eccezione alla protezione delle indicazioni geografiche è disposta dall'art. 24/6, laddove queste siano diventate termini generici.

Le eccezioni, in particolar modo la *grandfather clause*, hanno causato l'indebolimento della protezione a livello internazionale delle indicazioni geografiche ed hanno indotto gli Stati, in particolar modo l'Unione Europea, a sottoscrivere accordi bilaterali per assicurare la massima protezione alle proprie produzioni<sup>68</sup>.

#### 1.4. Il rapporto con la tutela dei marchi commerciali

I trattati precedentemente esaminati disciplinano in maniera diversa il rapporto tra le indicazioni geografiche ed i marchi commerciali.

La Convenzione di Parigi, non definisce i due concetti, ma regola la possibilità che possa essere rifiutata la registrazione dei marchi o invalidata quando sono privi di ogni carattere distintivo, siano costituiti da segni o indicazioni che potrebbero servire a designare un tipo, una qualità o un luogo d'origine o è entrato nel linguaggio comune dello Stato dove è richiesta la protezione<sup>69</sup>.

---

<sup>67</sup> MALORGIO, CAMANZI, GRAZIA, *op. cit.*, 12.

<sup>68</sup> FERRARI, *op. et loc. ult. cit.*

<sup>69</sup> O'CONNOR B., *op. cit.*, 28. Art. 6 *quinquies* Paris B. - *Trademarks covered by this Article may be neither denied registration nor invalidated except in the following cases:*

1. *when they are of such a nature as to infringe rights acquired by third parties in the country where protection is claimed;*

2. *when they are devoid of any distinctive character, or consist exclusively of signs or indications which may serve, in trade, to designate the kind, quality, quantity, intended purpose, value, place of origin, of the goods, or the time of production, or have become customary in the current language or in the bona fide and established practices of the trade of the country where protection is claimed;*

L'Accordo TRIPs, definendo le norme internazionali che regolano i differenti aspetti della proprietà intellettuale, ha disciplinato anche il rapporto tra le indicazioni geografiche e i marchi commerciali in maniera puntuale<sup>70</sup>. L'art. 22 dell'Accordo TRIPs impone che gli Stati membri devono rifiutare o annullare la registrazione di un marchio contenente o consistente in un'indicazione geografica che identifica beni non originari nel territorio indicato, se i consumatori possono essere tratti in inganno. Se la registrazione del marchio è avvenuta in buona fede prima dell'Accordo TRIPs, lo stesso potrà essere utilizzato validamente (art. 24/5 TRIPs). Il concetto di "buona fede" è stato oggetto di due diverse interpretazioni, che hanno come punto in comune la mancanza di conoscenza: da un lato dell'esistenza di altrui diritti sul nome, dall'altro una conoscenza assoluta sull'esistenza dell'altra parte<sup>71</sup>. La seconda eccezione dispone che un marchio, che consiste in un'indicazione geografica, è valido se è stato registrato prima che il nome geografico abbia ricevuto protezione nello Stato d'origine, il quale potrebbe vedersi già registrato il marchio da un altro Paese.

Queste circostanze possono accorrere quando si registrano fenomeni migratori importanti, che determinano il sorgere di nuovi paesi in altri Stati a cui vengono dati i nomi delle città di origine, che possono essere famose per taluni prodotti di cui si continua la produzione manifatturiera. La produzione di questi può generare una falsa rappresentazione dell'origine<sup>72</sup>.

Il metodo comparativo ci consente di affrontare e spiegare come le differenziazione tra indicazioni geografiche e marchi impedisca il raggiungimento di una protezione uniforme delle prime<sup>73</sup>. Lo sviluppo degli strumenti giuridici posti a tutela delle indicazioni geografiche, influenzato da fattori culturali e storici, mostra come l'Unione Europea

---

<sup>70</sup> L'accordo TRIPs definisce i marchi commerciali come "*any sign, or any combination of signs, capable of distinguishing the goods or services of one undertaking from those of other undertakings*" (art. 15/1).

<sup>71</sup> CONRAD A., *The protection of geographical indications in the TRIPs Agreement*, 86 TMR, 1996, 60.

<sup>72</sup> *Id.*, 62.

<sup>73</sup> FERRARI, *op.cit.*, 22.

abbia sin dagli inizi inteso distinguere chiaramente i marchi dalle indicazioni<sup>74</sup>. L'attenzione posta agli elementi tradizionali che connotano le indicazioni sembra non essere colta dagli Stati Uniti (ove la distinzione è ad uno stadio iniziale) e dall'Australia (ove essa non è propriamente definita), i quali tendono a considerare le indicazioni geografiche alla stregua di un *property right* in cui predomina l'importanza economica del bene tutelato<sup>75</sup>.

### 1.5. Definizione dei concetti di origine e provenienza

Etimologicamente il termine origine deriva dalla parola latina “*origo, originem*”, dalla radice di “*or-ior*” (nasco), “*or-tus*” (nascita) e trova una stretta assonanza nella lingua tedesca, dove il prefisso “*ur-*” sta per principio o provenienza ed evoca il punto, il luogo in cui ha inizio qualcosa. Nella lingua italiana il termine provenienza viene utilizzato con lo stesso valore della parola origine, laddove nel diritto hanno assunto significato diverso. Questa distinzione è stata compiuta nella Convenzione di Parigi, la quale introduce per la prima volta il termine “indicazioni di provenienza”, senza però dare alcuna definizione di esso, ma lasciando agli interpreti del diritto il compito di desumere dall'art. 1/1 Conv. di Parigi il suo significato<sup>76</sup>. L'indicazione di provenienza può essere definita come l'indicazione riferita al Paese o ad un luogo di esso dove ha origine il prodotto, riconoscendo all'origine geografica un'importanza predominante rispetto ad altre forme di origine, quali ad esempio il luogo di trasformazione e senza richiedere necessariamente la presenza di qualità o caratteristiche particolari determinate dal territorio. L'indicazione di provenienza può essere costituita da parole o frasi che identificano direttamente il luogo geografico, ma anche da simboli, immagine che indirettamente evocano l'origine<sup>77</sup>.

---

<sup>74</sup> *Id.*, 23.

<sup>75</sup> *Ibid.*

<sup>76</sup> BEAUMER, *op. cit.*, 11.

<sup>77</sup> O'CONNOR, *op. cit.*, 25.

Il Trattato di Lisbona introduce una speciale categoria di indicazioni di provenienza, definita come denominazione di origine, la cui peculiarità è il legame più stringente con il territorio, le cui caratteristiche e qualità sono dovute esclusivamente o essenzialmente dall'ambiente<sup>78</sup>. La denominazione deve avere un nome geografico, sia esso di una località, di una regione o di un Paese.

Negli anni Novanta si comincia a parlare di indicazione geografica, nel Regolamento EU (2081/1992) prima ed in seguito nell'Accordo TRIPS (1994). In particolar modo l'Accordo TRIPS detta una definizione dell'indicazione geografica (art. 22/1) basata su quella della denominazione di origine del Trattato di Lisbona, differenziandosi da questa perché attribuisce importanza anche alla semplice reputazione di cui gode un territorio e, di conseguenza, i prodotti che da esso originano.

Questi tre termini corrispondono a tre legami che variano per intensità ed effetti con il territorio di origine. L'indicazione di provenienza è quella a cui è stata attribuita la relazione più debole con il territorio, un semplice rimarco del territorio di origine, senza riconoscere a questo specifiche caratteristiche che possano incidere sulla qualità del prodotto<sup>79</sup>. Contemporaneamente è il termine che comprende gli altri due<sup>80</sup>. Ha valore soprattutto ai fini doganali. In genere corrisponde al nome dello Stato o del luogo dove il prodotto viene lavorato o dove avviene l'ultima parte sostanziale del processo (es. Made in Italy)<sup>81</sup>.

L'espressione "indicazione geografica" viene introdotta nel reg. 2081/1992 e nella risoluzione dell'OIV del 2/92. Due anni più tardi viene inserita nell'Accordo TRIPS.

## 1.6. Il ruolo dell'origine

---

<sup>78</sup> art. 2 "geographical denomination of a country, region, or locality, which serves to designate a product originating therein, the quality or characteristics of which are due exclusively or essentially to the geographical environment, including natural and human factors". BEAUMER, *op. cit.*, 12.

<sup>79</sup> AUDIER J., *Protection of geographical indications in France and protection of French geographical indications in other countries*, in AA.VV., *Symposium on the protection of Geographical Indications*, *op. cit.*, 224.

<sup>80</sup> BEAUMER, 13.

<sup>81</sup> Decisione del consiglio del 3 giugno 1977, 77/415/CEE, GG.UU.EE. 4 luglio 1977 no. 166.

Nelle trattazioni precedenti si cercato di tracciare l'evoluzione storico-normativa delle denominazioni d'origine e delle indicazioni geografiche. Si è notato come le necessità economiche e le richieste dei mercati abbiano influenzato le scelte legislative ed abbiano creato posizioni diverse tra i diversi Stati a tutela delle proprie indicazioni a livello internazionale.

La creazione di un marchio determina effetti importanti sulle scelte dei consumatori<sup>82</sup>. Il marchio rappresenta innanzitutto uno strumento informativo ed in secondo luogo la possibilità di comunicare la qualità di un prodotto<sup>83</sup>.

La denominazione di origine riveste un ruolo molto importante sia per il consumatore che per il produttore. Quest'ultimo gode della reputazione di un marchio collettivo, comune a più produttori. I consumatori sono garantiti sulla qualità e sono informati sulla regione di provenienza, risolvendo in parte il problema dell'asimmetria informativa, dovuta in primo luogo alla tipologia di prodotto, la cui qualità non sempre è preventivamente osservabile e percepibile<sup>84</sup>. Come evidenzia Germanò, nel "mercato muto" la comunicazione dei dati essenziali rimane fondamentale per poter mettere il consumatore nelle condizioni di esprimere le proprie preferenze, di scegliere tra prodotti simili e quindi acquistare<sup>85</sup>. I "segni" hanno la funzione di trasmettere attraverso immagini, simboli, informazioni essenziali la "storia del prodotto" e tutto ciò che ad essa è legato: il territorio, il valore, la tradizione. Da un lato la comunità sfrutta il valore del territorio, delle produzioni ad esso legate storicamente ed economicamente, dall'altro il consumatore contribuisce a creare, tramite il riconoscimento delle indicazioni geografiche, la reputazione del territorio stesso.

Di questo stretto legame tra comunità e territorio si sottolinea l'importanza economico-sociale: il patrimonio vinicolo di generazioni, che

---

<sup>82</sup> *Id.*, 6.

<sup>83</sup> MALORGIO, CAMANZI, GRAZIA, op. cit., 8.

<sup>84</sup> *Id.*, 7.

<sup>85</sup> GERMANÒ A., in AA.VV., *Le regole del vino. Disciplina internazionale, comunitaria e nazionale. Atti del convegno. Roma, 23-24 novembre 2007*, 30. Per approfondimenti IRTI N., *Scambi senza accordo*, in *Riv. Trim. dir. e proc. civ.*, fasc. 2, 1998.

si sono susseguite nella coltivazione del territorio, assume un valore inestimabile in termini di tutela della biodiversità di fronte al predominio di vitigni internazionali e di conservazione di “modellamenti” storici del territorio<sup>86</sup>. I depositari di questa conoscenza, il cosiddetto “fattore umano”, è in questi ultimi anni maggiormente incentivato a valorizzare il prodotto del territorio, la sua unicità e originalità, di fronte ad un consumatore più competente, che affianca alla propria passione per il vino una ricerca territoriale<sup>87</sup>.

La qualità garantita dalla denominazione risiede anche in tutta una serie di regole di coltivazione (resa per ettaro, sistema di allevamento, varietà e cloni, portainnesti, etc.) e di scelta dei territori, sistemi di produzione (acidità e zuccheri minimi, possibilità di tagli con altre varietà/annate, etc.) e confezionamento che rendono unica una denominazione rispetto alle altre<sup>88</sup>.

La garanzia di questi marchi collettivi spinge i consumatori, nel momento della scelta d'acquisto, ad essere pronti a pagare di più per la qualità. Con essa sono assicurati non solo il rispetto del disciplinare di produzione e della normativa, ma anche le “leali relazioni commerciali” basate sulla veridicità del rapporto tra prodotto e luogo di produzione, sull'importanza attribuita ai fattori umani e naturali che lo influenzano<sup>89</sup>. Il trend evidenziato negli ultimi anni denota una preferenza crescente del consumatore verso i “vini di qualità” a fronte di una diminuzione forte dei “vini da tavola” e della quantità pro-capite<sup>90</sup>. Le ricerche statistiche sulle scelte di consumo mostrano una crescente diffusione della conoscenza delle denominazioni tra i consumatori ed un aumento della rilevanza di dati oggettivi come l'area geografica di provenienza e la reputazione.

L'attuale sistema di mercato internazionale ha elaborato due sistemi di marketing: da una parte le aziende che investono nella

---

<sup>86</sup> RICCI CURBASTRO R., in AA.VV., *Le regole del vino*, 67. Si considerino i territori delle Cinque Terre, Alto Douro, Saint-Emilion, Val de Loire, inseriti nei siti protetti dall'UNESCO e patrimonio mondiale dell'umanità.

<sup>87</sup> *Ibid.*

<sup>88</sup> *Ibid.*

<sup>89</sup> GERMANÒ, *op. cit.*, 34.

<sup>90</sup> *Ibid.*

promozione e distribuzione del “*private brand*” e quelle che prediligono il sistema basato sulle denominazioni d’origine<sup>91</sup>.

Analizzando nello specifico questi due sistemi, si denota un diverso grado di flessibilità. Il marchio privato consente alle aziende di adattare velocemente i propri prodotti alle novità del mercato e alle preferenze dei consumatori, molto spesso influenzandole. Solitamente questi marchi sono sviluppati da grandi aziende produttrici di vino, che forti della loro notorietà tra i consumatori, i quali facilmente riescono ad riconoscere i loro prodotti grazie a imponenti campagne pubblicitarie, riescono a imporsi in maniera vantaggiosa sui prezzi.

Le aziende che aderiscono ad un consorzio di tutela della denominazione, o più in generale decidono di utilizzare sui propri vini l’indicazione geografica, sono soggetti a numerose disposizioni che le vincolano dal punto di vista qualitativo e quantitativo. Se da un lato gli investimenti in termini promozionali sono agevolati dalla reputazione del marchio collettivo e dal contributo di ciascun associato alla diffusione del nome, dall’altro queste aziende scontano il prezzo della flessibilità in un mercato in continua espansione e mutamento<sup>92</sup>.

Questa concorrenza tra i due sistemi è meno sentita nei Paesi maggiori produttori ed esportatori di vino del mondo (Francia, Italia e Spagna) ove prevale ancora il valore intrinseco dell’indicazione geografica a garanzia della qualità del vino, diventa agguerrita nei Paesi che stanno registrando in questi anni un aumento dei consumi<sup>93</sup>. Si è osservato che molti produttori, di fronte a questa concorrenza hanno iniziato ad utilizzare le indicazioni geografiche per differenziare i loro prodotti e per

---

<sup>91</sup> *Id.*, 8.

<sup>92</sup> GIRAUD-HÉRAUD E., GRAZIA C., *Certification of quality, demand uncertainty and supply commitment in agriculture: a formal analysis*, 2006, [idei.fr/doc/conf/fpi/papers\\_2006/grazia.pdf](http://idei.fr/doc/conf/fpi/papers_2006/grazia.pdf) in, MALORGIO, CAMANZI, GRAZIA, *op. cit.*, 8.

<sup>93</sup> Dati Nel 2004 2005 la produzione di vino da tavola si attestava intorno ai 98 milioni di HL in costante calo a favore dei vini di qualità. Questa inversione di tendenza è dovuta alla riconversione dei terreni e alla riclassificazione di alcuni vini di tavola per rispondere al cambiamento della domanda. Dall’analisi delle tendenze dei volumi di esportazione si è rilevato che la crescita nelle esportazioni dei vini di qualità è stata lenta ma più costante rispetto ai vini da tavola. MALORGIO, CAMANZI, GRAZIA, *op. cit.*, 8.

far fronte l'incremento della competizione di vini stranieri e alle aumento dell'attenzione dei consumatori verso i vini di qualità.

L'analisi di Ferrari pone l'attenzione sull'aspetto culturale delle indicazioni geografiche e sulla capacità attrattiva del consumatore verso l'elemento tradizionale<sup>94</sup>. La produzione vitivinicola è stata soggetta agli sviluppi tecnologici e alle spinte del marketing ma è riuscita a mantenere e a far leva sul nesso tra qualità/sicurezza e tradizione per fidelizzarsi il consumatore. L'autore nota come la pretesa "tradizionalità" di alcuni prodotti sia da ricercare nei diversi fattori che interagiscono ed influenzano nel tempo le indicazioni geografiche: economici, politici e sociali.

L'evidenza del rischio, ovvero l'adozioni di politiche protezionistiche con la pretesa preservazione degli aspetti culturali di un territorio, e dell'opportunità, ovvero la capacità distintiva dei prodotti per penetrare nuovi mercati, devono essere opportunamente ponderate nell'affrontare le dinamiche che dominano il mercato globalizzato<sup>95</sup>.

---

<sup>94</sup> FERRARI, *op. cit.*, 23 e ss.

<sup>95</sup> *Ibid.*

## CAPITOLO II

### LO SVILUPPO DELLA NORMATIVA COMUNITARIA NELLA TUTELA DELL'INDICAZIONE GEOGRAFICA

#### 2.1.I primi testi legislativi dopo la nascita del mercato unico europeo

##### 2.1.1. Le politiche europee a garanzia della costituzione del mercato unico

L'analisi dell'attuale situazione normativa riguardante la tutela delle indicazioni geografiche ci mostra come questa non possa prescindere dalla lettura della storia comunitaria.

Le strategie di integrazione avviate con il Trattato che istituiva la Comunità Europea del Carbone e dell'Acciaio del 1951, suscitarono tra gli Stati firmatari nuove iniziative legislative volte a promuovere una coesione economica interna più ampia rispetto al settore estrattivo. Nel 1957 fu firmato a Roma il Trattato sulla Comunità Economica Europea<sup>96</sup>.

L'obiettivo principale, attorno al quale si sviluppò una legislazione puntuale nei diversi settori, molto spesso a seguito degli interventi della Corte di Giustizia, fu quello di costruire un mercato unico che potesse garantire la libera circolazione di merci, servizi, persone e capitali.

L'apertura dei confini nazionali e dei mercati concorrenziali impose all'Unione Europea la fissazione di meccanismi volti ad individuare forme adeguate di tutela del consumatore, mettendo quest'ultimo nelle condizioni di poter compiere le proprie scelte d'acquisto in maniera informata, ricostruendo la sua fiducia sui processi di produzione e distribuzione<sup>97</sup>.

L'attuazione del principio fondante la libera circolazione delle merci determinò un progressivo annullamento delle normative nazionali

---

<sup>96</sup> ANTONIOLLI L., BENACCHIO G., LAJOLO DI COSSANO F., *Lineamenti di diritto dell'Unione Europea*, Padova, Cedam, 2005, 6.

<sup>97</sup> MASINI S., *Corso di diritto alimentare*, Milano, Giuffrè, 2011, 2.

ostative lo sviluppo del mercato interno, salvo l'esistenza di presupposti imperativi che permettessero, in maniera proporzionata, di porsi a tutela della situazione contingente<sup>98</sup>.

Deroghe al divieto agli Stati di imporre dazi doganali all'importazione e all'esportazione sono autorizzate quando *“motivi di moralità pubblica, di ordine pubblico, di pubblica sicurezza, di tutela della salute e della vita delle persone e degli animali o di preservazione dei vegetali, di protezione del patrimonio artistico, storico o archeologico nazionale, o di tutela della proprietà industriale e commerciale.”* (art. 30 CEE).

La riflessione che si è susseguita sulla tutela della provenienza e della qualità dei prodotti e la libera circolazione delle merci ha alimentato il dibattito giurisprudenziale. La peculiarità di taluni prodotti alimentari, tra cui il vino, e delle norme che li regolano si pongono in molti casi in contrasto con la libertà di circolazione delle merci promossa dal legislatore e dalla Corte di Giustizia. A titolo puramente esemplificativo i disciplinari di produzione sottopongono il prodotto a specifiche norme e controlli, i quali si distinguono da altri dello stesso genere e facilmente individuabili per le denominazioni d'origine<sup>99</sup>.

Nella sua riflessione, Lucifero evidenzia come sia *“ragionevole ipotizzare che gli obblighi imposti dalla normativa sulle denominazioni di origine alle fasi di produzione e di confezionamento, non contrastano con la circolazione del prodotto bensì pongono un limite normativo all'uso del segno DOP”*<sup>100</sup>. I due interessi sono posti sullo stesso piano giuridico, ma si evidenzia come l'elemento che tende a prevalere nelle esperienze legislative comunitarie è quello territoriale, riguardo l'origine dei prodotti agroalimentari, creando un canale parallelo rispetto agli altri prodotti, sia dal punto di vista della produzione che della commercializzazione<sup>101</sup>.

---

<sup>98</sup> *Id.*, 3.

<sup>99</sup> LUCIFERO N., *La libera circolazione dei prodotti agro-alimentari nell'Unione Europea. Norme tecniche, regole del mercato e tutela degli interessi*, in *Rivista di diritto agrario*, fasc. 3, 2008, 400.

<sup>100</sup> *Ibid.* Sulla stessa posizione VENTURA S., *Protezione delle denominazioni d'origine e libera circolazione delle merci. osservatorio in margine alle sentenze della Corte di Giustizia del 20 maggio 2003 nei procedimenti C-469/00 e C-108/01*, in *Dir. Com. e degli Scambi Int.*, 2003, 334.

<sup>101</sup> LUCIFERO, *op. cit.*, 401.

Le indicazioni geografiche attribuivano un diritto di monopolio dei produttori locali e quindi potevano rappresentare un'ideale barriera alla libera circolazione delle merci.

A fronte di una scarsa attenzione alla tutela delle denominazioni d'origine e delle indicazioni geografiche alle origini della Comunità, Stati come la Francia e l'Italia, forti di una lunga tradizione normativa a tutela delle produzioni di qualità, hanno ispirato la disciplina dell'Unione Europea<sup>102</sup>.

Le possibili soluzioni adottabili per superare i divari tra le legislazioni degli Stati membri e per gettare le fondamenta di un approccio comunitario alle indicazioni geografiche erano sostanzialmente tre. In primo luogo, la Comunità Europea poteva cercare di armonizzare le legislazioni nazionali. Il secondo strumento con cui l'Europa poteva governare le indicazioni era rappresentato dal regolamento. La terza via, per conciliare il principio di libera circolazione delle merci con le indicazioni geografiche, fu individuata dalla Corte di Giustizia sviluppando una cospicua giurisprudenza sugli articoli 28 e 30 del Trattato CE.

I diversi approcci normativi alla materia agroalimentare, dalla produzione all'etichettatura, dal confezionamento alla denominazione, hanno causato numerose controversie<sup>103</sup>. La definizione di caratteristiche qualitative omogenee richiedeva uno sforzo legislativo volto ad armonizzare le diverse discipline esistenti che costituivano ostacoli alla libera circolazione delle merci<sup>104</sup>.

Le prime iniziative si concentrarono sull'eliminazione degli ostacoli alla libera circolazione e sulla rimozione delle barriere distorsive, adottando di volta in volta una direttiva per ogni specifico prodotto<sup>105</sup>. Il limite di questa soluzione era rappresentato dall'applicazione dell'art. 100 CEE il quale, dinnanzi a casi di armonizzazione delle normative nazionali, prevedeva il voto unanime di tutti gli Stati membri<sup>106</sup>. Nel settore

---

<sup>102</sup> CAPELLI F., KLAUS B., *La tutela delle indicazioni geografiche nell'ordinamento comunitario ed in quello internazionale*, in *Diritto comunitario e degli scambi internazionali*, 2004, fasc. 1, 403.

<sup>103</sup> *Ibid.*

<sup>104</sup> *Id.*, 404.

<sup>105</sup> MASINI, *op. cit.*, 25. CAPELLI, KLAUS, *op. et loc. ult. cit.*

<sup>106</sup> *Ibid.*

dell'agroalimentare solamente alcuni prodotti sono stati assoggettati a queste direttive verticali, mentre per la maggior parte di questi la legislazione applicabile restava quella del Paese di destinazione<sup>107</sup>.

La disciplina di queste direttive regolava il prodotto dalla fase della produzione alla commercializzazione e le indicazioni geografiche rappresentavano unicamente un aspetto.

La strategia definita dalla Commissione, risultato di un lungo processo di evoluzione legislativa, contiene l'intento di superare questa situazione frammentaria di norme nei diversi settori *“per raggiungere un quadro completo e armonizzato tra le diverse discipline che regolano l'etichettatura dei prodotti di qualità e delle indicazioni che ne permettono il riconoscimento.”*<sup>108</sup>.

La normativa dello Stato di destinazione trovava applicazione in caso di lacuna nelle norme comunitarie sulla fabbricazione, composizione e presentazione dei prodotti, con il limite dell'applicazione del principio del mutuo riconoscimento: doveva infatti ammettere la commercializzazione sul proprio territorio dei prodotti legittimamente fabbricati negli altri Stati<sup>109</sup>.

Con la direttiva relativa alla soppressione delle misure d'effetto equivalente alle restrizioni quantitative, sono colpite le misure che favoriscono i prodotti nazionali o che ne accordano una preferenza rispetto a quelli stranieri. In accordo con l'art. 2/3/s queste misure restrittive comprendono anche quelle che *“riservano ai soli prodotti nazionali denominazioni che non costituiscono una denominazione di origine o un'indicazione di provenienza”*<sup>110</sup>. Questa previsione proibisce l'emanazione di provvedimenti nazionali che riservino l'uso esclusivo ai prodotti locali di indicazioni immaginarie o generiche che non siano indicazioni geografiche.

La direttiva concernente la pubblicità ingannevole e comparativa indica quali elementi devono essere individuati per determinare se la

---

<sup>107</sup> *Id.*, 405.

<sup>108</sup> Comunicazione Commissione CEE (89/271/03) sulla libera circolazione dei prodotti alimentari all'interno della Comunità.

<sup>109</sup> MASINI, *op. cit.*, 27.

<sup>110</sup> Direttiva 70/50/CE della Commissione del 22 dicembre 1969 che trova la sua fonte normativa nel disposto dell'art. 33 paragrafo 7, del Trattato, relativa alla soppressione delle misure d'effetto equivalente a restrizioni quantitative non contemplate da altre disposizioni prese in virtù del Trattato CEE, GU n. L 013, 19/01/1970.

pubblicità è ingannevole, in particolare deve essere tenuto conto di diverse informazioni tra le quali *“l’origine geografica o commerciale o i risultati che si possono attendere dal loro uso”* (art. 3/1/a)<sup>111</sup>. La pubblicità comparativa è ritenuta lecita qualora si riferisca, in caso di prodotti recanti denominazioni d’origine, a prodotti aventi la stessa denominazione (art. 4/1/e).

Anche la legislazione sui marchi commerciali contiene delle disposizioni dirette a proteggere le indicazioni geografiche: costituiscono motivo di impedimento o di nullità alla registrazione (c) *“i marchi di impresa composti esclusivamente da segni o indicazioni che in commercio possono servire a designare [...] la provenienza geografica”* e quelli (f) *“che sono di natura tale da ingannare il pubblico, per esempio circa la natura, la qualità o la provenienza geografica del prodotto o del servizio”* (art. 3/1)<sup>112</sup>. Il diritto conferito con il marchio d’impresa non può escludere terzi dall’usare commercialmente indicazioni relative alla provenienza geografica del prodotto, purché *“l’uso sia conforme agli usi consueti di lealtà in campo industriale”*. (art. 6/1)

### **2.1.2. La creazione dell’Organizzazione Comune del Mercato: obiettivo comunitario di fronte alle tradizioni nazionali**

L’importanza socio-economica del vino nel continente europeo ha sollevato sin dai primi anni di esistenza della Comunità Europea il problema di una legislazione organica che regolasse il mercato<sup>113</sup>. L’obiettivo ambizioso di creare un’Organizzazione Comune di Mercato (OCM) si trovava di fronte una serie di ostacoli normativi, dettati dalle diverse legislazioni nazionali e dalle differenze di prodotto. Pur essendo l’Europa ancora un’entità circoscritta a pochi Stati membri, tra essi emergevano quelli che vantavano una lunga e consolidata tradizione vinicola, supportata anche da una legislazione parimenti attenta alle produzioni di qualità. Quest’ultimo aspetto è stato l’elemento che ha reso

---

<sup>111</sup> Direttiva 2006/114/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 12 dicembre 2006 concernente la pubblicità ingannevole e comparativa, GU n. L 376/21, 27/12/2006.

<sup>112</sup> Direttiva 89/104/CE del Consiglio del 21 dicembre 1988 sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati Membri in materia di marchi d’impresa, GU n. L 040, 11/02/1989.

<sup>113</sup> GERMANO’ A., *La disciplina dei vini dalla produzione al mercato*, in AA.VV., *Le regole del vino: disciplina internazionale, comunitaria, nazionale, op. cit.*, 25.

possibile, per il suo carattere trasversale, ossia riconosciuto dalle legislazioni nazionali esistenti, la creazione di una cornice normativa in grado di ravvicinare i quadri normativi statali.

La prima iniziativa legislativa che ha dato l'avvio alla creazione di un'organizzazione comune del mercato vitivinicolo già evidenziava come l'Europa dovesse impegnarsi nella tutela della produzione di vino, fonte importante del reddito agricolo, senza prescindere da alcuni aspetti strettamente economici quali la salvaguardia della legge della domanda e dell'offerta e la stabilizzazione dei mercati<sup>114</sup>. L'azione della Comunità Europea cominciò ad essere orientata da una politica di qualità che, ispirandosi a tradizioni specifiche come quelle di Francia ed Italia, individuò gli elementi caratterizzanti il vino di qualità prodotto in regioni determinate (v.q.p.r.d.).

Il concetto di vini di qualità basa il proprio fondamento, nell'Unione Europea, sulla tutela delle indicazioni geografiche. La prima grande suddivisione operata dal legislatore comunitario riconosce l'esistenza di due categorie: i vini da tavola non soggetti ad un particolare disciplinare di produzione e i vini di qualità prodotti in una regione determinata (v.q.p.r.d.)<sup>115</sup>. Per garantire la qualità del vino il legislatore ha disposto gli elementi che gli Stati membri devono tenere in considerazione nel riconoscere, secondo le procedure interne, la denominazione, in particolare la delimitazione della zona di produzione, la resa del vigneto e il tipo di vitigno, le pratiche colturali e di vinificazione e l'analisi e la valutazione delle caratteristiche (art. 2 reg. 338/79 e art. 55 reg. 1493/1999).

Il confronto competitivo fra i diversi sistemi normativi nella prassi commerciale ha favorito quelli meno restrittivi e più liberali, determinando un adeguamento naturale delle legislazioni più attente ai diversi attori

---

<sup>114</sup> Regolamento 24/62/CEE relativo alla graduale attuazione di un'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, GU n. 30, 20/04/1962.

<sup>115</sup> Sulla definizione giuridica v. punto 13 dell'Allegato I del reg. 1493/1999. Sulla definizione giuridica v. art. 1 del reg. 338/1979 e succ. art. 54 del reg. 1493/1999. Il legislatore non fornisce una definizione specifica ma solamente l'indicazione di ciò che si intende per v.q.p.r.d. "*i vini conformi alle disposizioni del presente titolo e alle disposizioni comunitarie e nazionali adottate in materia*".

coinvolti nel processo economico e quindi più onerose agli standard tecnici più bassi<sup>116</sup>.

Maggiore preoccupazione fu avvertita soprattutto per le discipline più restrittive attente alle produzioni tipiche e di qualità “la cui “originalità” è profondamente legata al tessuto culturale e/o sociale e potrebbe venire pregiudicata, insieme al tessuto medesimo, dall’abbattimento dei presupposti economici che la rendano possibile.”<sup>117</sup>.

Il processo di costruzione del mercato unico, passando per una prima fase di rimozione delle “*barriere tecniche e giuridiche*” e di riconoscimento dei diversi prodotti nazionali, è giunto alla determinazione di norme comuni, orientate a definire i nuovi standard per una nuova politica economica condivisa.

### **2.1.3. Sistematicità degli interventi comunitari: origine vs *varietales***

Il legislatore si è orientato negli anni perseguendo diversi obiettivi di tutela, assicurando la propria attenzione alle produzioni di qualità e delle zone di produzione e al consumatore, il quale sempre più consapevole dei propri diritti, ha attirato maggior attenzione sulle aspettative e sulla tutela delle proprie scelte di consumo.

L’etichettatura dei prodotti rappresenta l’elemento fondamentale per superare le disparità informative e per riabilitare il consumatore a scegliere liberamente secondo le “*proprie abitudini, credenze religiose, usanze culturali, condizioni fisiche di salute*”<sup>118</sup>. Attraverso i segni distintivi, il consumatore ha una percezione diretta della natura e della qualità dei prodotti, della provenienza, di particolari tecniche produttive.

La ricerca delle informazioni riguardanti l’origine geografica, in un mercato ormai senza confini e con carenza di relazioni dirette con il

---

<sup>116</sup> *Id.*, 4.

<sup>117</sup> SCANNICCHIO N., *Dal diritto comunitario al diritto privato europeo nella giurisprudenza della Corte di Giustizia CE*, 161, in *Trattato di diritto privato europeo* a cura di Lipari N., vol. I, Padova, 2003, in MASINI, *op. et loc. ult. cit.*

<sup>118</sup> PUOTI P., *Etichettatura dei prodotti agro-alimentari: aspetti problematici*, in *Riv. dir. agr.*, 516, II, 521.

produttore, è fondamentale sia per questo che per il consumatore finale, i quali associano e valorizzano il legame di un prodotto con il territorio. Il “vantaggio competitivo punta proprio sulla rimozione sia dell’anonimato dei produttori, sia sull’omogeneità di prodotti”, facendo emergere il prodotto con il richiamo del nome del vitigno, verso un’esaltazione delle tipicità territoriali<sup>119</sup>.

Su queste due posizioni, da un lato l’esaltazione del *terroir* e dall’altro il nome del vitigno si sono da sempre scontrate l’Europa e gli Stati considerati nuovi produttori<sup>120</sup>.

L’imprenditore, nelle strategie promozionali, sia attraverso l’etichettatura che gli altri canali pubblicitari, non investe esclusivamente nel proprio marchio commerciale, ma enfatizza le indicazioni geografiche, traendo forza dal loro carattere distintivo. Come correttamente scrive Masini, dinanzi alla “libertà di investire” dell’imprenditore “in un mercato aperto e di realizzare le merci, scegliendo di localizzare gli stabilimenti in dipendenza dalla convenienza di approvvigionamento delle materie prime, provoca la necessità di reagire sul piano della disciplina giuridica, configurando strumenti più efficaci di tutela dei segni costituiti da una denominazione geografica, specie nel campo dei prodotti alimentari, per i quali si avverte l’importanza della capacità distintiva e della funzione di garanzia qualitativa, che si appuntano sul territorio, nello scenario dell’economia globale”<sup>121</sup>.

Il territorio, oltre la sua valenza geografica, racchiude in sé un insieme di valori economici e culturali, che si sono sviluppati nel corso degli anni e che hanno determinato una trasformazione dello stesso per adattarlo alle esigenze socio-economiche della popolazione. L’uomo ha saputo creare con l’agricoltura il collante tra lo sfruttamento e la valorizzazione delle risorse naturali<sup>122</sup>.

La ricerca di produzioni di qualità e l’investimento nella riconversione di numerose imprese agricole dedite alla viticoltura hanno

---

<sup>119</sup> JANNARELLI A., *Relazione di sintesi*, in I “messaggi” nel mercato dei prodotti agro-alimentari, Atti, cit., 143, in MASINI, *op. cit.*, 9.

<sup>120</sup> CURBASTRO R. R., *I punti di forza del vino europeo di fronte alla globalizzazione*, 61, in AA.VV., *Le regole del vino*, *op. cit.*

<sup>121</sup> MASINI, *op. cit.*, 9.

<sup>122</sup> *Id.*, 15.

permesso di consolidare il legame tra la popolazione ed i suoi valori culturali e ambientali al territorio. “Il territorio diviene una variabile cruciale per spiegare le opportunità che vengono colte in alcune aree e regioni e i vincoli che vengono posti al processo di sviluppo. Le condizioni storico-culturali e le caratteristiche socio-economiche delle varie regioni giocano un ruolo estremamente importante; le loro differenze possono spiegare, in gran parte, i diversi sentieri di sviluppo intrapresi in varie circostanze storiche e geografiche.<sup>123</sup> La differenziazione rappresentata dal territorio permette di sfruttare caratteristiche uniche e irripetibili.

A fronte dell'importante valore della tutela del territorio e dei legami socio-economici che l'uomo ha saputo nel corso dei secoli sviluppare con e su di esso, si stanno facendo spazio logiche di mercato che stanno portando alla sostituzione di vitigni a denominazione con *varietals*, quali il Cabernet o lo Chardonnay<sup>124</sup>. La loro produzione non è sconosciuta ai produttori europei, semmai la novità per questi ultimi è stata quella di essere conosciuti nei nuovi mercati per vini appartenenti alle grandi categorie dei Cabernet, Chardonnay, Pinot<sup>125</sup>.

Se inizialmente un approccio simile da parte del consumatore poteva rappresentare un vantaggio competitivo per i produttori europei che accanto al vino potevano vantare anche una superiorità qualitativa e la primogenitura del vitigno, il forte sviluppo dei concorrenti americani, cileni, australiani ha determinato una forte espansione sul mercato dei propri vini. Questo incremento delle quote di mercato è stato alimentato non solo dal nome indicato sull'etichetta ma, e soprattutto, dal forte impulso dato dalla ricerca scientifica vitivinicola ed enologica del mondo<sup>126</sup>. Il mercato del vino tradizionale, quello legato all'origine e alla capacità e al valore della diversità, si trova ad affrontare enologi (c.d. *Flying wine makers*) con grandi conoscenze tecniche e tecnologiche, svincolati da norme di produzione, di salvaguardia della tipicità e dal legame con un

---

<sup>123</sup> GAROFALI G., *Introduzione*, in *Impresa e territorio*, a cura di G. Garofali, Bologna, Il Mulino, 2003, 3.

<sup>124</sup> CURBASTRO, *op. cit.*, 64.

<sup>125</sup> *Ibid.*

<sup>126</sup> *Ibid.* La ricerca prodotta dalle università australiane rappresenta circa il 20% di quella mondiale.

territorio<sup>127</sup>. A queste conoscenze umane si aggiungono anche le quantità prodotte tutto l'anno nelle diverse regioni vinicole del mondo, le capacità promozionali delle grandi compagnie, la semplicità o facilità dei vini. Tali fattori permettono di raggiungere un numero sempre più alto dei cosiddetti consumatori medi, scarsamente attento alle peculiarità del singolo vino<sup>128</sup>.

#### 2.1.4. L'evoluzione normativa del settore vitivinicolo

Il legislatore degli anni Sessanta è orientato all'attuazione degli obiettivi sanciti nel reg. CEE 24/62 che imponevano la creazione di un catasto viticolo e agli imprenditori agricoli le dichiarazioni di raccolto e di giacenza (considerando n. 5). Solo la Francia poteva vantare un catasto viticolo dal quale era possibile calcolare la produzione potenziale e una dichiarazione annuale obbligatoria del raccolto e delle giacenze<sup>129</sup>.

Questi elementi tecnici sanciti nel regolamento avevano lo scopo di gettare le basi per una politica comunitaria dei vini di qualità associata all'origine geografica<sup>130</sup>. Il progresso francese nell'organizzazione rispetto agli altri Stati europei, particolarmente verso l'Italia, l'altro importante produttore mondiale, ha causato anni di dibattiti in sede comunitaria per risolvere queste disparità e riportare ad unità un quadro regolamentare ancora frammentario<sup>131</sup>.

Una tappa significativa per la “strutturazione completa dell’OCM” e per la definizione di un concetto comunitario di indicazione geografica si raggiunge con l’emanazione dei regolamenti 816/70 e 817/70<sup>132</sup>. Se il primo si può definire come un regolamento quadro, comprensivo di tutti gli elementi tecnici, il secondo stabilisce disposizioni particolari relative ai vini di qualità prodotti in regioni determinate. La separazione di questi due regolamenti è stata motivata dalla considerazione operata dalla

---

<sup>127</sup> *Id.*, 65.

<sup>128</sup> *Id.*, 66.

<sup>129</sup> BUCHER P., *Das Europäische Weinrecht*, Luzern, Books on Demand GmbH, 2003, 49.

<sup>130</sup> POMARICI E., SARDONE R., *L’OCM vino. La difficile transizione verso una strategia di comparto*, pubbl. Istituto Nazionale di Economia Agraria (INEA), 2009, 2.

<sup>131</sup> BUCHER, *op. cit.*, 54.

<sup>132</sup> POMARICI, *op. e loc. ult. cit.*

Commissione che i vini di qualità potessero essere indipendenti da quelli comuni<sup>133</sup>.

L'obiettivo del perseguimento di una politica di qualità è stabilito dal legislatore come il fondamento per il miglioramento delle condizioni del mercato attraverso la precisazione dei singoli elementi indicati nel reg. 24/62. Lo sforzo di creare un mercato unico armonizzato doveva raffrontarsi con la prassi e talvolta anche con le normative dei singoli Paesi.

L'ultimo considerando ribadisce la necessità di tutelare attraverso i vini di qualità sia i *“produttori contro la concorrenza sleale sia i consumatori contro le confusioni e le frodi”*, riservando alla Comunità Europea la definizione delle prescrizioni e assicurando l'uso di menzioni tradizionali ormai conosciute sul mercato.

La denominazione coniata dal legislatore associa i vini prodotti in regioni determinate, la cui delimitazione e il cui riconoscimento avvengono per mezzo delle autorità competenti previste da ciascuno Stato membro. La competenza di questi si estende anche all'individuazione dell'elenco dei vini atti alla produzione dei v.q.p.r.d., i cui vitigni possono essere esclusivamente della specie di *“Vitis Vinifera”* (art. 3/1). La coltivazione e la trasformazione delle uve in vino devono avvenire all'interno della stessa regione, eventuali deroghe possono essere previste dagli Stati e sono ammesse solo a seguito dell'esito positivo della procedura prevista dall'art. 7 del reg. 24/62.

Le competenze del legislatore nazionale si estendevano alle pratiche enologiche ammesse (acidificazione, arricchimenti, etc.), alle rese per ettaro, nonché alla gradazione alcolica all'interno della cornice comunitaria che definiva i criteri minimi.

I produttori che avessero voluto utilizzare la denominazione v.q.p.r.d., erano tenuti a sottoporre i propri vini ad un esame analitico ed a uno organolettico secondo i principi fissati nella Convenzione

---

<sup>133</sup> Così SCOPPOLA M., ZEZZA A., (a cura di) *La riforma della Organizzazione Comune di Mercato e la vitivinicoltura italiana*, in POMARICI, SARDONE, *op. et loc. ult. cit.*

internazionale per l'unificazione dei metodi di analisi e di valutazione dei vini del 13 ottobre 1954<sup>134</sup>.

Diventava dunque obbligatoria per tutti i produttori di mosti e vini atti a v.q.p.r.d. e vini v.q.p.r.d. la compilazione della denuncia di raccolto e di giacenza.

La sovrapproduzione vinicola europea, che si tentò negli anni di superare attraverso numerosi regolamenti correttivi che prevedevano interventi più incisivi per affrontare questo problema: distillazione obbligatoria, divieto di nuovi impianti, supporto all'uso del mosto, etc. non riuscì a contenere la produzione di vino da tavola, che rimaneva predominante sui vini di qualità soggetti a normative più restrittive in termini di quantità<sup>135</sup>.

La seconda normativa organica dei v.q.p.r.d. si raggiunge nel 1987 con il reg. (CE) n. 823/87, che introduce alcune precisazioni rispetto ai regolamenti precedenti. Il nome di una regione determinata può essere utilizzato per designare un vino v.q.p.r.d., fatta eccezione e per un periodo limitato di tempo per quei vini da tavola tradizionalmente conosciuti sotto tale nome<sup>136</sup>. La tutela del nome di una zona registrata estende il divieto di utilizzo al di fuori dei casi espressamente previsti dal regolamento, quando accanto al nome compaiano termini quali "genere", "tipo", "modo", "imitazione" o altre espressioni simili, che possano creare confusione nella designazione e presentazione del vino, e che vengono apposte alle bevande ricavate dall'uva (il legislatore indica quelle appartenenti alla voce 22.07 della tariffa doganale comune), e a quelle che imitano il vino e sono destinate all'elaborazione e al consumo dei privati.

La seconda novità specifica la struttura del disciplinare di produzione, nel quale ciascuno Stato, attribuendo tale compito agli organi

---

<sup>134</sup> Legge del 20 dicembre 1956, n. 1536, Ratifica ed esecuzione della Convenzione internazionale per l'unificazione dei metodi di analisi e di apprezzamento dei vini, conclusa a Parigi il 13 ottobre 1954, GU n. 20, 23/01/1957.

<sup>135</sup> POMARICI, SARDONE, *op. cit.*, 3. In Italia nel 1983 la produzione raggiunse gli 84 milioni di ettolitri, di cui 75 di vino da tavola e 9 di vino di qualità.

<sup>136</sup> Regolamento 2061/96/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio dell'8 ottobre 1996 che modifica il regolamento 1601/91/CEE che stabilisce le regole generali relative alla definizione, alla designazione e alla presentazione dei vini aromatizzati, delle bevande aromatizzate a base di vino e dei cocktail aromatizzati a base di prodotti vitivinicoli, GU n. L 277, 30/10/1996.

preposti, impone la definizione dell'area di produzione, le prescrizioni sulle varietà, sull'irrigazione, sulle pratiche colturali ed enologiche, nonché i principi sulla localizzazione delle aree di lavorazione delle uve e le rese massime<sup>137</sup>.

Infine il legislatore ribadisce l'assoggettamento dei vini atti a v.q.p.r.d. all'esame analitico del possesso degli elementi caratteristici e ad uno organolettico (art. 13/1).

L'evolvere del mercato del vino in Europa, in particolare verso una stabilizzazione del rapporto tra la domanda e l'offerta, ottenuta grazie agli aumenti dei consumi nei Paesi non produttori e dall'ingresso sul mercato dei vini del Nuovo Mondo, ha imposto una revisione della normativa a favore del rilancio della competitività<sup>138</sup>.

Il processo di riforma si è concluso nel 1999 con l'emanazione del reg. 1493/1999, in cui la disciplina sino a quel momento separata dei v.q.p.r.d. è stata incorporata nell'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, in un'ottica più ampia volta a ricondurre il settore vitivinicolo all'interno della politica agraria comune e conseguentemente verso un'organizzazione comune dei mercati agricoli.

L'incorporazione ha segnato il riavvicinamento dei vini a denominazione di origine ai vini da tavola.

Le particolari caratteristiche del mercato vitivinicolo hanno indotto l'Unione Europea a formalizzare il ruolo delle associazioni di produttori e degli organismi di filiera e ad orientarsi sempre più verso politiche di salvaguardia della concorrenza non solo interna, ma estera tra i produttori di vini di qualità e degli interessi del consumatore attraverso la designazione, la denominazione e la presentazione dei prodotti<sup>139</sup>.

---

<sup>137</sup> POMARICI, SARDONE, *op et loc. ult. cit.*

<sup>138</sup> *Id.*, 4.

<sup>139</sup> Il ruolo degli organismi di filiera è disciplinato dall'art. 41, il quale riconosce in primis a questi il compito di "migliorare il funzionamento del mercato dei v.q.p.r.d. e dei vini da tavola con indicazione geografica", indicando agli Stati Membri le norme più opportune da adottare, sulla base delle decisioni prese dall'organismo di filiera, per la commercializzazione relative alla regolarizzazione dell'offerta; "migliorare la conoscenza e la trasparenza della produzione e del mercato; [...] fornire le informazioni e svolgere le ricerche necessarie per orientare la produzione verso prodotti più adatti al fabbisogno del mercato e ai gusti e alle aspirazioni dei consumatori, soprattutto per quanto riguarda la qualità dei prodotti e la salvaguardia dell'ambiente;"

Le disposizioni sulla designazione, la denominazione e la presentazione dei vini (art. 47) hanno come scopo a) la salvaguardia degli interessi legittimi dei consumatori, b) la tutela dei legittimi interessi dei produttori, c) il buon funzionamento del mercato interno, d) lo sviluppo dei prodotti di qualità attraverso e) l'obbligo di utilizzare alcune menzioni; [...] f) modalità di protezione e di controllo per alcune menzioni; g) la disciplina dell'utilizzazione di indicazioni geografiche e di menzioni tradizionali.

La protezione degli interessi sanciti nel regolamento vieta l'utilizzo di informazioni, nella designazione, presentazione e nell'etichettatura dei vini, idonee a creare confusione o indurre in errore il consumatore, anche attraverso l'utilizzo della traduzione o di termini quali "genere", "tipo", "metodo", "imitazione", "marchio" o simili (art. 48). La sanzione prevista avverso i prodotti la cui presentazione non è conforme alle disposizioni del regolamento impone il divieto di immissione sul mercato comunitario, nonché di esportazione e vendita degli stessi, salvo deroghe concesse dagli Stati membri (art. 49).

L'estensione della tutela non si limita alla protezione dei prodotti di origine comunitaria, ma copre anche quelli provenienti da Paesi terzi che siano stati immessi sul mercato in violazione delle disposizioni contenute negli artt. 23 e 24 dell'Accordo TRIPs, quando questi riportino un'indicazione geografica falsa o ingannevole rispetto alla reale origine del vino, indipendentemente che questa sia accompagnata dall'indicazione vera, da una sua traduzione o altri termini ad essa associati (art. 50)<sup>140</sup>.

In termini diversi l'indicazione geografica può essere utilizzata per designare i vini da tavola quando questi non siano ottenuti da uve provenienti esclusivamente dalla zona viticola di cui porta il nome, purché questa percentuale non superi il 15% (art. 51/2). Gli Stati membri possono subordinare l'utilizzazione dell'indicazione geografica per un vino

---

<sup>140</sup> Art. 50/2 *"Ai fini del presente articolo, per «indicazione geografica» si intende l'indicazione che serve a identificare un prodotto come originario del territorio di un paese terzo membro dell'Organizzazione mondiale del commercio, oppure di una regione o di una località di questo territorio, qualora una determinata qualità, rinomanza o altra caratteristica del prodotto possa essere attribuita essenzialmente a tale origine geografica."*

da tavola se le uve utilizzate siano ottenute da “vitigni espressamente designati e provenga esclusivamente dal territorio precisamente delimitato di cui porta il nome” (art. 51/3).

## 2.2. La giurisprudenza della Corte di Giustizia

### 2.2.1. Le sentenze in tema di libertà di circolazione delle merci e di mutuo riconoscimento

Un passo incisivo a favore dell'avvicinamento delle legislazioni in materia alimentare si registra con la pronuncia della sentenza Dassonville, nella quale si afferma che le normative commerciali che *“ostacolano direttamente o indirettamente, in atto o in potenza, gli scambi intracomunitari va considerata come una misura d'effetto equivalente a restrizioni quantitative”* e pertanto in contrasto con l'art. 28 (ex art. 30) del Trattato CEE<sup>141</sup>.

Il quadro giurisprudenziale iniziato con la sentenza Dassonville fu completato nel 1979 con la causa Cassis de Dijon (C-120/78), pietra miliare per gli orientamenti legislativi in materia di libera circolazione delle merci<sup>142</sup>. La Corte di Giustizia ha riconosciuto che *“in mancanza di una normativa comune (in materia di bevande alcoliche) gli ostacoli alla circolazione intracomunitaria”* derivanti dalle diverse normative nazionali, sono ammessi laddove rispondano ad esigenze superiori di tutela della salute pubblica, dei controlli fiscali, della lealtà degli scambi commerciali e dei consumatori. Un ulteriore elemento di novità introdotto dalla Corte è rappresentato dal principio del reciproco riconoscimento delle normative

---

<sup>141</sup> MASINI, *op. cit.*, 27. Corte di Giustizia delle Comunità Europee, sentenza 11 luglio 1974, causa 8/74, *Procuratore del Re c. Dassonville*, in *Racc.*, 1974, 837. Il caso aveva ad oggetto due questioni: una attinente l'ammissibilità di una norma interna, la quale vietava l'importazione di un prodotto recante una denominazione d'origine qualora questo fosse sprovvisto dell'apposito certificato. Il commerciante belga aveva acquistato legittimamente il whiskey scozzese in Francia, senza avere la possibilità di procurarsi anche il certificato d'origine. La Corte risolveva questo primo quesito affermando che le norme che *“ostacolano direttamente o indirettamente, in atto o in potenza, gli scambi intracomunitari va considerata come una misura d'effetto equivalente a restrizioni quantitative”*.

<sup>142</sup> Corte di Giustizia delle Comunità Europee, sentenza 20 febbraio 1979, causa 120/78, *Rewe-Zentral AG c. Bundesmonopolverwaltung für Branntwein*, in *Racc.*, 1979, 649. Il caso riguardava l'importazione in Germania di un liquore, il Cassis de Dijon, prodotto e liberamente venduto in Francia. La parte attrice si vedeva negato il permesso di importare il prodotto in quanto questo non possedeva i requisiti occorrenti per essere messo in commercio in Germania, in particolare il grado alcolico era inferiore a quello fissato dalla normativa tedesca. ARFINI, *op. cit.*, 12.

degli Stati membri in materia di produzione e commercializzazione dei beni<sup>143</sup>. Sulla base di questo principio si è individuata la soluzione più rapida, ma non meno efficace all'elaborazione di un quadro normativo, per accelerare l'unificazione del mercato a livello comunitario e superare le barriere giuridiche<sup>144</sup>.

Un effetto di non poco conto se si osservano le numerose e successive modifiche apportate dagli Stati membri alle legislazioni interne limitative della libertà di circolazione e ostative dello sviluppo armonioso dell'economia europea<sup>145</sup>.

Come riassume brevemente Caselli, la casistica degli ostacoli era determinata da ragioni di “*natura sanitaria, economico-sociale e amministrativa*”. Tra queste categorie rientrano anche quelli attinenti alla materia di questa ricerca, ovvero le denominazioni di origine e le indicazioni geografiche. La trattazione di queste questioni ad opera della Corte fu affrontata tra gli anni '70 e '80, a questa seguì lo sviluppo legislativo della materia<sup>146</sup>.

L'approfondimento della giurisprudenza della Corte di Giustizia e del Tribunale di Primo grado verrà affrontata tenendo conto di questi due periodi, prima di lacuna legislativa ed in seguito all'intervento degli organi comunitari.

### **2.2.2. La giurisprudenza sulla legittimità dell'impiego di talune denominazioni legate al territorio d'origine**

Il 20 febbraio 1975 la Corte si pronuncia nella causa “Sekt” e “Weinbrand” trattando il valore delle denominazioni d'origine e delle indicazioni di provenienza nell'ambito della circolazione delle merci. Sebbene l'oggetto del contendere fosse l'utilizzo delle denominazioni “Sekt” e “Weinbrand” per designare spumante e distillato di vino prodotti in Germania, la pronuncia interessa la nostra analisi poiché il giudice ha puntato la propria attenzione sulla protezione che ciascuno Stato può

---

<sup>143</sup> ANTONIOLLI, BENACCHIO, LAJOLO DI COSSANO, *op. cit.*, 164.

<sup>144</sup> MASINI, *op. cit.*, 28.

<sup>145</sup> CAPELLI, *op. cit.*, 406.

<sup>146</sup> *Ibid.*

accordare alle denominazioni e alle indicazioni<sup>147</sup>. Al punto 7 la Corte afferma che *“le denominazioni d’origine e le indicazioni di provenienza [...] devono, a prescindere dagli elementi che possono più particolarmente caratterizzarle, possedere un requisito minimo: esse devono mettere in rilievo la provenienza del prodotto da una determinata zona geografica”*. La protezione di queste denominazioni ha lo scopo di difendere *in primis* i produttori dalla concorrenza sleale e quindi i consumatori dal rischio di acquistare prodotti riportanti indicazioni fallaci. L’uso delle denominazioni designa il collegamento che la qualità e le caratteristiche di un prodotto traggono da una determinata zona geografica e che consentano una facile individuazione del prodotto.

Ciò che la Corte evidenzia è il collegamento che deve sussistere tra zona di provenienza e utilizzo della denominazione come elemento di distinzione e pertanto rientrante nell’oggetto di tutela dell’art. 30 (ex art. 36 CEE) che protegge i diritti di proprietà industriale e commerciale<sup>148</sup>. Lo Stato deve essere in grado di dimostrare il legame tra un territorio ed un prodotto tale da giustificare la denominazione.

Un ulteriore elemento, che verrà valorizzato successivamente nella legislazione delle denominazioni e delle indicazioni geografiche, portato dalla parte attrice a sostegno della propria tesi è il legame tra i termini “Sekt” e “Weinbrand” ed i metodi speciali di produzione impiegati che conferiscono un particolare bouquet al vino. Sebbene la Corte riconosca che particolari tecniche possono influenzare la qualità di un prodotto, nella fattispecie in oggetto questi non permettono di determinare la provenienza e, in assenza dell’utilizzo di determinate uve, questi possono essere impiegati anche in altre zone geografiche (punto 9).

Dalla lettura della sentenza emerge un elemento socio-economico legato alla percezione dei consumatori della denominazione di un prodotto. Nel sondaggio d’opinione (punto 12) emerge che i termini “Sekt” e “Weinbrand” vengono associati all’idea di un prodotto nazionale,

---

<sup>147</sup> Corte di Giustizia delle Comunità Europee, sentenza del 20 febbraio 1975, causa 12/74, *Commissione delle Comunità Europee c. Repubblica Federale di Germania*, in *Raccolta*, 1975, 181 e ss.

<sup>148</sup> CAPELLI, *op. cit.*, 408.

anche se in realtà non si riesce a dimostrare alcuna proprietà del prodotto legata strettamente con il territorio.

Il Trattato, nella ripartizione di competenze tra la Comunità Europea e gli Stati membri, riconosce come spettante a questi ultimi la legislazione in materia di indicazioni di provenienza, ferma restando la previsione contenuta nell'art. 30 (ex. art. 36) che queste non possono costituire misure ad effetto equivalente a restrizioni quantitative.

Nell'ipotesi in cui lo Stato fosse in grado di dimostrare che il legame tra il prodotto e le sue caratteristiche è da imputare alla zona geografica da cui esso proviene, ai particolari fattori naturali e umani a cui è assoggettato, questo è autorizzato a tutelare la denominazione apposta al prodotto secondo le norme che regolano la proprietà industriale e commerciale<sup>149</sup>.

A fianco di questa sentenza, la Corte di Giustizia ha pronunciato altre sentenze volte a colmare il vuoto legislativo ponendosi a fianco degli Stati nella tutela dei prodotti di qualità nazionali e di difesa dei consumatori di fronte a possibili frodi sia dal punto di vista qualitativo sia da quello informativo. L'attività della Corte contrasta l'immobilità della Commissione Europea, i cui primi interventi in materia si registrano solamente a seguito della pubblicazione del Libro bianco sul completamento del mercato interno del 1985.

### **2.2.3. La sentenza Rioja: la tutela dell'origine e la libertà di circolazione delle merci**

La controversia Delhaize, meglio nota come Rioja, ebbe come oggetto del contendere una norma spagnola che subordinava *“l'imbottigliamento del vino tutelato dalla denominación de origen calificada Rioja [...] esclusivamente nelle cantine iscritte autorizzate dal comitato di tutela, non potendo altrimenti il vino essere contrassegnato dalla denominazione.”* (art. 32/1 decreto 157/88)<sup>150</sup>.

---

<sup>149</sup> *Ibid.*

<sup>150</sup> Corte di Giustizia delle Comunità Europee, 9 giugno 1992, *Etablissements Delhaize Frères e Compagnie Le Lion SA c. Promalvin SA e AGE Bodegas Unidas SA*, causa C-47/90, in *Racc.* 1992, 3669.

Questa previsione impediva di fatto il proseguimento di una pratica commerciale in uso da tempo, cioè l'acquisto di vino sfuso da parte dei supermercati belgi allo scopo di effettuare l'imbottigliamento presso gli stessi<sup>151</sup>.

Il governo belga analizza questa norma spagnola ed evidenzia come la misura in essa contenuta costituisca una misura ad effetto equivalente ad una misura restrittiva all'esportazione, laddove ammetta la possibilità che il vino possa essere commercializzato sfuso all'interno della regione Rioja e limiti i quantitativi esportabili all'esterno della stessa (punti 12-14).

Lo scopo specifico della denominazione d'origine è la garanzia della provenienza di un prodotto da una zona geografica determinata, le cui caratteristiche sono influenzate da quest'ultimo. L'obbligo sancito nel regolamento del Rioja è ammissibile solamente nel momento in cui l'imbottigliamento nella regione attribuisca caratteristiche idonee a connotare il vino o che la stessa operazione sia atta a conservarne le caratteristiche (punti 17 e 18).

I poteri di controllo attribuiti al Comitato di Tutela del Rioja durante la fase di imbottigliamento erano di fatto sostituibili con il sistema di garanzia dell'autenticità istituito per il trasporto dello stesso vino all'interno della Comunità (punto 21)<sup>152</sup>.

La pretesa salvaguardia della qualità, obiettivo peraltro condiviso da tutti gli Stati membri, non fu ammessa dalla Corte a giustificazione della normativa spagnola, poiché questi ultimi non erano stati in grado di provare l'effettiva incidenza dell'imbottigliamento sulla qualità del vino (punti 22 e 23). La normativa sulla denominazione di origine protegge i produttori contro lo sfruttamento abusivo del segno distintivo, in

---

<sup>151</sup> ADORNATO F, ALBISSINI F., GERMANO' A., (a cura di) *Agricoltura e alimentazione. Principi e regole della qualità disciplina internazionale, comunitaria e nazionale*, Atti del Convegno internazionale IDAIC, Giuffrè, Macerata, 2009, 176.

<sup>152</sup> La Corte riconosce come il reg. 2238/93 in materia di trasporto preveda un controllo meramente documentario, non offrendo quindi la garanzia riguardo all'origine e alla preservazione della qualità. Inoltre i controlli richiesti ai sensi dell'art. 42 del reg. 2392/89 sono puramente occasionali e non sistematici. L'organismo competente può invitare quello di un altro Stato membro ad esigere le prove della genuinità e dell'esattezza delle informazioni contenute nei documenti di trasporto.

particolar modo la reputazione conquistata dal prodotto, nonché il consumatore finale garantendo a questo la sicurezza di un prodotto di qualità<sup>153</sup>.

La Corte ha finito per accettare la tesi spagnola secondo la quale l'imbottigliamento nella zona di produzione garantisce il rispetto delle ottimali condizioni di qualità del vino, che potrebbero essere compromesse, dal trasporto del vino sfuso al di fuori della zona di produzione. Le tecniche e la conoscenza del prodotto da parte degli operatori della Rioja, ben potendo questa caratteristica essere attribuita anche agli altri territori di produzione, garantiscono la qualità del vino ed il rispetto delle caratteristiche così come previste dal disciplinare di produzione.

Lo stesso regolamento sulle denominazioni ammette che i controlli possano essere più severi all'interno delle zone di produzione purché questi non impediscano la libera circolazione delle merci. La sistematicità dei controlli disposti dal Consorzio di Tutela del Rioja e l'assunzione da parte dei produttori della responsabilità primaria della salvaguardia del loro prodotto, sottolinea l'interesse di questi affinché la reputazione sia salvaguardata e che solo dopo opportuni controlli i lotti possano beneficiare della “*denominación de origen calificada*”<sup>154</sup>.

Con questa pronuncia si evidenziano, a livello giurisprudenziale, i primi segnali di cedimento del legame indissolubile fra qualità e territorio a favore della “reputazione”<sup>155</sup>.

---

<sup>153</sup> COSTATO L., RUSO L., *Corso di diritto agrario italiano e comunitario*, Milano, Giuffrè, 2008, 225.

<sup>154</sup> *Ibid.*

<sup>155</sup> BORGHI P., *I requisiti di tutela dei prodotti di qualità*, in *Rivista di diritto alimentare*, numero 2, 2009. Da un'analisi della giurisprudenza della Corte di Giustizia l'autore sottolinea come il requisito per la tutela delle denominazioni di origine e le indicazioni geografiche si sia spostato sull'esistenza di una “reputazione (legata al territorio) di qualità, che non l'esistenza della qualità in sé; o quanto meno, la salvaguardia di tale reputazione giustifica l'introduzione nel disciplinare di prescrizioni più restrittive, anche se non abbiano una effettiva incidenza sulla realtà”.

#### 2.2.4. La sentenza Tocai: varietà di vite e indicazione geografica a confronto

Una controversia più recente che hanno affrontato la Corte di Giustizia e poi successivamente il Tribunale di Primo Grado ha ad oggetto il vino Tocai<sup>156</sup>.

L'analisi presentata in questa sezione affronta le pronunce del giudice comunitario sulle questioni sollevate dal giudice nazionale.

Il giudice amministrativo ha sottoposto diverse questioni pregiudiziali prospettando almeno quattro profili di invalidità<sup>157</sup>. La base giuridica che conferiva alla Comunità il potere di adottare l'Accordo comunitario sulla tutela delle denominazioni dei vini, considerato anche l'Accordo del 1991 circa l'eventuale riserva di sovranità e competenza dei singoli Stati in materia di denominazioni geografiche nazionali; la violazione delle disposizioni sulle indicazioni omonime previste dall'Accordo; la violazione dell'Accordo TRIPS e la violazione del diritto fondamentale di proprietà<sup>158</sup>.

La Corte di Giustizia ha ritenuto, quale base giuridica per la sottoscrizione dell'Accordo, l'art. 133 CE che attribuisce la competenza esclusiva in capo alla Comunità *“per concludere trattati in materia di politica*

---

<sup>156</sup> Corte di Giustizia delle Comunità Europee, 12 maggio 2005, *Regione Autonoma Friuli-Venezia Giulia e ERSA*, causa C-347/03, in *Racc.*, I-3785. Così BOATTO V., *Il risveglio del Tocai. Le ragioni produttive e di mercato per il rilancio del prodotto*, Milano, Franco Angeli, 2008, 24. La normativa comunitaria ha introdotto, sin dagli esordi della disciplina enologica (Reg. 1388/70/CE), la classificazione delle varietà di vite coltivabili su un determinato territorio e successivamente l'utilizzo del nome del vitigno per definire il vino prodotto con le relative uve. La caduta dei regimi comunisti e le trattative per l'espansione ad est della Comunità Europea hanno condotto alla stipulazione di numerosi accordi bilaterali prima della definitiva adesione. Uno tra questi stipulato con l'Ungheria sulla tutela e il controllo reciproco delle denominazioni dei vini impegnava le parti contraenti a rispettare e tutelare le indicazioni geografiche indicate negli allegati. In questi si riscontra l'assenza del *Tocai friulano*, del *Tocai italico* e del *Tokay d'Alsace*. A questi accordi fecero seguito gli impegni delle parti contraenti a non utilizzare queste denominazioni dopo il 31 marzo 2007. La Francia tradusse questo obbligo nell'apposizione, accanto al nome *Tokay d'Alsace*, l'indicazione *Pinot gris*, ovvero del nome del vitigno da cui era ricavato il vino. L'Italia, con il d.m. 26 settembre 2002 aveva escluso il termine Tocai nella menzione “Tocai friulano” e “Tocai italico” per la presentazione e designazione dei vini. A seguito della fase giudiziale nazionale, è stato adito il Tribunale di primo grado e successivamente la Corte di Giustizia delle Comunità Europee.

<sup>157</sup> GENCARELLI F., *Commento alla sentenza della Corte Costituzionale del 14 novembre 2008, Presidenza del Consiglio dei Ministri c. Regione Friuli Venezia Giulia*, in *Diritto e giurisprudenza agraria, alimentare e dell'ambiente*, 2009, 688 e ss.

<sup>158</sup> *Ibid.*

*commerciale*”, tra cui quello sui vini<sup>159</sup>. La tutela riconosciuta anche alle denominazioni dei vini provenienti dai Paesi terzi era sancita già nell’OCM vitivinicola, in vigore al momento della conclusione dell’Accordo CE-Ungheria sui vini. L’art. 63 che i vini importati destinati al consumo umano e designati con un’indicazione geografica possono beneficiare del controllo e della protezione previsti per i vini comunitari. Tale disposizione sarebbe stata oggetto, come nel caso di specie è avvenuto, di un apposito accordo con lo Stato terzo interessato principalmente per assicurare reciproca tutela e favorire la commercializzazione sui rispettivi territori.

Nel secondo punto, il giudice comunitario ha rilevato che le norme contenute negli artt. 4 e 5 sui casi di omonimia non si applicano alle menzioni di “Tocai friulano” e “Tocai italico”. All’epoca questi ultimi erano considerati vitigni atti a produrre vini v.q.p.r.d, ma non costituivano un’indicazione geografica<sup>160</sup>. L’affermazione sostenuta dalla difesa italiana, peraltro non provata dalla stessa, adduceva alla possibilità che, soddisfatte tutte le condizioni previste dal disciplinare delle indicazioni geografiche “Collio goriziano”, “Collio”, “Isonzo del Friuli” e “Isonzo”, queste possano essere combinate con la menzione delle varietà di vite “Tocai friulano” e “Tocai italico”. Non essendo contemplate le denominazioni “Tocai friulano” e “Tocai italico” negli allegati all’Accordo, la Corte respinge l’errata percezione della realtà da parte delle parti contraenti.

L’ulteriore questione sottoposta alla Corte chiede se l’Accordo TRIPs, entrato in vigore successivamente all’Accordo del 1993, possa trovare applicazione e quindi si possa ammettere che entrambe le denominazioni possano continuare ad essere utilizzate in futuro e ciascuna indichi il Paese, la regione o la zona di provenienza per non trarre in inganno i consumatori. L’Accordo ADPIC stabilisce che gli Stati aderenti hanno competenza a decidere le condizioni pratiche per tutelare le indicazioni geografiche omonime. Ricostruendo la definizione di

---

<sup>159</sup> *Ibid.*

<sup>160</sup> Tali espressioni figuravano negli elenchi delle varietà di vite raccomandata e autorizzata, v. titolo I dell’allegato al reg. (CE) n. 3800/81 e punto 5 allegato III del reg. (CE) n. 3201/90.

“indicazione geografica” utilizzata nell’Accordo ADPIC, la Corte afferma che queste servono ad identificare un prodotto come originario di un territorio, regione o località e le cui qualità, notorietà o altre caratteristiche siano essenzialmente attribuibili all’origine geografica. La Corte respinse anche questa questione essendo il “Tocai friulano” il nome di un vitigno e non di un territorio come espressamente enunciato nelle norme internazionali e nell’Accordo CE-Ungheria. La facoltà degli Stati aderenti all’OMC e non l’obbligo di accordare protezione alle indicazioni omonime è previsto dallo stesso Accordo ADPIC. La Comunità, avvalendosi di questa facoltà, ha assicurato la tutela alle indicazioni geografiche e quindi riservato ai vini ungheresi l’utilizzo di tale denominazione<sup>161</sup>.

Con l’ultima questione il giudice *a quo* ha chiesto se il diritto di proprietà sancito nell’art. 1 del Protocollo e nell’art. 17 della CEDU ricomprenda anche la proprietà intellettuale relativamente alle denominazioni di origine dei vini e a loro sfruttamento<sup>162</sup>. La parte attrice denunciava un’espropriazione di un bene oggetto di un diritto di proprietà intellettuale, la quale è ammessa esclusivamente in forza di una legge, per scopi di pubblica utilità, in maniera proporzionale e sostenuta da un giusto indennizzo. La Corte argomenta che il divieto di commercializzazione dei vini con la denominazione “Tocai friulano” non ha determinato l’esclusione della vendita dei vini interessati, purché questa avvenga in modo ragionevole. Essa ha ravvisato, sulla scia di una giurisprudenza consolidata, che è ammissibile la restrizione del diritto di proprietà purché sia giustificata, rispetti il principio di legalità e persegua uno scopo legittimo con mezzi ad esso ragionevolmente proporzionati. Nel caso di specie lo scopo generale era rappresentato dal favoreggiamento di una politica di reciproco sostegno nella protezione e commercializzazione dei vini originari sul territorio delle parti contraenti. Tra gli altri scopi il regolamento sancisce la necessità di fornire al consumatore finale un’informazione esatta sui prodotti e proteggere i produttori dalle distorsioni della concorrenza.

---

<sup>161</sup> GENCARELLI, *op. cit.*, 691.

<sup>162</sup> Carta dei diritti fondamentali dell’Unione europea, proclamata a Nizza il 7 dicembre 2000, GU n. C 364.

L'orientamento giurisprudenziale della Corte di Giustizia "*favorevole alla massima tutela e alla valorizzazione delle denominazioni d'origine nei confronti delle menzioni di altra natura*" è stato confermato nelle cause C-23/04 e C-24/04<sup>163</sup>. Ai produttori ungheresi è stato riconosciuto il diritto esclusivo di utilizzare il termine Tokaj, escludendo l'ammissibilità di menzioni omonime, "*neanche per prodotti destinati al solo mercato nazionale*"<sup>164</sup>.

### **2.3. La protezione delle indicazioni geografiche nella nuova OCM vino**

La riforma dell'OCM vino si presenta come il risultato naturale ed inevitabile sulla scia di un processo di riorganizzazione della PAC che ha coinvolto tutti i settori dell'agroalimentare. La Commissione aveva indicato come necessario un intervento anche nel settore vitivinicolo alla luce dei mutamenti internazionali che imponevano nuove sfide per gli operatori economici europei e del deteriorarsi dell'equilibrio tra domanda ed offerta<sup>165</sup>.

L'Europa parte da una posizione di primato rispetto ad attori che si sono affacciati negli ultimi anni sul mercato vinicolo: maggiore produttore, consumatore, importatore ed esportatore<sup>166</sup>.

La valutazione dell'inefficacia del reg. 1493/1999 fonda la necessità di intervento per "*guidare il settore verso uno sviluppo competitivo e sostenibile*" individuando i temi di intervento: economico (migliorare la competitività dei produttori di vino comunitari e rafforzare la notorietà sui mercati mondiali dei vini comunitari di qualità), sociali (rafforzare il tessuto sociale

---

<sup>163</sup> *Id.*, 692. Corte di Giustizia delle Comunità Europee, 18 giugno 2008, Confcooperative Friuli-Venezia Giulia e a. c. MIPAAF, in cause riunite C-23/07 e C-24/07, non ancora pubblicata in Raccolta.

<sup>164</sup> GENCARELLI, *op. et loc. ult. cit.*

<sup>165</sup> Comunicazione della Commissione al Consiglio e al Parlamento Europeo del 22 giugno 2006, Verso un settore vitivinicolo europeo sostenibile, in [http://ec.europa.eu/agriculture/capreform/wine/com2006\\_319\\_it.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/capreform/wine/com2006_319_it.pdf).

<sup>166</sup> Dati elaborati dalle statistiche pubblicate sul sito dell'OIV. La produzione di vino europea si attesta a circa 175,49 milioni di hl (66,5% della produzione mondiale), il consumo di vino è di 154,46 milioni di hl (64,9% del consumo mondiale), le importazioni si attestano a 61,00 milioni di hl (pari al 70,4%) e le esportazioni raggiungono i 65,45 milioni di hl (circa il 70%).

delle zone rurali), culturali (salvaguardare la tradizione delle produzioni vitivinicole) ed ambientali (produrre nel rispetto dell'ambiente)<sup>167</sup>.

La complessità della normativa europea si ritrova anche nelle definizioni, in particolare nell'assenza di un concetto di "qualità" a livello internazionale e nell'assenza di un collegamento tra le definizioni comunitarie e il concetto di "indicazione geografica" così come inteso nell'Accordo TRIPs.

La peculiarità dell'OCM vino rispetto agli altri settori della PAC è dovuta principalmente ruolo rilevante riconosciuto alle misure di intervento nel mercato, che impongono contingentamenti della produzione, tecniche di coltivazione e trasformazione, categorie qualitative dei prodotti<sup>168</sup>.

Come è stato osservato la nuova OCM vino segna un punto di rottura rispetto alle precedenti riforme del settore, tendenti ad aggiustamenti strutturali ed organizzativi, mantenendo pressoché inalterata la costruzione tradizionale<sup>169</sup>. Con reg. 1493/1999 non si era riusciti a fronteggiare l'annoso problema della sovrapproduzione di vino aggravato dal progressivo calo dei consumi, anche dei v.q.p.r.d.

Per dirla utilizzando le parole del legislatore comunitario "*da un certo tempo la Comunità persegue l'obiettivo di semplificare il contesto normativo della PAC*" (considerando n. 5 del reg. (CE) 1234/2007) riassumendo così il traguardo raggiunto dell'assorbimento in un unico regolamento, chiamato semplicemente "OCM unica", di tutti i regolamenti riguardanti il comparto agroalimentare. Il passaggio da una regolamentazione settoriale ad una orizzontale si inserisce in un'ottica di semplificazione tecnica (considerando n. 7).

---

<sup>167</sup> ALBISSINI, 432.

<sup>168</sup> POMARICI, SARDONE, *op. cit.*, 5.

<sup>169</sup> *Ibid.* così POMARICI, SARDONE analizza in sintesi la nuova OCM vino, la quale si caratterizza per un'inversione di tendenza rispetto alle misure adottate sino a quel momento: soppressione delle misure tradizionali di sostegno del mercato, attivazione di interventi a sostegno della competitività attraverso piani di rilancio locali e nazionali, rafforzamento delle strategie a favore di aree vitivinicole nell'ambito di progetti di sviluppo locale, modifica radicale delle indicazioni geografiche.

L'OCM vino è stata assorbita nel reg. 1234/2007 assieme agli altri prodotti agroalimentari, con cui condivide alcune norme di carattere trasversale<sup>170</sup>.

La competitività dei vini importati dai Paesi terzi, così come riconosciuto dalla Commissione, risiede *“in parte dalla maggiore dimensione delle imprese operanti sul mercato internazionale, in parte da una maggiore capacità di marketing legata anche all'efficacia dell'identificazione varietale dei vini”*<sup>171</sup>. La tendenza europea, forte di una lunga tradizione che caratterizza i vini in base alla loro origine, predilige l'area di produzione a cui è associata una determinata denominazione di origine o un'indicazione geografica, diversamente da quanto avviene per i Paesi del Nuovo Mondo, in cui si attribuisce un'importanza maggiore all'indicazione delle varietà utilizzate<sup>172</sup>.

La modifica della classificazione dei prodotti con denominazione di origine e indicazione geografica rappresenta una delle novità più significative della riforma, che porta i vini ad utilizzare la stessa denominazione degli altri prodotti agroalimentari<sup>173</sup>. Il riavvicinamento ha favorito la creazione di una simbologia comunicativa uniforme (DOP e IGP) utilizzata per i prodotti agroalimentari ed estesa oggi anche al settore dei vini<sup>174</sup>. Questa uniformazione dei segni distintivi ha sollevato da più parti riflessioni circa la mutazione della piramide qualitativa.

---

<sup>170</sup> Regolamento 1234/2007/CE del Consiglio del 22 ottobre 2007 recante organizzazione comune dei mercati agricoli e disposizioni specifiche per taluni prodotti agricoli (regolamento unico OCM), GU n. L 299, 16/11/2007, modificato dal Regolamento 491/2009/CE del Consiglio del 25 maggio 2009, GU n. L 154, 17/06/2009.

<sup>171</sup> *Ibid.*

<sup>172</sup> Non così ALBISSINI, in *L'officina comunitaria e la OCM vino: marchi, denominazioni e mercato*, Centro di responsabilità di attività scientifica IDAIC, 2008, 435. L'autore evidenzia la sussistenza di posizioni diverse nelle due macroaree europee, caratterizzate da differenze culturali, storiche e geografiche. Da un lato i Paesi del Nord Europa e di cultura anglosassone indifferenti ai legami territoriali, non produttori di vino ma più attenti alle esigenze dei consumatori, hanno mantenuto una posizione di favore verso un'omologazione delle denominazioni dei vini con quelle dei prodotti agroalimentari per contrastare il rischio di confusione derivante dalla presenza di numerosi segni di qualità. I Paesi dell'area mediterranea, tradizionalmente produttori e storicamente legati alle produzioni territoriali e di qualità, manifestavano perplessità verso un sistema di segni identificativi fortemente innovativo rispetto alle abitudini del consumatore. Vedi Comunicazione della Commissione Europea, 22 giugno 2006.

<sup>173</sup> *Id.*, 35.

<sup>174</sup> ALBISSINI, *op. e loc. ult. cit.* Già regolati attraverso il reg. (CE) n. 510/2006.

Attraverso il Libro Verde sulla qualità dei prodotti agroalimentari la Commissione ci offriva una lettura dei risultati raggiunti dalla normativa sui sistemi di qualità specifici dell'UE e stimolava, attraverso diciannove domande, ad un'analisi sui processi avviati e al suggerimento di nuovi strumenti attuativi<sup>175</sup>. Tra i sistemi di qualità emergono chiaramente, in un ruolo che in numerosi decenni si è imposto come linea guida per il produttore e per il consumatore nella scelta di prodotti di qualità, le indicazioni geografiche. Da un lato, attraverso i controlli ufficiali dell'autorità pubblica o dall'organismo di tutela, il consumatore è garantito attraverso l'etichettatura della veridicità e della conformità ad un disciplinare delle informazioni trasmesse attraverso la denominazione. Dall'altro, il produttore è protetto contro le contraffazioni e la concorrenza sleale<sup>176</sup>.

L'armonizzazione con le procedure previste nel reg. (CE) n. 510/2006, che regolano i criteri di riconoscimento delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche, permette di creare un quadro più trasparente e completo delle produzioni di qualità (considerando n. 27)<sup>177</sup>.

La nuova suddivisione prevede due categorie: i vini con origine geografica o senza origine, superando la tradizionale piramide qualitativa dei v.q.p.r.d. ed eliminando la categoria dei vini da tavola<sup>178</sup>.

L'impatto di questa trasformazione sui consumatori è particolarmente significativo. La percezione della struttura piramidale è particolarmente radicata in molti Paesi: un vino DOCG o un Grand Cru hanno una qualità superiore di un vino DOC o AOC<sup>179</sup>.

Terzo cambiamento significativo è il passaggio dal riconoscimento delle denominazioni d'origine dalla sede nazionale a quella comunitaria,

---

<sup>175</sup> Commissione delle Comunità Europee "Il Libro Verde sulla qualità dei prodotti agricoli: norme di prodotto, requisiti di produzione e sistemi di qualità", <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0641:FIN:IT:PDF>.

<sup>176</sup> *Ibid.*

<sup>177</sup> Regolamento (CE) n. 510/2006 del Consiglio, del 20 marzo 2006 relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine dei prodotti agricoli e alimentari, GU n. L 93, 31/03/2006.

<sup>178</sup> *Id.*, 37.

<sup>179</sup> POMARICI, *Il Libro Verde e il vino*, in *Rivista di diritto alimentare* 2009, 1.

con l'obiettivo di ritrovare l'armonizzazione tra le differenti procedure che si erano create in attuazione ai regolamenti precedenti<sup>180</sup>.

L'aumento del numero dei v.q.p.r.d. ha generato confusione tra i consumatori sia comunitari che internazionali, creando un indebolimento del mercato.

Entrando nel dettaglio dell'analisi del reg. 479/2008, il Capo IV contiene le norme inerenti alle denominazioni di origine e alle indicazioni geografiche, in particolare enuclea le disposizioni relative alla loro tutela ed evidenzia la sottile distinzione tra le due data dal più stringente legame con il territorio che le prime hanno rispetto alle seconde<sup>181</sup>.

La domanda di protezione (art. 35/1) di un nome in quanto indicazione geografica deve essere corredato da una serie di documenti a supporto della richiesta. In particolare il "fascicolo tecnico" deve comprendere: il nome di cui è richiesta la protezione, dati del richiedente, il disciplinare di produzione e il suo documento riepilogativo. Il disciplinare si pone quale strumento normativo per regolare le produzioni di vini a denominazioni d'origine e a indicazione geografica, e descrive le

---

<sup>180</sup> *Ibid.*

<sup>181</sup> La sottosezione I, all'art. 118<sup>ter</sup> definisce la a) "denominazione di origine", il nome di una regione, di un luogo determinato o, in casi eccezionali, di un paese, che serve a designare un prodotto di cui all'articolo 118 bis, paragrafo 1, conforme ai seguenti requisiti: i) la sua qualità e le sue caratteristiche sono dovute essenzialmente o esclusivamente ad un particolare ambiente geografico ed ai suoi fattori naturali e umani; ii) le uve da cui è ottenuto provengono esclusivamente da tale zona geografica; iii) la sua produzione avviene in detta zona geografica; e iv) è ottenuto da varietà di viti appartenenti alla specie *Vitis vinifera*;

La definizione di "indicazione geografica", l'indicazione che si riferisce a una regione, a un luogo determinato o, in casi eccezionali, a un paese, che serve a designare un prodotto di cui all'articolo 118 bis, paragrafo 1, conforme ai seguenti requisiti:

i) possiede qualità, notorietà o altre caratteristiche specifiche attribuibili a tale origine geografica; ii) le uve da cui è ottenuto provengono per almeno l'85 % esclusivamente da tale zona geografica; iii) la sua produzione avviene in detta zona geografica; e iv) è ottenuto da varietà di viti appartenenti alla specie *Vitis vinifera* o da un incrocio tra la specie *Vitis vinifera* e altre specie del genere *Vitis*. 2. Taluni nomi usati tradizionalmente costituiscono una denominazione di origine se: a) designano un vino; b) si riferiscono a un nome geografico; c) soddisfano i requisiti di cui al paragrafo 1, lettera a), punti da i), a iv); e d) sono sottoposti alla procedura prevista dalla presente sottosezione per il conferimento della protezione alla denominazione di origine e all'indicazione geografica.

Così ALBISSINI, *op. et loc. ult. cit.* La scelta di una riforma delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche era motivata anche dall'apertura dei mercati mondiali, non abituati alle suddivisioni qualitative europee, e fortemente orientati alla concorrenza e all'innovazione. FERRARI, 6.

caratteristiche analitiche e organolettiche, le pratiche enologiche ammesse ed utilizzate, la delimitazione della zona geografica, le rese e le varietà ammesse, nonché l'indicazione delle specifiche qualità e caratteristiche legate intrinsecamente a quel territorio ed ai fattori umani e naturali ivi presenti, le condizioni applicabili dall'organizzazione che gestisce la designazione delle indicazioni geografiche e l'autorità preposta al controllo del rispetto delle disposizioni del disciplinare<sup>182</sup>.

L'attenzione dell'Unione Europea verso la tutela delle produzioni provenienti da Paesi Terzi prevede l'applicazione delle stesse disposizioni previste per la domanda di protezione dei vini comunitari, individuando come unico presupposto la tutela della medesima indicazione anche nel Paese di origine (art. 118 *quinquies*).

Il carattere collettivo delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche si traduce anche nel requisito soggettivo del richiedente: può infatti presentare domanda di protezione “qualunque associazione di produttori” e solo in determinati ed eccezionali casi “da singoli produttori” (art. 118 *sexies*).

Il regolamento prevede una procedura di conferimento della protezione divisa in due fasi: una fase nazionale preliminare e l'esame da parte della Commissione.

La domanda è presentata nello Stato membro del cui territorio è originaria la denominazione o l'indicazione, valutando la conformità alle disposizioni del regolamento europeo. La pubblicazione della domanda consente a qualsiasi “persona fisica o giuridica avente un interesse legittimo e stabilita o residente sul suo territorio” di opporsi alla protezione, nel termine di due mesi dalla data di pubblicazione, presentando una dichiarazione debitamente motivata (art. 118 *septies*/3).

---

<sup>182</sup> L'art. 118 *octidies* dispone che le eventuali innovazioni delle conoscenze scientifiche e tecniche e la revisione della delimitazione della zona, le quali richiedono la modifica del disciplinare di produzione, siano introdotto seguendo l'iter previsto per la deposizione della domanda contenente la descrizione delle modifiche che ne costituiscono l'oggetto e le relative motivazioni. A seconda della gravità delle modifiche si adatterà una procedura simile alla domanda di protezione o, in alternativa, senza ricorrere all'applicazione degli artt. 118 *octies*/2 e 118 *nomies*.

All'ammissione della domanda segue una seconda pubblicazione e il documento compreso di disciplinare viene trasmesso alla Commissione con il parere positivo dello Stato (art. 118 *septies*/5)<sup>183</sup>.

La fase comunitaria si apre con la pubblicazione, ad opera della Commissione, della data di presentazione della domanda e con la verifica della sussistenza dei presupposti previsti dal regolamento (art. 118 *octies*/1-2).

L'atto finale, in assenza di condizione di inammissibilità, è la pubblicazione nella Gazzetta ufficiale dell'Unione europea del documento unico e del disciplinare (art. 118 *octies*/3).

Il regolamento fissa un termine di due mesi per avviare la procedura di opposizione prevista dall'art. 118 *nonies*. Legittimati a presentare dichiarazione motivata di opposizione sono gli Stati membri, Paesi terzi, le persone fisiche o giuridiche che abbiano un interesse legittimo.

I casi di omonimia o parziale omonimia vengono analizzati tenendo conto della molteplicità di interessi che sottostanno la domanda di protezione e più in generale il background tradizionale, alimentato dagli usi locali, con la capacità di generare confusione sul mercato (art. 118 *undecies*/2). Questa confusione giustifica il rifiuto della registrazione quando, indipendentemente dall'effettività del legame tra il prodotto e il suo territorio d'origine, il nome di quest'ultimo sia in grado di indurre il consumatore a pensare ad un'altra origine territoriale (art. 118 *undecies*/2). Ferma restando l'ammissibilità di una successiva registrazione di un nome omonimo quando questo sia "sufficientemente differenziato" da quello già registrato.

Tra i motivi di rigetto della registrazione, l'art. 118 *duodecies* enuclea i due casi di rigetto della protezione. In primo luogo un nome divenuto generico, il quale è considerato tale tenendo conto delle disposizioni legislative nazionali o comunitarie e dalla situazione di mercato, non può

---

<sup>183</sup> La domanda può essere rifiutata qualora la denominazione o l'indicazione non soddisfi le condizioni previste dal regolamento o siano incompatibili con il diritto comunitario in generale (art. 118 *septies*/4).

essere protetto in quanto denominazione o indicazione<sup>184</sup>. In secondo luogo, per evitare confusione tra i consumatori, può essere rifiutata la registrazione di un nome quando questo sia già utilizzato come marchio commerciale e questo goda di notorietà e reputazione.

Il rispetto delle disposizioni contenute nel disciplinare di produzione autorizza gli operatori ad utilizzare, ai fini della commercializzazione dei vini, le denominazioni di origine e le indicazioni geografiche. La protezione accordata dal regolamento protegge il nome tutelato da a) “qualsiasi uso commerciale diretto o indiretto [...] su prodotti comparabili non conformi al disciplinare” o il cui uso si avvantaggi della notorietà della denominazione di origine o dell’indicazione geografica; b) “qualsiasi usurpazione, imitazione o evocazione, anche se l’origine vera del prodotto o servizio è indicata o se il nome protetto è una traduzione o è accompagnato da espressioni quali «genere», «tipo», «metodo», «alla maniera», «imitazione», «gusto», «come» o simili; c) qualsiasi altra indicazione falsa o ingannevole relativa alla provenienza, all’origine, alla natura o alle qualità essenziali del prodotto usata sulla confezione o sull’imballaggio, nella pubblicità o sui documenti relativi al prodotto vitivinicolo in esame nonché l’impiego, per il condizionamento, di recipienti che possono indurre in errore sulla sua origine; d) qualsiasi altra pratica che possa indurre in errore il consumatore sulla vera origine del prodotto.” (art. 118 *quaterdecies*/2).

È compito degli Stati membri, attraverso l’autorità competente a ciò designata, condurre i controlli, contrastare e far cessare l’uso illegale di denominazioni e indicazioni geografiche protette all’interno della comunità<sup>185</sup>.

---

<sup>184</sup> Il nome di un vino che, pur riferendosi al luogo o alla regione in cui è stato originariamente prodotto o commercializzato, è diventato il nome comune di un vino nella Comunità.

<sup>185</sup> L’art. 118*quindices* incarica la Commissione a creare e tenere aggiornato il registro elettronico delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche protette dei vini. La consultazione è pubblica ed accessibile tramite il sito internet <http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/e-bacchus/index.cfm?event=pwelcome&language=IT>. E-Bacchus, il nome del registro elettronico della Commissione, contiene, oltre i già citati vini DOP (1334) e IGP (587) dell’Unione Europea, anche quelli dei Paesi Terzi (2 DOP, 378 IGP e 696 vini con un nome di origine).

La frequenza dei controlli ha cadenza annuale, in particolare l'autorità o l'organismo di controllo, ai sensi dell'art. 2/2/5 del reg. (CE) n. 882/2004, verificano il rispetto del disciplinare durante la fase produttiva e durante o dopo il condizionamento del vino.

Le denominazioni dei vini protette in virtù degli artt. 51 e 54 del reg. 1493/1999 e dell'art. 28 del reg. 753/2002 sono automaticamente tutelate dalle disposizioni della nuova OCM vino. L'estensione dell'ambito di applicazione era subordinata all'invio, a cura degli Stati membri, dei fascicoli tecnici e delle decisioni nazionali di approvazione entro il 31 dicembre 2011, termine oltre il quale decadeva la tutela ai sensi del nuovo regolamento.

#### **2.4. La protezione delle indicazioni geografiche dell'Unione Europea nei Paesi Terzi**

Gli accordi bilaterali sono sempre stati utilizzati come un valido e più incisivo strumento per incrementare la tutela internazionale delle indicazioni geografiche. L'Europa è il principale promotore di queste iniziative bilaterali poiché può vantare nel mondo il più alto numero di indicazioni geografiche e denominazioni d'origine. La loro tutela risponde principalmente ad interessi socio-economici, rappresentando nel settore vitivinicolo un'importante fonte occupazionale e reddituale<sup>186</sup>.

Lo sviluppo delle realtà imprenditoriali europee ha sempre mantenuto e valorizzato le piccole e medie attività, sia di tipo privato che cooperativistico, a differenza degli Stati del "Nuovo Mondo" in cui gli investimenti sono stati indirizzati verso multinazionali del vino<sup>187</sup>. La rapida crescita di queste aziende è da attribuire a diversi fattori: facili e frequenti spostamenti dei viticoltori e dei produttori verso l'estero per promuovere ed esportare conoscenze e servizi, competizione tra produttori locali, sperimentazioni, innovazioni tecnologiche e spesso

---

<sup>186</sup> L'Europa è leader mondiale nella produzione di vino con il 66,5% della produzione mondiale. Sito OIV:  
<http://www.oiv.int/oiv/info/itstatistiquesecteurvitivinicole#secteur>.

<sup>187</sup> NOSSITER J., *Mondovino*, in VESETH M., *Wine Wars: the Curse of the Blue Nun, the Miracle of the Buck Chuck, and the Revenge of the Terroirists*, 167 ss. Il regista, nel suo viaggio nei territori del vino, incontra persone che, con caratteri diversi, rappresentano le differenti percezioni dei produttori e dei tecnici rispetto al *terroir* e al mercato.

l'assenza di interventi regolatori<sup>188</sup>. Questa “aggressione” economica a svantaggio dei vini comunitari, ha evidenziato la necessità di adottare misure protezioniste attraverso la tutela del *know how* e delle indicazioni geografiche<sup>189</sup>.

Le riconosciute qualità dei vini prodotti in Europa sul mercato internazionale e la notorietà tra i consumatori di molti di questi hanno originato molti casi di usurpazione da parte di produttori non comunitari.

L'esigenza di elevare il livello di tutela comunitario delle indicazioni anche sul piano internazionale si è concretizzata nelle istanze promosse nell'ambito del WTO e attraverso la sottoscrizione di accordi bilaterali. L'Europa ha sottoscritto sei trattati bilaterali il cui ambito di applicazione è limitato al vino e agli alcolici (Australia, Canada, Cile, Sud Africa e Stati Uniti), in alcuni casi, ad esempio la Svizzera, il settore del vino è tutelato assieme agli altri prodotti agroalimentari.

Le posizioni di questi attori internazionali hanno da sempre manifestato una preferenza verso l'ammissibilità all'uso ed il legittimo utilizzo da parte dei produttori di vino “non originari” di indicazioni geografiche senza alcun legame con il territorio, con l'unica condizione che la reale origine del vino fosse indicata<sup>190</sup>.

Questi nomi si sono svuotati del loro contenuto culturale e storico perdendo il legame con il territorio<sup>191</sup>. I produttori, facendo leva sulla reputazione di questi vini tra i consumatori, hanno cominciato ad utilizzarli sui propri prodotti facendoli diventare termini semi-generici<sup>192</sup>.

Dall'altra parte l'Unione Europea, la cui attenzione si è orientata sin dagli inizi alla protezione dell'eterogeneità della produzione vinicola, ha

---

<sup>188</sup> STERN S., FUND C., *The Australian System of Registration and Protection of Geographical Indications for Wine*, in 5 *Flinders Journal of Law Reform* 39, 34.

<sup>189</sup> Così HINCHLIFFE S., *The impact of the EU-Australia Wine Agreement*, in [http://www.alta.edu.au/pdf/conference/published\\_papers/2007-%20HINCHLIFFE%20S\\_The%20Impact%20of%20the%20EU-Australia%20Wine%20Agreement\\_Final.pdf](http://www.alta.edu.au/pdf/conference/published_papers/2007-%20HINCHLIFFE%20S_The%20Impact%20of%20the%20EU-Australia%20Wine%20Agreement_Final.pdf).

<sup>190</sup> CHAUFFOUR J.P., MAUR J.C., *Preferential Trade Agreement Policies for Development: A Handbook*, Washington, World Bank, 2011, 399.

<sup>191</sup> *Ibid.*

<sup>192</sup> *Ibid.*

promosso in più direzioni i propri sforzi volti a tutelare questo patrimonio<sup>193</sup>.

Gli economisti considerano le indicazioni geografiche uno “status good”, ovvero un bene appartenente a quella categoria in cui l’apposizione in etichetta conferisce prestigio al bene indipendentemente dalla qualità dello stesso<sup>194</sup>.

L’uso, da parte dei produttori “non originari”, può minare il valore associato e riconosciuto ai prodotti originari, indipendentemente dalla coscienza del consumatore della veridicità della provenienza e quindi incidere sul prezzo<sup>195</sup>.

Questi Accordi, sebbene l’analisi verta sulla tutela delle indicazioni geografiche con un particolare focus sui benefici per i produttori comunitari, hanno permesso, nell’ottica di un reciproco vantaggio economico e commerciale, di facilitare gli scambi e stimolare gli stati contraenti ad approfondire la tutela delle indicazioni geografiche.

La struttura degli accordi bilaterali ha seguito una struttura pressoché uniforme: alcune previsioni generali (obiettivi, scopo, estensione e definizioni), una parte dedicata alla tutela delle indicazioni geografiche e una alle pratiche enologiche. Molto spesso regolano la documentazione necessaria all’importazione e definiscono le forme di collaborazione e la mutua assistenza tra le autorità di controllo<sup>196</sup>.

Il riconoscimento reciproco o la mutua protezione delle indicazioni geografiche elencate, così come previsto nei diversi trattati bilaterali, va oltre lo standard minimo previsto nell’Accordo TRIPs di fornire i mezzi legali per la loro protezione<sup>197</sup>. Quest’ultimo non impone agli Stati l’obbligo di proteggere automaticamente le indicazioni geografiche, ma subordina la loro tutela ad un esame discrezionale delle autorità competenti circa il possesso dei requisiti previsti dall’art. 22/1 (deve identificare un’area geografica particolare, deve sussistere un

---

<sup>193</sup> *Ibid.*

<sup>194</sup> *Ibid.*

<sup>195</sup> *Ibid.*

<sup>196</sup> ABDULQAWI Y., CORREA C. M., *Intellectual Property and International Trade: The TRIPs Agreement*, London, Boston, Kluwer Law International, 186.

<sup>197</sup> *Id.*, 188.

collegamento tra la qualità, la reputazione o altre caratteristiche e la sua origine geografica, nonché l'applicazione di un'eccezione prevista nell'art. 24)<sup>198</sup>. L'estensione della tutela obbliga le parti contraenti ad intervenire per predisporre tutti gli strumenti ed assicurare l'effettiva mutua protezione dei nomi indicati nelle liste allegate agli accordi, riconoscendo in primis le procedure di riconoscimento e la tutela delle indicazioni geografiche compiute dalle autorità dei Paesi d'origine<sup>199</sup>.

#### 2.4.1. EC/Australia Wine Agreement

Uno dei primi accordi bilaterali sottoscritti dall'Unione Europea è stato stipulato con l'Australia nel 1994<sup>200</sup>. Questo Paese era privo di una legislazione specifica sulla protezione delle indicazioni geografiche dei vini e di altri beni. I rimedi giuridici a disposizione degli operatori economici e dei consumatori erano limitati al cosiddetto "*passing off*", ovvero il danno alla reputazione dei produttori causato dalla falsa indicazione di provenienza apposta su prodotti di qualità inferiore e per i consumatori il potere di agire contro le transazioni commerciali sleali ed ingannevoli<sup>201</sup>.

Quanto emerge dal Preambolo dell'Accordo, il desiderio comune era quello di "*creare condizioni favorevoli per lo sviluppo armonioso del commercio e la promozione della cooperazione commerciale*" basando le relazioni sui principi di uguaglianza, reciprocità e ricevendo come contropartita uguali benefici.

L'approccio dei due continenti alle indicazioni geografiche è storicamente e tradizionalmente diverso: il sistema delle denominazioni europeo prevede una serie di controlli e restrizioni sulle pratiche vitivinicole, non condivise dalla legge australiana<sup>202</sup>. Quest'ultima non

---

<sup>198</sup> *Ibid.*

<sup>199</sup> *Ibid.*

<sup>200</sup> Agreement between the European Community and Australia on trade in wine, GU n. 86/3, 31/03/1994.

<sup>201</sup> Per approfondimenti, v. DAVISON M., MONOTTI A., WISEMAN L., *Australian Intellectual Property Law*, New York, Cambridge University Press, 2012, 20 "*A typical passing off situation is one in which the defendant represents that its product originates from or is in some way associated with the plaintiff or the plaintiff's business when that is not the case. It may do this by adopting some business indicia of the plaintiff such as an identical or similar business name or sign associated with the plaintiff's product.*". 1974 Trade Practise Act.

<sup>202</sup> McMANIS S., *EU considerations don't govern Australian GIs, court rules*, in *Shelston IP*, in [www.worldtrademarkreview.com/daily](http://www.worldtrademarkreview.com/daily).

cerca di creare un nesso particolare sull'origine e la qualità, ma è orientata, nella determinazione delle aree geografiche, alla valorizzazione della qualità dei vitigni<sup>203</sup>.

Per raggiungere gli obiettivi fissati, fu necessario stabilire ai fini dell'Accordo il significato dei termini usati, in particolare la definizione di indicazione geografica *lata*. A questo concetto si riconducono sia le indicazioni geografiche in senso stretto sia le denominazioni di origine così come specificate nell'Allegato II ed in quanto regolate dalle norme delle parti contraenti. Elemento comune rimaneva il legame inscindibile tra la qualità, la reputazione o altre caratteristiche riconosciute nel vino e attribuibili essenzialmente al luogo di origine.

L'art. 6 obbligava le parti alla protezione reciproca dei nomi dei vini, a sostegno della quale devono predisporre i mezzi giuridici necessari a prevenire l'uso di indicazioni geografiche su vini non originari dal territorio in questione.

La disposizione proibiva inoltre la registrazione di marchi costituiti o contenenti un'indicazione geografica, che non fosse veritiera sulla reale origine del prodotto.

La protezione era estesa anche alle ipotesi in cui la vera origine fosse stata correttamente indicata o fosse stata introdotta da espressioni che potevano trarre in inganno quali traduzioni, "modo", "tipo", "stile", "imitazione", "metodo" o simili.

Le parti si sono impegnate a rifiutare la registrazione di indicazioni geografiche che avessero indicato una falsa origine. I casi di omonimia furono risolti accordando protezione ad entrambe le indicazioni purché il loro utilizzo fosse giustificato da un uso costante nel tempo e non evocasse nei consumatori l'origine del vino nel territorio dell'altra parte.

Dall'Accordo si evince che numerose erano le indicazioni geografiche europee utilizzate in maniera generica dai produttori di vino australiani per qualificare i loro vini. L'art. 8 definiva i termini temporali entro i quali doveva cessare lo sfruttamento dei nomi a favore dei nomi dei vitigni quali ad esempio: Cabernet Sauvignon, Chardonnay e Shiraz.

---

<sup>203</sup> *Ibid.*

Per rendere effettivo l'Accordo sottoscritto con l'Unione Europea, l'Australia ha modificato l'*Australian Wine and Brandy Corporation Act* del 1980 introducendo norme a tutela dell'indicazione geografica, fissando la percentuale minima di vino proveniente dal medesimo territorio per potersi fregiare dell'indicazione (85% del vino, che sale a 95% quando i vini con cui si crea la cuvée siano contraddistinti da più di tre indicazioni geografiche, ciascuna delle quali non può essere inferiore al 5%)<sup>204</sup>.

Per completare il quadro legislativo è stata modificata anche l'*Australia's Trademark legislation*, che ha specificato che i marchi costituiti o contenenti un'indicazione geografica non possono essere registrati; se già registrati, la registrazione deve essere revocata<sup>205</sup>.

Cronologicamente l'Accordo è stato sottoscritto dalle parti prima dell'Accordo TRIPs, ma nei contenuti ha saputo andare oltre le previsioni di quest'ultimo. Le indicazioni geografiche che saranno oggetto di tutela, sono puntualmente indicate, anche se alcune di queste erano al tempo dell'Accordo ancora termini generici e pertanto, secondo le disposizioni dell'Accordo TRIPs, non oggetto di tutela<sup>206</sup>.

Come riconosciuto da alcuni autori, si stima che il 95% delle indicazioni geografiche europee fosse sconosciuto ai consumatori australiani, senza causare quindi allarme tra i produttori australiani<sup>207</sup>. Sul piatto della bilancia pesavano però almeno una dozzina di indicazioni geografiche utilizzate come termini generici in Australia, tra cui Champagne, Burgundy, Chablis Sauternes, Hermitage Claret, Port Sherry etc. La soluzione adottata nell'Accordo fu quella di concedere un periodo di tempo ai produttori australiani per individuare nuove denominazioni e diffonderle tra i consumatori con campagne pubblicitarie. Una trasformazione non facile se si conta che prima della sottoscrizione del nuovo Accordo non tutte le indicazioni erano state tolte o sostituite<sup>208</sup>.

---

<sup>204</sup> FERRARI M., *op. cit.*

<sup>205</sup> AUDIER, *op. cit.*, 38.

<sup>206</sup> DAVISON, MONOTTI, WISEMAN, *op. cit.*, 15.

<sup>207</sup> STEPHEN S., *Establishing a wine law regime: a new world experience – Australia* in, AA.VV., *Le regole del vino: disciplina internazionale, comunitaria e nazionale*, 202.

<sup>208</sup> *Ibid.*

Nel 2010 un Nuovo Accordo tra Unione Europea e Australia è stato sottoscritto per garantire la piena protezione delle indicazioni geografiche e ribadire l'impegno comune ad adottare tutte le misure necessarie per prevenire l'utilizzo di una denominazione tutelata e originaria del territorio dell'altra parte (art. 13/2)<sup>209</sup>. L'interesse europeo alla protezione dei consumatori dalle false indicazioni si è tradotto nella previsione, già formulata nel precedente Accordo ma più volte disattesa, del divieto di apporre, sebbene accanto alla reale origine, la traduzione del nome o l'utilizzo di termini quali "modo", "tipo", "stile", "imitazione", "metodo" e simili (art. 13/3/c).

L'Accordo proibisce la registrazione di marchi contenenti o consistenti in un'indicazione geografica e l'impegno dello Stato di disporre la disapplicazione della norma nazionale e la conseguente invalidazione della registrazione a seguito della richiesta della parte interessata, quando il marchio si riferisca all'indicazione geografica di un vino non originario (art. 13/5).

L'omonimia tra denominazioni non preclude che la protezione possa essere accordata ad entrambe se queste sono usate in buona fede. Per assicurare un equo trattamento ai produttori ed evitare la confusione tra i consumatori, le due parti contraenti dovranno individuare soluzioni per l'utilizzo e la differenziazione delle indicazioni (art. 13/6).

Le parti contraenti possono cessare di tutelare un'indicazione geografica quando, nel Paese d'origine, il nome sia divenuto generico o caduto in disuso (art. 13/9).

Una previsione, che segna una conquista dei produttori europei contro lo sfruttamento di alcune importanti denominazioni quali "Burgundy", "Champagne", "Graves", "Porto", "Sherry", "Tokay", dispone che nel termine di un anno a partire dal 1° settembre 2010, i concorrenti australiani dovranno cessare il loro utilizzo.

---

<sup>209</sup> Agreement between the European Community and Australia on trade in wine del 1 dicembre 2008, OJ N. L 28/3, 30/01/2009.

## 2.4.2. EC/U.S. Wine Agreement

Gli Stati Uniti hanno sempre mantenuto una visione contrastante rispetto a quella europea sul trattamento delle indicazioni geografiche come proprietà intellettuale<sup>210</sup>. Questo divario culturale si è accentuato soprattutto a seguito della definizione, contenuta nell'Accordo TRIPs, delle indicazioni geografiche.<sup>211</sup> L'Europa attribuisce alle indicazioni geografiche un'importanza fondamentale per il benessere culturale ed economico dei produttori coinvolti ed eleva il termine ad un concetto di proprietà intellettuale<sup>212</sup>. Al contrario, gli Stati Uniti non pongono attenzione all'identità del produttore o all'origine del prodotto, bensì alle caratteristiche del prodotto che devono mantenersi inalterate nel tempo per rispondere alle aspettative dei consumatori<sup>213</sup>.

Un'attenzione maggiore alla tutela dell'identità regionale era invocata dai produttori americani, la cui importanza sullo scenario globale diveniva sempre più crescente e riconosciuta, sia dal punto di vista economico che qualitativo<sup>214</sup>. Le istanze di protezione avanzate dai produttori si tramutarono molto spesso in quelle norme che il legislatore europeo aveva, dopo anni di richieste, già da tempo concesso<sup>215</sup>.

Sotto la spinta di interessi convergenti, da un lato l'Unione Europea e dall'altro i produttori americani, nel 2005 fu sottoscritto "EU/U.S. Wine Agreement"<sup>216</sup>.

L'analisi dell'Accordo non può sottrarsi all'attenzione posta dal Parlamento europeo sui contenuti dello stesso, la cui approvazione da

---

<sup>210</sup> ROBERTS M. T., *U.s. Wine Regulation: Responding to Pressures and Trends in a Global Food System*, in AA.VV., *Le regole del vino*, op. cit., 184.

<sup>211</sup> Art. "Indications which identify a good as originating in the territory of a Member, or a region or locality in that territory, where a given quality, reputation or other characteristics of the goods is essentially attributable to its geographical origin".

<sup>212</sup> ZACHER F. G., *Pass the Parmesan: Geographic Indications in the United States and the European Union – Can be the compromise?*, in ROBERTS, op. cit., 184.

<sup>213</sup> *Ibid.*

<sup>214</sup> L'uso della denominazione di origine è ammesso in America per quei vini che a) vengono prodotti utilizzando almeno il 75% delle uve provenienti dall'area della denominazione; b) vengono prodotti interamente nella stessa area o in quella adiacente; c) sono prodotti nel rispetto dei regolamenti che disciplinano la composizione, il metodo di produzione e la designazione. FERRARI, op. et loc. ult. cit. ROBERTS, op. cit., 185.

<sup>215</sup> *Ibid.*

<sup>216</sup> Accordo tra la Comunità europea e gli Stati Uniti d'America del 10 marzo 2006, GU n. L 87/2, 24/03/2006.

parte della Commissione è stata criticata mancando un confronto tra le istituzioni comunitarie (punto 2). Il preambolo della risoluzione del Parlamento europeo sull'Accordo evidenzia come il percorso negoziale durato ben due decenni, non sia stato in grado di superare la portata minima delle questioni inerenti al commercio bilaterale vitivinicolo<sup>217</sup>. Tra queste un'importanza fondamentale viene attribuita alle indicazioni geografiche europee spesso oggetto di usurpazione nei Paesi terzi con grave "danno economico ai detentori legittimi di tali denominazioni a motivo della perdita di quote di mercato". Le ripercussioni economiche, provocate dalle false denominazioni, alimentano una forte concorrenza con quelle vere, le quali si trovano ad affrontare un mercato in cui la legislazione vigente le considera come prodotti semigenerici. L'approccio del consumatore si discosta tra i due continenti se si considera che l'americano medio attribuisce al *brand* un valore maggiore rispetto all'indicazione geografica ed un significato di qualità e di particolari caratteristiche del prodotto<sup>218</sup>. Per esempio, la maggior parte degli americani associa il termine "champagne" ad una tipologia di vino e non alla regione francese di origine.

Il Code of Federal Regulations disciplina i termini e le espressioni indicanti un'origine geografica distinguendo le designazioni generiche (es. vermouth o sake), a cui la legge non riconosce alcuna forma di tutela, le designazioni divenute semi-generiche e quelle non-generiche assicurate dalla massima protezione<sup>219</sup>.

La categoria dei termini semi-generici ha rappresentato per molti anni uno dei punti più controversi dei negoziati bilaterali tra Unione Europea e Stati Uniti, la cui legislazione ammetteva l'uso di essi associato con l'indicazione dell'origine del prodotto<sup>220</sup>. La denominazione Chianti, ad esempio, può essere utilizzata per vini prodotti in California anche con l'utilizzo delle stesse originarie tecniche di produzione, con l'unico vincolo che l'etichetta deve riportare la dicitura Chianti della California<sup>221</sup>. Gli

---

<sup>217</sup> Risoluzione del Parlamento europeo sull'accordo vitivinicolo fra l'Unione europea e gli Stati Uniti d'America del 29 settembre 2005, GU n. C 227 E/578, 21/09/2006.

<sup>218</sup> ROBERTS, *op. cit.*, 185.

<sup>219</sup> 15 U.S.C. sect. 1127. FERRARI, *op. cit.*, 14.

<sup>220</sup> 26 U.S.C. § 5388 (2000).

<sup>221</sup> FERRARI, *op. cit.*, 15.

argomenti sostenuti da chi si opponeva alla modifica della legislazione si basavano sulle considerazioni che il sistema in vigore non creava confusione tra i consumatori circa l'origine, ma avrebbe comportato enormi costi per le aziende<sup>222</sup>.

La categoria dei termini non-generici distingue al proprio interno designazioni con carattere distintivo (es. Asti Spumante, Barbaresco, etc.), la cui protezione è paragonabile a quella delle indicazioni geografiche, e senza carattere distintivo (es. francese, spagnolo, etc.)<sup>223</sup>. L'appartenenza alla prima categoria impone la presentazione della domanda di registrazione all'ATF da parte dei soggetti interessati, i quali hanno l'onere di dimostrare il carattere distintivo del vino rispetto agli altri vini e la conoscenza del prodotto da parte dei consumatori americani<sup>224</sup>.

Merita un'attenzione particolare l'eccezione inserita nell'art. 6 rubricato "*Uso di alcuni termini sulle etichette dei vini venduti negli Stati Uniti*". L'Accordo vede impegnati gli Stati Uniti a modificare la propria normativa sullo status giuridico dei termini elencati nell'Allegato II, ad esempio Burgundy, Chablis, Champagne, Chianti, etc. il cui connotato di termini semi-generici aveva permesso il loro utilizzo su prodotti non comunitari.

Le aziende americane che commercializzavano i propri prodotti sfruttando una delle diciassette denominazioni europee indicate nell'Allegato II anteriormente al 13 dicembre 2005, potranno beneficiare della cosiddetta "*grandfather clause*" contenuta nell'art. 6/2, ovvero potranno indicare il termine sull'etichetta di vini non originari europei.

L'obiettivo, sostenuto dal Parlamento Europeo, è quello di estendere il riconoscimento di queste denominazioni affinché siano tutelate sul mercato americano tutte le indicazioni di origine europee<sup>225</sup>.

---

<sup>222</sup> ZACHER, *op. cit.*, 186.

<sup>223</sup> FERRARI, *op. et loc. ult. cit.*

<sup>224</sup> *Ibid.*

<sup>225</sup> Su molti punti il Parlamento Europeo ha espresso le proprie perplessità riguardo ai contenuti raggiunti nell'Accordo, riconoscendone l'inadeguatezza e l'insufficienza rispetto alle attese dei produttori comunitari. Si teme che una presa di posizione simile abbassi gli standard normativi di tutela delle indicazioni geografiche creando così un precedente significativo per la clausola della nazione più favorita vanificando i numerosi sforzi compiuti dall'Europa a livello internazionale ed indebolendo conseguentemente la sua posizione.

### 2.4.3. EC/Canada Wine Agreement

Il Canada condivide le medesime posizioni, sia a livello internazionale nei negoziati del WTO, sia a livello nazionale, con gli Stati Uniti. La lunga tradizione di utilizzare nomi comunemente riferiti alle indicazioni geografiche di origine europea ma associati nel mondo, sia dai produttori che dai consumatori, a nomi generici, è stata interrotta con la sottoscrizione dell'Accordo tra Unione Europea e Canada<sup>226</sup>.

La protezione dei vini a denominazione d'origine e indicazione geografica di origine comunitaria, così come riconosciuti dai regolamenti comunitari e dall'art. 22/1 dell'Accordo TRIPs, è garantita in Canada attraverso la registrazione. La garanzia, attraverso l'indicazione geografica della reale origine del vino, impedisce che questa possa essere utilizzata per vini non originari dal territorio indicato e preclude l'utilizzo di traduzioni o espressioni quali "modo", "tipo", "stile" e simili anche associate alla reale provenienza (art. 10/2).

Nell'art. 12 le parti contraenti hanno definito i termini entro i quali i nomi delle denominazioni più famose e utilizzati su vini canadesi come termini generici, avrebbero dovuto cessare di essere impiegati. Questo progressivo abbandono è stato suddiviso in tre fasi ed ha comportato una modifica al Trademarks Act, il quale prevede un meccanismo di protezione di termini che identificano vini ed altri prodotti come originari di un territorio o una regione particolare come indicazioni geografiche<sup>227</sup>. La normativa sui marchi proibisce l'adozione e l'uso di indicazioni geografiche come marchi commerciali che identificano un vino non originario del territorio indicato nell'indicazione geografica (Section 11(14))<sup>228</sup>.

Fino al 31 dicembre 2008 il Trademark Act conteneva un'eccezione al divieto di utilizzo di indicazioni geografiche considerate termini generici sui vini commercializzati in Canada e consentiva a terze

---

<sup>226</sup> Accordo tra la Comunità europea e il Canada sul commercio di vini e bevande spiritose del 16 settembre 2003, GU n. L 35, 06/02/2004.

<sup>227</sup> *Ibid.*

<sup>228</sup> *Ibid.*

parti di registrare marchi contenenti questi termini (Section 11(18)(3)(f) to (k))<sup>229</sup>. Questa disposizione è stata modificata in ottemperanza all'obbligazione assunta dal Governo canadese a seguito della sottoscrizione dell'Accordo.

#### **2.4.4. Altri Accordi bilaterali: Cile e Sudafrica**

La tutela delle indicazioni geografiche è stata inserita in accordi bilaterali più ampi e non esclusivamente dedicati alla settore del vino e degli alcoli.

Nel trattato bilaterale sottoscritto con il Cile, si tratta di un allegato ad un accordo che ha come scopo quello di creare un'associazione politica ed economica tra le parti contraenti, basata sulla reciprocità, interessi comuni e il consolidamento delle relazioni esistenti (art. 2/1 Agreement EU/Chile)<sup>230</sup>.

La mutua protezione delle indicazioni geografiche impone a ciascuna parte l'obbligo di predisporre tutti i mezzi di protezione indicati nell'art. 23 dell'Accordo TRIPs per assicurare una tutela effettiva e prevenire l'utilizzo di indicazioni geografiche su vini non originari del territorio indicato. I casi di omonimia sono tutelati anche laddove il termine sia usato per descrivere e presentare un vino di un'area geografica posta al di fuori dei territori delle parti contraenti ma che, per il suo uso costante sia riconosciuto dai consumatori e non sia tale da generare confusione tra di essi (art. 5/4/b).

Come per altri Accordi, anche quello sottoscritto con il Cile impone il rifiuto di marchi commerciali per i vini che siano identici, simili o contengano indicazioni geografiche, e prevede due termini (dodici anni per i vini destinati ad essere commercializzati nel mercato interno e cinque per gli altri) entro i quali i marchi preesistenti dovranno essere cancellati.

---

<sup>229</sup> *Ibid.*

<sup>230</sup> Accordo che istituisce un'associazione tra la Comunità europea e i suoi Stati membri, da una parte, e la Repubblica del Cile, dall'altra del 18 novembre 2002, GU n. L 352, 30/12/2002.

L'Accordo bilaterale sottoscritto con il Sudafrica è entrato in vigore nel 2002<sup>231</sup>. L'utilizzo delle indicazioni geografiche come termini generici era ammesso anche da questo Paese. L'Accordo abolisce questo sfruttamento, differenziando in maniera puntuale due vini: il Porto e lo Sherry (art. 9). Il termine di cessazione del loro utilizzo fissato nell'Accordo è di dodici per il commercio interno, otto per quello all'interno dell'area della *Southern African Development Community* (SADC) e 5 se il prodotto è destinato al commercio internazionale. L'adeguamento dei produttori alle nuove norme contenute nell'Accordo ha portato alla sostituzione del nome Sherry con "Tawny" e "Porto" con "Ruby"<sup>232</sup>.

L'importanza dell'economia sudafricana sui Paesi limitrofi (Botswana, Namibia, Lesotho e Swaziland) ha permesso un'estensione delle prescrizioni anche a questi Stati, i quali de facto dovranno accettare questi accordi sulla commercializzazione e la tutela dei vini<sup>233</sup>.

L'Accordo prevedeva un esame congiunto della Commissione quando questa fosse stata adita per trovare un accordo nel caso in cui un marchio commerciale di un prodotto fosse stato identico o simile ad un'indicazione geografica, o il cui uso fosse stato idoneo a trarre in inganno il pubblico circa la reale origine o semplicemente il caso fosse stato da considerare non conflittuale.

L'Accordo dispone che tra le parti contraenti si impegnino, attraverso la collaborazione delle autorità designate, ad attuare gli impegni del trattato, ad applicare tutte le misure amministrative e/o giudiziali per contrastare la concorrenza sleale e l'uso improprio di un'indicazione geografica protetta nella descrizione o presentazione di un vino (art. 12/1): (a) nell'ipotesi di utilizzo di traduzioni; (b) quando vengano utilizzate descrizioni, marchi commerciali, nomi o immagini; (c) imballaggi e contenitori idonei a trarre in inganno il consumatore circa l'origine, la natura o la qualità del vino.

---

<sup>231</sup> Accordo tra la Comunità europea e la Repubblica sudafricana sul commercio del vino del 28 gennaio 2002, GU n. L 28, 30/01/2002.

<sup>232</sup> ZACHER, in ROBERTS, *op. cit.*, 189.

<sup>233</sup> IRVING J., *South Africa and European Union conclude sleeping trade agreement*, in *Africa Recovery*, Vol. 3#1, <http://www.un.org/en/africarenewal/subjindx/131trade.htm>.

## 2.5. Rapporto con i marchi comunitari

La tutela dell'indicazione geografica non può limitarsi alla mera protezione della provenienza del vino, ma deve estendersi a contemplare tutti i diversi aspetti protetti attraverso di essa<sup>234</sup>.

L'analisi non può esimersi dal considerare e confrontare le indicazioni geografiche con i diversi istituti giuridici che presentano caratteristiche comuni e svolgono una funzione di promozione e tutela dell'oggetto incorporato: i marchi collettivi, di qualità<sup>235</sup>.

La base comune a queste forme di tutela collettiva di un prodotto è l'adesione volontaria del singolo ad un programma di protezione condiviso. La normativa distingue il "contenitore" di questi standard di coltivazione, produzione e/o commercializzazione: da un lato il "disciplinare" e dall'altro il "regolamento d'uso"<sup>236</sup>.

Nonostante questa base comune le differenze sono manifestamente superiori. Il marchio collettivo non è necessariamente legato ad una produzione tradizionale, più o meno risalente nel tempo, che ha sviluppato nel corso degli anni un solido legame con il territorio e con la popolazione ivi insediata che ha trasformato, con l'avanzare delle proprie conoscenze di coltivazione e produzione, il suo rapporto con il prodotto. Il suo carattere indipendente lo rende uno strumento sovra territoriale, pur potendo certificare l'origine di un prodotto, ed indipendente dai confini geografici che invece si trovano nei disciplinari<sup>237</sup>.

L'ideazione e la creazione del marchio collettivo coinvolgono soggetti privati. L'autonomia privata stabilisce gli standard minimi a cui l'adesione volontaria è subordinata. La prospettiva prettamente privatistica che lega il titolare al marchio individuale, si riflette nelle scelte strategiche commerciali volte ad incrementare le quote di mercato di quel determinato

---

<sup>234</sup> SARTI D., *La tutela delle indicazioni geografiche nel sistema comunitario*, in UBERTAZZI B., MÜNIZ ESPADA E., *Le indicazioni di qualità degli alimenti. Diritto internazionale ed europeo*, Milano, Giuffrè, 2009, 329.

<sup>235</sup> *Ibid.*

<sup>236</sup> *Ibid.*

<sup>237</sup> IPR2, Q&A Manual: European Legislation on Geographical Indications, p. 15, [http://ec.europa.eu/agriculture/events/2011/gi-africa-2011/q-a-manual\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/events/2011/gi-africa-2011/q-a-manual_en.pdf).

prodotto o di quella categoria di prodotti che rispettano gli standard qualitativi indicati dagli imprenditori titolari del marchio collettivo<sup>238</sup>. Il titolare di un marchio commerciale e l'associazione titolare di un marchio collettivo hanno il diritto esclusivo di sfruttare il nome, il logo e gli altri segni distintivi nella classe nella quale è stata chiesta la registrazione. La disciplina delle indicazioni geografiche estende la protezione anche avverso l'uso commerciale diretto o indiretto del nome per prodotti non coperti dalla protezione<sup>239</sup>.

L'associazione del nome con indicazioni quali "tipo", "modo", "specie" o la traduzione dello stesso, vietate dalla legislazione comunitaria e internazionale in riferimento alle indicazioni geografiche, non trovano una tutela simile per quanto riguarda il marchio, il quale è soggetto al rischio ulteriore di divenire generico, perché divenuto di uso comune nelle pratiche commerciali e, di conseguenza, idoneo a perdere il proprio diritto di esclusiva (art. 7/1/d)<sup>240</sup>.

La prospettiva si capovolge se si considera la molteplicità di interessi, non da ultimi quelli economici, ma anche socio-culturali che le indicazioni geografiche si promuovono di tutelare, qualificandosi come bene oggetto di uno specifico interesse pubblico<sup>241</sup>.

La dottrina segnala un *"arretramento della protezione accordata alle denominazioni di origine e alle indicazioni geografiche, rispetto alla precedente disciplina"*<sup>242</sup>.

L'utilizzo dell'indicazione geografica, comune agli imprenditori aderenti al disciplinare ed appartenenti ad una determinata area geografica, non esclude che questi cerchino di differenziare i propri vini attraverso lo sfruttamento dei rispettivi marchi individuali. Il legislatore ha posto alcune limitazioni alla composizione del marchio: questo non può *"contenere parole o parti di parole, contrassegni o illustrazioni che siano di natura tale da causare confusione o indurre in errore"* (punto 1, lettera F, allegato VII, reg. 1493/99).

---

<sup>238</sup> SARTI D., *op. cit.*, 331.

<sup>239</sup> IPR2, *op. et loc. ult. cit.*

<sup>240</sup> Regolamento n. 40/94/CE del Consiglio, del 20 dicembre 1993, sul marchio comunitario, GU n. L 11, 14/01/1994.

<sup>241</sup> IPR2, *op. et loc. ult. cit.*

<sup>242</sup> ALBISSINI, *op. cit.*, 439.

Tuttavia se il marchio è stato registrato prima del 31 dicembre 1985 ed è stato effettivamente utilizzato, il titolare ha il diritto di usare tale marchio che coincide con il *“nome di un’unità geografica più piccola di una regione determinata utilizzato per la designazione di un v.q.p.r.d., [...] di un vino da tavola recante un’indicazione geografica, di un vino importato designato mediante un’indicazione geografica”* fino al 31 dicembre 2002 (punto 2, lettera F, allegato VII, reg. 1493/99). Lo sfruttamento del marchio che soddisfi le condizioni indicate nel regolamento trova come limite l’impossibilità, per il titolare, di opporsi all’utilizzo del nome dell’unità geografica per la designazione di un v.q.p.r.d. o di un vino da tavola (punto 2, 2° comma). Segnatamente si evidenzia una predominanza dell’indicazione geografica sul marchio commerciale<sup>243</sup>.

Un’inversione di tendenza si manifesta nell’art. 43 del reg. 479/2008 riguardo i motivi di rigetto della protezione di un nome in quanto denominazione d’origine o indicazione geografica quando queste siano idonee ad indurre in errore il consumatore a causa della notorietà e della reputazione di un marchio commerciale (art. 43/2). La prevalenza del marchio commerciale sull’indicazione geografica riprende la disciplina dettata per gli altri prodotti alimentari DOP e IGP dal reg. 510/2006<sup>244</sup>. La coesistenza di un marchio commerciale e di un’indicazione geografica è assicurato anche dalla nuova OCM vino quando il primo *“sia stato depositato, registrato o [...] acquisito con l’uso sul territorio comunitario anteriormente alla data di presentazione alla Commissione della domanda di protezione della denominazione di origine o dell’indicazione geografica”* (art. 45/2), purché non sussistano motivi di nullità o decadenza del marchio.

Una richiesta di registrazione di un marchio commerciale postuma alla data della domanda di protezione della denominazione o dell’indicazione è respinta se questa ottiene effettivamente e successivamente protezione dalla Commissione (art. 45/1).

---

<sup>243</sup> *Ibid.*

<sup>244</sup> *Ibid.*

## CAPITOLO III

### LO SCENARIO ITALIANO

*“Non c’è argomento della viticoltura che abbia suscitato altrettante opinioni diverse come il rapporto della vite con il suo ambiente e la composizione e la qualità dei mosti e dei vini che ne risultano”<sup>245</sup>*

#### 3.1. L’evoluzione della legislazione nazionale

L’importanza del settore vitivinicolo in Francia e Italia tra il XVIII e il XIX secolo non trova uguale corrispondenza nello sviluppo della normativa a tutela dei vini, già da lungo tempo oggetto di disciplina in Francia<sup>246</sup>. Il primo tentativo italiano si registra nel 1904 con la proposta dell’on. Calissano che “conchiude coll’invocare norme che impediscano l’usurpazione del nome del luogo di provenienza del vino” a cui succede l’invito della Camera al Governo di “presentare un disegno di legge per prevenire le frodi che contro l’onesto commercio dei vini si compiono mediante la usurpazione dei nomi dei luoghi di provenienza della merce”<sup>247</sup>.

La traduzione in norma giuridica avviene solamente nel 1925 con l’emanazione del regio decreto 2033 che affida il controllo dei prodotti immessi in commercio agli “ufficiali ed agenti tutti di polizia giudiziaria, degli ufficiali ed agenti comunali, degli agenti del dazio consumo, degli agenti giurati di cui all’art. 46, dei funzionari ed agenti delegati dai Ministeri dell’economia nazionale, dell’interno e delle finanze, dai capi degli istituti” (art. 41)<sup>248</sup>. A tutela del consumatore è vietata “la introduzione nel Regno dei vini esteri contenuti in recipienti portanti indicazioni tali da farli ritenere di produzione italiana” (art. 14/2). Il legislatore italiano, prendendo a modello la normativa francese, modificò successivamente la

---

<sup>245</sup> AMERINE M.A., WAGNER P.M., *The vine and its environments*, eds. Book of California Wine, University of California, Press/Sotheby Publications, Berkeley, 2001.

<sup>246</sup> POMARICI, *op. cit.*, 21.

<sup>247</sup> GU del Regno d’Italia n. 152 del 30 giugno 1904.

<sup>248</sup> R.D.L. 15 ottobre 1925, n. 2033 sulla Repressione delle frodi nella preparazione e nel commercio di sostanze di uso agrario e di prodotti agrari, GU n. 281 del 3 dicembre 1925, convertito in legge dalla l. 18 marzo 1926, n. 562.

legge senza però riuscire a renderla realmente operativa<sup>249</sup>. Le cause sono da ricercarsi nei “difetti giuridici, eccesso di organismi e uffici chiamati in causa e soprattutto una mancata condivisione [...] degli orientamenti generali”<sup>250</sup>.

La seconda novità dell’epoca è la promulgazione del regio decreto n. 497 sulla “Costituzione dei consorzi privati dei vini tipici”<sup>251</sup>. Si parla di “vino tipico” e non di denominazione d’origine i cui “requisiti che devono essere contenuti per lo stesso tipo di vino tipico devono essere definiti dagli statuti consorziali in maniera precisa”<sup>252</sup>. Come evidenzia Curbastro la scelta di quali uve e quale vino produrre e il come i produttori avessero dovuto commercializzarlo era riposta unicamente nelle mani degli stessi consorzi senza alcuna ingerenza politica.

Si registrano in quegli anni opinioni di stampo opposto all’esempio francese della delimitazione dei territori di produzione. Significativa è la posizione dell’Unione Italiana Vini contraria alla delimitazione e di Mario Bandini, economista agrario, sostenitore dell’”impraticabilità del metodo francese delle AOC”<sup>253</sup>. L’autore segnala anche il disinteressamento da parte dei governi della monarchia ai problemi attinenti alla tutela del nome geografico sollevati dai produttori. Testimone è il fatto che l’Italia non aveva sottoscritto alcun trattato internazionale a tutela delle indicazioni geografiche.

L’avvento del fascismo segna la messa al bando dei consorzi che si erano venuti a costituire (Consorzio per la difesa del vino tipico del Chianti e della sua marca tipica – 1924, Consorzio per la tutela del Marsala – 1927, Consorzio dei vini tipici Moscato d’Asti e Asti Spumante – 1932)

---

<sup>249</sup> POMARICI, *op. et loc. ult. cit.*

<sup>250</sup> DESANA P., *Considerazioni sulla legge di tutela delle denominazioni d’origine dei vini nel decimo anno della sua applicazione: esperienze e prospettive nel quadro delle regolamentazioni vinicole comunitarie*, Atti Acc. It. della Vite e del Vino, vol. XXV, 1973, in POMARICI, *op. cit.*, 22.

<sup>251</sup> R.D. 7 marzo 1924, n. 497 sulla Costituzione dei consorzi privati dei vini tipici, convertito in legge dalla l. 18 marzo 1926, n. 562.

<sup>252</sup> CURBASTRO R. R., *Ruolo dei Consorzi nello sviluppo delle Denominazioni. Erga Omnes*, in *I 40 anni delle DOC. passato, presente e futuro, in Italia e nel mondo*, San Gimignano, 5-6 maggio 2006.

<sup>253</sup> DALMASSO G., *Il problema della tutela dei vini pregiati. Atti del Symposium International sur les appellations d’origine des vins*, O.I.V., Alessandria, 1980, in POMARICI, *op. et loc. ult. cit.*

in quanto non corporazioni e la fine dell'iniziativa consorziale proveniente dalla base<sup>254</sup>.

Con la fine della seconda guerra mondiale si registrano cambiamenti importanti sia dal punto di vista dell'ecosistema viticolo, con lo spostamento dei vigneti nelle pianure fertili e la sostituzione di antichi terreni con le sistemazioni collinari, sia dal punto di vista della normativa, con spinte riformiste della politica di tutela delle indicazioni geografiche<sup>255</sup>. La pretesa regolamentazione delle denominazioni si intreccia con i primi interventi normativi comunitari che segnano il punto di partenza per il legislatore italiano verso una propria disciplina del settore, la quale culminerà con il D.P.R. n. 930 del 1963<sup>256</sup>.

### **3.2. L'influenza della normativa comunitaria su quella nazionale**

All'epoca del D.P.R. 930 del 1963 la Comunità Europea era intervenuta con il Reg. (CE) 24/62 per disciplinare i principi fondanti l'organizzazione del mercato comune stabilendo in particolare la necessità di monitorare la produzione vitivinicola europea attraverso la tenuta dei registri e l'individuazione degli elementi costituenti i v.q.p.r.d.

Il legislatore italiano introduce con il D.P.R. 930 la prima definizione italiana di denominazione d'origine la quale si riferisce a "*i nomi geografici e le qualificazioni geografiche delle corrispondenti zone di produzione - accompagnati o non con nomi di vitigni o altre indicazioni - usati per designare i vini che ne sono originari e le cui caratteristiche dipendono essenzialmente dai vitigni e dalle condizioni naturali di ambiente*" (art. 1). L'analisi che presenta Fregoni su questo articolo richiama la situazione italiana dell'epoca: le denominazioni erano costituite prevalentemente dal nome di un vitigno, molto poche risultavano quelle pure, ossia quelle contenenti il nome del *locus*<sup>257</sup>.

---

<sup>254</sup> Sito [www.federDoc.com](http://www.federDoc.com). CURBASTRO R. R., *op. et. loc. ult. cit.*

<sup>255</sup> FREGONI, *op. cit.*, 102 e POMARICI, *op. et loc. ult. cit.*

<sup>256</sup> *Ibid.* e D.P.R. del 12 luglio 1963 n. 930, GU n.188 del 15/7/1963.

<sup>257</sup> FREGONI M., *Doc e vitigno*, in *I 40 anni delle DOC. Passato, presente e futuro, in Italia e nel mondo*, *op. cit.*

La tendenza italiana è stata quella di seguire gli esempi dei produttori del Nuovo Mondo inserendo, fino a sorpassarli, i vitigni internazionali nelle denominazioni d'origine<sup>258</sup>.

Le denominazioni sono state classificate in: denominazioni d'origine "semplice", "controllata" e "controllata e garantita" creando una piramide qualitativa basata sulla rispondenza della vinificazione a parametri normativi più o meno stringenti. La denominazione d'origine "semplice" designa quei vini ottenuti dalla vinificazione di uve provenienti da un territorio delimitato e seguendo usi locali, leali e costanti nel tempo (art. 3). Le denominazioni d'origine "controllata" e "controllata e garantita" sono riservate a quei vini prodotti secondo le regole contenute nei disciplinari di produzione, in particolare ai vini di pregio è riservata l'ultima denominazione (art. 4).

L'approvazione dei disciplinari di produzione e il conseguente riconoscimento delle denominazioni e la delimitazione delle zone di produzione avvengano su proposta dei Ministeri per l'agricoltura e le foreste e per l'industria e il commercio, previo parere del Comitato Nazionale dei vini (art. 4/3).

Il contenuto dei disciplinari di produzione riprende nella sostanza l'art. 4/2 del reg. (CE) 24/62: si impone in particolare che vengano indicate a) la denominazione di origine del vino; b) la delimitazione della zona di produzione delle uve; c) le condizioni di produzione (tecniche, pratiche, caratteristiche naturali dell'ambiente, ...); d) resa massima; e) caratteristiche fisico-chimiche ed organolettiche; f) modalità, condizioni ed eventuali limiti territoriali per quanto riguarda la vinificazione di uve fuori della zona di produzione (art. 5).

Per favorire lo sviluppo dei disciplinari di produzione con il D.P.R. è stato istituito il Comitato Nazionale per la tutela delle denominazioni d'origine (art. 17 e ss.), il quale tra i vari compiti "interviene in Italia e all'estero, a tutela delle denominazioni di origine "controllate" o "controllate e garantite", nei modi previsti dalle leggi e dai trattati internazionali e può avvalersi a tal fine della collaborazione dei Consorzi

---

<sup>258</sup> *Ibid.*

volontari”. Questi ultimi, costituiti da non meno del 30% dei produttori della zona, hanno il compito di sorvegliare sull’osservanza delle disposizioni e del disciplinare di produzione e di vigilare per reprimere le frodi nella preparazione e nel commercio dei prodotti agrari (artt. 21 e 25/1). Tale facoltà si concretizza con l’accesso libero nei locali di produzione, al fine di controllare sia la tenuta dei registri sia la reale conservazione del vino e dei mosti.

Da un rapporto sulla viticoltura europea degli anni Ottanta emerge una produzione complessiva di circa 57 milioni di hl di v.q.p.r.d. (circa il 28% della produzione totale), di cui solamente sette-otto milioni di origine italiana<sup>259</sup>. Il dato sugli ettoltri di vino che rivendicano l’uso di una denominazione d’origine è di circa 100.000 (10% della produzione nazionale) su una superficie iscritta all’albo vigneti pari a 250.000 hl<sup>260</sup>. L’autore evidenzia la ragione principale dello “scarso interesse italiano per le Doc”, caso quasi unico all’epoca in Europa (96% in Germania, 81% in Lussemburgo, 31% in Francia, 27% in Portogallo, 11% in Italia, 7% in Grecia), ossia la scarsa fiducia in questo istituto, nonostante il riconoscimento del valore in termini di prezzo e le prospettive future di una viticoltura di qualità<sup>261</sup>. Obiettivo del Piano Vitivinicolo Nazionale è quello di incrementare la percentuale di vini Doc e Docg da 11% a 20%, potenzialmente raggiungibile con un incremento delle denunce di produzione<sup>262</sup>.

Il modello francese della piramide qualitativa suddivisa in più livelli a partire dal più rinomato ad importante “*cru*” fino a scendere alla denominazione della regione viticola, paragonato a quello italiano ridotto a due denominazioni, Doc e Docg, mostra come quest’ultimo sia troppo rigido<sup>263</sup>. L’importanza attribuita in Francia al livello qualitativo delle uve e alla storicità di taluni vigneti sono strettamente connessi con le scelte vendemmiali del viticoltore, le quali comportano una conseguente scelta

---

<sup>259</sup> FREGONI, *op. cit.*, 138.

<sup>260</sup> *Ibid.*

<sup>261</sup> *Id.*, 139.

<sup>262</sup> *Ibid.*

<sup>263</sup> *Ibid.*

del livello di denominazione<sup>264</sup>. Un altro termine per paragonare i due diversi approcci alle denominazioni tiene conto del privilegio attribuito in Francia all'origine geografica, al contrario della viticoltura italiana più legata al nome del vitigno, la cui diffusione varia dal livello regionale a quello internazionale<sup>265</sup>.

La tradizione italiana privilegia l'interesse collettivo, diversamente da altri territori, sotteso alle denominazioni d'origine. Questo è dimostrato dal fatto che *“non esistono denominazioni d'origine di una sola azienda”*<sup>266</sup>.

La legislazione italiana si è dovuta confrontare con la normativa e l'orientamento comunitario verso i v.q.p.r.d., con un risultato di un compromesso di due sistemi di designazione dei vini: da un lato quello latino attento al riconoscimento del luogo di origine, dall'altro quello sassone più vicino al riconoscimento della qualità a posteriori e delle capacità enologiche<sup>267</sup>. Come sottolinea Fregoni, il risultato più evidente per il patrimonio viticolo italiano ottenuto con l'introduzione dei v.q.p.r.d. fu la trasformazione di moltissimi vini in vini a denominazioni d'origine, superando talvolta l'ostacolo della qualità a favore del prestigio della denominazione<sup>268</sup>. Questa massificazione delle denominazioni ha indotto le aziende produttrici di vino di qualità a dissociarsi dal sistema delle Doc.

La legge 164/92 ha rappresentato per l'Italia un punto di partenza verso una nuova concezione delle denominazioni d'origine. Alla disciplina comunitaria incorporata in questa legge è stata data un'impronta “italiana”, soprattutto con riferimento alla qualità del prodotto<sup>269</sup>. È la risposta italiana alle attese di un consumatore sempre più attento alla filiera produttiva, dall'origine della materia prima con le sue innate caratteristiche alla genuinità del prodotto finito, passando per le diverse fasi di lavorazione, le quali sottolineano il fattore umano alla base dei diversi passaggi<sup>270</sup>.

---

<sup>264</sup> *Id.*, 143.

<sup>265</sup> *Ibid.*

<sup>266</sup> *Id.*, 152.

<sup>267</sup> *Id.*, 176.

<sup>268</sup> *Id.*, 177.

<sup>269</sup> *Id.*, 213.

<sup>270</sup> *Id.*, 214.

Le innovazioni introdotte dalla l. 164/92 sull'istituto delle indicazioni geografiche sono numerose<sup>271</sup>. In primo luogo risalta la nuova struttura introdotta dal legislatore, la c.d. “piramide qualitativa”, che diversifica i diversi livelli. La struttura orizzontale propria della legge 930 viene convertita in una di tipo verticale che vede una sovrapposizione di zone e qualità del medesimo vino<sup>272</sup>. In passato la separazione netta tra Doc e Docg impediva la coesistenza e la fungibilità, il passaggio da una all'altra era ammesso in funzione del “particolare pregio” riconosciuto al vino<sup>273</sup>. La struttura verticale consente, nel rispetto di una “*disciplina viticola ed enologica*” sempre più restrittiva di risalire la piramide qualitativa o di scendere in base alle scelte vendemmiali operate dal viticoltore<sup>274</sup>.

Al fine di mantenere il livello qualitativo la legge 164/62 ha definito nell'art. 1/1 il significato di denominazione d'origine ovvero il “nome geografico di una zona viticola particolarmente vocata utilizzato per designare un prodotto di qualità e rinomato, le cui caratteristiche sono connesse all'ambiente naturale ed ai fattori umani” e di indicazione geografica “nome geografico di una zona utilizzato per designare il prodotto che ne deriva” (art. 1/2).

Da questi due articoli si evince chiaramente che il nome geografico rappresenta il superamento del limite imposto dal vitigno: la sua possibile coltivazione in tutto il mondo e la sua mancanza di capacità distintiva.

Le indicazioni geografiche sono costituite da un nome geografico che non può però essere uguale a quello utilizzato da un'eventuale Doc e Docg presente sul territorio. L'estensione territoriale della zona utilizzata dalle indicazioni geografiche investe una superficie maggiore comprendendo un numero maggiore di entità amministrative.

Il merito riconosciuto alla legge è stato quello di rafforzare il legame tra il territorio di origine dell'uva, il vino che ne porta il nome e la qualità che viene determinata dalla zona di produzione<sup>275</sup>.

---

<sup>271</sup> Legge 10 febbraio 1992, n. 164 “Nuova disciplina delle denominazione d'origine dei vini”, GU n. 47, 26 febbraio 1992.

<sup>272</sup> *Id.*, 179.

<sup>273</sup> *Ibid.*

<sup>274</sup> *Ibid.*

<sup>275</sup> FREGONI, 181.

Il Consiglio di Stato si è espresso in merito all'uso del riferimento al vitigno in abbinamento alla denominazione di origine controllata. Nel caso di specie il Tribunale di Roma prima e il Consiglio di Stato in seguito si sono pronunciati a favore della "prevalenza, nella denominazione di origine controllata, dell'indicazione della denominazione geografica di provenienza su quella del vitigno, in ragione della tutela del consumatore"<sup>276</sup>. La legge ammette una deroga, in forza di giustificati motivi storici ed economici, sull'uso dei nomi dei vitigni nelle denominazioni. Motivi che non erano stati provati a sostegno dell'utilizzo nella Doc "Molise" del nome del vitigno "Montepulciano".

L'abbinamento di questi due termini genera il rischio di confusione tra i consumatori sull'origine e la provenienza del vino, chiaramente per l'evidente somiglianza con i più famosi "Vino Nobile di Montepulciano" (Docg dal 1980) e il "Rosso di Montepulciano" (Doc dal 1989).

La reputazione territoriale e la rinomanza tra i consumatori, in particolare stranieri, impongono di operare scelte chiaramente percepibili con l'intento di evitare confusione tra denominazioni simili che hanno come comune denominatore il vitigno. L'indicazione "può essere completata dall'indicazione del nome di una o di due varietà di vite purché il nome di tale varietà non possa essere confuso con il nome di una regione determinata o di un'unità geografica utilizzato per la denominazione di altro v.q.p.r.d."

Il superamento della legge 164/92 è avvenuto in forza di un decreto legislativo, il 61/10, emanato dal Governo italiano delegato dal Parlamento con la legge comunitaria del 2008<sup>277</sup>.

L'adeguamento della situazione italiana alla normativa europea ha imposto la ricezione della nuova classificazione dei vini di qualità, sulla scia degli altri prodotti europei: i vini a Denominazione di Origine Protetta, i vini a Indicazione Geografica Protetta e i vini, eliminando il termine "da

---

<sup>276</sup> T.A.R. del Lazio, sez. II, 10 maggio 2000, n. 3889, in *Foro it.*, Rep. 2001 e Cons. Stato, sez. VI, 20 giugno 2001, n. 3293, in *Dir. e Giur. Agr.*, 2002, 337.

<sup>277</sup> D.lgs. 8 aprile 2010, n. 61, "Tutela delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche dei vini, in attuazione dell'articolo 15 della legge 7 luglio 2009, n. 88", GU n. 96, 26 aprile 2010.

tavola” e assoggettando questi ultimi a specifiche indicazioni. La differente intensità del legame con il territorio delle prime due categorie è il primo e più evidente carattere distintivo tra le due, a cui fanno seguito differenti disposizioni improntate sulle procedure di riconoscimento delle indicazioni<sup>278</sup>.

Il pieno recepimento della normativa comunitaria non ha completamente eliminato le Doc e le Igt, ma le ha trasformate in menzioni tradizionali di cui l’Unione Europea aveva già imposto la salvaguardia<sup>279</sup>. Damocle evidenzia come questa scelta italiana (e di molti altri Stati europei di lunga tradizione vitivinicola) abbia come conseguenza il *“rallentamento nel processo di adeguamento delle denominazioni dei nostri vini a quelle comunitarie in quanto le nuove denominazioni che verranno decise da Bruxelles e iscritte nel registro delle Dop e delle Igp potranno continuare a fregiarsi anche di una menzione tradizionale”*. Le sigle Doc, Dogc e Igt sono ammesse dalla nuova legge nell’etichettatura sole o congiuntamente alla corrispondente espressione europea<sup>280</sup>.

Il valore ed il legame alle menzioni tradizionali dei singoli Paesi rappresenta indubbiamente un ostacolo all’uniformazione con la normativa comunitaria, da un altro punto di vista esse mantengono un alto grado di riconoscibilità, e quindi di sicurezza, per il consumatore e per il produttore.

Il legislatore ha predisposto delle notevoli modifiche legate alle superfici vitate: il superamento dell’Albo dei vigneti e degli Elenchi delle vigne, a favore di un *“unico sportello”* per la denuncia delle uve e la rivendicazione delle Dop e Igp, disponendo l’implementazione dei dati relativi alle denominazioni e alle indicazioni geografiche nel fascicolo aziendale e nello schedario viticolo<sup>281</sup>.

Un ulteriore elemento di superamento della normativa precedente è rappresentato dall’allargamento della concorrenza in materia di certificazione delle partite di vino destinate ad ottenere la denominazione

---

<sup>278</sup> DAMOCLE M., *Dop e Igp, riconoscimento dall’Ue*, in *Terra e Vita*, Edagricole, 18/2010.

<sup>279</sup> *Ibid.*

<sup>280</sup> *Ibid.*

<sup>281</sup> AMMASSARI G., *Vino: legge nuova, stessa burocrazia*, in *L’Informatore Agrario*, 26/2010.

di origine<sup>282</sup>. Da un lato l'art. 13/2 che obbligava i soggetti interessati a sottoporre il vino all'analisi chimico-fisica e l'esame organolettico alla Camera di Commercio territorialmente competente, dall'altro l'art. 15/3 che attribuisce alle strutture di controllo l'onere di indicare le commissioni di degustazioni.

### 3.3. Il rapporto tra le indicazioni geografiche e i marchi commerciali

L'attenzione del mercato verso i segni distintivi è fondata principalmente sull'importanza della collocazione territoriale di una "determinata organizzazione imprenditoriale o di una specifica unità di luogo"<sup>283</sup>. La globalizzazione ha determinato la necessità di riportare al centro l'origine, al fine di ottenere il riconoscimento del prodotto dai consumatori. Le strategie aziendali combinano, nelle politiche di promozione del prodotto, le denominazioni di origine con i propri segni distintivi per raggiungere risultati diversi e complementari<sup>284</sup>. Il beneficio per l'imprenditore, e ciò si manifesta con maggior evidenza nel settore vitivinicolo, trae vantaggio dalla promozione collettiva e contestuale dell'indicazione geografica comune a più imprenditori, dal marchio collettivo e dal marchio individuale, i quali proiettano sul singolo la garanzia sia di autenticità del prodotto rispetto ad un disciplinare sia di appartenenza del singolo ad una collettività di operatori dotati di standard minimi di qualità e la capacità distintiva sul mercato<sup>285</sup>.

Il marchio individuale e più in generale i marchi e gli altri segni distintivi dell'impresa sono regolati dal Codice della proprietà

---

<sup>282</sup> A.G.C.M. AS535 – *Regolamentazione in materia di certificazione delle partite di vino destinate ad ottenere la denominazione di origine controllata e garantita (D.O.C. e D.O.C.G.)*, in Bollettino n. 22 del 22 giugno 2009. La segnalazione operata dall'Autorità evidenzia come l'obbligo dettato dalla normativa precedente contrasti con i principi di tutela della concorrenza e di libertà di accesso ai mercati, in quanto "impedisce ai produttori vinicoli di selezionare liberamente e sull'intero territorio nazionale il laboratorio di analisi enologiche e a questi ultimi, dall'altro, di accedere al mercato delle certificazioni enologiche".

<sup>283</sup> MASINI, 202.

<sup>284</sup> *Id.*, 204.

<sup>285</sup> Per una lettura più approfondita si veda MASI P., *Il marchio collettivo*, in *Commento tematico della legge marchi*, a cura di MARASÀ G., MASI P., OLIVIERI G., SPADA P., SPOLIDORO M. S., RICHTER M. S., Giappichelli, Torino, 1998, 71, in MASINI, *op. cit.*, 240 e ss.

industriale<sup>286</sup>. La disciplina comprende, per quanto interessa alla presente analisi, anche le denominazioni di origine e le indicazioni geografiche<sup>287</sup>.

Il primo segno identificativo dell'imprenditore e dei suoi prodotti sul mercato è rappresentato dal marchio individuale, il quale permette una facile riconoscibilità e una rapida associazione del prodotto-produttore. Come Florida evidenzia, il marchio non *"garantisce affatto che il prodotto abbia le stesse caratteristiche che hanno fatto positiva la precedente esperienza di consumo, né che le promesse ricevute siano mantenute, e cioè trovino corrispondenza nelle reali caratteristiche del prodotto"*<sup>288</sup>.

La garanzia insita nel marchio, in una lettura incentrata sull'agroalimentare, non rileva ai fini della rassicurazione del consumatore circa l'origine territoriale o della qualità, quanto alla provenienza da una determinata realtà imprenditoriale<sup>289</sup>.

La registrazione del marchio è subordinata alla rispetto dei requisiti di novità e di capacità distintiva.

Il Tribunale di Bari si è pronunciato sulla tutelabilità di un marchio d'impresa contenente un'indicazione geografica, nel caso di specie *"Le Terre di Federico"*<sup>290</sup>. La necessità di regolare una simile evenienza è diretta ad evitare facili confusioni tra i consumatori e che terzi possano *"trarre indebito profitto dalla nomea di alcune località rispetto a prodotti particolari e/o tipici"*<sup>291</sup>. Il marchio in questione, pur non facendo riferimento ad un'unità amministrativa definita e attuale, richiamava territori storici noti. La storicità non è considerata dalla giurisprudenza come elemento essenziale

---

<sup>286</sup> D.lgs. 10 febbraio 2005, n. 30 "Codice della proprietà industriale, a norma dell'articolo 15 della legge 12 dicembre 2002, n. 273" G.U. n. 52 del 4 marzo 2005 - Supplemento Ordinario n. 28.

<sup>287</sup> "Sono protette le indicazioni geografiche e le denominazioni di origine che identificano un paese, una regione o una località, quando siano adottate per designare un prodotto che ne è originario e le cui qualità, reputazione o caratteristiche sono dovute esclusivamente o essenzialmente all'ambiente geografico d'origine, comprensivo dei fattori naturali, umani e di tradizione." (art. 29).

<sup>288</sup> FLORIDIA, *I marchi di qualità, le denominazioni di origine e le qualificazioni merceologiche nel settore alimentare*, in *Riv. dir. ind.*, 1990, I, 7, in MASINI, *op. cit.*, 205.

<sup>289</sup> MASINI, *op. cit.*, 205.

<sup>290</sup> Ord. Trib. Bari del 18 maggio 2006, in *Foro It.*, 2006, 9, 1, 2556.

<sup>291</sup> DI SALVATORE G., *Sui limiti posti alla tutela del nome geografico come marchio di impresa*, in *Diritto comunitario e degli scambi internazionali*, 2007, fasc. 4

per qualificare il collegamento tra indicazione geografica e un determinato prodotto<sup>292</sup>.

La capacità del marchio di distinguere i prodotti di un'impresa da quelli di un'altra è elemento essenziale che contrasta con il carattere comune a più produttori dell'indicazione geografica. Il marchio geografico individuale può assumere capacità distintiva quando il suo utilizzo si sia protratto nel tempo ad opera del suo titolare (art. 13/2 c.p.i.), in deroga al più generico divieto di registrazione “come marchio d'impresa i segni privi di carattere distintivo e in particolare 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 provenienza geografica” (art. 13/1).

Il legislatore, a fronte della preoccupazione verso un diritto di esclusiva sui segni evocativi nel linguaggio comune, ha inteso tutelare quanti vogliono avvalersene<sup>293</sup>.

L' idoneità di certi termini ad essere utilizzati collettivamente e ad evocare luoghi determinati, contraddistinti da particolare qualità, natura e origine, favorisce enti, come i Consorzi, che rappresentano una molteplicità di soggetti. Di qui la diretta conseguenza che l'esclusiva non può essere garantita come avviene per il marchio individuale. Il vantaggio di cui gode una singola impresa da un'indicazione geografica soggiace a quello più ampio dell'interesse collettivo<sup>294</sup>.

La creazione di marchi collettivi viene utilizzata per rafforzare le informazioni riguardanti il prodotto e per agire sull'affidamento del consumatore verso l'associazione o l'ente pubblico che garantisce attraverso di esso. Il marchio collettivo può consistere in “segni o indicazioni che nel commercio possono servire per designare la provenienza geografica dei prodotti o servizi” (art. 11/4). I soggetti che *“svolgono la funzione di garantire l'origine, la natura o la qualità di determinati prodotti o servizi, possono ottenere la registrazione per appositi marchi come marchi collettivi”*. L'ente svolge un ruolo di mediatore tra il produttore o il

---

<sup>292</sup> *Ibid.*

<sup>293</sup> *Ibid.*

<sup>294</sup> *Ibid.*

commerciante che, per utilizzare il marchio deve conformarsi e rispettare certi standard qualitativi iscritti nel regolamento d'uso, e il consumatore finale che "legge" attraverso il marchio le informazioni relative all'origine, alla qualità, alla fonte produttiva garantite dal marchio stesso<sup>295</sup>.

La normativa ammette una deroga alla registrazione di marchi collettivi contenenti segni che possono designare la provenienza geografica (art. 11/4) fintantoché questi non creino "*situazioni di ingiustificato privilegio*" o comunque possano "*recare pregiudizio allo sviluppo di analoghe iniziative nella regione*". In altre parole l'appropriazione del nome geografico e la sua inclusione in un marchio collettivo non può pregiudicare l'utilizzo di terzi nel commercio con funzioni di indicatore di provenienza<sup>296</sup>.

Accanto ai marchi collettivi privati, la tutela della specificità territoriale e dei prodotti agroalimentari ha indotto le regioni a salvaguardare le tipicità e le differenze locali per competere e promuovere il sistema economico radicato<sup>297</sup>.

I tratti comuni con l'indicazione geografica sono molteplici: condividono in primis una storia risalente in cui l'accertamento della provenienza da un lato e la "*rispondenza a regole tecniche prescritte per la manifattura e il commercio*" dall'altro, garantivano l'acquirente della qualità del prodotto e il produttore circa la fama acquisita sui mercati esteri<sup>298</sup>. La certificazione della qualità consegue all'attestazione dell'ente competente del rispetto del disciplinare e dei dettami in esso contenuti.

Un punto di contatto più significativo è senz'altro la capacità evocativa di entrambe i segni distintivi del nome del territorio di produzione<sup>299</sup>.

Le divergenze si riscontrano nelle diverse finalità distintive insite nei due segni: da un lato la denominazione di origine qualifica univocamente la località di origine di un prodotto, senza essere in grado di

---

<sup>295</sup> MASINI, *op. cit.*, 217.

<sup>296</sup> *Ibid.*

<sup>297</sup> *Id.*, 218.

<sup>298</sup> *Ibid.* Su questo si veda FRANCESCHELLI, *Sui marchi d'impresa*, Milano, Giuffrè, 1988.

<sup>299</sup> *Id.*, 224

identificare l'impresa da cui proviene il prodotto, dall'altro il marchio collettivo si caratterizza per "la sua qualità di segno distintivo spettante in via esclusiva, in virtù della sua brevettizzazione, ad un centro di imputazione, pubblico o privato, ad iniziativa del quale sorge"<sup>300</sup>.

Una distinzione ulteriore si riscontra nelle previsioni dettate dagli artt. 12 e 13 del d.lgs 30/05 che definiscono i requisiti per la registrazione del marchio: la novità e la capacità distintiva, elementi indifferenti per le denominazioni, in cui il nome è già diffuso nella prassi commerciale<sup>301</sup>.

L'iniziativa autonoma dei produttori di una determinata località di costituirsi in consorzio, associazione o ente per la tutela di un'indicazione geografica o della denominazione di origine si intreccia con il successivo intervento normativo concernente il disciplinare di produzione al quale possono assoggettarsi tutti i soggetti operanti all'interno di una zona delimitata ed il cui controllo è posto in capo ad autorità pubbliche<sup>302</sup>. La titolarità del marchio collettivo spetta all'associazione, ente o consorzio costituito come soggetto privato che attribuisce agli operatori che ne facciano richiesta sottoponendosi al regolamento d'uso e all'autodisciplina, l'uso del marchio stesso<sup>303</sup>.

Appare evidente il profilo pubblicistico delle denominazioni, il cui scopo è quello di garantire "*il consumatore circa l'origine e qualità del prodotto acquistato e promuovere condizioni di concorrenza uguali tra i produttori che beneficiano di siffatte denominazioni*", i quali si sottopongono alle medesime regole oggettive e pubbliche<sup>304</sup>. Nella sentenza del Tribunale di Saluzzo si legge che risulta impossibile rivendicare "che l'associazione che procede alla registrazione della DOP, sia "titolare" del diritto di privativa, potendo quindi concedere o negare a proprio piacimento l'uso del marchio DOP a produttori che rispettino il disciplinare comunitario depositato, solo

---

<sup>300</sup> AUTERI, *Territorialità del diritto di marchio e circolazione dei prodotti "originali"*, Milano, Giuffrè, 1973, 406, in MASINI, *op. cit.*, 225.

<sup>301</sup> MASINI, *op. et loc. ult. cit.*

<sup>302</sup> *Ibid.*

<sup>303</sup> *Ibid.*

<sup>304</sup> *Ibid.*

perché gli stessi non sono consorziati oppure non rispettano il regolamento consortile dettato a completamento del disciplinare<sup>305</sup>.

### 3.4. I disciplinari di produzione e le strutture di controllo

#### 3.4.1. Il disciplinare di produzione

La struttura giuridica attorno alla quale si sviluppano la denominazione di origine e l'indicazione geografica è rappresentata dal disciplinare di produzione. Il legislatore, comunitario e nazionale, non definisce questo istituto ma ne individua i contenuti fondamentali.

L'importanza di questo strumento è prima tecnica che giuridica, in quanto esso contiene i dettami tecnici specifici, partendo dall'individuazione dell'area amministrativa di produzione per arrivare alla definizione della commercializzazione della denominazione o indicazione<sup>306</sup>. Il disciplinare *“permette agli interessati di verificare le condizioni di produzione relative alla denominazione di origine o all'indicazione geografica”* (art. 118<sup>quater</sup>/2 reg. 491/2009) e deve essere in grado di dimostrare il legame tra la denominazione ed il particolare ambiente geografico e i fattori naturali e umani che ne determinano la sostanziale peculiarità (art. 118<sup>ter</sup> reg. 491/2009).

La procedura comunitaria di protezione delle denominazioni e delle indicazioni geografiche richiede che il soggetto legittimato alla presentazione della domanda alleggi anche il disciplinare di produzione relativo (art. 118<sup>quater</sup> reg. 491/2009). Oltre ad essere condizione iniziale, il disciplinare di produzione rappresenta il parametro tecnico-normativo della produzione quotidiana<sup>307</sup>.

La normativa italiana specifica i contenuti del disciplinare. In particolare questo deve contenere il nome della denominazione o dell'indicazione geografica, la delimitazione della zona di produzione, la descrizione delle caratteristiche fisico-chimiche ed organolettiche, la resa massima di uva e di vino per ettaro, l'indicazione della o delle varietà di

---

<sup>305</sup> Trib. Saluzzo, ord. 5 gennaio 2001, in *Giur. It.*, 2001, I, 318.

<sup>306</sup> FERRARI, *Denominazioni di origine e prodotti agricoli*, op. cit., 5.

<sup>307</sup> *Ibid.*

uve da cui il vino è ottenuto con l'eventuale riferimento alle percentuali, le forme di allevamento, i sistemi di potatura e il divieto di pratiche di forzatura, le condizioni di produzione e le caratteristiche naturali dell'ambiente, gli elementi che evidenziano il legame con il territorio<sup>308</sup>. Il secondo comma dell'art. 10 individua ulteriori elementi che possono essere inseriti nel disciplinare di produzione: periodo di invecchiamento, l'imbottigliamento in zona delimitata, la capacità e i sistemi di chiusura dei recipienti.

La riforma dell'OCM vino ha inciso sulla procedura di protezione dei vini a indicazione geografica, superando il precedente sistema basato su un iter interamente nazionale, inserendo una seconda fase comunitaria.

Il decreto che disciplina l'iter nazionale, in attuazione al reg. (CE) 479/2008, in Italia prevede che il soggetto legittimato a presentare la domanda di protezione è qualunque associazione di produttori, la quale è "costituita dall'insieme dei produttori vitivinicoli della denominazione oggetto della domanda, ivi compresi i Consorzi di tutela" (art. 2/1)<sup>309</sup>. Il comma successivo enuclea tra gli scopi dell'Associazione, "la registrazione a livello comunitario della Denominazione per la quale viene presentata la domanda".

La domanda, corredata di tutti i documenti, viene presentata per il tramite della Regione al Ministero delle Politiche Agricole dopo aver esaminato a) la legittimità del soggetto richiedente e del possesso dei requisiti di rappresentatività, b) la completezza della documentazione e c) la rispondenza del disciplinare alle norme comunitarie e nazionali (art.

---

<sup>308</sup> L'art. 7 del reg. (CE) 607/09 individua gli elementi essenziali che giustificano la denominazione d'origine e che spiegano in che misura le caratteristiche della zona geografica limitata incidono sul prodotto. Le informazioni che deve contenere il disciplinare di produzione riguardano: a) i fattori naturali e antropici rilevanti; b) la qualità o le caratteristiche del prodotto attribuibili all'ambiente geografico; c) la descrizione dell'interazione causale fra gli elementi naturali e la qualità. Le informazioni richieste per l'indicazione geografica riguardano a) la zona geografica; b) la qualità, notorietà o altre caratteristiche attribuibili all'origine geografica; c) la descrizione dell'interazione causale fra gli elementi naturali e la qualità.

<sup>309</sup> D.m.p.a.a.f. del 16 dicembre 2010, Procedura a livello nazionale per l'esame delle domande di protezione delle DOP e IGP dei vini e di modifica dei disciplinari, ai sensi del Regolamento (CE) n. 1234/2007 e del decreto legislativo n. 61/2010, G.U. n. 12, 17/01/2011.

6/1)<sup>310</sup>. Eventuali osservazioni sono trasmesse al soggetto richiedente, il quale comunica gli elementi di risposta entro novanta giorni. Se il parere è positivo l'iter nazionale prevede l'esame da parte del Ministero e del Comitato circa la completezza e la rispondenza della documentazione alle disposizioni comunitarie (art. 7/1). L'esito positivo della verifica prevede un secondo coinvolgimento della Regione e del soggetto richiedente. La riunione di pubblico accertamento ha come scopo quello di permettere al Ministero di *“verificare la rispondenza della disciplina proposta agli usi leali e costanti previsti dal regolamento”* (art. 7/3). La domanda è successivamente sottoposta al Comitato per il parere e per la formulazione della proposta di disciplinare aggiornata.

In caso di esito negativo della verifica o del merito di taluni aspetti, il Ministero può convocare una conferenza di servizi per una valutazione congiunta, la quale può condurre anche alla conclusione del procedimento (art. 7/6).

La pubblicazione in Gazzetta Ufficiale del disciplinare è imposta *“affinché tutti i soggetti interessati possano prenderne visione e presentare le eventuali osservazioni, adeguatamente motivate e documentate”* entro sessanta giorni dalla data di pubblicazione (art. 8/1). Alle osservazioni presentate possono essere opposte delle controdeduzioni del soggetto richiedente. Entro trenta giorni il Ministero convoca una conferenza dei servizi con il Presidente del Comitato, la Regione competente, il soggetto richiedente e quello che ha presentato le osservazioni. Al termine della riunione il

---

<sup>310</sup> L'art. 4/2/c dispone che tra i Documenti venga presentato un elenco che rappresenti i viticoltori specificando per ciascuna categoria delle percentuali diverse:

- in caso di vini DOCG, qualora si intenda riconoscere una DOCG autonoma a partire da una specifica tipologia o area geografica delimitata nell'ambito della DOC di provenienza, almeno il cinquantuno per cento dei soggetti che conducono vigneti dichiarati allo schedario viticolo e almeno il cinquantuno per cento della superficie totale rivendicata produttiva nell'ultimo biennio;
- in caso di vini DOC, almeno il trentacinque per cento dei viticoltori interessati ed almeno il trentacinque per cento della superficie totale dei vigneti, oggetto di rivendicazione produttiva nell'ultimo biennio. Per il riconoscimento a DOC autonome, a partire dalle zone espressamente delimitate e dalle sottozone di preesistenti DOC, le predette percentuali sono elevate al cinquantuno per cento;
- in caso di vini IGP, almeno il venti per cento dei viticoltori interessati e il venti per cento della superficie totale dei vigneti, oggetto di dichiarazione produttiva nell'ultimo biennio;
- in caso di delimitazione della zona di imbottigliamento, almeno il sessantasei per cento della superficie totale dei vigneti, oggetto di dichiarazione produttiva nell'ultimo biennio.

Ministero decide sull'accoglimento o meno delle osservazioni, che condurranno alla chiusura del procedimento o alla modifica della proposta di disciplinare (art. 8/3).

Con la conclusione della procedura nazionale, in seguito alla pubblicazione sul sito del Ministero del disciplinare, la domanda di protezione è trasmessa alla Commissione Europea per l'avvio della fase comunitaria (art. 9/1/b). Eventuali osservazioni sono trasmesse per il tramite del Ministero al soggetto richiedente e alla Regione (art. 9/2).

La domanda di modifica riprende, con alcune differenziazioni, la procedura di richiesta di protezione (art. 10/1). La presentazione delle note di modifica completa la documentazione richiesta.

In caso di presentazione di domanda di modifica del disciplinare di produzione con inserimento della delimitazione della zona di imbottigliamento la richiesta deve essere accettata da un numero di produttori che rappresentino almeno il 51% della produzione imbottigliata. La deroga di cinque anni prevista dal decreto trova applicazione per quelle aziende imbottigliatrici che per almeno due anni prima dell'entrata in vigore abbiano imbottigliato fuori dalla zona la DOP o l'IGP (art. 10/3/c).

La terza ipotesi regolata dal decreto è la cancellazione della protezione di una denominazione o indicazione geografica (art. 11). *Mutatis mutandis* si applica la procedura prevista per l'esame della domanda di protezione; la domanda in questa ipotesi deve essere corredata da un'adeguata motivazione (art. 11/2).

### **3.4.2. Problematiche legate all'imbottigliamento**

La circolazione sul territorio del vino sfuso e l'assemblaggio con altri vini hanno indotto al legislatore a disciplinare le fasi di imbottigliamento per tutelare le aspettative del consumatore e gli interessi dei produttori. L'art. 10/3/a condiziona la delimitazione della zona di imbottigliamento alla corrispondenza superficiale con la zona di vinificazione e/o elaborazione.

“La circostanza che la norma primaria non imponga a priori l’obbligo di imbottigliamento nella zona delimitata per i vini di qualità, ma demandi ai singoli disciplinari di fissarlo, in via “eventuale”” dimostra come i vini di qualità non debbano essere necessariamente imbottigliati nella zona di produzione per conservare le caratteristiche<sup>311</sup>. L’imbottigliamento dei vini di qualità in zona delimitata è solo eventuale e deve essere valutata caso per caso la necessità che questo avvenga al fine di tutelare la qualità del vino stesso<sup>312</sup>.

Con parere opposto il giudice amministrativo è intervenuto sull’imbottigliamento del Vermentino di Sardegna Doc affermando che, la norma contenuta nel decreto ministeriale che impone l’obbligo di procedere all’imbottigliamento nella zona di produzione, è in linea con la disciplina europea dei segni distintivi geografici pubblici: “preservare lo stretto collegamento con il territorio anche nella fase successiva alla coltivazione e vinificazione; dare certezza della provenienza del prodotto imbottigliato e commercializzato dal territorio tutelato con la denominazione di origine; una più elevata forma di tutela del consumatore sotto il profilo del contrasto ad eventuali contraffazioni”<sup>313</sup>. Un orientamento in linea con quello comunitario che tutela la collettività dei produttori “che posseggono la cognizione e il *know-how* e che hanno un interesse fondamentale al mantenimento della reputazione acquisita” tra i consumatori<sup>314</sup>.

L’attenzione posta sulla fase dell’imbottigliamento impone una riflessione sulla filiera produttiva: se da un lato il nome geografico protetto

---

<sup>311</sup> Cons. di Stato, Sez. VI, 9 ottobre 2000, n. 5388, in *Dir. e Giur. Agr.*, 2001, 471.

<sup>312</sup> *Ibid.* Il Consiglio di Stato ha affermato nella sua pronuncia che l’introduzione dell’obbligo di imbottigliamento richiede di fatto una specifica indicazione delle ragioni che inducono “l’amministrazione a cambiare orientamento rispetto al passato e a ritenere necessarie, per la salvaguardia della qualità del vino, misure restrittive ulteriori rispetto a quelle originariamente prescritte”. Allo stesso modo il T.A.R. del Lazio sez. II, 1 marzo 1999, n. 763, si è pronunciato sull’illegittimità del D.M. che modifica il disciplinare di produzione di vini a denominazione di origine controllata e consente l’imbottigliamento solo nella zona di produzione, in assenza di accertamenti tecnici, studi enologici, rilevamenti, perizie idonei a stabilire in modo incontrovertibile l’utilità di tale pratica.

<sup>313</sup> MASINI S., *Sull’imbottigliamento in zona di origine: conflitto di filiera e modello di sviluppo territoriale*, in *Riv. di Dir. Alim.*, anno IV, numero 2, 2012.

<sup>314</sup> Corte di giustizia delle Comunità europee, sentenza 16 maggio 2000, causa C-388/95, *Regno del Belgio c. Regno di Spagna*, in *Riv. dir. agr.*, 2000, II, 306, con nota di M. Borraccetti, in MASINI, *op. et loc. ult. cit.*

descrive un prodotto, le cui caratteristiche peculiari originano da un territorio e dagli operatori ivi insediati, l'imbottigliamento è una fase eventuale e non necessariamente legata, per la sua configurazione ad un territorio<sup>315</sup>.

L'interesse alla connessione della fase con il territorio è di primaria importanza per tutti gli attori coinvolti, dal produttore al consumatore, con evidenti discrepanze tra le imprese agricole e quelle commerciali<sup>316</sup>. Da un lato vi sono autori che sostengono politiche protezionistiche a tutela delle produzioni tradizionali connesse principalmente alle piccole imprese, le quali non hanno la forza e la capacità di tutelare sul mercato il prodotto a denominazione<sup>317</sup>. Dall'altro lato i principi fondanti la Comunità Europea e trasferiti anche nel settore vitivinicolo (Reg. CE n. 607/2009) impongono l'obbligo di formulare un'espressa motivazione in merito alla delimitazione della fase di imbottigliamento all'interno della zona geografica prevista dal disciplinare<sup>318</sup>. L'evidente ostacolo alla libera circolazione delle merci è superabile con la valorizzazione della prima parte della filiera produttiva, quella strettamente connessa con il territorio in senso stretto, ovvero la viticoltura, in quanto in grado di garantire la differenza delle caratteristiche dipendenti dalla zona d'origine<sup>319</sup>. L'imbottigliamento diventerebbe, in questa prospettiva, una fase indipendente e subordinata alle leggi della concorrenza, piuttosto che il rafforzamento della tutela dei valori e delle conoscenze di una determinata zona<sup>320</sup>.

---

<sup>315</sup> MASINI, *op. et loc. ult. cit.*

<sup>316</sup> *Ibid.*

<sup>317</sup> Così LIBERTINI M., *L'informazione sull'origine dei prodotti nella disciplina comunitaria*, in *Riv. dir. ind.*, fasc. I, 2010, 300. Molteplici spunti di riflessione sono contenuti, più in generale, in COSTATO L., *Diritto agrario e normativa di protezione*, in *Dir. giur. agr. amb.*, 2002, 541, in MASINI, *op. et loc. ult. cit.*

<sup>318</sup> MASINI, *op. et loc. ult. cit.*

<sup>319</sup> *Ibid.*

<sup>320</sup> In argomento, si veda CARTABIA M., *Principi inviolabili e integrazione europea*, Milano, Giuffrè, 1995, 61, secondo cui: "La cultura del mercato o, in altri termini, l'accentuarsi degli elementi «neoliberistici» dell'economia, tende ad irradiarsi su tutta la vita dell'ordinamento dipendente dalla gestione delle risorse pubbliche: in primo luogo sull'attuazione dello Stato sociale e quindi sul livello di protezione dei diritti sociali". Ampi riferimenti al tema dei rapporti tra poteri pubblici e mercato, sono contenuti in LUCIANI M., *Diritti sociali e integrazione europea*, in *Pol. dir.*, 2000, 367.

Rispetto all'ordinamento comunitario il d.lgs 61/2010 pone maggiore attenzione agli aspetti procedurali che regolano l'imbottigliamento in una determinata zona piuttosto che a quelli concettuali legati al principio di libera circolazione, accordando una specifica tutela delle imprese imbottigliatrici che hanno acquisito tale diritto nel tempo<sup>321</sup>.

L'inserimento della fase, accessoria, dell'imbottigliamento nella zona delimitata della denominazione deve rispondere ai requisiti fissati dalla normativa, in particolare la zona deve corrispondere a quella di vinificazione e/o elaborazione, per le DOP e le IGP deve essere rappresentativa di almeno il 66% della superficie dei vitigni (art. 10/3). Il carattere accessorio della fase di imbottigliamento è dimostrato dalla mancata subordinazione all'onere di “dimostrare l'esistenza di una ragione imperativa di tutela dell'interesse pubblico”, fermo restando il limite alla creazione di ostacoli al commercio<sup>322</sup>.

L'imbottigliamento al di fuori della zona delimitata è eventuale e derogatorio come affermato dal giudice amministrativo: “la regola è quella di elaborare il vino nella zona di produzione e l'eccezione, consentita con specifica deroga, è quella di elaborare il vino fuori zona”<sup>323</sup>.

Il legame e la localizzazione delle fasi nella medesima zona rafforzano la reputazione del vino di qualità presso i consumatori grazie alla notorietà della denominazione, garantita ulteriormente dalla comunanza di tecniche produttive presenti sul un determinato territorio.

### 3.4.3. I consorzi di tutela

I Consorzi di tutela, regolati dal d.lgs 61/2010 all'art. 17, sono costituiti “per ciascuna denominazione di origine protetta o indicazione geografica protetta” ed operano sulla base dei criteri di rappresentatività produttiva e pro capite<sup>324</sup>.

---

<sup>321</sup> MASINI, *op. et loc. ult. cit.*

<sup>322</sup> *Ibid.*

<sup>323</sup> T.A.R. Lazio, Sez. II, 1 marzo 2003, n. 1670, in *Dir. e Giur. Agr.*, 2003, 586.

<sup>324</sup> *Mauale FederDoc*, in <http://www.federDoc.com/pdf/Prontuario-FederDoc.pdf>.

La rappresentatività del Consorzio determina l'estensione delle attività sui propri associati o, in alternativa, "erga omnes": nella prima ipotesi il Consorzio deve essere rappresentativo di "almeno il 35% dei viticoltori e di almeno il 51% della produzione certificata dei vigneti iscritti allo schedario vitivinicolo della relativa DO o IG". Il legislatore richiede una maggioranza qualificata affinché il Consorzio possa esercitare le funzioni "erga omnes": 40% dei viticoltori, 66% della produzione<sup>325</sup>.

Le funzioni esercitate dai Consorzi attengono alle attività di "promozione, valorizzazione, di informazione del consumatore e di cura generale degli interessi della DO" in particolare contro "abusi, atti di concorrenza sleale, contraffazioni, uso improprio delle denominazioni tutelate e comportamenti comunque vietati dalla legge", di vigilanza, di assistenza tecnica (art. 17/1/a-d).

Il d.lgs 61/2010 autorizza il Consorzio ad esercitare funzioni "erga omnes" attraverso a) la definizione di politiche di governo dell'offerta per salvaguardare e migliorare la qualità della produzione, b) l'organizzazione e il coordinamento delle categorie interessate alla produzione e commercializzazione, c) l'esercizio dell'azione, in sede giudiziaria e amministrativa, a tutela e salvaguardia della DO o dell'IG per la tutela degli interessi e diritti dei produttori, d) la vigilanza, la tutela e la salvaguardia della DO in particolare nella fase commerciale (art. 17/4/a-d). Riguardo queste ultime attività la verifica attiene la rispondenza delle produzioni certificate ai requisiti previsti dai disciplinari e che i prodotti simili non ingenerino confusione tra i consumatori e non rechino danni alle produzioni DOP e IGP. I compiti di vigilanza sulle denominazioni, in particolare durante la commercializzazione, sono stabiliti al fine di individuare prodotti fraudolentemente concorrenti alle Do o alle Ig (imitazioni, abusi nell'utilizzo del nome, etc.)<sup>326</sup>.

Gli agenti vigilatori incaricati, a cui la legge riconosce la qualifica di agente di pubblica sicurezza eventuale, esercitano le funzioni attribuite al

---

<sup>325</sup> *Ibid.*

<sup>326</sup> DAMOCLE M., *op. et loc. ult. cit.*

Consorzio senza però poter svolgere attività di vigilanza sugli organismi di controllo e di autocontrollo sulle produzioni.

### 3.5.3. Gli organismi di controllo della filiera

L'art. 118 *sexdecies* del reg. (CE) 1234/2007 affida agli Stati Membri il compito di designare “l'autorità o le autorità competenti incaricate di controllare l'adempimento degli obblighi stabiliti”, i cui nominativi devono essere comunicati alla Commissione Europea. L'Autorità nazionale italiana preposta al coordinamento dell'attività di controllo e responsabile della vigilanza sulla stessa è il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali (art. 13/1, d.lgs 61/2010). L'attività effettiva di controllo è svolta da “autorità di controllo pubbliche designate e da organismi privati autorizzati con decreto”<sup>327</sup>. La norma prevede che gli organismi di controllo privati devono essere accreditati alla norma europea EN 45011<sup>328</sup>.

Con la sentenza del Tar Lazio n. 412/2011 del 18 gennaio 2011 è stata ribadita la legittimità della “produzione di certezze pubbliche” da parte di soggetti privati, in particolar modo nella certificazione e nell'attività di controllo delle denominazioni di origine dei vini<sup>329</sup>. Questa funzione pubblica, finalizzata a dare certezza pubblica a determinati atti, fatti, stati con lo scopo di creare sicurezza giuridica per la vita delle persone, presuppone l'“accreditamento”, la verifica del possesso dei requisiti definiti dalla legge, e quindi l'assicurazione di un “affidamento pubblico circa l'esistenza di determinati requisiti di organizzazione e funzionamento in capo a soggetti pubblici e privati”<sup>330</sup>. L'accreditamento di soggetti privati, Valoritalia in primo

---

<sup>327</sup> L'“Elenco delle strutture di controllo per le denominazioni di origine protetta (DOP) e le indicazioni geografiche protette (IGP) del settore vitivinicolo” istituito presso il Mipaaf comprende ad oggi 38 autorità pubbliche idonee (38 Camere di Commercio) e 12 organismi di controllo privati. Di queste ultime Valoritalia è la società che controlla più del 70% delle produzioni italiane (fonte sito [www.valoritalia.it](http://www.valoritalia.it)).

<sup>328</sup> Norma Tecnica UNI CEI EN n. 45011 del 01/03/1993, Requisiti generali relativi agli organismi che gestiscono sistemi di certificazione di prodotti

<sup>329</sup> FIORITTO A., *Certezze pubbliche prodotte dai privati: il caso delle denominazioni protette dei vini*, in *Giornale Dir. Ann.*, 2011, 9, 794.

<sup>330</sup> *Ibid.*

luogo, ha sollevato numerose perplessità finanche impugnazioni da parte di alcuni Consorzi, circa la violazione della normativa comunitaria che impone il rispetto degli obblighi di imparzialità, terzietà e indipendenza (Valoritalia è controllata da FederDoc che riunisce la maggior parte dei consorzi a cui aderiscono gli stessi produttori di vino) nello svolgimento dei controlli sulle denominazioni di origine<sup>331</sup>. Il potenziale conflitto di interessi è limitato, a giudizio del collegio, “dal fatto che esiste una concorrenza “nel mercato” dei vini protetti che vede protagonisti i circa novantacinque consorzi dei produttori” creando in questa maniera un controllo reciproco delle procedure di verifica dei relativi disciplinari<sup>332</sup>.

La scelta della struttura di controllo è effettuata dal soggetto proponente la domanda di registrazione tra quelle iscritte nell’elenco (art. 13/8).

La sottoposizione ai controlli ufficiali consegue alla volontaria adesione del soggetto, sia esso viticoltore, vinificatore, imbottigliatore o intermediario, alla filiera vitivinicola di una DO o IG di cui intende rivendicare la produzione (art. 5/1)<sup>333</sup>.

Le modalità individuate dal legislatore comunitario per le verifiche sulle produzioni certificate prevedono la possibilità di scegliere tra a) controlli casuali in base ad un’analisi di rischio, b) controlli a campione e c) controlli sistematici (art. 25/1, reg. CE 607/09).

Il sistema di certificazione della filiera, basandosi su uno schema approvato per ogni DO o IG, è volto a “*garantire, sotto la responsabilità della struttura di controllo, la rispondenza quantitativa sulle movimentazioni di carico e scarico dei vini ed inoltre, per le partite imbottigliate, la loro tracciabilità*” (art. 6/3). La riforma dei sistemi di controllo ha investito particolarmente i vini a indicazione geografica assoggettandoli ad un sistema di certificazione in

---

<sup>331</sup> Sincert prima e Accredia successivamente hanno accreditato Valoritalia in base alle normative comunitarie EN45011/45012 e ISO/CEI 65 che impongono il rispetto dei requisiti di imparzialità, competenza del personale, affidabilità, ritenendo ininfluenza la presenza di FederDoc nella compagine sociale.

<sup>332</sup> FIORITTO, *op. et loc. ult. cit.*

<sup>333</sup> D.m.p.a.a.f. 14 giugno 2012, Approvazione dello schema di piano dei controlli, in applicazione dell’articolo 13, comma 17, del decreto legislativo 8 aprile 2010, n. 61, recante la tutela delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche dei vini, GU n. 150, 29/06/2012.

parte simile a quello già da anni in essere per i vini a denominazione d'origine.

Questo intervento è stato in parte contrastato nei mesi precedenti all'approvazione da parte di taluni soggetti per il timore di appesantire le imprese, pur nella convinzione che rigore e certezza siano importanti per garantire la stabilità del sistema<sup>334</sup>. La preoccupazione delle aziende attiene in primis ai costi della certificazione e all'eccesso di burocrazia che rallenta il sistema<sup>335</sup>. Una struttura basata sui controlli a campione compiuta dall'ICQRF sarebbe preferibile ed in linea con le previsioni comunitarie del reg. (CE) 607/2009 e con il d.lgs 61/2010, che prevede *“una parametrizzazione del peso dei controlli alla quantità delle rivendicazioni”*<sup>336</sup>.

Le strutture di controllo dello Stato sulla filiera agroalimentare sono molteplici con differenti competenze dirette a prevenire e garantire in primis la sicurezza e dell'igiene alimentare e dall'altro a sanzionare i comportamenti che attentano alla salute dei consumatori e che violano le norme sulla presentazione, sull'etichettatura, sulla commercializzazione dei prodotti.

Il Comando dei Carabinieri per la Tutela della Salute (i NAS) dipende funzionalmente dal Ministero della Salute operando controlli concentrati principalmente nei luoghi di produzione, somministrazione, deposito o vendita di prodotti destinati all'alimentazione umana<sup>337</sup>. Le ispezioni indicano come le infrazioni più ricorrenti avvengano in ambito penale, in particolare il reato di frode in commercio (circa il 18% delle violazioni contestate) e la detenzione/somministrazione di alimenti in cattivo stato di conservazione (circa il 27%), mentre il 52% delle contestazioni rientra nell'ambito amministrativo (etichettatura e carenze igienico-strutturali)<sup>338</sup>.

Il Comando carabinieri politiche agricole e alimentari (NAC), alle dirette dipendenze del Ministero delle politiche agricole, alimentari e

---

<sup>334</sup> Corriere Vinicolo

<sup>335</sup> *Ibid.*

<sup>336</sup> *Ibid.*

<sup>337</sup> Fonte sito [www.carabinieri.it](http://www.carabinieri.it)

<sup>338</sup> *Ibid.*

forestali, si occupa di tutelare la qualità dei prodotti agroalimentari attraverso un'azione di vigilanza diretta a contrastare le contraffazioni e le false evocazioni dei marchi di qualità, gli illeciti sull'etichettatura e la tracciabilità degli alimenti e più in generale la violazione delle norme che regolano la produzione e la commercializzazione e le altre forme di concorrenza sleale<sup>339</sup>.

Importanti funzioni di controllo sulla “qualità, genuinità e identità dei prodotti agroalimentari [...] finalizzato alla prevenzione e repressione delle frodi e degli illeciti, di carattere essenzialmente merceologico”, di vigilanza “sugli organismi di controllo che operano nell'ambito delle produzioni di qualità regolamentata (tra cui DOP e IGP)” sono attribuite al Dipartimento dell'Ispettorato Centrale della Tutela della Qualità e Repressione Frodi dei prodotti agro-alimentari (ICQRF).

I dati relativi alle irregolarità accertate dimostrano come il settore vitivinicolo si ponga al primo posto come contestazioni amministrative (oltre il 41% del totale) e al secondo posto per le ipotesi di reato (oltre il 17%)<sup>340</sup>. Le violazioni accertate riguardano, limitatamente a quanto attiene la tutela delle denominazioni d'origine, violazioni di obblighi inerenti alla documentazione obbligatoria (registri di cantina, documenti di accompagnamento, dichiarazioni di raccolta, produzione e giacenza) e che quindi possono giustificare il potenziale produttivo, imitazione, usurpazione o evocazione di denominazioni o indicazioni protette, produzione e commercializzazione di vini o uve destinate a produrre vini DOP o IGP non conformi ai requisiti contenuti nel disciplinare di produzione<sup>341</sup>.

Il sistema generale dei controlli non attribuisce specifiche competenze in materia agroalimentare alla Guardia di Finanza, la quale può nel corso di verifiche e ispezioni avere cognizione diretta di possibili

---

<sup>339</sup> [http://www.carabinieri.it/Internet/Cittadino/Informazioni/Tutela/Politiche+Agricole/03\\_agricole.htm](http://www.carabinieri.it/Internet/Cittadino/Informazioni/Tutela/Politiche+Agricole/03_agricole.htm)

<sup>340</sup> *Ibid.*

<sup>341</sup> *Ibid.*

indizi e prove relative a contraffazioni, frodi commerciali e reati alimentari a cui seguono gli adempimenti obbligatori di polizia giudiziaria<sup>342</sup>.

Il commercio transnazionale ed i controlli alle frontiere rappresentano da sempre un binomio irrinunciabile poiché mirano a garantire rispettivamente lo sviluppo economico attraverso gli scambi di prodotti e la salvaguardia della sicurezza e della salute dei cittadini, la tutela della concorrenza leale nel rispetto della normativa interna ed internazionale che regolano la produzione, la presentazione, il confezionamento e la commercializzazione dei prodotti. L'Agenzia delle Dogane ha competenza sullo sdoganamento delle merci e conseguentemente rappresenta *“un efficace presidio nel settore della protezione della salute e della sicurezza dei consumatori e per la tutela del mercato”*<sup>343</sup>

### **3.5. La tutela penale, civile e amministrativa delle indicazioni geografiche**

L'attenzione della normativa comunitaria e nazionale alla sicurezza alimentare ha l'obiettivo di garantire, all'interno di un quadro complessivo di regole, la protezione del consumatore attraverso il controllo delle forme di comunicazione (pubblicità, etichettatura, etc.) e la salute degli alimenti<sup>344</sup>. La dilatazione delle distanze tra il produttore ed il consumatore finale, la frammentazione della distribuzione hanno indotto il legislatore a fissare norme che regolano i diversi aspetti che investono l'intera filiera per tutelare principalmente due categorie ed i loro interessi principali: i consumatori contro le frodi e l'asimmetria informativa, i produttori contro gli atti di concorrenza sleale al fine di ripristinare la fiducia sugli scambi commerciali<sup>345</sup>.

La tutela delle indicazioni geografiche ha il compito di preservare anche il tessuto culturale, sociale ed ambientale legato ad un determinato

---

<sup>342</sup> *Ibid.*

<sup>343</sup> *Ibid.*

<sup>344</sup> MASINI S., *op. cit.*, 1.

<sup>345</sup> *Id.*, 4.

territorio da atti che possano pregiudicare i “presupposti economici che lo rendono possibile”<sup>346</sup>.

Questo effetto si realizza principalmente nell’ipotesi prevista dall’art. 23/3 di chi “*usurpa, imita o evoca una denominazione protetta*”.

Il mercato unico comunitario ha imposto l’eliminazione delle barriere tecniche e giuridiche sostituendole con adeguati standards minimi per ciascun prodotto al quale ciascuno Stato membro doveva e deve adeguare la propria normativa e a cui ciascun operatore economico si deve conformare<sup>347</sup>. L’attività di certificazione, affidata ad autorità pubbliche ed enti privati, si è resa necessaria ed è stata regolamentata con lo scopo di controllare il rispetto degli standards fissati<sup>348</sup>.

Il valore della reputazione di un prodotto e la capacità evocativa delle indicazioni geografiche suggestionano l’acquirente e lo inducono a compiere le proprie scelte di consumo sulla base dei molteplici elementi contenuti nella denominazione: l’origine territoriale, la qualità, la tradizione<sup>349</sup>.

I produttori, e ancor prima i consorzi di tutela, investono nella promozione del segno distintivo con l’obiettivo di promuovere i vini contraddistinti dalla denominazione e più in generale il territorio stesso e di distinguersi, grazie alle caratteristiche specifiche offerte dai fattori umani e naturali ivi presenti, sul mercato globale<sup>350</sup>.

Sul piano della disciplina giuridica la difesa degli investimenti da un lato e della fiducia del consumatore dall’altro, trova nel nostro ordinamento una tutela penale, civile e amministrativa.

Il sistema sanzionatorio vitivinicolo risente della complessità della normativa determina la necessità di trovare un coordinamento tra i diversi livelli. L’eterogeneità delle disposizioni interne comporta un’analisi attenta e selettiva sugli aspetti più inerenti alla tutela delle indicazioni geografiche.

---

<sup>346</sup> *Ibid.*

<sup>347</sup> *Id.*, 5.

<sup>348</sup> *Ibid.*

<sup>349</sup> *Id.*, 8.

<sup>350</sup> *Id.*,

L'evoluzione normativa del settore vinicolo ha risentito delle profonde trasformazioni intervenute a livello comunitario che, attraverso i diversi regolamenti, ha interessato tutti gli aspetti del settore.

In queste norme il legislatore ha disposto il precetto, il comando di fare o non fare qualcosa, rispettando la sovranità statale nella determinazione delle sanzioni e nell'esercizio della potestà punitiva<sup>351</sup>. L'adozione di adeguate sanzioni rientra tra gli obblighi di cooperazione sanciti dall'art. 10 del Trattato istitutivo il quale afferma che *“gli Stati membri adottano tutte le misure di carattere generale e particolare atte ad assicurare l'esecuzione degli obblighi derivanti dal presente trattato ovvero determinati atti delle istituzioni della Comunità. Essi facilitano questa nell'adempimento dei propri compiti. Essi si astengono da qualsiasi misura che rischi di compromettere la realizzazione degli scopi del presente trattato”*<sup>352</sup>.

La disparità di trattamento, conseguenza inevitabile del sistema comunitario, è stata più volte affrontata dalla Corte di Giustizia attraverso le cause 290/91 e 68/88<sup>353</sup>. La Corte si è pronunciata sulla compatibilità delle regole nazionali con l'esigenza di un'applicazione uniforme del diritto comunitario necessaria per evitare disparità di trattamento tra gli operatori economici ed eludere la normativa stessa<sup>354</sup>. L'assenza di una disposizione comunitaria specifica che prevede una sanzione in caso di violazione impone agli Stati membri l'obbligo di adottare tutte le misure per garantire l'effettività della norma<sup>355</sup>. La ponderazione delle sanzioni derivanti da obblighi comunitari deve essere compiuta sulla base di analoghe condizioni, procedurali e nel merito, individuate dal legislatore per le violazioni di norme nazionali *“di natura e importanza equiparabile”*<sup>356</sup>.

L'interazione tra i due livelli, comunitario e nazionale, prevede la designazione di una o più *“autorità competenti incaricate di controllare*

---

<sup>351</sup> NICOLETTI G., *L'intervento del legislatore nel settore vitivinicolo. Tre casi a confronto: Toscana, Veneto e Sicilia*, in [http://www.coreras.it/Upload/allegatipubblicazioni/L\\_intervento\\_del\\_legislatore\\_nel\\_settore\\_vitivinicolo.pdf](http://www.coreras.it/Upload/allegatipubblicazioni/L_intervento_del_legislatore_nel_settore_vitivinicolo.pdf).

<sup>352</sup> *Ibid.*

<sup>353</sup> Corte di Giustizia delle Comunità Europee, 21 settembre 1989, *Commissione delle Comunità europee e Repubblica ellenica*, C-68/88, e 27 maggio 1993, *Johannes Peter e Hauptzollamt Regensburg*, C-290/91.

<sup>354</sup> NICOLETTI, *op. cit.*

<sup>355</sup> *Ibid.*

<sup>356</sup> *Ibid.*

*l'adempimento degli obblighi stabiliti*" dalle norme comunitarie (art. 118 *sexdecies* reg. (CE) 1234/2007).

### 3.5.1. Gli illeciti penali

I documenti storici, già in parte analizzati, attestano come gli episodi di frode alimentare siano un fenomeno antico, contestuale all'attività di manipolazione dell'uomo degli alimenti oggetto di scambi commerciali<sup>357</sup>. Ripercorrendo tratti di storia nel 14 a.C. i Prefetti dell'Annona istituiti da Augusto, avevano la funzione di controllare l'approvvigionamento dei mercati, in particolare la fornitura dei beni indispensabili alla vita, e di combattere le frodi alimentari vigilando sulle derrate<sup>358</sup>. Nella città di Pompei i negozi dei commercianti accusati di aver venduto prodotti alimentari sofisticati (vino annacquato o condito con altre sostanze, pane contenente terra bianca dolce, oppure farine meno pregiate del grano, etc.) venivano contrassegnati da un graffito rappresentante uno "stellio", un rettile che muta facilmente colore<sup>359</sup>. Il significato dello "stellio", oltre a quello meramente simbolico, ne aveva uno giuridico, "in quanto veniva usato per reprimere gli atti dolosi, in particolare le frodi in commercio, non contemplati dalle norme vigenti" coprendo di infamia l'esercizio commerciale sul quale veniva apposto<sup>360</sup>.

Nei secoli successivi gli Stati sono intervenuti con diversi mezzi giuridici per regolare la produzione e la trasformazione dei prodotti alimentari<sup>361</sup>.

L'evoluzione tecnologica ed il progresso scientifico dell'età moderna hanno da un lato contribuito positivamente a migliorare qualitativamente gli alimenti integrando nuovi processi di trasformazione e commercializzazione, ma dall'altro hanno permesso di perfezionare frodi e sofisticazioni<sup>362</sup>.

---

<sup>357</sup> SABELLICO A., *Le nuove norme sulla etichettatura dei vini*, Associazione Enologi Enotecnici Italiani, Conegliano, 2003, 449 e ss., in NICOLETTI; *op. cit.*, 284.

<sup>358</sup> NICOLETTI, *op. cit.*

<sup>359</sup> *Ibid.*

<sup>360</sup> *Ibid.*

<sup>361</sup> *Ibid.*

<sup>362</sup> *Ibid.*

Episodi spesso eclatanti hanno caratterizzato il settore vitivinicolo nel corso degli anni, coinvolgendo tutti i livelli produttivi: dalla produzione delle uve alla trasformazione e al commercio<sup>363</sup>.

Di recente pubblicazione il rapporto della Commissione Parlamentare d'Inchiesta sui fenomeni della contraffazione e della pirateria in campo commerciale offre un'analisi attuale della contraffazione nel settore agroalimentare<sup>364</sup>. Pur trattandosi di un fenomeno trasversale a diversi settori, la contraffazione alimentare si contraddistingue per talune specifiche peculiarità legate alla stagionalità, alle materie prime e ai processi di trasformazione.

La contraffazione mina le basi economiche della produzione e della commercializzazione dei prodotti: cioè la capacità innovativa nei processi, il progresso qualitativo, la tutela degli aspetti tradizionali, l'affidamento dei consumatori, gli investimenti ingenti, la dinamicità della concorrenza<sup>365</sup>.

Il legislatore riconosce la scarsa complementarietà tra *“le disposizioni che tutelano la qualità delle produzioni rispetto a quelle che invece si occupano della salubrità del prodotto, così da rendere il sistema di prevenzione e controllo meno efficace e incisivo”*<sup>366</sup>. L'attesa del consumatore verso un prodotto di qualità si manifesta nella fiducia verso l'indicazione geografica riportata in etichetta<sup>367</sup>.

Gli interessi lesi dal fenomeno della contraffazione non toccano esclusivamente il produttore e il consumatore finale, ma vanno a erodere aspetti macroeconomici sia nazionali che internazionali: riduzione di posti di lavoro, perdite nel bilancio dello Stato a favore, molto spesso, della criminalità organizzata<sup>368</sup>.

L'attenzione dello Stato verso il settore alimentare è volta a garantire *“la conformità dei prodotti alle disposizioni dirette a prevenire i rischi per la*

---

<sup>363</sup> FREGONI, 747.

<sup>364</sup> Commissione Parlamentare d'inchiesta sui fenomeni della contraffazione e della pirateria in campo commerciale, Relazione sulla contraffazione nel settore agroalimentare, approvata il 6 dicembre 2011.

<sup>365</sup> *Ibid.*

<sup>366</sup> *Id.*, 122.

<sup>367</sup> *Ibid.*

<sup>368</sup> *Id.*, 16.

*salute pubblica, proteggere gli interessi dei consumatori ed assicurare la lealtà delle transizioni*<sup>369</sup>.

Le basi normative che regolano l'intervento statale sono state ridefinite per completare il quadro legislativo penale dell'ordinamento italiano contro i fenomeni di commercializzazione di prodotti oggetto di falsificazione o imitazione strutturando la tutela su tre livelli: l'art. 474 c.p., l'art. 517 c.p. e l'art. 4/49 della l. n. 350/2003<sup>370</sup>. A queste norme giuridiche si aggiungono quelle più prettamente legate alle indicazioni geografiche contenute nel codice penale.

La frode alimentare può essere definita come "l'azione che ha come fine l'inganno di una persona" attraverso la vendita di un alimento che, "per origine, provenienza, qualità o quantità, è diverso da quello dichiarato in etichetta oppure non possiede tutti i requisiti prescritti" dalla legge<sup>371</sup>.

Nell'analisi dei casi e delle ipotesi di frode, il codice disciplina gli illeciti ad essa connessi sia dal punto di vista della tutela dell'incolumità del consumatore (Libro II, Titolo VI, Capo II "Delitti di comune pericolo mediante frode") sia della tutela dell'economia pubblica (Libro II, Titolo VIII, Capo II "Delitti contro l'industria e il commercio").

L'indicazione geografica, come già si è potuto analizzare, tutela una diversità di interessi. La denominazione garantisce la qualità del prodotto.

Tra i "Reati di comune pericolo mediante frode", particolare attenzione è dedicata all'art. 474 c.p. che pur configurandosi come un reato di natura plurioffensiva, tutela in maniera preminente la pubblica fede, "ossia l'interesse pubblico a garantire l'affidamento generale verso un determinato prodotto industriale od opera dell'ingegno e, in secondo luogo, a tutela dell'interesse del titolare del prodotto o dell'opera"<sup>372</sup>. La

---

<sup>369</sup> Rapporto Ministero della Salute: Vigilanza e controllo degli alimenti e della bevande in Italia, 2010 [http://www.salute.gov.it/imgs/C\\_17\\_pubblicazioni\\_1603\\_allegato.pdf](http://www.salute.gov.it/imgs/C_17_pubblicazioni_1603_allegato.pdf).

<sup>370</sup> PROCUCCI G., SCREPANTI S., *La tutela penale della qualità, origine e provenienza dei prodotti singole casistiche e applicabilità delle diverse fattispecie*, in *Impresa*, 2006, 1, 19. Legge Finanziaria 2004, come modificato dall'art. 1, comma 9, del D.L. n. 35/2005, convertito dalla L. n. 80/2005 e, da ultimo, dall'art. 2-ter della L. 2 dicembre 2005, n. 248, che ha convertito in legge il D.L. 30 settembre 2005, n. 203.

<sup>371</sup> *Ibid.*

<sup>372</sup> PROCUCCI, SCREPANTI, *op. et loc. ult. cit.*

fattispecie si realizza con la messa in circolazione, la detenzione o la vendita di marchi e segni distintivi contraffatti o alterati ed attenta alla tutela dell'affidamento degli stessi *“non nei confronti del compratore (eventualmente consapevole ma al contempo interessato all'acquisto) ma della pubblica fede nel suo insieme”* (Cass. Pen., sez. V, 5 novembre 2001)<sup>373</sup>.

Questa fattispecie di reato è stata più volte oggetto di confronto sia in dottrina che in giurisprudenza con riguardo all'ipotesi di reato impossibile in relazione al c.d. “falso grossolano”, il quale si configura quando la contraffazione è evidente e riconoscibile dall'acquirente in ragione a diversi elementi. L'attitudine alla contraffazione e la natura di reato di pericolo non permettono di parlare di esistenza di un reato impossibile in presenza di condizioni grossolane poiché l'idoneità stessa del marchio contraffatto (o alterato) a rendere falsamente un prodotto come proveniente da un determinato produttore, è di per sé idonea a configurare questa ipotesi di reato e non viene meno il pericolo della lesione della “pubblica fede”<sup>374</sup>.

Per aversi “contraffazione o alterazione, è comunque necessaria la “confondibilità” fra marchio originale e quello riprodotto” (Cass. 12); l'alterazione del marchio altrui sussiste anche nell'ipotesi di semplice imitazioni, anche imperfetta o parziale”, idonea a ledere la pubblica fede<sup>375</sup>.

La seconda categoria di delitti, quelli contemplati contro l'economia, l'industria ed il commercio, rilevano ai fini della ricerca quelli della frode in commercio (art. 515 c.p.), la vendita di sostanze alimentari non genuine come genuine (art. 516 c.p.), vendita di prodotti con segni mendaci (art. 517 c.p.).

Nella disciplina della frode in commercio, la norma afferma che “Chiunque, nell'esercizio di un'attività commerciale, ovvero in uno spaccio aperto al pubblico, consegna all'acquirente [...] una cosa mobile, per origine, provenienza, qualità o quantità, diversa da quella dichiarata o pattuita, è punito, qualora il fatto non costituisca un più grave delitto, con

---

<sup>373</sup> *Ibid.*

<sup>374</sup> *Ibid.*

<sup>375</sup> Corte di Cassazione n. 19436 del 6 ottobre 2005 e Corte App. Roma, Sez. III, 22 giugno 2005, in *Massima Redazionale*, 2005.

la reclusione fino a due anni o con la multa fino a € 2.065.” La norma mira a sanzionare quei comportamenti che, fondati su una percezione di diffidenza, possono arrecare danno alle leali e trasparenti transazioni commerciali<sup>376</sup>. La condotta presuppone la consegna di una cosa mobile per un'altra, ovvero una cosa mobile, per origine, provenienza, qualità o quantità, diversa da quella dichiarata o pattuita con l'acquirente. La “consegna” comprende una serie di comportamenti che superano il mero trasferimento materiale della merce, ben potendo concretizzarsi anche attraverso l'accettazione di un documento equipollente (lettera di vettura, polizza di carico, etc. in generale documenti frequentemente utilizzati nella prassi commerciale)<sup>377</sup>. La “diversità” della cosa consegnata rispetto a quella pattuita o dichiarata anticipa il momento della concretizzazione del delitto anche alla fase delle trattative o dell'offerta<sup>378</sup>.

La diversa origine della merce, il diverso luogo geografico di produzione, sono elementi che generano nel consumatore determinate associazioni d'interesse, qualità, tradizione che spesso, ma non sempre, lo conducono a formulare le proprie scelte. La bontà di un prodotto, nella concretizzazione della fattispecie di frode, passa ad un livello successivo quando l'indicazione geografica influenza il giudizio dei consumatori<sup>379</sup>.

L'articolo successivo sanziona “*chiunque pone in vendita o mette altrimenti in commercio come genuine sostanze alimentari non genuine*” (art. 516 c.p.). Come i reati dello stesso capo, anche questa fattispecie mina l'interesse generale dei produttori, dei consumatori ed in generale dell'ordine economico retto su rapporti commerciali leali e trasparenti. La dottrina suole suddividere la genuinità dell'alimento in una “genuinità naturale”, quella che attiene alle caratteristiche di un alimento, alla sua naturale composizione mantenuta nonostante trasformazioni o quando più in generale l'alimento non ha subito processi di alterazione, e in una “genuinità legale”, quella oggetto dell'intervento del legislatore che definisce gli standard di conformità sulla base dei progressi tecnici per

---

<sup>376</sup> *Id.*, 291.

<sup>377</sup> NICOLETTI G., *op. cit.*

<sup>378</sup> *Ibid.*

<sup>379</sup> *Id.*, 293.

garantire la qualità e la sicurezza del prodotto a fronte di trasformazioni e particolari trattamenti che possono renderlo scadente o addirittura dannoso alla salute<sup>380</sup>. La condotta di chi “pone in vendita” a titolo oneroso, o “mette altrimenti in commercio”, favorendo la circolazione dell’alimento tra il pubblico anche a titolo gratuito, può essere tenuta anche da un soggetto che non possiede la qualifica di commerciante.

La simulazione si realizza semplicemente attraverso la vendita o il commercio di alimenti su cui sia indicato, implicitamente o esplicitamente, la genuinità dello stesso<sup>381</sup>.

L’art. 517 c.p. sanziona il comportamento di chi “pone in vendita o mette altrimenti in circolazione opere dell’ingegno o prodotti industriali con nomi, marchi o segni distintivi nazionali o esteri, atti a indurre in inganno il compratore sull’origine, provenienza o qualità dell’opera o del prodotto”.

Di recente la portata della norma ha subito un sensibile ridimensionamento per effetto del suo carattere sussidiario che determina un’applicazione della norma “solo se il fatto non è previsto come reato da altra disposizione di legge”<sup>382</sup>.

L’articolo in esame pone l’accento sui marchi e i segni non veri atti, per le loro caratteristiche, ad indurre in errore il consumatore circa l’origine, la provenienza e la qualità<sup>383</sup>. Oggetto di tutela sono la “*correttezza e probità degli scambi e dei rapporti economici*” da comportamenti mendaci, attraverso la messa in vendita o in circolazione, che pregiudicano la lealtà delle transazioni commerciali e la correttezza delle informazioni verso i consumatori e più in generale il sistema economico<sup>384</sup>. Il pregiudizio patrimoniale privato dell’imprenditore si riflette su un piano più generale. Ciò che rileva infatti per l’ordine economico, inteso come protezione dei consumatori e dei produttori, è proprio l’origine territoriale<sup>385</sup>.

---

<sup>380</sup> FREGONI M., *op. cit.*, 285.

<sup>381</sup> *Ibid.*

<sup>382</sup> Qualità

<sup>383</sup> DI AMATO A., *Diritto penale dell’impresa*, Milano, Giuffrè, 2006, 213.

<sup>384</sup> *Ibid.*

<sup>385</sup> Cass. Pen, Sez. III, 17 febbraio 2005, n. 13712, in *Guida al Diritto*, 2005, 20, 73.

La fattispecie si realizza sia attraverso atti inequivocabilmente idonei a conseguire la vendita del prodotto, contrassegnato in maniera ingannevole, sia atti che fanno da corollario alla vendita come la giacenza presso magazzini, depositi, locali di vendita<sup>386</sup>. La “messa in circolazione” si identifica con quei comportamenti volti a mettere in contatto il consumatore con il prodotto<sup>387</sup>. Costituisce elemento tipico della condotta illecita “l’imitazione, anche generica, idonea a trarre in inganno il compratore sull’origine, provenienza o qualità del prodotto”<sup>388</sup>.

La circostanza aggravante ricorre quando i fatti hanno ad oggetto alimenti o bevande con denominazione di origine (art. 517 *bis* c.p.). L’elemento fondante le indicazioni geografiche è da ricercare nella tutela di quel rapporto tra fattori umani e naturali e territorio che attribuiscono al prodotto alimentare le sue qualità o determinate caratteristiche. La valorizzazione dei prodotti attraverso i segni distintivi genera un riconoscimento del mercato del loro valore e della loro importanza per l’economia delle popolazioni operanti nei territori d’origine.

L’utilizzo di segni mendaci sugli alimenti o sulle bevande è in grado di generare un danno economico con ripercussioni sul reddito degli operatori insediati e sulla credibilità dell’indicazione geografica nel mercato.

Il consumatore, facendo affidamento sulle informazioni contenute nella denominazione di origine, riesce a formulare scelte di consumo orientandosi sulla provenienza, sulle garanzie di qualità insite e sulla certezza delle caratteristiche organolettiche del prodotto<sup>389</sup>.

Tra i delitti contemplati dal legislatore, il 517<sup>quater</sup> c.p. punisce con la reclusione fino a due anni e con la multa fino a 20.000 euro “*chiunque contraffaccia o comunque altera indicazioni geografiche o denominazioni di origine di prodotti agroalimentari*”. Una norma che implementa gli strumenti per contrastare il fenomeno della contraffazione e i costanti pericoli a cui è

---

<sup>386</sup> Cass. Pen, Sez. III, 11 dicembre 1995, n. 4374, in *Cass. Pen.*, 1997, 1382.

<sup>387</sup> Cass. Pen., Sez. III, 22 ottobre 1969, in *Cass. Pen.*, 1971, 215.

<sup>388</sup> Cass. Pen., Sez. III, 23 settembre 1994, in *Cass. Pen.*, 1996, 1842.

<sup>389</sup> Il marchio, 3, in <http://dspace-unipr.cil.ea.it/bitstream/1889/921/12/3%20II%20marchio.pdf>

sottoposta la fiducia dei consumatori nelle indicazioni geografiche e di qualità<sup>390</sup>. Un contributo penale a sostegno delle previsioni contenute negli artt. 29 e 30 del Codice della proprietà industriale, a protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine adottate per designare un prodotto e a conferma del divieto di uso ingannevole o falso delle stesse<sup>391</sup>.

Il secondo comma estende la medesima pena anche a chi, introducendo nel territorio nazionale prodotti contraffatti, li ponga in vendita o li immetta sul mercato. Una previsione simile a quella contenuta nell'art. 4/49 della l. n. 350/2003 ed in rapporto di specialità con l'art. 517 c.p.<sup>392</sup>.

Il c.d. "Caso del Brunello di Montalcino" è un esempio di frode in commercio scoperta a seguito di controlli congiunti della Guardia di Finanza e l'I.C.Q.R.F. presso alcune aziende toscane<sup>393</sup>. I motivi fondanti il provvedimento di sequestro si basavano su elementi indiziari, tra cui varietà di piante non conformi al disciplinare nell'azienda vitivinicola e la presenza di una vasca contrassegnata dalla dicitura "atto a Brunello" e dall'indicazione del vigneto coltivato a uva Merlot, varietà non ammessa dal disciplinare. Ai fini del sequestro cautelare la Corte di Cassazione afferma che è "*sufficiente il pericolo che la libera disponibilità di una cosa pertinente al reato possa aggravare o prostrarne le conseguenze, ovvero agevolare la commissione di altri reati*"; l'esistenza di viti non conformi nei vigneti destinati a produrre Brunello e Rosso di Montalcino e il mancato immediato declassamento non escludono che la massa vinica sia confluita in quella del Brunello.

Superare gli aspetti prettamente repressivi ponendo maggiore attenzione sull'informazione e sulla trasparenza della filiera è l'obiettivo individuato dalla Commissione d'Inchiesta. Il livello culturale del consumatore, sempre più attento alle scelte d'acquisto, deve essere allo

---

<sup>390</sup> MADEO A., *Lotta alla contraffazione: modifiche agli artt. 473-474 c.p. e nuovi delitti*, in *Dir. Pen. e Processo*, 2010, 1, 10.

<sup>391</sup> *Ibid.*

<sup>392</sup> *Ibid.*

<sup>393</sup> Cass. Pen., Sez. III, 05 novembre 2008, n. 1454, *Massima redazionale*, 2012 e ordinanza del 15 aprile 2008 il Tribunale di Siena.

stesso tempo “educato” attraverso un’adeguata e corretta informazione<sup>394</sup>. Questa azione, associata ad un sistema dei controlli, ha lo scopo di tutelare la fiducia del consumatore verso prodotti che garantiscono, attraverso le indicazioni geografiche, qualità e sicurezza.

Il pregio delle denominazioni di origine italiane sul mercato estero provoca un fenomeno di contraffazione più estesa che non riesce ad essere smascherata dal consumatore, poco avvezzo a saper distinguere un’imitazione da un prodotto originario e ad associare una denominazione con il suo paese, regione o località d’origine<sup>395</sup>. Di fronte ad un mercato globalizzato, la capacità distintiva delle indicazioni geografiche garantisce l’identità, la riconoscibilità, la provenienza e l’origine del prodotto e di conseguenza assicurano il consumatore circa la qualità elevata e la conoscenza del luogo di origine<sup>396</sup>.

La fattispecie criminosa introdotta dall’art. 4/49 della l. n. 350/2003 ha completato il quadro giuridico della tutela penale legata alle frodi in commercio, in particolare “L’importazione e l’esportazione a fini di commercializzazione ovvero la commercializzazione o la commissione di atti diretti in modo non equivoco alla commercializzazione di prodotti recanti false o fallaci indicazioni di provenienza o di origine”. La norma mira a sanzionare quei comportamenti idonei a fornire false (indicazione di origine o provenienza che non corrisponde alla realtà) e mendaci (o fallace indicazione che, pur non essendo propriamente falsa, trae o può trarre in inganno i soggetti che agiscono nel mercato circa l’origine e la provenienza del prodotto) informazioni, escludendo pertanto le ipotesi di contraffazione o alterazione già diffusamente considerate dal legislatore, circa l’origine<sup>397</sup>.

Il reato in oggetto ha una duplice oggettività e si pone trasversalmente alle ipotesi di reato analizzate in quanto tutela l’ordine economico ma anche la fede pubblica<sup>398</sup>.

---

<sup>394</sup> Relazione sulla contraffazione nel settore agroalimentare del 6 dicembre 2011, *op. cit.*

<sup>395</sup> *Ibid.*

<sup>396</sup> *Id.*, 123.

<sup>397</sup> Cass. Pen, Sez. III, 17 febbraio 2005, n. 13712.

<sup>398</sup> *Ibid.*

Si può quindi affermare che è “*sufficiente che sia pregiudicato l’affidamento generale dei “terzi” circa l’origine o la provenienza di un determinato prodotto*”, non essendo necessario che la condotta sia idonea a trarre in inganno l’acquirente<sup>399</sup>.

### **3.5.2. Disposizioni sanzionatorie della normativa di settore**

Il d.lgs 61/2010 enuncia le disposizioni sanzionatorie premettendo nell’incipit del comma il carattere complementare alle norme penali che regolano la medesima fattispecie “*salva l’applicazione delle norme penali vigenti*”.

Le sanzioni previste dall’art. 22 riguardano la produzione dell’intera filiera vitivinicola ed in particolare la fase produttiva.

Il primo comma sanziona il comportamento di chi “*produce, vende, pone in vendita o comunque distribuisce per il consumo vini con denominazioni di origine protette o con indicazioni geografiche protette [...] che non rispettano i requisiti previsti dai rispettivi disciplinari di produzione*” (art. 22/1).

La produzione e la vendita di uve atte ad essere trasformate in vini con indicazione geografica presuppongono il rispetto dei requisiti previsti dalla normativa (art. 22/2).

La dichiarazione di vendemmia rappresenta, ai fini della definizione delle quantità prodotte e del rispetto dei limiti stabiliti dal disciplinare, l’attestazione della resa dell’uva prodotta sulla superficie rivendicata dal viticoltore. L’indicazione di quantitativi superiori rispetto alla quantità effettivamente prodotta è sanzionata dal legislatore (art. 22/4).

La designazione e la presentazione dei prodotti sono il principale strumento a disposizione del consumatore per conoscere il prodotto, non potendo percepire la qualità senza l’acquisto ed il consumo del vino stesso.

Il contrassegno (art. 19/3) è obbligatorio per i vini Docg e fornisce al consumatore la garanzia di integrità del vino (“applicato in modo tale da impedire che il contenuto possa essere estratto senza l’inattivazione del

---

<sup>399</sup> *Ibid.*

contrassegno stesso”) e la tracciabilità del vino attraverso il codice riportato (“fornito di una serie e di un numero di identificazione”). La tutela dei contrassegni è soggetta, oltre alle norme penali, anche all’art. 23/1 che sanziona la condotta di chi “contraffà o altera [...], acquista, detiene o cede ad altri ovvero usa contrassegni alterati o contraffatti” o, in maniera più assoluta, non li apponga sui recipienti (art. 23/2).

La protezione dell’indicazione geografica è garantita anche contro l’usurpazione, l’imitazione o l’evocazione della stessa, di un segno distintivo o di un marchio, anche se l’origine vera del prodotto è indicata. La norma tutela la denominazione anche contro traduzioni non consentite o l’unione con altri termini quali “gusto, uso, sistema, genere, tipo, metodo o simili” ovvero “impiega accrescitivi, diminutivi o altre deformazioni delle denominazioni stesse o comunque fa uso di indicazioni illustrative o segni suscettibili di trarre in inganno l’acquirente” (art. 23/3).

Con l’intento di tutelare il consumatore da forme ingannevoli di pubblicità e informazione, il legislatore ha voluto punire le condotte di chi su confezioni, imballaggi, documenti ed altri mezzi di informazione del consumatore utilizza *“indicazioni false o ingannevoli relative alla provenienza, all’origine, alla natura o alle qualità dei prodotti”*. L’utilizzo di determinati imballaggi è obbligatorio per taluni vini che tradizionalmente hanno associato la loro commercializzazione con determinati contenitori, i quali sono in grado di far compiere al consumatore la diretta associazione vino-imballaggio-denominazione (art. 23/6).

### **3.5.3. La tutela civilistica**

La tutela civilistica delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche trova applicazione in primo luogo nella disciplina della concorrenza sleale.

La concorrenza sleale si concretizza in atti che contrastano con i principi di correttezza professionale, usando nomi o segni distintivi idonei a produrre confusione con i nomi o segni distintivi legittimamente usati da altri, o imita servilmente i prodotti di un concorrente (art. 2598 c.c.). La

slealtà è ravvisata dalla dottrina anche in quelle ipotesi in cui la denominazione di origine utilizzata per prodotti provenienti dalla stessa zona e con le stesse caratteristiche, sia utilizzata in maniera tale da produrre pregi e qualifiche che invece non competono<sup>400</sup>.

Il codice civile legittima anche le categorie professionali e gli enti che rappresentano la categoria ad agire contro atti di concorrenza sleale che pregiudicano l'interesse della categoria stessa (art. 2601 c.c.).

Con le modifiche apportate dal d.lgs 131/10 al Codice della proprietà industriale, la tutela delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche è stata implementata anche contro le ipotesi di sfruttamento indebito della loro reputazione<sup>401</sup>. Il c.d. “parassitismo” crea un indebito vantaggio al terzo che sfrutta la reputazione di una zona tipica associando ad essa i propri prodotti e incrementando le proprie vendite, senza necessariamente presupporre una situazione di inganno<sup>402</sup>.

Un'evoluzione della normativa precedente che creava una tutela minima sulla base dei contenuti dell'Accordo TRIPs, soluzione di compromesso tra i diversi Paesi firmatari e circoscritta nella previsione dei casi di uso ingannevole, seppur attenta al settore dei vini e degli alcoli, innestandola con elementi dell'Accordo di Lisbona e del reg. (CE) 510/06<sup>403</sup>.

L'art. 30/1 utilizza l'espressione “comporti uno sfruttamento indebito della reputazione della denominazione protetta”, il cui significato ricomprende le “ipotesi di parassitismo o free riding nelle quali l'usurpatore si viene a trovare in condizione di vendere più agevolmente i suoi prodotti (risparmi di costi, facile presa sul pubblico), grazie agli effetti vantaggiosi di un collegamento alla denominazione [...] e al riversarsi della reputazione connessa sui prodotti”<sup>404</sup>.

Nel più grande contenitore della concorrenza sleale e prima della previsione puntuale dell'art. 30/1, lo sfruttamento indebito si concretizza

---

<sup>400</sup> SIRONI G. E., *La modifica della disciplina delle indicazioni geografiche*, in *Dir. ind.*, 2010, 6, 536.

<sup>401</sup> *Ibid.*

<sup>402</sup> *Ibid.*

<sup>403</sup> *Ibid.*

<sup>404</sup> *Ibid.*

anche nell'ipotesi di uso dell'indicazione geografica accompagnata a termini quali “genere”, “tipo”, “metodo” etc. che, sfruttando il collegamento con la zona tipica, traggono vantaggio da esso, “*pur rendendo evidente al pubblico la natura non originale del prodotto*”<sup>405</sup>.

L'articolo in esame non solo vieta esclusivamente l'uso diretto, ma anche “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”. Il legislatore ha voluto estendere la tutela contro tutte quelle forme di evocazione dell'origine geografica, e quindi di uso di indicazioni indirette idonee a generare nella mente del consumatore il collegamento tra un certo prodotto e un territorio o quando, pur in presenza di indicazioni veritiere, il prodotto non possenga le caratteristiche qualitative che generalmente si reputano in capo a quella determinata zona<sup>406</sup>.

L'uso di contenitori e imballaggi particolari, previsti da taluni disciplinari come tipici della zona, possono integrare questa fattispecie di sfruttamento indebito<sup>407</sup>.

Il risarcimento del danno da violazione dei diritti di proprietà industriale contemplato dall'art. 125 del d.lgs 30/05 riconosce alla parte lesa il diritto al lucro cessante “valutato dal giudice anche tenendo conto degli utili realizzati in violazione del diritto e dei compensi che l'autore della violazione avrebbe dovuto pagare qualora avesse ottenuto licenza dal titolare del diritto” e secondo le modalità definite negli artt. 1223, 1226 e 1227 c.c. Il contenuto di questa norma completa, integrandola, il contenuto dell'art. 2598, degli atti di concorrenza sleale.

Parimenti è risarcibile il danno emergente causato al bene-indicazione geografica a fronte di una *dilution* (annacquamento del marchio che gode di rinomanza) rilevante quando la qualità dei prodotti contraffatti

---

<sup>405</sup> *Ibid.*

<sup>406</sup> *Ibid.*

<sup>407</sup> *Ibid.*

è inferiore, le spese sostenute in promozione e pubblicità anche successiva come reazione alla contraffazione e i costi di mantenimento<sup>408</sup>.

La norma contenuta nell'art. 127 è suppletiva delle disposizioni contenute nel codice penale relative alla fabbricazione, vendita, esposizione, uso industriale e introduzione di oggetti (artt. 473, 474 e 517 c.p.), in quanto punisce, a querela di parte, con la multa chiunque, nel compiere una delle azioni predette, viola un titolo di proprietà industriale. L'apposizione "di parole o indicazioni non corrispondenti al vero, tendenti a far credere che l'oggetto sia protetto [...] o a far credere che il marchio che lo contraddistingue sia stato registrato" o "l'uso di un marchio registrato, dopo che la relativa registrazione è stata dichiarata nulla, quando la causa di nullità comporta la illiceità dell'uso del marchio, oppure sopprima il marchio del produttore o del commerciante da cui abbia ricevuto i prodotti o le merci ai fini commerciali" sono punite con una sanzione amministrativa (art. 127/2-3).

Il sequestro, il cui procedimento è regolato dalle norme contenute nel codice di procedura civile, può essere chiesto dal titolare del diritto su tutti o alcuni oggetti costituenti violazione di tale diritto (art. 129/1).

Sotto il profilo pubblicitario, il d.lgs 145/07 e il Codice del consumo tracciano un quadro giuridico a garanzia delle informazioni diffuse attraverso le diverse forme di messaggio "*nell'esercizio di un'attività commerciale, industriale, artigianale o professionale allo scopo di promuovere il trasferimento di beni mobili o immobili*" (art. 2/1 d.lgs 145/07).

La disciplina dei due decreti, per quanto attiene alla tutela delle denominazioni e delle indicazioni geografiche, è la medesima pur rimanendo diversa la finalità degli stessi. L'obiettivo comune è quello di assicurare i diritti dei consumatori e dei professionisti "dalla pubblicità ingannevole e dalle sue conseguenze sleali, nonché di stabilire le condizioni di liceità della pubblicità comparativa" (art. 1/1 d.lgs 145/07). In particolare gli artt. 4 del d.lgs 145/07 e 22 del d.lgs 206/05 definiscono come lecita la pubblicità comparativa quando "non trae indebitamente vantaggio dalla notorietà connessa al marchio, alla denominazione

---

<sup>408</sup> Trib. Milano, 24 luglio 2003, GADI 4598.

commerciale ovvero ad altro segno distintivo di un concorrente o alle denominazioni di origine di prodotti concorrenti”. In particolare per i prodotti recanti denominazione di origine, la comparazione è lecita “se si riferisce in ogni caso a prodotti aventi la stessa denominazione”.

Intento del legislatore è quello di proteggere il consumatore medio e le sue scelte economiche dalle pratiche commerciali scorrette ingannevoli, quelle che *“contengono informazioni non rispondenti al vero o, se bene sia di fatto corretta, in qualsiasi modo, anche nella sua presentazione complessiva, induca o sia idonea ad indurre in errore il consumatore medio”*<sup>409</sup>. Termini come simile, uso, modo, stile o riproduzioni di simboli e marchi registrati, immagini legate ad un determinato territorio hanno come fine quello di *“rassicurare il consumatore sulla trasparenza del metodo di produzione, l’originalità dei componenti e i più importanti standards alimentari”* con l’intento obiettivo di far leva sulla reputazione raggiunta da certi prodotti e aziende e sfruttarla a loro vantaggio<sup>410</sup>.

---

<sup>409</sup> MASINI S., *op. cit.*, 289.

<sup>410</sup> *Id.*, 300.

## CAPITOLO IV

### LA NORMATIVA TEDESCA

*“Wenn die Rhein- und Mosel-Weine gut sein sollen,  
so ist es nötig, dass so wenig vom Rhein  
und der Mosel selbst hineinfließe, als möglich ist.”<sup>411</sup>*

#### 4.1. Lo sviluppo della legislazione tedesca nel settore del vino

“La storia del vino attraversa i secoli come un fiume carsico, lontana dai re e dalle battaglie ma vicina, vicinissima agli uomini”<sup>412</sup>. L’epoca romana segnò l’inizio del commercio del vino in Germania, al quale seguì dopo breve tempo anche la coltivazione dell’uva, la quale acquistò negli anni sempre maggior importanza<sup>413</sup>. Fu grazie alla lungimiranza dell’imperatore romano Marco Aurelio Probo (232-282 d.C.), che con l’editto del 281 d.C. cancellò il divieto di Domiziano e permise alla viticoltura di diffondersi in molti territori dell’Impero<sup>414</sup>. Lo stesso imperatore incoraggiò la coltivazione dell’uva lungo la Mosella e trasformò *Augusta Treverorum* nel centro della viticoltura tedesca<sup>415</sup>.

Le leggi romano-barbariche, in primis la *Lex Wisigothorum*, contenevano tra le altre una serie di norme, applicabili in via generale alle merci, relative alla falsificazione (Lib. VII/6/3) e alla frode (Lib. VII/5-6). Altre codificazioni medioevali (*Lex Salica*, *Lex Alemannorum*, *Lex*

---

<sup>411</sup> LICHTENBERG G. C., *Sudelbücher*, Heft J 748.

<sup>412</sup> NEGRI G., PETRINI E., *Roma Caput vini. La sorprendente scoperta che cambia il mondo del vino*, Milano, Mondadori, 2011, 107 e ss.

<sup>413</sup> JUNG B., *Weinfälschung. Zur strafrechtlichen Regelung dieser Delikte an Hand der Erkenntnisse von Kriminologie, Kriminalistik und Geschichte*, Haag+Herchen Verlag, Frankfurt am Main, 1985, 8.

<sup>414</sup> ANTONAROS A., *op. cit.*, 57. La diffusione della coltivazione della vite in Occidente e in Oriente causò una perdita di superficie dedicata alle altre coltivazioni, in particolare ai cereali, e un forte rallentamento dell’economia viticola italiana. L’editto di Domiziano (92 d.C.) fu il primo esempio di intervento statale nella produzione agraria. Con esso furono vietate i nuovi impianti di viti e il taglio di quasi tutte quelle preesistenti nelle province dell’Impero a favore della produzione italiana. Pare che il decreto non sia mai stato effettivamente applicato. Marco Aurelio Probo ordinò la coltivazione della vite ai suoi legionari nelle province conquistate con l’intento di risparmiare sul sostentamento e quindi sulla spesa militare, ottenendo vini locali e a basso costo di trasporto.

<sup>415</sup> NEGRI, PETRINI, *op. et loc. ult. cit. Augusta Treverorum*, la moderna Trier (Treviri).

*Burgundiorum*, *Lex Baiuvariorum* e la *Lex Ribuaria*) regolavano sotto aspetti differenti il vino, senza però mai accennare alla falsificazione<sup>416</sup>.

Lo sviluppo di questa coltura e degli scambi raggiunse la prima fioritura durante le dinastie dei Merovingi e dei Carolingi grazie ad una nuova rotta commerciale verso i Paesi del nord e alle capacità imprenditoriali dei monaci e dei governanti<sup>417</sup>. L'espansione delle città si inserì in questo dualismo ed accrebbero il loro influsso attraverso l'organizzazione dei mercati.

La fine dell'epoca carolingia segnò una drastica riduzione dei controlli sulle merci, che cessò con l'emanazione del “*Landfriedensgesetz*” nel 1152<sup>418</sup>.

Regole sulla falsificazione e sul commercio del vino si trovano anche nei *Rechtsbücher* (opere private di singoli giuristi senza valore generale, il cui contenuto, basato sul diritto vigente e il diritto feudale, riguardava i cavalieri e i liberi contadini) e negli *Stadrechte* (leggi autonome con valore generale)<sup>419</sup>.

Nel 1205 venne fondata la prima società, la “Kölnische Weinhändler”, dedita al commercio del vino<sup>420</sup>.

Con l'intensificarsi del commercio vinicolo nelle città si assistette contemporaneamente ad una diffusione dell'“artigianato del falso” ed al proliferare di norme locali a contrasto del fenomeno, non tanto nella zona di produzione, quanto in quelle di commercializzazione<sup>421</sup>. Le fonti citano, tra le diverse forme di falsificazione, la miscelazione di acqua e vino, di vini di buoni con quelli cattivi. L'ordinamento sanzionava tanto i vini miscelati, quanto i vini commercializzati con falso nome.

Accanto a queste forme di controllo successive, si affiancarono ben presto attività di prevenzione condotte dalla *Marktpolizei* (“polizia

---

<sup>416</sup> ANTONAROS, *op. et loc. ult. cit.*

<sup>417</sup> *Ibid.*

<sup>418</sup> Il “*Landfriedensgesetz*” venne emanato da Federico I Barbarossa nel 1152 per rafforzare la propria autorità centrale. La legge conteneva anche norme volte a contrastare il fenomeno dell'aumento dei prezzi del grano.

<sup>419</sup> CONRAD H., *Weinfälschung – Deutsche Rechtsgeschichte, Bd. 1. Frühzeit und Mittelalter. Ein Lehrbuch* – Karlsruhe, 1966, 12.

<sup>420</sup> JUNG, *op. cit.*, 9.

<sup>421</sup> RIEGER R., *Die Weinfälschung im Strafrecht*, Neustadt a.d. Weinstrasse, 1949 in JUNG, *op. et loc. ult. cit.*

annonaria”) e dal *Marktmeister* (“capo del mercato”). Quest’ultimo, avvalendosi del c.d. *Beschauer* o *Weinbeschauer* (“controllore del vino”), procedeva al controllo del vino commerciato. Nell’aprile del 1489 il Kaiser Friedrich III istituì ufficialmente gli agenti di controllo del vino, gli *Amtliche Weinkontrolleure*.

L’oste, che mesceva il vino, e il commerciante avevano l’obbligo di giuramento che il vino venduto era autentico e genuino (*Münchner Stadtrechte*).

L’efficacia di queste norme, limitata all’ambiente cittadino, rappresentava l’aspetto negativo delle complesse e ben architettate regole. Ciò indusse ben presto all’adozione di due *Reichsweinverordnungen* (“regolamenti imperiali sul vino”) nel 1487 e nel 1489, elevando così a norme del regno quelle che lo erano già nel diritto comune.

L’editto prussiano “Wider das Wein- und Bierfälschen” del 1° gennaio 1722 vietava l’*Austausch von Gebiets- und Landesbezeichnungen*, ovvero lo scambio di indicazioni riguardanti territori e zone<sup>422</sup>.

Verso la fine del XVIII secolo la viticoltura tedesca si orientò verso produzioni di qualità trasformando i vini, soprattutto nel Rheinland-Pfalz, in beni di consumo ricercati<sup>423</sup>.

Con la pronuncia espressa al termine del *Danziger Weinprozess*, il Reichsgericht biasimò l’utilizzo dei nomi tipici di determinate località come indicazione apposta su vini mediocri<sup>424</sup>.

La prima *WeinGesetz* (di seguito *WeinG*) tedesca entrò in vigore il 20 aprile 1892<sup>425</sup>. Essa vietava sostanzialmente l’aggiunta di additivi dannosi alla salute e il commercio dei vini così ottenuti (§§ 1,2 *WeinG*)<sup>426</sup>. La produzione di *Kunstwein* (“vini artificiali”) era ancora permessa previo rispetto dell’unica condizione, ovvero l’informazione al consumatore,

---

<sup>422</sup> HEIMERMANN M., *Der Verstoß gegen das Bezeichnungsrecht im Weinstrafrecht. Eine empirisch-dogmatische Untersuchung in kriminalistischer und kriminologischer Hinsicht*, Jur. Diss., Bonn, 2008, 3.

<sup>423</sup> BASSERMANN-JORDAN F., *Geschichte des Weinbaus*, Neustadt a. d. Weinstraße, Pfälzische Verlagsanstalt, 1975, in JUNG, *op. cit.*, 18.

<sup>424</sup> RGSt 14, S. 437 in HEIMERMANN, *op. et loc. ult. cit.*

<sup>425</sup> *Gesetz betreffend den Verkehr mit Wein, weinhaltigen und weinähnlichen Getränken* (“Legge sul commercio del vino, delle bevande a base di vino e delle bevande simili al vino”), Drucksache des Reichstages Nr. 766, 8. Legislaturperiode I. Session 1890/92

<sup>426</sup> HEIMERMANN, *op. cit.*, 4.

anche se questa venne poco rispettata<sup>427</sup>. Questa concessione portò ben presto al crollo dei prezzi dell'uva e alla perdita di reddito dei viticoltori<sup>428</sup>.

La prima definizione di vino è contenuta nella legge del 24 maggio 1901, la quale disciplinava per la prima volta il *Naturwein* (“vino naturale”) e vietava la produzione e il commercio del *Kunstwein* (“vino artificiale”)<sup>429</sup>. Vennero intensificati anche i controlli condotti da funzionari specializzati del settore<sup>430</sup>. Il progresso tecnico, soprattutto nel campo della chimica, di quegli anni contribuì a migliorare i processi di lavorazione, a partire da ingredienti nuovi e più economici, aprendo tuttavia le porte anche a prodotti di scarsa qualità, finanche dannosi per la salute umana<sup>431</sup>.

A pochi anni di distanza, nel 1909, successe la terza normativa di settore, completamente autonoma dalla legge alimentare del 1879<sup>432</sup>. La positivizzazione della norma, prima tappa di un lungo percorso che regolava le denominazioni di origine, affermava, sebbene in maniera attenuata, il principio di assoluta verità delle indicazioni geografiche in caso di taglio dei vini o assemblaggio delle uve proveniente da vigneti diversi (*Lex Brauneberger*)<sup>433</sup>.

In un ventennio vennero emanati un regolamento e una legge per contrastare le indicazioni ingannevoli<sup>434</sup>. Accanto a queste norme nazionali, la tutela delle indicazioni geografiche avanzava anche a livello internazionale e la Germania recepisce la norma nel 1923<sup>435</sup>.

La *WeinG* del 1930 inasprì le sanzioni del settore (§§ 26 ss.). Il § 5/1 vietava la commercializzazione di vino con indicazioni ingannevoli,

---

<sup>427</sup> *Ibid.*

<sup>428</sup> RIEGER, *Die Weinfälschung im Strafrecht*, Diss., 8, 4, in HEIMERMANN, *op. et loc. ult. cit.*

<sup>429</sup> HEIMERMANN, 4. Sull'argomento anche FERRARI M., IZZO U., *Diritto alimentare comparato*, Il Mulino, Bologna, 2012, 22. La contrapposizione tra questi due tipologie di alimenti è frutto dell'evoluzione tecnica e della manipolazione tecnologica che ha permesso di migliorare la qualità da un lato, ma ha aperto la strada ad utilizzi idonei ad alterare la sicurezza del prodotto consumato.

<sup>430</sup> *Id.*, 5.

<sup>431</sup> *Id.*, 22.

<sup>432</sup> HEIMERMANN, *op. et loc. ult. cit.*

<sup>433</sup> *Ibid.*

<sup>434</sup> *Verordnung gegen irreführende Bezeichnungen von Nahrungs- und Genussmitteln* del 26.06.1916, *Lebensmittelgesetz* del 5 luglio 1927.

<sup>435</sup> HEIMERMANN, *op. cit.*, 6.

anche nella descrizione del prodotto o sull'etichetta<sup>436</sup>. Nel regolamento attuativo venne definito il concetto di indicazione ingannevole, nel quale rientravano anche i nomi di fantasia quando questi venivano combinati con il nome di una località, particella o vigneto generando, potenzialmente o realmente, nei consumatori una relazione non esistente<sup>437</sup>. In questo contesto i principi di veridicità e chiarezza delle indicazioni trovarono concretezza<sup>438</sup>.

A distanza di qualche anno, nel 1969, la Germania emanò una nuova legge sul vino, la quale venne successivamente emendata a seguito dell'emanazione dei reg. (CE) 816/70 e (CE) 817/70 e impugnata dinnanzi alla Corte di Giustizia Europea. Nel 1971 entrò in vigore la legge "*über Wein, Likörwein, Schaumwein, weinhaltige Getränke und Branntwein aus Wein*" ("sul vino, vino liquoroso, vino frizzante, bevande e distillati a base di vino")<sup>439</sup>.

Numerose furono le modifiche introdotte con la nuova legge: il trasferimento di maggiori competenze legislative in materia ai *Länder* (maggior facilità e considerazione di taluni aspetti quali il clima, il suolo, le varietà di uva, etc.) la divisione tra le diverse tipologie di bevande a seconda dell'origine nazionale o extranazionale, la regolazione della produzione e delle informazioni, la suddivisione dei vini in tre gruppi (§§ 11 ss. *WeinG*)<sup>440</sup>. Maggior tutela venne assicurata ai consumatori: verità e chiarezza delle informazioni per aiutarli e assicurarli nelle proprie scelte di consumo<sup>441</sup>. Sulla base delle prescrizioni legislative e delle esperienze pregresse, vennero migliorate e concretizzate le norme sui controlli (§§ 57 ss. *WeinG*). Furono recepite dalla legislazione alimentare quelle fattispecie di reato che mettono in pericolo, concreto o reale, la salute umana, pregiudicano le caratteristiche del prodotto o concernono la difesa dei consumatori da pratiche ingannevoli<sup>442</sup>. I viticoltori e le cantine furono

---

<sup>436</sup> *Ibid.*

<sup>437</sup> *Ibid.*

<sup>438</sup> *Ibid.*

<sup>439</sup> *Gesetz über Wein, Likörwein, Schaumwein, weinhaltige Getränke und Branntwein aus Wein* promulgata il 14 luglio 1971 ed entrata in vigore due giorni più tardi, BGBl. I S. 893.

<sup>440</sup> HEIMERMANN, *op. cit.*, 7, 8. HOFFMANN K. M., *Weinkunde in Stichworte*, Hirts Stichwörterbuch, 81.

<sup>441</sup> HOFFMANN, *op. et loc. ult. cit.*

<sup>442</sup> Amtliche Begründung zum *WeinG* (1969) 1971, BT-Drucks. V/1636 i.V.m. VI/1963, in HEIMERMANN, *op. et loc. ult. cit.*

indirizzati verso la produzione di vini tipici tedeschi e verso il miglioramento qualitativo<sup>443</sup>.

#### 4.2. Qualitätswein, Prädikatswein e Landwein

Il cuore della legge del 1971 era rappresentato dalla tripartizione qualitativa dei vini: il *Deutscher Tafelwein* (“vino da tavola tedesco”), il *Qualitätswein bestimmter Anbaugebiete* (Q.b.A. “vino di qualità prodotto in una regione determinata”) e il *Qualitätswein mit Prädikat* (“vino di qualità con predicato”).

Il sistema qualitativo tedesco è stato condizionato dalla posizione geografica, quasi al limite della sopravvivenza della vite, la quale rappresentava uno dei principali problemi legati alla produzione delle uve, al loro grado di maturazione e quindi del contenuto di zucchero<sup>444</sup>. Nonostante l’innalzamento climatico il sistema è ancora legato strettamente al “grado di maturazione delle uve” e quindi della quantità di alcool prodotta dalla fermentazione dello zucchero<sup>445</sup>.

Le condizioni per l’appartenenza alle diverse categorie erano più stringenti verso la punta della piramide qualitativa: dalla possibilità di effettuare operazioni di taglio di vini provenienti da differenti regioni allo zuccheraggio per i vini da tavola e le restrizioni per il *Qualitätswein mit Prädikat*<sup>446</sup>.

L’uso di queste classi si è protratto senza soluzioni di continuità nonostante alcune novità introdotte a seguito dell’evoluzione del diritto comunitario nel settore vitivinicolo, con la nuova OCM vino e il successivo inglobamento nell’OCM unica.

Se si esclude la semplice trasformazione, allo scopo di semplificare la comprensione, del nome del *Qualitätswein mit Prädikat*, ora solo *Prädikatswein* (“vino con predicato”), modifiche più sostanziali si sono avute con il cambiamento delle tre classi in menzioni tradizionali, pur

---

<sup>443</sup> HOFFMANN, *op. et loc. ult. cit.*

<sup>444</sup> <http://www.diwinetaste.com/dwt/it2003032.php>.

<sup>445</sup> *Ibid.*

<sup>446</sup> HOFFMANN, *op. et loc. ult. cit.*

rimanendo per la Germania ancora il caposaldo dell'intera filiera produttiva che non ha ancora rinunciato ad esse.

I *Qualitäts-* e *Prädikatswein* rappresentano l'apice qualitativo della produzione vitivinicola tedesca e devono rispondere alle condizioni imposte dal § 17/1: "*Qualitätswein und die Prädikatsweine Kabinett, Spätlese oder Auslese müssen mindestens 7 Volumenprozent vorhandenen Alkohol, die Prädikatsweine Beerenauslese, Trockenbeerenauslese und Eiswein müssen mindestens 5,5 Volumenprozent vorhandenen Alkohol aufweisen*"<sup>447</sup>.

Per le due zone viticole (A e B) in cui è suddivisa la Germania, il legislatore tedesco ha definito contenuti minimi di alcool naturale diversi a fronte di condizioni ampelografie diverse caratteristiche delle due aree.

La provenienza dell'uva o delle uve destinate alla produzione di un *Qualitätswein*, così come la trasformazione e l'imbottigliamento, devono avvenire all'interno della zona di produzione. L'analisi chimica del vino permette, attraverso gli isotopi, di individuare esattamente la zona di origine. Infine il disciplinare di produzione determina la resa massima espressa, come in Francia, in ettolitri per ettaro<sup>448</sup>.

La materia, di competenza concorrente tra il *Bund* e i *Länder*, individua i parametri oggetto della disciplina regionale nell'Abs. 3: "*die Anbau-, Ernte- und Keltermethoden, die notwendig sind, um eine optimale Qualität von Qualitätswein, Prädikatswein, Qualitätslikörwein b.A., Qualitätssperlwein b.A. oder Sekt b.A. zu gewährleisten, insbesondere Erziehungsart, Anschnitt, Ausdünnung, Rebschutz und Düngung; dabei können sie Vorschriften über die Bewässerung von Rebflächen erlassen*". I governi dei *Länder* possono inoltre stabilire, tenendo in considerazione il clima, le caratteristiche del terreno e le varietà, e rispettando i limiti fissati dal legislatore federale, diverse percentuali di contenuto minimo di alcool<sup>449</sup>.

---

<sup>447</sup> § 17/1 "I vini di qualità e i vini con predicato *Kabinett*, *Spätlese* o *Auslese* devono avere un minimo di 7% di volume alcolico, i vini con predicato *Beerenauslese*, *Trockenbeerenauslese* e *Eiswein* devono avere un minimo di 5,5% di volume alcolico".

<sup>448</sup> In Italia la resa massima viene indicata in quintali per ettaro.

<sup>449</sup> Il governo del *Land* fissa i "1) metodi di coltivazione, vendemmia e lavorazione, in particolare il sistema di allevamento, la potatura, il diradamento, la protezione e la concimazione, per garantire una qualità ottimale del vino di qualità, vino con predicato, vino liquoroso di qualità, vino frizzante o spumante di qualità; può emanare norme che regolano l'irrigazione dei vigneti".

Il riconoscimento giuridico di un vino di qualità non è indissolubilmente legato alla provenienza da un luogo specifico o da una determinata azienda produttrice, né esistono nomi o vigneti che possano vantare questo privilegio senza aver superato la prova della *Qualität im Glase* (“qualità nel bicchiere”) a cui vengono sottoposti i vini ogni anno.

La classificazione tedesca dei vini si caratterizza per una complessità non riscontrabile in altri Paesi dell’Unione: i *Prädikatsweine* si connotano per la loro associazione ad uno dei seguenti termini, che si riferiscono al grado di maturazione dell’uva: “*Kabinett*”, “*Spätlese*”, “*Auslese*”, “*Beerenauslese*”, “*Trockenbeerenauslese*” o “*Eiswein*”, i quali indicano una particolare raccolta o lavorazione delle uve (§ 20 *WeinG*). Allo scopo di ottenere la classificazione del vino come *Prädikatswein*, i tempi e le tecniche di raccolta sono stabiliti dal legislatore e devono essere riscontrabili nelle analisi chimica e sensoriale<sup>450</sup>.

Qualsiasi ulteriore indicazione (sapore, vitigno, zona geografica, etc.) che il produttore vuole indicare in etichetta è sottoposta all’analisi, al fine di proteggere i consumatori da indicazioni fallaci e gli altri produttori da atti di concorrenza sleale.

---

<sup>450</sup> “*Kabinett*” (vino delicato e fine, che si colloca nel gradino più basso dei *Prädikatsweine*; la densità del mosto, a seconda del vitigno e della regione, deve collocarsi tra 67° e 85° Oe), “*Spätlese*” (le uve vengono raccolte tardi e devono essere completamente mature, il vino ha un sapore intenso ma non necessariamente dolce; la densità del mosto, a seconda del vitigno e della regione, deve collocarsi tra 76° e 95° Oe), “*Auslese*” (vino ottenuto da uve ben mature e selezionate che presentano sulla superficie la *Botrytis Cinerea* “muffa nobile”; la densità del mosto, a seconda del vitigno e della regione, deve collocarsi tra 85° e 100° Oe), “*Beerenauslese*” (vino ottenuto da uve ben mature e selezionate che, grazie alla presenza di *Botrytis Cinerea*, raggiungono un’alta concentrazione zuccherina; il vino è molto dolce e longevo; la densità del mosto, a seconda del vitigno e della regione, deve collocarsi tra 110° e 125° Oe), “*Trockenbeerenauslese*” (contraddistingue i vini più pregiati, le cui uve, appassite in pianta, sono selezionate con particolare cura e presentano un succo particolarmente concentrato grazie alla presenza di *Botrytis Cinerea*; il vino è molto dolce e poco alcolico; la densità del mosto, a seconda del vitigno e della regione, deve collocarsi sopra i 150° Oe), “*Eiswein*” (vino ottenuto con la spremitura delle uve congelate e vendemmiate quando la temperatura scende al di sotto dei -7°C; particolarmente pregiato con un alto grado di acidità e di zucchero).

I gradi Oechsle (Oe - dal farmacista e orafo tedesco Christian Ferdinand Oechsle) determinano il peso del mosto. La bilancia Oe misura la densità del mosto d’uva e quindi il contenuto zuccherino; i gradi indicano di quanti grammi il peso di un litro di mosto supera quello di un litro d’acqua.

August von Babo (gradi Babo o KMW) sviluppò una bilancia che consentiva di misurare il contenuto del mosto dell’uva in percentuale di peso. La formula di conversione 1 KMW = 5° Oe.

#### 4.2.1. L' *Amtliche Prüfungsnummer*

Sin dalla legge del 1971, i *Qualitätsweine* e i *Prädikatsweine* vengono sottoposti ad un'analisi chimica ed una organolettica, al fine di verificare se la partita di vino risponde ai criteri indicati dal legislatore comunitario e nazionale e il cui iter amministrativo si conclude con l'attribuzione di una *Prüfungsnummer* ("numero di controllo").

La strutturazione su tre livelli del controllo di qualità del vino ("*Amtliche Qualitätsweinprüfung*") contempla una fase prettamente burocratica: la tenuta del registro di vendemmia ("*Herbstbuch*") con l'annotazione delle quantità raccolte (il rispetto della resa massima per ettaro assicura una migliore qualità delle uve raccolte) giornalmente da parte del viticoltore, la tipologia di uva, la zona di origine (indicatore per eventuali tagli di vino successivi), il peso del mosto (a cui poi è legata la classificazione del vino), elementi rilevanti per l'accertamento della qualità.

L'analisi chimica del vino mira a ricercare gli elementi minimi, principalmente la genuinità del prodotto, indicati dal legislatore e rilevabili esclusivamente attraverso un'analisi da laboratorio. Questa attesta eventuali manipolazioni, sostanze aggiunte ed eventuali superamenti dei limiti di legge.

L'analisi sensoriale è mirata principalmente alla verifica della corrispondenza del vino alle caratteristiche tipiche. L'oggettivazione dell'analisi soggettiva (visiva, olfattiva e gustativa) del vino è guidata dalla rispondenza a standard qualitativi minimi tipici per le diverse tipologie di vino. La commissione di controllo sulla base di uno schema verifica (*5-Punkte-Schema*), in positivo o negativo (*ja/nein*), la presenza dei presupposti oggettivi: zona di produzione, predicato (quando questo viene richiesto; se il vino non è "tipico" per quel predicato, viene attribuito un altro predicato, es. uno "*Spätlese*" scarico viene declassato a "*Kabinett*"), varietà di uva (quando il vino sottoposto ad analisi non è tipico, può essere autorizzato ma senza l'indicazione della varietà), colore, limpidezza, perlage per i vini frizzanti (*Anlage 9 WeinV*)<sup>451</sup>. I vini devono esprimere dal punto di vista visivo, olfattivo e gustativo quegli elementi tipici (*typisch für...*) e caratteristici tali da rendere univoche le indicazioni che verranno

---

<sup>451</sup> <http://www.pfalz.de/dlg-5-punkte-schema#>.

apposte in etichetta. La difformità tra le indicazioni che il produttore intende utilizzare e il vino, determinano la mancata attribuzione dell'*A.P. Nr.* o l'eliminazione dell'indicazione. *Nein* preclude la prosecuzione dell'analisi (*Anlage 9 WeinV*).

La scala del punteggio, dove 0 rappresenta l'impossibilità a giudicare il vino e 5 il massimo della qualità e dell'armonia, viene utilizzata per l'analisi visiva, olfattiva e gustativa.

I *Prädikatsweine* e i *Qualitätsweine* ricevono al termine dell'analisi la *Prüfungsnummer*, il quale si compone di una serie di numeri che permettono alle autorità incaricate dei controlli e ai consumatori di tracciare il vino.



Figura 1 A.P. NR. - Il numero di controllo ufficiale

### 4.3. Elementi del “sistema romano” nel diritto tedesco: il recepimento della normativa comunitaria nella *WeinG*

#### 4.3.1. Verso una riforma del sistema tedesco

Le spinte verso una riforma del “sistema tedesco” riflettono motivazioni differenti tra loro, che hanno come tratto comune la complessità del sistema di classificazione tedesco costruito con la legge del 1971.

La difficoltà di comprensione delle indicazioni contenute sull'etichetta dei vini tedeschi era avvertita sia sul mercato interno che quello esterno<sup>452</sup>.

<sup>452</sup> KNEBEL G., *Aktuelle Entwicklungen im Weinbezeichnungsrecht*, in *Die Winzer Zeitschrift*, febbraio, 2012.

La percezione ed i segnali provenienti dal mercato dimostravano come in molti casi gli standard qualitativi minimi fissati dalla legge avessero portato all'affermazione di numerose aziende che operavano sfruttando le diverse indicazioni senza un reale interesse alla promozione della qualità e a svantaggio dell'intero sistema<sup>453</sup>.

Vini di grande importanza qualitativa, frutto di una combinazione vincente di capacità imprenditoriali ed enologiche, hanno dovuto subire la presenza sul mercato di vini copiati e simili, con la stessa denominazione e con il vantaggio di prezzi inferiori<sup>454</sup>.

In una prospettiva comparatistica, rispetto al passato, sono stati modificati alcuni parametri: il limite del residuo zuccherino è stato innalzato, raccolta estesa delle uve per "Auslese" e "Eiswein", abbassamento del punteggio minimo (1,5 punti) come esito positivo del controllo di qualità, ammissione di nuovi procedimenti per la concentrazione e la dealcolizzazione<sup>455</sup>.

La riforma del 1971 ha creato un sistema che non aiuta il consumatore ad orientarsi in un mercato di vini di qualità che tendono ad una sostanziale omologazione causata dai requisiti previsti dalla normativa<sup>456</sup>. La formazione del prezzo risente solo sensibilmente di fattori quali l'origine, il livello qualitativo, il produttore o il vitigno<sup>457</sup>.

#### **4.3.2. Denominazioni d'origine e indicazioni geografiche come nuovo approccio normativo**

L'analisi della legislazione vitivinicola tedesca e la sua evoluzione nel corso degli anni ci pone dinnanzi ad un ordinamento con tratti nettamente diversi rispetto al cosiddetto "*romanisches Bezeichnungsrecht*"<sup>458</sup>. La trattazione della tutela dell'indicazione geografica, nell'evoluzione della normativa vinicola tedesca, è rimasta nell'ombra della qualità e dell'eccellenza produttiva che il singolo è in grado di produrre piuttosto

---

<sup>453</sup> *Ibid.*

<sup>454</sup> *Ibid.*

<sup>455</sup> *Ibid.*

<sup>456</sup> *Ibid.*

<sup>457</sup> *Ibid.*

<sup>458</sup> KNEBEL G., *Profilierung einer Herkunftsprinzip*. Questo contrapposizione è propria della dottrina tedesca.

che alla forza evocativa dell'indicazione geografica. Passi significativi verso un adeguamento alla normativa comunitaria, influenzata da Francia e Italia in particolare, sono stati compiuti di recente dal legislatore tedesco<sup>459</sup>.

Il diverso approccio normativo alla tutela dell'indicazione geografica è dovuto principalmente alla latitudine: le aree dedicate alla viticoltura sono *“al limite climatico, ove spesso è problematico raggiungere un'adeguata maturazione dell'uva, e quindi non si sono costituite aree significative che hanno espresso in modo corale vini tipici che richiedessero una tutela del nome geografico”*<sup>460</sup>.

Pur rimanendo incontestabile l'affermazione dell'autore, vi sono esempi di aree viticole il cui nome ha raggiunto i vertici della produzione mondiale, sia in termini di qualità che di fama, tanto da essere più volte oggetto specifico di tutela nei diversi trattati bilaterali sottoscritti dall'Unione Europea<sup>461</sup>.

*La modifica della normativa europea sul settore vitivinicolo attraverso i regolamenti (CE) 479/2008 e il (CE) 491/2009 ha imposto anche alla Germania un adeguamento della propria legislazione. Una trasformazione concettuale radicale per il sistema tedesco nel quale sono stati introdotti elementi tipici del sistema romano, tra cui il concetto di origine*<sup>462</sup>.

*Il legislatore tedesco si è trovato dinnanzi alla scelta di aderire completamente alla nuova classificazione delle denominazioni: g.U. e g.g.A. o optare per la possibilità concessa dal regolamento di mantenere e utilizzare le menzioni tradizionali.*

*Con lo slogan “Qualität im Glase” (“La qualità nel bicchiere”), il legislatore ha deciso di mantenere la classificazione tedesca tradizionale integrando le nuove disposizioni nella normativa nazionale.*

Le novità introdotte dalla riforma comunitaria del settore vitivinicolo nell'ambito delle indicazioni geografiche non hanno prodotto effetti evidenti e concreti sulla produzione tedesca, pur essendo stata la legislazione modificata.

---

<sup>459</sup> *Ibid.*

<sup>460</sup> POMARICI, *op. cit.*, 24.

<sup>461</sup> Intervista a KNEBEL G.

<sup>462</sup> KNEBEL G., *Profilierung einer Herkunftsprinzip*. Il termine “*romanisch*” è utilizzato dalla comunità scientifica e dalla dottrina tedesca per identificare un sistema, tipico dei Paesi latini, basato sull'attribuzione di un ruolo fondamentale all'origine del prodotto piuttosto che alla qualità e alle caratteristiche del vino.

La direzione intrapresa dall'Unione Europea ha imposto al legislatore tedesco una riflessione in merito al rapporto tra vecchia e nuova concezione delle indicazioni geografiche nel proprio ordinamento e l'ha posto dinnanzi all'opportunità di poter innalzare la qualità ed avvicinare il sistema tedesco delle denominazioni a quello comunitario<sup>463</sup>.

Una novità significativa è rappresentata dalla classificazione dei vini in cinque gruppi: 1) *Grundwein* (vino in lavorazione), 2) *Wein ohne Rebsorten- oder Jahrgangsangabe* (vino senza indicazione varietale o di annata), 3) *Wein mit Rebsorten- oder Jahrgangsangabe* (vino con indicazione varietale o di annata), che sostituiscono i vini da tavola, e vini a indicazione geografica. Quest'ultima categoria porta in sé, particolarmente per l'ordinamento tedesco, la classificazione più significativa: 4) i vini con *geschützter geografischer Angabe* (abb. g.g.A., "indicazione geografica protetta") a cui è stata ricondotta la categoria dei *Landwein* ("vino locale") e 5) *geschützter Ursprungsbezeichnungen* (abb. g.U., "denominazione di origine protetta"), cui sono state associate le categorie precedenti dei *Qualitätsweine* ("vini di qualità") e *Prädikatsweine* ("vini con predicato").

Una trasposizione concettuale più immediata per Paesi come la Francia e l'Italia, con una portata rivoluzionaria per la Germania. L'utilizzo di questi termini fu proibito dal legislatore tedesco fino al 31 dicembre 2011 e solo dagli inizi del 2012 è consentito indicare in etichetta la denominazione (§ 24).

### 4.3.3. Le percezioni degli operatori

La riorganizzazione della classificazione ha dato spazio ad un'ampia riflessione sui vantaggi che la riforma potrebbe produrre sulle diverse produzioni tedesche ed i territori di origine.

L'importanza delle indicazioni geografiche per alcune zone vitivinicole come la *Mosel* e il *Mittelrhein*, soprattutto in combinazione con i nomi delle località o di particelle ben delimitate, può assicurare il miglioramento della qualità dei vini a fronte di una sempre più ristretta area di produzione. Si delinea in questo modo una struttura piramidale che

---

<sup>463</sup> Ibid. e *WeinG*.

pone alla base zone viticole più ampie che garantiscono una qualità base per i vini per restringersi territorialmente verso aree di nicchia<sup>464</sup>.

“Je enger die Herkunftsbezeichnung auf dem Etikett, desto höher die Qualitätsanforderungen an den Wein” (“Quanto più è stretta la denominazione di origine in etichetta, tanto più è alta la pretesa qualitativa nel vino”)<sup>465</sup>. Il lavoro sinergico delle diverse componenti della filiera vitivinicola è stato auspicato sia dal Ministero dell’Agricoltura del Rheinland-Pfalz, attraverso una proposta diretta all’IHK Trier e alle altre associazioni di categoria del Land, sia da parte dello stesso IHK verso le diverse componenti della filiera produttiva<sup>466</sup>. A prescindere da un’immediata revisione delle rese massime per ettaro, le quali richiedono un’attenta valutazione dei singoli provvedimenti, il confronto più immediato e sul quale si mostrano le differenze più evidenti sono i parametri di calcolo del peso minimo del mosto, il punteggio in sede di certificazione e la lista delle varietà tradizionali ammesse<sup>467</sup>.

Le spinte verso la liberalizzazione delle varietà si scontrano con posizioni più conservatrici e tradizionali legate alle varietà tipiche della zona (in particolare nella zona della Mosella, la coltivazione del Riesling)<sup>468</sup>. La soluzione paventata dal *Weinwirtschaftsrat* è quella di una lista, una sorta di compromesso, che non chiuda alla coltivazione di varietà diverse, ma che queste allo stesso tempo siano limitate numericamente ed abbiano un legame territoriale forte<sup>469</sup>.

L’innalzamento del punteggio, visto da taluni come un’opportunità per certificare un’autentica qualità dei vini, in particolare quelli provenienti dagli *Einzellage*, mentre altri manifestano posizioni nettamente contrarie a fronte di una maggior possibilità di ottenere l’*amtliche Prüfungsnummer*<sup>470</sup>.

L’abbassamento delle rese per ettaro rappresenta un terreno di scontro di attuale e difficile soluzione.

Gli obiettivi sul futuro delle denominazioni di origine prefigurati dalle diverse componenti della filiera vitivinicola si possono sintetizzare nell’attenzione e nell’informazione del consumatore chiara e veritiera, nella valorizzazione della produzione, con particolare interesse verso i vini originari dagli *Einzellage*, nella

---

<sup>464</sup> KNEBEL G., *Aktuelle Entwicklungen im Weinbezeichnungsrecht*, Die Winzer Zeitschrift, febbraio 2012.

<sup>465</sup> KNEBEL G., *Info zur Profilierung der Herkunft*, Die Winzer Zeitschrift, agosto 2012.

<sup>466</sup> *Ibid.*

<sup>467</sup> *Ibid.*

<sup>468</sup> *Ibid.*

<sup>469</sup> *Ibid.*

<sup>470</sup> *Ibid.*

comunicazione dell'origine come elemento distintivo, nella promozione e nello sviluppo economico del territorio e della popolazione ivi insediata, soprattutto in prospettiva delle future generazioni<sup>471</sup>.

#### 4.3.4. La classificazione dei vini su base geografica

Mentre in Italia le regioni viticole normalmente corrispondono alle Regioni amministrative, diversa è la situazione in Germania dove le *Anbaugebiete* (“zone viticole”) hanno una vocazione storica alla coltivazione della vite e superano i confini amministrativi e politici. La maggior parte di queste zone si trova lungo i corsi di alcuni fiumi tedeschi (*Rhein*, *Mosel*, *Nabe*, etc.). Sono state costituite 13 *Weinbaugebiete* (es. *Rheingau*), il cui nome è stato inserito nel registro comunitario dei vini a denominazione di origine protetta.

La *Weinbaugebiete* si divide a sua volta in più *Bereiche* (“sottozona”, es. *Bernkastel*).

L'unità viticola più piccola si chiama *Lage* o *Einzellage* (“vigneto”, es. *Baiken*) e più *Lagen* formano una *Grosslage* (es. *Burgweg*)<sup>472</sup>.

Questa ripartizione è propria dei *Qualitätsweine* e *Prädikatsweine*.

I *Landweingebiete* (es. *Landwein Rhein*) sono le zone viticole che designano i *Landweine* ed attualmente sono 26 (§ 2 WeinV).

Con la riforma della *WeinG* le norme europee sono state trasposte nell'ordinamento con l'inserimento dei § 22b (tutela delle indicazioni geografiche), § 22c (domanda comunitaria di protezione dell'indicazione

---

<sup>471</sup> *Ibid.*

<sup>472</sup> La definizione di *Lage* non trova un omonimo nella viticoltura italiana. La *Lage* è una superficie vitata ben delimitata, iscritta nel catasto. Escluse le eccezioni consentite dalla legge, la superficie non può essere inferiore a 5 ha. La superficie media è di 40 ha. Esistono in totale 2600 *Lagen*. È costituita da più vigneti appartenenti a diversi proprietari.

A differenza dell'*Einzellage*, la *Grosslage* è una costruzione puramente giuridica. I nomi possono essere di fantasia, toponimi, riferimenti storici o nomi di *Einzellagen* non più esistenti. La superficie estesa garantisce, soprattutto ai grandi commercianti e imbottiglieri, di poter vendere vino prodotto con uve provenienti da diversi paesi sotto un unico nome. Es. *Grosslage Scharzberg* (1568 ha) sempre unita al nome del comune di *Wiltingen*, comprende vigneti di 16 comuni.

Il *Bereich* comprende più *Lagen*. Le uve prodotte all'interno di questo territorio possono essere mescolate. Il nome del *Bereich* deve comparire sull'etichetta. Le piccole regioni, come *Ahr* e *Rheingau*, hanno un solo *Bereich* che coincide con l'*Anbaugebiet*. Gli altri *Anbaugebiete* hanno da due fino a otto *Bereiche*.

geografica) e § 22d (caratteristiche dei vini a denominazione di origine e indicazione geografica) e sono state adeguate le disposizioni connesse con il disciplinare di produzione e gli elementi che esso deve contenere: metodi di coltivazione, raccolta e lavorazione, varietà di uva etc.<sup>473</sup>.

La determinazione delle qualità e delle caratteristiche dovute essenzialmente o esclusivamente ad un particolare ambiente geografico ed ai suoi fattori naturali e umani compete al legislatore regionale<sup>474</sup>.

Il § 22b disciplina la tutela delle indicazioni geografiche che, ai sensi della legge sul vino, sono quelle definite nell'art. 118 *bis*/1/a-b del reg. (CE) 1234/07, i nomi di luoghi e zone iscritte nella *Weinbergsrolle* ("registro viticolo") e i nomi di comuni o distretti che vengono usati commercialmente per identificare un prodotto<sup>475</sup>.

L'articolo riassume in sé il significato di indicazione geografica proveniente dal diritto comunitario e dal diritto tedesco; supera la definizione europea legata strettamente alla regione o un luogo determinato di coltivazione per inglobare anche i nomi di comuni e distretti.

La politica di qualità generale perseguita dal Ministero dell'Agricoltura si esprime attraverso forme diverse, in particolare mediante la fissazione degli elementi del disciplinare di produzione: la resa per ettaro, il contenuto minimo di alcool e le caratteristiche che il vino deve possedere per essere tutelato mediante la denominazione di origine o l'indicazione geografica, fermo restando il rispetto delle disposizioni comunitarie e, soprattutto, delle caratteristiche tipiche del territorio di produzione (§ 22 d). Le qualità e le caratteristiche che emergono da un determinato territorio rispondono a determinati criteri fissati dal legislatore nazionale. La tradizione tedesca è ormai consolidata sul contenuto minimo di alcool e sulla resa massima per ettaro.

---

<sup>473</sup> RATHKE, *op. cit.*, 5. Abschnitt.

<sup>474</sup> *Ibid.*

<sup>475</sup> § 22 b *WeinG* „1. [...]die Ursprungsbezeichnungen und die geografischen Angaben im Sinne des Artikels 118b Absatz 1 Buchstabe a und b der Verordnung (EG) Nr. 1234/2007,

1. die Namen von in die Weinbergsrolle eingetragenen Lagen und Bereichen sowie

2. die Namen von Gemeinden und Ortsteilen, die im geschäftlichen Verkehr zur Bezeichnung eines Erzeugnisses benutzt werden.“

Il legislatore tedesco assicura la tutela (§ 23 *WeinG*) ai nomi di unità amministrative e geografiche più limitate, come lo sono di fatto distretti e vigneti, a condizione che questi siano iscritti nel registro viticolo senza la necessità che vengano inseriti nel registro delle indicazioni geografiche. Allo stesso modo vengono tutelati i nomi dei Comuni e località<sup>476</sup>. Queste possono essere iscritte comunque nel registro comunitario e pertanto non si applica il comma 1.

Il § 23 tutela le indicazioni legate alle piccole unità geografiche facendo un distinguo tra i nomi già iscritti nel registro delle denominazioni d'origine e delle indicazioni geografiche e quelle che possono costituire un'indicazione facoltativa ex art. 118 *septuages/1/g* e venire tutelate dalle norme comunitarie, purché tali nomi siano iscritti nello schedario viticolo.

Il reg. (CE) 1234/07 considera quale indicazione geografica “il nome di una regione, di un luogo determinato o, in casi eccezionali, di un paese”, senza fare alcun riferimento esplicito ai nomi di piccole unità geografiche se non indirettamente all'art. 118 *septuages/1/g*, il quale ammette che le denominazioni e le indicazioni geografiche possano essere completate con “il nome di un'altra unità geografica più piccola o più grande della zona che è alla base della denominazione di origine o dell'indicazione geografica”.

Il primo comma limita queste piccole unità ai comuni, ai distretti e alle sole zone iscritte negli schedari viticoli.

Il *Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz*, autorizzato per decreto dal *Bundesrat*, stabilisce le condizioni per la registrazione e l'identificazione della zona nello schedario viticolo, decide sull'assegnazione dei vigneti che non appartengono a nessuna zona e determina le condizioni entro le quali il nome di un comune o di un distretto può essere usato, nella domanda ex § 22c/1, da solo o come parte di un altro nome.

---

<sup>476</sup> Il Ministero per l'Alimentazione, l'Agricoltura e la Tutela dei Consumatori è competente nel definire, tramite regolamento, le condizioni per l'iscrizione nel registro viticolo dei distretti e dei vigneti, la disposizione delle superfici vitate che non appartengono a nessun vigneto, le condizioni per la presentazione di una domanda di protezione ex § 22c del nome, da solo o come parte di un'unità, di un comune o di una località.

I *Landesregierungen* (“governi regionali”) determinano l’istituzione e la tenuta dello schedario vinicolo nel quale vengono registrate le unità geografiche e le caratteristiche delle stesse: delimitazione, condizioni e procedure di iscrizione e cancellazione, la registrazione o la cancellazione d’ufficio quando lo stesso nome viene iscritto nel registro comunitario delle denominazioni d’origine e delle indicazioni geografiche.

Queste indicazioni non possono essere sfruttate commercialmente ed essere apposte su vini che non provengono dall’unità geografica protetta dalla denominazione, dalla zona iscritta nella *Weinbergssrolle* o dal comune e distretto indicato quando vi è il rischio che da tale utilizzo il consumatore possa essere tratto in inganno<sup>477</sup>. *Mutatis mutandis* si applicano le disposizioni contenute nel § 128 Abs. 1 e 2 del *MarkenG*.

All’interno di queste divisioni territoriali, il legislatore compie una distinzione tra le indicazioni obbligatorie e quelle facoltative in armonia con le norme comunitarie. Alla prima categoria appartengono: l’indicazione di “*Deutscher Wein*”, “*Wein aus Deutschland*” o termini simili, l’indicazione di una determinata *Anbaugebiet* o *LandWeinGebiet* e l’informazione della menzione tradizionale (*Qualitätswein*, *Prädikatswein* e *Landwein*).

Sono invece informazioni facoltative quelle relative ad una zona più ristretta (*Bereiche*, *Groß-* e *Einzellage*, solo per i *Qualitätsweine* e *Prädikatsweine*, poiché l’indicazione di una zona più ristretta è vietata per i *Landweine*).

---

<sup>477</sup> „(2) *Geografische Bezeichnungen dürfen im geschäftlichen Verkehr nicht für Erzeugnisse benutzt werden, die nicht aus*

1. *der der Ursprungsbezeichnung oder der geografischen Angabe zugrunde liegenden geografischen Einheit oder*
2. *der in der Weinbergssrolle eingetragenen Lage oder dem dort eingetragenen Bereich oder*
3. *der bezeichneten Gemeinde oder dem Ortsteil*

*stammen, wenn bei der Benutzung solcher Bezeichnungen eine Gefahr der Irreführung über die geografische Herkunft besteht.“*

La *Weinbergssrolle* è stato introdotto nel 1969 nel diritto tedesco. Si tratta un registro pubblico gestito a livello regionale, che contiene l’elenco delle zone e dei territori e dei relativi dati. L’iscrizione nel registro garantisce la tutela ex § 22b/2. Contiene le informazioni relative alle superfici vitate e le coltivazioni ivi insediate, le caratteristiche della zona e i proprietari per una maggior tutela dei consumatori e degli altri produttori da indicazioni geografiche mendaci e ingannevoli. Questo registro non si deve confondere con lo schedario viticolo previsto dal reg. (CE) 436/09, la cui funzione è quella di fornire le informazioni sulla quantità prodotta.

Questi elementi che caratterizzano una determinata denominazione o indicazione, origine, produzione e lavorazione, fattori umani e naturali e la loro influenza sulla zona d'origine sono, come per gli altri Stati membri, iscritti nel disciplinare di produzione (*Produktspezifikation*). L'inserimento di una disposizione sul disciplinare d'origine risale solamente al quinto emendamento alla legge (29 luglio 2009). Il § 16a rubricato *Produktspezifikation* ha permesso di adeguare la normativa tedesca alle norme comunitarie sulle denominazioni di origine e indicazioni geografiche dei vini, nonostante il mantenimento dello status quo con la classificazione precedente.

I disciplinari di produzione sono emanati con *Landesgesetz*<sup>478</sup>.

#### 4.3.5. La domanda di protezione

La domanda di protezione delle indicazioni e la relativa procedura nazionale sono disciplinate nel § 22c. La richiesta deve essere presentata da qualsiasi gruppo di produttori interessati alla *Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung* (“Istituto Federale per l'Agricoltura e l'Alimentazione”) e pubblicata sul *Bundesanzeiger* (“Gazzetta Ufficiale”) a cura di quest'ultimo. Entro quattro mesi qualsiasi persona fisica o giuridica titolare di un interesse legittimo, residente o insediata sul territorio tedesco, può presentare ricorso avverso la domanda (§ 22 c/2). L'interesse sotteso al ricorso può essere, a titolo esemplificativo, personale qualora si concretizzi la fattispecie prevista dall'art 118 *quaterdecies* di usurpazione o imitazione di un'indicazione geografica preesistente, oppure più generale quando il disciplinare di produzione non sia conforme ai requisiti indicati nell'art. 118 *ter* “qualità e le sue caratteristiche sono dovute essenzialmente o esclusivamente ad un particolare ambiente geografico ed ai suoi fattori naturali e umani”.

Nel termine dei quattro mesi il *Bundesanstalt* raccoglie il parere della *Landesbehörde für den Weinbau* (“Autorità regionale per la viticoltura”)

---

<sup>478</sup> Esempio di Produktspezifikation g.A. “Mosel”  
[http://www.bmelv.de/SharedDocs/Downloads/Landwirtschaft/Pflanze/Weinbau/gU\\_Mosel.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](http://www.bmelv.de/SharedDocs/Downloads/Landwirtschaft/Pflanze/Weinbau/gU_Mosel.pdf?__blob=publicationFile)

competente per il territorio geografico indicato nel disciplinare di produzione (§ 22c/3).

La domanda è accolta se soddisfa le condizioni imposte dal reg. (CE) 1234/07 e tenendo conto dei casi di omonimia (art. 118 *undecies*), dei motivi di rigetto della registrazione (art. 118 *duodecies*) e di rapporto con i marchi commerciali (art. 118 *terdecies*). La procedura nazionale si conclude con l'adozione di una decisione da parte del *Bundesanstalt* tenuto conto dei pareri raccolti e previa consultazione del comitato composto dai rappresentanti del *Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz* (“Ministero dell’Alimentazione, Agricoltura e Tutela dei consumatori”), i *zuständigen obersten Landesbehörden für Weinbau* (“le autorità competenti per la viticoltura gerarchicamente superiori”) e le *Verbände der Weinwirtschaft* (“associazioni di categoria”) (§ 22 c/4). La domanda è pubblicata nel *Bundesanzeiger* e la domanda di protezione viene trasmessa alla Commissione.

In presenza di modifiche sostanziali ex. § 22 c/2, queste e la domanda vengono pubblicati nel *Bundesanzeiger*.

La prima domanda di protezione di una denominazione geografica secondo le nuove norme del diritto comunitario è stata pubblicata il 17 novembre 2011 sul *Bundesanzeiger*. Le nuove denominazioni “*Uhlen Blaufüsser Lay*”, “*Uhlen Roth Lay*” e “*Uhlen Laubach*” sostituiranno la zona già qualificata come *Einzellage* “*Winniger Uhlen*”. Si tratta di tre toponimi catastali legati al paese di Uhlen che andranno a modificare l’*Einzellage* precedente.

Nel disciplinare di produzione hanno inserito elevati parametri qualitativi: resa massima per ettaro 70 hl/ha, peso minimo del mosto 88° Oe, acidità massima 7,5 g/l, varietà autorizzata Riesling, prescrizioni sulla dolcificazione e sugli zuccheri residui<sup>479</sup>.

#### 4.4.II *Verband Deutscher PrädikatsWeinGüter (VDP)*

---

<sup>479</sup>

<http://cms.ihk-trier.de/ihk-trier/Integrale?MODULE=Frontend.Media&ACTION=ViewMediaObject&Media.PK=8494&Media.Object.ObjectType=full>. Attualmente la domanda non ha ancora concluso la fase nazionale, dovendo attendere lo scadere del termine di quattro mesi entro il quale possono essere presentati pareri.

Il *Verband Deutscher PrädikatsWeinGüter* (abbr. VDP) riunisce sin dal 1910 i viticoltori (solo proprietari, attualmente sono 197) di tutte le regioni viticole della Germania che rispondono a determinati e severi criteri di ammissione<sup>480</sup>. Questa associazione vuole essere il baluardo della qualità del vino e si prefigge come scopi: la preservazione della centenaria storia e cultura del vino in Germania, il costante miglioramento della qualità prodotta dalle aziende associate, la promozione di metodi di coltivazione naturali, il rafforzamento del concetto di origine (varietà tradizionali, clima e microclima, suolo) e dei fattori umani che negli anni hanno mantenuto e migliorato la produzione<sup>481</sup>.

Le attività portate avanti per permettere ai propri associati di raggiungere questi scopi hanno come fondamento gli standard di qualità e le linee guida di produzione. Particolare importanza, all'interno di esse, è stata data alla classificazione dei vigneti e delle rese secondo un modello a quattro livelli<sup>482</sup>.

La prima autoregolamentazione, emanata nel 1984 nel Rheingau, sulla scia della tradizione della *Dablenschen Karte* classificava i vigneti migliori della zona come “*von alters her als beste Flächen bekannte Lagen*” (“le migliori superfici conosciute”) e consentiva la vinificazione dei vini con l’indicazione “*Erstes Gemächs*” (“*gran cru*”).

Con il manifesto del 1993, il VDP esortò la creazione di una serie di norme che permettessero ad ogni zona viticola europea di influire sulle regole legate alle indicazioni, alle denominazioni di origine e alla classificazione, che ponessero maggior attenzione alle esigenze e alle peculiari differenze delle regioni tradizionalmente produttrici e che riconoscessero condizioni più eque ai vignaioli attenti alla qualità e alla cultura del vino<sup>483</sup>.

---

<sup>480</sup> Il VDP è costituito giuridicamente come associazione di diritto privato ed è titolare del marchio collettivo registrato ai sensi del § 102 *MarkenG*.

Alcuni numeri sul VDP tratti dal sito ufficiale. Questa associazione rappresenta il 2,6% della quantità totale di uva vendemmiata in Germania, i vigneti coprono circa il 5% della superficie vitata tedesca (ca. 4900 ha), producono più dell’8% del fatturato del vino.

<sup>481</sup> Charta VDP, in [www.vdp.de/de/verband/](http://www.vdp.de/de/verband/).

<sup>482</sup> *Ibid.*

<sup>483</sup> *Ibid.*

Nel 1997 il *Riesling-Statut* (“Statuto del Riesling”) ammise l’apposizione in etichetta dell’indicazione del vigneto, solo i migliori e ben definiti<sup>484</sup>. Seguì nell’anno successivo l’emanazione dei principi unitari che regolavano la classificazione dei prodotti di origine tedesca con l’obiettivo di rendere riconoscibili nel lungo periodo i vini di alta qualità tedeschi, sulla scia dei *Gran Cru* francesi, con un preciso programma vitivinicolo. Tra i criteri di produzione: l’origine limitata ai vigneti classificati, varietà di Riesling e Pinot Nero, una resa massima (peraltro già bassa per i membri del VDP), vendemmia manuale obbligatoria, la commercializzazione dei vini solo a seguito di severe degustazioni.

Nel luglio del 2001 l’assemblea approva la classificazione a tre livelli (*Drei-Stufen-Modell*), prendendo solo il meglio di quelle che regolano la produzione in Bordeaux e in Borgogna. Nel gradino più basso vi sono i *Guts- e Ortsweine* (“vini di base”). Seguono poi i *Klassifizierte Lagenweine* (“vini di un determinato vigneto”, successivamente *Erste Gewächse*, “*premiere cru*”), che presentano caratteristiche peculiari della zona di origine e devono rispondere a precisi criteri qualitativi. L’apice della piramide qualitativa è rappresentato dai *Grossen Gewächse* (“*grand cru*”), vini provenienti da particelle selezionate e che rispondono a criteri qualitativi ancora più stringenti. Le more del regolamento permettevano di utilizzare anche altre indicazioni ammesse dalla legge accanto a quelle proprie aziendali<sup>485</sup>.

L’intesa sulla regolamentazione unitaria della produzione in tutte le zone viticole tedesche viene raggiunta nel 2002. Con questo importante traguardo il VDP ha permesso alla viticoltura tedesca di muovere importanti passi verso la rinascita qualitativa ed il riconoscimento mondiale<sup>486</sup>.

L’attenzione negli anni si concentrò anche sulla parametrizzazione delle specificità dei singoli territori, sulla definizione di uno stile vinicolo e delle caratteristiche sensoriali dei vini provenienti delle diverse zone<sup>487</sup>.

---

<sup>484</sup> *Ibid.*

<sup>485</sup> KNBEL G., *Die Herkunftspyramide des VDP steht*, Die Winzer Zeitschrift, marzo 2012.

<sup>486</sup> *Ibid.*

<sup>487</sup> [www.vdp.de/de/verband](http://www.vdp.de/de/verband).

Nel 2012 l'assemblea straordinaria del VDP modifica la piramide qualitativa creando un modello a quattro livelli che modificano i tre precedenti: *VDP Gutswein*, *VDP Ortswein*, *VDP Erste Lage*, *VDP Grosse Lage*. Questa nuova classificazione ha tra gli obiettivi la semplicità e la sistematicità delle informazioni e delle indicazioni in etichetta per aiutare i consumatori e la promozione di quei vigneti che riescono a garantire la qualità<sup>488</sup>. È stato rafforzato il significato di *Lage* come zona di origine dei vini migliori, la cui qualità è costantemente sotto controllo per garantire l'attualità del livello qualitativo<sup>489</sup>.

Le sezioni regionali mantengono una consistente autonomia nella classificazione delle aziende membri all'interno dei parametri generali e nella valorizzazione delle caratteristiche territoriali e culturali<sup>490</sup>.

#### 4.5. Le norme a tutela delle indicazioni geografiche nella *WeinG*

La protezione contro le frodi e le indicazioni ingannevoli nel settore vitivinicolo è regolata dal § 25 della *WeinG*: *Verbot zum Schutz vor Täuschung* ("divieto di indicazione ingannevole").

La norma vieta in via generale la messa in circolazione, l'importazione e l'esportazione di prodotti che utilizzano indicazioni, istruzioni, informazioni o presentazioni ingannevoli (Abs. 1).

Il concetto di "ingannevolezza", ripreso il contenuto dell'art. 2/1 dir. 2000/13/CE, è stato successivamente esteso con il dettato dell'art. 7

---

<sup>488</sup> KNEBEL, *op et loc. cit.* *VDP Grosse Lage* contraddistingue i vini di gran carattere provenienti da particelle ben delimitate con un *terroir* particolare (*VDP Grosse Gewächse* è stato mantenuto per contraddistinguere i vini secchi). L'origine territoriale gioca un ruolo determinante. La resa massima è di 50 hl/ha e possono essere coltivate solo varietà autorizzate e tradizionali. La vendemmia è manuale. La commercializzazione dei vini è ammessa solo dopo date prestabilite. *VDP Erste Lage* contraddistingue i vini provenienti da vitigni di prima qualità, che assicurano precise caratteristiche e condizioni ottimali di crescita. Anche qui la vendemmia deve essere condotta manualmente e la commercializzazione segue date prestabilite. La resa massima per ettaro è di 60 hl/ha. *VDP Ortswein* viene attribuito ai vini provenienti da vigneti caratteristici e coltivati con varietà tipiche posti in località specifiche. Il nome della località certifica l'origine. la resa massima è di 75 hl/ha. *VDP Gutswein* contraddistingue i vini base che mantengono però uno standard qualitativo alto provenienti da *Gutslagen*. Almeno l'80% delle uve deve appartenere a varietà tipiche.

<sup>489</sup> *Ibid.*

<sup>490</sup> *Ibid.*

del reg. 1169/2011 rubricato “Pratiche leali di informazione”<sup>491</sup>. La molteplicità delle informazioni sugli alimenti è regolata in modo da evitare che il consumatore possa essere indotto in errore “per quanto riguarda le caratteristiche dell’alimento e, in particolare, la natura, l’identità, le proprietà, la composizione, la quantità, la durata di conservazione, il paese d’origine o il luogo di provenienza, il metodo di fabbricazione o di produzione”. La pubblicità e le altre forme di presentazione degli alimenti devono rispettare i medesimi requisiti di lealtà, precisione e facilità di comprensione per il consumatore (art. 7/4).

La giurisprudenza e la dottrina hanno posizioni diverse riguardo all’accertamento dell’inganno nelle attività sopra elencate. Partendo da una posizione comune che l’inganno deve essere idoneo ad indurre in errore e un’indicazione è ingannevole quando può condurre, considerato il linguaggio comune, l’opinione del mercato e le esperienze di vita dell’ambiente esaminato, a false rappresentazioni<sup>492</sup>. Controversa era l’opinione sul riferimento soggettivo, l’ambiente esaminato, tra un consumatore impreciso e uno attento.

La giurisprudenza tedesca consolidata, anche in merito all’applicazione del § 17/1/5 *LMBG* e § 3 *UWG*, riconosceva nel divieto di inganno la tutela dei consumatori meno accorti. Questo orientamento non è più perseguibile a seguito dell’innovazione del diritto comunitario e della giurisprudenza della Corte di Giustizia<sup>493</sup>.

Il principio contenuto nel § 25, in armonia con la giurisprudenza della Corte di Giustizia, deve essere applicato come criterio per decidere

---

<sup>491</sup> Regolamento (CE) n. 1169/2011 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 25 ottobre 2011 relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, che modifica i regolamenti (CE) n. 1924/2006 e (CE) n. 1925/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio e abroga la direttiva 87/250/CEE della Commissione, la direttiva 90/496/CEE del Consiglio, la direttiva 1999/10/CE della Commissione, la direttiva 2000/13/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, le direttive 2002/67/CE e 2008/5/CE della Commissione e il regolamento (CE) n. 608/2004 della Commissione. I considerando 5 e 6 del reg. (CE) 1169/2011 sostengono la necessità di integrare i principi generali sulle pratiche commerciali sleali, e quindi azioni ingannevoli o omissioni di informazioni, con norme specifiche relative alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, nonché aggiornare le disposizioni sull’etichettatura e la presentazione dei prodotti alimentari.

<sup>492</sup> BGH GRUR 61, 477, 479 in RATHKE, *op. cit.*, § 25 *WeinG*, *rdn.* 20.

<sup>493</sup> RATHKE, *op. cit.*, § 25 *WeinG*, *rdn.* 21.

dell'ingannevolezza di un'indicazione parametrata su un consumatore attento, fintantoché non si tratti di un'informazione riguardante la salute<sup>494</sup>.

È sufficiente che anche solo una parte dei consumatori venga ingannata dalle indicazioni fornite. Ne consegue che è sufficiente l'idoneità ad ingannare e non l'inganno effettivo e reale del consumatore. Il giudice ha escluso (e la strada comunque non risulta praticabile) che sia obbligatorio indicare la percentuale 10%, 15%, 20% o 50%, di persone che hanno associato una falsa rappresentazione all'indicazione utilizzata per l'applicazione del divieto di frode nell'assunzione delle prove<sup>495</sup>. Le reali percezioni dei consumatori possono rappresentare un punto di riferimento per l'applicazione del concetto di ingannevolezza e talvolta essere indispensabili nel singolo caso<sup>496</sup>.

Il divieto di indicazioni fallaci del § 25 si applica anche quando, in base a disposizioni esterne al diritto del vino che autorizzano l'uso di determinate indicazioni, queste contrastino con lo scopo di tutela dettato nel paragrafo. Ci si riferisce in particolar modo ai marchi commerciali, i quali sono talvolta idonei, ai sensi del § 25/1, a trarre in inganno e non possono, nonostante l'iscrizione nel registro dei marchi, essere utilizzati o non sono neppure ammissibili alla registrazione<sup>497</sup>. La registrazione di un marchio non prevede una verifica preventiva alla luce del divieto nel campo del diritto alimentare di utilizzo di indicazioni fallaci.

Secondo la definizione dell'art. 118 *quatervicies* del reg. (CE) 1234/07 anche i marchi commerciali rientrano nel concetto di "etichettatura". Pertanto il divieto di indicazioni fallaci affermato per l'etichettatura si applica anche ai marchi. I marchi non possono essere confusi con le indicazioni del prodotto e non possono, sul *Landwein* in

---

<sup>494</sup> *Ibid.*

<sup>495</sup> OLG Köln, LMRR 1994, 36 = LRE 30, 248 così LMRR 1994, 50 = LRE 31, 81 in RATHKE, *op. cit.*, § 25 *WeinG*, *rdn.* 24.

<sup>496</sup> RATHKE, *op. cit.*, § 25 *WeinG*, *rdn.* 24.

<sup>497</sup> BGH GRUR 1980, 199, 200 = ZRL 1980, 199 = LRE 12, 327 in RATHKE, *op. cit.*, § 25 *WeinG*, *rdn.* 28.

particolare, utilizzare termini o parte di essi che identificano un *Qualitätswein*<sup>498</sup>.

Il principio del divieto di uso di informazioni ingannevoli contenuto nel primo comma, trova attuazione nei fatti elencati nei commi successivi. Questa “concretizzazione” è fondamentale anche per l’applicazione del divieto comunitario di pratiche ingannevoli<sup>499</sup>. I paradigmi legislativi a cui il produttore deve fare riferimento per quanto riguarda le indicazioni o la presentazione del prodotto sono sia nazionali che comunitarie (Abs. 2/1). Sono da considerarsi ingannevoli anche quelle indicazioni idonee a dare l’impressione di una certa qualità (Abs. 2/2). La complessità del concetto di qualità in Germania, impone di considerare diverse informazioni: l’origine, la varietà, l’azienda, l’annata, le pratiche di cantina<sup>500</sup>.

L’Abs. 3/1 ingloba tra le forme ingannevoli di presentazione quelle idonee a generare nel soggetto una falsa rappresentazione dell’origine del prodotto ed estende la propria portata anche qualora venga indicata la reale origine<sup>501</sup>. Alla falsa rappresentazione viene equiparata anche quella inesatta, ciò mancante di elementi tali da rendere univoche le informazioni per il consumatore<sup>502</sup>.

Il confezionamento, l’uso di bandiere e altre immagini, in generale le indicazioni geografiche indirette sono idonee a provocare nel consumatore un’associazione tra le informazioni ottenute tramite esse e l’origine geografica del prodotto<sup>503</sup>. La norma tutela i consumatori e i concorrenti dall’uso non corretto di queste informazioni, anche se la reale origine è indicata<sup>504</sup>. Parimenti si considera come ingannevole l’utilizzo di

---

<sup>498</sup> RATHKE, op. cit., § 25 *WeinG*, rdn. 29.

<sup>499</sup> *Id.*, rdn. 91.

<sup>500</sup> *Id.*, rdn. 95.

<sup>501</sup> *Id.*, rdn. 101.

<sup>502</sup> A titolo di esempio l’indicazione geografica di un vino “*Bergstrasse*”, quando il vero e completo nome della zona di origine è “*Badische Bergstrasse*”, può creare confusione con es. la “*Hessische Weinstrasse*”. L’inganno può essere generato anche quando l’azienda possiede vigneti in più località diverse e sulla presentazione del vino indica una località da cui non provengono le uve (escluso il caso di *Grosslage*).

<sup>503</sup> *Ibid.*

<sup>504</sup> L’uso, ad esempio, di un simbolo cittadino facilmente riconoscibile usato su un’etichetta di un vino di origine estera ma imbottigliato nella località riprodotta nella presentazione è considerato come ingannevole per il consumatore.

termini linguistici e indicazioni straniere su prodotti di origine straniera e la traduzione in tedesco<sup>505</sup>.

A tutela dell'origine, i nomi di fantasia utilizzati commercialmente possono considerarsi ingannevoli se evocano falsamente un'indicazione geografica (Abs. 3/3/a, es. "*Himmlisches Moseltröpfchen*", "*Moselgeister*" o "*Paradiessecco*" riferiti ad un vino frizzante)<sup>506</sup>.

I casi di uso di indicazioni ingannevoli dimostrano come l'utilizzo di denominazioni conosciute grazie anche a personaggi famosi possa indurre gli operatori a sfruttare la reputazione a proprio vantaggio senza che il prodotto origini dalla zona indicata.

Il primo caso riportato dall'*Jahresbericht* è legato al Prosecco, spumante italiano, ottenuto da uve coltivate e vinificate nella zona indicata dal disciplinare. Questo era stato oggetto di una campagna pubblicitaria con Paris Hilton, la quale era raffigurata con una lattina di Prosecco in mano. Questa confezione è passata dall'essere malvista ad un *must* per molti. Dietro allo slogan "*Alkohol in kleinen Dosen hat noch niemandem geschadet*" ("l'alcool in piccole dosi/in lattina non ha mai fatto male a nessuno") si potevano trovare in tutti i supermercati tedeschi "Prosecco Frizzante" a meno di un euro. Il vantaggio per i discount era evidente: la vendita di semplice vino spumante senza alcun legame con la zona di origine sfruttando però la reputazione e la fame di quest'ultimo<sup>507</sup>.

Un secondo caso, sempre legato al Prosecco, si verificò con il titolare di un impianto di imbottigliamento presso un'azienda, la quale rimanendo senza vino ma al contempo con una scorta considerevole di lattine già marchiate "Prosecco Colli Trevigiani" decise di mescolare vino originario italiano con vino spagnolo<sup>508</sup>.

Un'attenzione particolare deve essere garantita al consumatore finale, sempre più orientato verso produzioni regionali, ma allo stesso tempo facilmente disorientato dinnanzi alle novità nella presentazione dei prodotti. La classificazione secondo il motto "*Qualität im Glase*" mantiene

---

<sup>505</sup> *Id.*, *rdn.* 102.

<sup>506</sup> *Id.*, *rdn.* 109.

<sup>507</sup> LANDESUNTERSUCHUNGSAMT RHEINLAND-PFLAZ, *Jahresbericht* 2011, 43.

<sup>508</sup> *Ibid.*

la sua importanza e completa la c.d. “piramide dell’origine”, la quale garantisce la credibilità e l’immagine dell’intero sistema produttivo tedesco e fornisce gli elementi fondamentali per strategie di vendita di successo.

Le difficoltà per i consumatori non specializzati possono emergere dalla lettura e della comprensione di un’etichetta, dalla quale non si può ricavare se il vino proviene da una *Einzellage* o da una *Großlage*. L’origine territoriale è identificata con un unico luogo es. “*Schloss Johannisberger*” (*Einzellage*, 35 ha), “*Johannisberger Erntebinger*” (*Großlage*, 320 ha da 15 *Einzellagen* sempre legati al nome di un comune, in questo caso *Johannisberg*).

#### **4.6. La tutela civile e penale in materia di indicazioni geografiche**

##### **4.6.1. La tutela civilistica**

La prima normativa dell’Impero tedesco a tutela dei segni distintivi delle merci, *Gesetz über Markenschutz* (“legge a tutela dei marchi”) entrò in vigore il 1° maggio 1875 e il cui contenuto non contemplava alcuna specifica norma sulle indicazioni di origine geografiche<sup>509</sup>. La legge venne abrogata nel 1894 in seguito all’emanazione della *Gesetz zum Schutz von Warenbezeichnungen* (“legge a tutela dei segni distintivi delle merci”), la quale modificava e migliorava in più punti la precedente normativa. In essa si trova la prima regolamentazione delle indicazioni geografiche che puniva l’uso qualsiasi di nomi o stemmi di un luogo, un Comune o di un’associazione tra Comuni il quale poteva indurre in errore circa la qualità e il valore di una merce (§ 16)<sup>510</sup>.

Questa definizione circoscriveva le indicazioni geografiche c.d. “dirette”, ossia quelle che utilizzano nomi o stemmi di un luogo. La disposizione si riferiva alle indicazioni geografiche qualificate attraverso il

---

<sup>509</sup> SCHRÖTER S. J., *Der Schutz geografischer Herkunftsangaben nach Marken-, Wettbewerbs-, und Registerrecht in Deutschland und der Schweiz*, Jenaer Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft, Mainz, 2011, 71.

<sup>510</sup> § 16 *Gesetz zum Schutz von Warenbezeichnungen*: “*Namen oder Wappen eines Ortes, eines Gemeinde- oder weiteren Kommunalverbandes, um über Beschaffenheit und Wert der Waare einen Irrtum zu erregen unter Strafe*”.

collegamento diretto tra l'indicazione di origine e l'errore di percezione circa la natura e il valore del prodotto<sup>511</sup>.

La Corte del Regno non attribuiva particolare importanza al valore reale e intrinseco della merce, quanto piuttosto il valore commerciale, quello ascritto al prodotto avendo avuto riguardo dell'origine<sup>512</sup>.

Con l'introduzione del *WZG*, il 5 maggio 1936, il § 26 *WZG* ha sostituito il § 16 della *WbezG* fino all'entrata in vigore della novellata legge sui marchi<sup>513</sup>. L'unica disposizione che esplicitamente affermava la tutela dell'indicazione geografica era contenuta nel § 26 del *WZG*, una norma sanzionatoria connessa alla pretesa del § 823 Abs. 2 *BGB*, senza avere però alcun effetto nella pratica. L'utilizzo nel traffico commerciale di false indicazioni circa l'origine dei prodotti o la loro etichettatura, quando lo stesso era idoneo ad indurre in errore, era sanzionato con la reclusione fino a sei mesi o la multa<sup>514</sup>.

Il § 3 della *Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb* (di seguito *UWG*, "Legge contro la concorrenza sleale") rappresentava di fatto, fino all'entrata in vigore della nuova *MarkenG*, l'unica tutela dell'indicazione geografica attraverso l'"*Irreführungsverbot*". In questa norma rientrano tutti quegli atti di concorrenza sleale, in particolar modo l'uso illegittimo di un'origine geografica da parte di produttori non insediati nella zona indicata, al fine di indirizzare le scelte dei consumatori verso un determinato prodotto<sup>515</sup>.

A differenza dei §§ 3 e 4 dell'*UWG*, la falsità dell'indicazione di origine sanzionata dal § 26 non dipendeva da un prezzo vantaggioso, essendo sufficiente l'idoneità a trarre in inganno il consumatore e non tutte le indicazioni false rientravano nel suo campo di applicazione. Dai lavori preparatori si desume che le disposizioni contenute nel *WZG* tutelavano in via generale il commercio dalle indicazioni geografiche false; l'interesse alla loro soppressione diventava più importante nel momento in

---

<sup>511</sup> *Ibid.*

<sup>512</sup> *Ibid.*

<sup>513</sup> BAUMGÄRTEL S., *Der Schutz geographischer Bezeichnungen in Frankreich und Deutschland. Der Konflikt zweier Schutzsysteme*, Univ.-Verl. Rasch, Osnabrück, 2002.

<sup>514</sup> *Ibid.*

<sup>515</sup> BAUMGÄRTEL, *op. cit.*

cui queste rappresentavano un pericolo per il commercio ed era proprio questo ad “esprimere un parere” sull’ingannevolezza delle indicazioni utilizzate<sup>516</sup>. L’inganno era parimenti rilevante nel momento in cui le aspettative di una certa qualità di un determinato prodotto, non erano da questo possedute<sup>517</sup>.

#### 4.6.1.1. *UWG*

“*Omnis mercator mendax*” affermazione che si scontra con il principio che vuole le pratiche commerciali ed in generale ogni comportamento degli operatori economici basato sulla verità e la chiarezza<sup>518</sup>. Il § 5, rubricato *Irreführende geschäftliche Handlungen* (“pratiche commerciali ingannevoli”), postula un *Wahrheitsgebot* (“obbligo di verità”). La clausola generale contenuta nel § 3 si concretizza nel § 5.

La norma è indirizzata a tutti gli operatori economici senza riferirsi ad un determinato rapporto B2C (Business to Consumer) o B2B (Business to Business)<sup>519</sup>. Una pratica commerciale sleale è quindi illecita quando idonea a pregiudicare gli interessi dei concorrenti, dei consumatori e degli altri attori del mercato<sup>520</sup>. L’*UWG* non tutela esclusivamente gli interessi del singolo, ma si estende anche a quello più generale del mercato: la verità e la certezza delle transazioni commerciali<sup>521</sup>.

La definizione legale di *Mitbewerber* (“concorrente”) è dettata nel § 2/1/3, con essa si identifica ogni “impresa, la quale si trova in un rapporto commerciale, con una o altre imprese, nella qualità di acquirente o venditore di merci o servizi”<sup>522</sup>.

L’accertamento dell’esistenza di un comportamento sleale implica che si tratti innanzitutto di una pratica commerciale, definita nel § 2/1/1

---

<sup>516</sup> *Ibid.*

<sup>517</sup> *Ibid.*

<sup>518</sup> NORDEMANN A., *Wettbewerbsrecht, Markenrecht*, Nomos, Baden Baden, 2012, 567.

<sup>519</sup> *Id.*, 568 Questa estensione soggettiva è stata condizionata con il recepimento della direttiva comunitaria UGP, la quale definisce gli standard minimi e massimi di tutela del consumatore.

<sup>520</sup> *Ibid.*

<sup>521</sup> *Ibid.*

<sup>522</sup> *Id.*, 576.

come “*jedes Verhalten einer Person zugunsten des eigenen oder eines fremden Unternehmens vor, bei oder nach einem Geschäftsabschluss, das mit der Förderung des Absatzes oder des Bezugs von Waren oder Dienstleistungen oder mit dem Abschluss oder der Durchführung eines Vertrags über Waren oder Dienstleistungen objektiv zusammenhängt*” (“ogni condotta di una persona tenuta prima, dopo o durante una transazione commerciale, a favore della propria o di un'altra società, con l'obiettivo di promuovere la vendita o l'acquisto di beni e servizi, la conclusione o l'esecuzione di un contratto”). Questa definizione ha superato la vecchia norma contenuta nel § 5, la quale si limitava alla pubblicità ingannevole<sup>523</sup>.

La definizione prende a modello il concetto di *Geschäftspraxis* (art. 2/d direttiva “sulle pratiche commerciali sleali”)<sup>524</sup>, ovvero “qualsiasi azione, omissione, condotta o dichiarazione, comunicazione commerciale ivi compresi la pubblicità e il marketing, posta in essere da un professionista, direttamente connessa alla promozione, vendita o fornitura di un prodotto ai consumatori”.

La seconda condizione imposta dal legislatore è che il comportamento sia *irreführend* (“ingannevole”). L'*Irreführungsverbot* (“divieto di inganno”) deve essere letto attraverso le informazioni e le circostanze specifiche a cui si riferiscono<sup>525</sup>. Queste informazioni devono essere mendaci o altrimenti idonee a trarre in inganno. È sufficiente anche un'indicazione vera che sia in grado di produrre o produca allo stesso tempo un'omissione della presentazione/rappresentazione nell'ambito commerciale considerato<sup>526</sup>. Un'omissione di presentazione si manifesta quando la presentazione non concorda con la realtà dei fatti.

Il termine *Irreführung*, il cui significato non è contenuto nell'*UWG*, è altrimenti desumibile dalla definizione dell'art. 2/b dir. 2006/114/CE sulla pubblicità ingannevole intesa come “qualsiasi pubblicità che in

---

<sup>523</sup> *Ibid.*

<sup>524</sup> Direttiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio dell'11 maggio 2005 relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e che modifica la direttiva 84/450/CEE del Consiglio e le direttive 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e il regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio («direttiva sulle pratiche commerciali sleali»).

<sup>525</sup> NORDEMANN, *op. cit.*, 581.

<sup>526</sup> *Ibid.*

qualsiasi modo, compresa la sua presentazione, induca in errore o possa indurre in errore le persone alle quali è rivolta o che essa raggiunge e che, dato il suo carattere ingannevole, possa pregiudicare il comportamento economico di dette persone o che, per questo motivo, leda o possa ledere un concorrente”<sup>527</sup>.

A completamento del significato del termine soccorre anche l’art. 2/d dir. 2005/29/CE, il quale afferma che una pratica commerciale si considera sleale quando contiene false o indicazioni non veritiere o comunque altre informazioni idonee a confondere e ingannare il consumatore medio<sup>528</sup>.

Il concetto di *Irreführung*, generale nell’*UWG*, viene declinato nelle leggi speciali che regolano le fattispecie tipiche del settore. Il § 25 della *WeinG* è rubricato *Verbot zum Schutz vor Täuschung* (“divieto per la tutela da inganni”).

Il § 5 vieta qualsiasi forma commerciale di *Angaben* (“indicazione”) che, fatta a scopi commerciali, è idonea a trarre in inganno una parte non insignificante del mercato su una determinata offerta o che attraverso l’omissione di talune informazioni induce il consumatore a concludere le proprie scelte di consumo<sup>529</sup>.

L’idoneità di una pratica di trarre in inganno è commisurata sulla *Verständigkeit* (“assennatezza”) di un consumatore medio<sup>530</sup>. L’opinione, propria anche degli altri Stati membri, è quella di considerare la maggior parte dei consumatori mediamente informati, attenti e ragionevoli<sup>531</sup>. Il BGH si è pronunciato basando la propria riflessione sul XVIII considerando della dir. 2005/29/CE, il quale afferma che il concetto del consumatore medio non può fondarsi su statistiche, bensì sollecita i giudici e gli organi amministrativi a valutare la domanda “Come si

---

<sup>527</sup> Direttiva n. 2006/114/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 12 dicembre 2006 concernente la pubblicità ingannevole e comparativa.

<sup>528</sup> NORDEMANN, *op. cit.*, 582.

<sup>529</sup> *Ibid.*

<sup>530</sup> *Id.*, 601.

<sup>531</sup> *Id.*, 602.

comporterebbe un consumatore medio in un caso simile e tipico?” e risolvere il quesito anche alla luce della giurisprudenza comunitaria<sup>532</sup>.

“Unlauter handelt, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt” (§ 5/1) definisce come sleale il comportamento di quella persona che pone in essere pratiche commerciali sleali, le quali utilizzano indicazioni non veritiere e vengono individuate dal legislatore in un catalogo successivo (c.d. Black List)<sup>533</sup>.

Le norme dirette a proteggere le indicazioni geografiche sono numerose e si strutturano su più livelli<sup>534</sup>.

La natura di questa tutela è prettamente concorrenziale nel diritto tedesco in quanto il § 128/1 MarkenG rinvia alla legge contro la concorrenza sleale (*UWG*) l'individuazione dei legittimati attivi ad agire a tutela delle indicazioni geografiche ex § 127<sup>535</sup>.

La tutela della *MarkenG* è *lex specialis* rispetto al § 5 *UWG*, trova quindi quest'ultimo applicazione solo in alcuni casi.

#### 4.6.1.2. **MarkenG**

Con l'entrata in vigore della nuova *Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen* (di seguito *MarkenG*, “Legge sulla tutela dei marchi e degli altri segni”), la disciplina delle indicazioni geografiche ha trovato spazio nei §§ 126 e ss., con l'intento obiettivo del legislatore di ridurre ad una le norme che regolavano le indicazioni geografiche, dando una nuova veste al diritto vigente in materia<sup>536</sup>.

---

<sup>532</sup> *Id.*, 603.

<sup>533</sup> *Ibid.*

<sup>534</sup> *Id.*, 605.

<sup>535</sup> *Ibid.* La giurisprudenza del Bundesgerichtshof ha rimarcato questa natura con concorrenziale nelle pronunce Warsteiner I (BGH, Beschluß vom 2. Juli 1998 - I ZR 54/96 - OLG Karlsruhe / LG Mannheim)e Warsteiner II.

<sup>536</sup> *Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen (MarkenGesetz-MarkenG) vom 25.10.1994 (BGBl. I S.3082, 1995 I S.156), zuletzt geändert durch Gesetz vom 1.10.2006 (BGBl. I 2407)* (“Legge del 25 ottobre 1994 sulla protezione dei marchi e altri segni (Legge sui marchi), come da ultimo modificata con legge del 31 ottobre 2006”).

Il § 1/3 afferma che le indicazioni geografiche sono segni distintivi e ricadono all'interno della *MarkenG*<sup>537</sup>. All'interno di questa categoria si suddividono i marchi e i segni commerciali come indicazioni di origine aziendale da un lato e dall'altro le indicazioni geografiche<sup>538</sup>.

Le indicazioni geografiche appartengono alla categoria dei *subjektive Kennzeichenrechte* ("segni distintivi soggettivi")<sup>539</sup>. La soggettivizzazione di un diritto oggettivo è il risultato di un percorso influenzato anche dalla recente giurisprudenza della Corte di Giustizia: la pronuncia "*Sekt/Weinbrand*" mirava non tanto alla tutela delle informazioni contenute nel concetto di origine, quindi particolari qualità e caratteristiche del prodotto influenzate dal territorio, quanto la salvaguardia del principio di libertà di circolazione delle merci<sup>540</sup>. La tutela veniva così rafforzata elevando le indicazioni geografiche a rango di "*immateralgüterrechtliche Vermögensrecht*" (diritto patrimoniale immateriale, in particolare "*gewerbliches und kommerzielles Eigentum*", proprietà commerciale) e come tali direttamente agibili in giudizio<sup>541</sup>.

La registrazione di un'indicazione geografica come marchio è soggetta al *Freihaltebedürfnis* ("bisogno di lasciare libero") dettato dal § 8/2/2 *MarkenG*, il quale vieta l'uso di indicazioni o segni che per caratteristiche o origine possono servire a qualificare le merci<sup>542</sup>. Ai produttori insediati in una determinata zona deve essere riconosciuta questa libera disponibilità di utilizzare il nome geografico.

Un'eccezione al § 8/2/2 è dettata dal § 99, il quale ammette la registrazione come marchio collettivo di un'indicazione geografica. La stessa non dà il diritto di esclusiva al titolare del marchio collettivo di escludere terzi dall'uso dell'indicazione geografica, purché l'uso sia conforme al dettato dei §§ 23 e 127 *MarkenG* e più in generale al buon costume.

---

<sup>537</sup> DICKERTMANN W. C., *Die geografische Herkunftsangabe zwischen gewerblichem Rechtsschutz und Wettbewerbsrecht. Der Einfluß des europäischen Rechts auf den Schutz der geografischen Herkunftsangabe*, Nomos, Baden Baden, 2001, 135.

<sup>538</sup> *Ibid.*

<sup>539</sup> BAUMGÄRTEL, *op. cit.*

<sup>540</sup> *Ibid.*

<sup>541</sup> *Ibid.*

<sup>542</sup> SCHRÖTER, *op. cit.*, 101.

Il § 126/1 definisce le indicazioni geografiche “*Namen von Orten, Gegenden, Gebieten oder Ländern sowie sonstige Angaben oder Zeichen, die im geschäftlichen Verkehr zur Kennzeichnung der geographischen Herkunft von Waren oder Dienstleistungen benutzt werden*” (“Nomi di luoghi, paesi, zone e regioni così come altre indicazioni o simboli, che nel commercio vengono utilizzati per identificare l’origine di merci e servizi”). Rientrano in questa definizione tutte le forme di marchio ai sensi del § 3 *MarkenG*, in particolare anche le indicazioni c.d. “dirette”, mentre restano esclusi quei nomi, indicazioni o segni di luoghi e territori non esistenti, i quali danno illegittimamente l’impressione di essere indicazioni geografiche<sup>543</sup>.

L’affermazione dell’esistenza di un’indicazione geografica è affidata al *Verkehrsauffassung* (“parere del mercato”)<sup>544</sup>. Questo concetto mutabile accentua il carattere della non staticità di una denominazione come concetto geografico nel corso del tempo, la quale può, sulla base di mutamenti del mercato, trasformarsi in un nome generico<sup>545</sup>. I nomi generici possono contenere un riferimento oggettivo ad una città o una regione, ma allo stesso tempo non essere idonei a qualificarsi come indicazione geografica (§ 126/2). Questa instabilità non è propria delle indicazioni geografiche qualificate.

Originariamente il diritto tedesco non faceva una distinzione tra indicazioni geografiche semplici e qualificate<sup>546</sup>. L’esempio francese, che ha influenzato anche lo sviluppo internazionale della tutela delle indicazioni

---

<sup>543</sup> HELM F.S., Vieregge in SCHRÖTER, *op. cit.*, 74. Le *mittelbare geographische Herkunftsangaben* (“indicazioni geografiche indirette”) comprendono sia simboli che indicazioni. Il § 3/1 propone un elenco esemplificativo dei simboli: parole, immagini, lettere, numeri, effetti sonori, oggetti tridimensionali, forme degli oggetti, confezioni, colori e combinazioni di colori etc. Al consumatore è affidato il ruolo di collegare il simbolo con la località e tale capacità varia da soggetto a soggetto. Le *unmittelbare geographische Herkunftsangaben* (“indicazioni geografiche dirette”) danno un’informazione certa e immediata.

<sup>544</sup> LOSCHOLDER M., SCHNEPP W., *Deutsche geographische Herkunftsangaben*, Carl Heymanns Verlag, Köln, 1992, 6. In una pronuncia è stato affermato che la *Verkehrsauffassung* si forma attraverso sondaggi tra i consumatori; è sufficiente che un 15% riconosca un’origine per tutelare l’indicazione geografica

<sup>545</sup> *Ibid.* e FEZER K.H., *Lauterkeitsrecht: UWG. Kommentar zum Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)*, München, Verlag C.H. Beck, 2010, § 4-S10, Rn. 52.

<sup>546</sup> BAUMGÄRTEL, *op. cit.*, 535.

geografiche, ha posto le basi per una riflessione in Germania sull'introduzione di questa separazione<sup>547</sup>.

La tutela dei vini si affidò per molti anni, prima dell'introduzione del § 25 *WeinG*, alla normativa generale sui marchi e sulla concorrenza sleale<sup>548</sup>. La legge sui marchi tutela senza distinzione sia le denominazioni cosiddette "semplici", ovvero quelle che indicano la zona di provenienza di un prodotto alimentare, quanto le cosiddette "qualificate", che "richiedono un legame più o meno stretto tra le caratteristiche qualitative di un prodotto alimentare e la zona di provenienza"<sup>549</sup>.

La lettura dei § 126 *MarkenG* e § 3 *UWG* pone una questione sulla tutela delle indicazioni geografiche non utilizzate, le quali sono tutelate dalla seconda norma ma non dalla prima ("*die im geschäftlichen Verkehr zur Kennzeichnung [...] benutzt werden*"). A risposta del quesito l'autore analizza entrambe le soluzioni: la necessità o meno dell'uso. L'uso come condizione di tutela dell'indicazione geografica rappresenta l'opinione dominante ed emerge dall'interpretazione del § 126 *MarkenG*, il quale si applica sia alle indicazioni geografiche dirette e indirette e giustifica la tutela dei segni distintivi<sup>550</sup>.

Il nome del luogo, del distretto o della regione non possono essere utilizzati come indicazione geografica quando il prodotto che qualificano non origina da quel territorio e quando da questo uso può sorgere il pericolo di inganno circa l'origine del prodotto.

La norma contenuta nel § 127/2 ha come oggetto la tutela delle indicazioni geografiche qualificate.

Le indicazioni geografiche qualificate possono essere sfruttate nelle transazioni commerciali solo su prodotti che originano da quel determinato territorio e che possiedono quelle caratteristiche<sup>551</sup>.

---

<sup>547</sup> *Ibid.*

<sup>548</sup> D'ADDENZIO M., GERMANÒ A., *Regolazione e la promozione del mercato alimentare nell'Unione Europea (La). Esperienze giuridiche comunitarie e nazionali. Atti del Convegno. Udine, 24-25 novembre 2006, Istituto di diritto agrario internazionale e comparato, Firenze, 2007, 143.*

<sup>549</sup> *Id.*, 144.

<sup>550</sup> FEZER, *MarkenG*, § 126, rdn. 13.

<sup>551</sup> LOSCHELDER, SCHNEPP, *op. cit.*

L'aspettativa del mercato investe quelle precise caratteristiche e qualità che il prodotto deve possedere e queste sono richieste sia dal § 127/2 *MarkenG* che dal § 3 UWG.

Il § 127/1 *MarkenG* tutela le indicazioni geografiche di merci e servizi che hanno un'origine diversa rispetto a quella dichiarata attraverso l'indicazione stessa quando sussiste il pericolo di inganno. Un uso illegittimo delle indicazioni può configurarsi nell'ipotesi di offerte eccessivamente vantaggiose di un prodotto per orientare il consumatore all'acquisto<sup>552</sup>.

#### 4.7. La tutela penale

Già dal 1722 un editto prussiano “*Wider das Wein- und Bierfälschen*” (contro la falsificazione del vino e della birra) proibì l'uso di indicazioni false (scambio di indicazioni di origine e indicazioni regionali *Gebiets- und politische Bezeichnungen*).

Nel 1752 un decreto del marchese Karl Friedrich von Baden per il paese Rhodt nel Palatinato dettava la regola che non ammetteva “il taglio di due annate di vino e la vendita del prodotto con l'annata migliore”.

Nel 19. e 20. secolo venne ampliata la tutela delle indicazioni e nel 1958 venne sostituito il principio sinora esistente nel *Lebensmittelrecht* del “*Verbotsprinzip*” (“principio del divieto”) con il “*Missbrauchsprinzip*” (“principio di abuso”)<sup>553</sup>.

Di fronte all'espansione della legislazione comunitaria nel settore del vino, si rese necessario adeguare la normativa nazionale a quella europea, separando il diritto alimentare da quello vinicolo.

L'effettività delle norme giuridiche è strettamente legata all'osservazione delle stesse da parte dei soggetti<sup>554</sup>. Il diritto sostanziale, anche nel settore del vino, necessita di un apparato sanzionatorio diretto a punire gli abusi e le violazioni delle norme<sup>555</sup>.

Il bene giuridico, che in primis le norme sono dirette a tutelare, è la difesa del consumatore attraverso il *Weinstrafrecht* (“diritto penale applicato al

---

<sup>552</sup> *Ibid.*

<sup>553</sup> V. nota 26 spiegazione “*Missbrauchsprinzip*” ammetteva generalmente tutto sull'etichetta quello che non era vietato o ingannevole, mentre il “*Verbotsprinzip*” ammetteva solo quello che era esplicitamente permesso.

<sup>554</sup> HEIMERMANN, *op. cit.*, 29.

<sup>555</sup> *Ibid.*

settore vinicolo”) e l’*Ordnungswidrigkeitenrecht* (“sanzioni amministrative”), ove le trasgressioni dolose o colpose sono punite con pene detentive o pecuniarie<sup>556</sup>.

Nonostante l’intento effettivo di creare un sistema generalpreventivo, i dati relativi ai reati compiuti nel settore enologico sono cresciuti negli anni<sup>557</sup>.

L’apparato sanzionatorio è contenuto nel titolo IX della *WeinG*, rubricato “*Straf- und Bußgeldvorschriften*” (“pene detentive e pecuniarie”), più precisamente nei §§ 48, 49, 50 e 51.

Le sanzioni dettate nella *WeinG* (§§ 48-50) sono costruite come disposizioni in bianco con numerosi rimandi alle norme del diritto nazionale e comunitario<sup>558</sup>. Le due fonti contengono i fatti tipici, le condotte che devono o non devono essere tenute, mentre nei §§ 48-50 sono regolate le conseguenze giuridiche per le violazioni commesse<sup>559</sup>.

La produzione di beni, in particolare alimentari, contraria alle norme di legge che disciplinano la materia rappresenta una fonte di pericolo. Il diritto tedesco qualifica queste fattispecie come reato di pericolo anticipando la tutela del bene giuridico, sia esso la salute o il patrimonio, senza che il danno al titolare si concretizzi realmente<sup>560</sup>.

La legge non identifica l’agente, il quale viene delineato dalla prassi: potenzialmente tutti i viticoltori, i commercianti, i proprietari di aziende e i cantinieri possono tenere comportamenti idonei a creare un pericolo<sup>561</sup>.

I §§ 48 e 49 puniscono i comportamenti dolosi o colposi senza fissare come condizione lo scopo o l’intenzione soggettiva di, a titolo di esempio, ingannare<sup>562</sup>.

Le fattispecie criminose elencate nei due articoli possono essere divise in violazioni legate alla produzione, e quindi pratiche che concernono l’ambito produttivo e violazioni legate alla vendita, in particolare azioni condotte al fine di conseguire un vantaggio

---

<sup>556</sup> *Ibid.*

<sup>557</sup> Nelle statistiche della Polizia tedesca si sono registrati i seguenti dati: 209 (2003), 290 (2004), 346 (2005) e 317 (2006) casi accertati di violazioni alle norme contenute nel *WeinG*.

<sup>558</sup> HÜTWOHL M., *Weinstrafrecht und Verwaltungsakzessorietät. Die Weindelikte im Spannungsfeld des Verwaltungs- und Unionsrecht*, Nomos, Baden Baden, 42.

<sup>559</sup> *Ibid.*

<sup>560</sup> HEIMERMANN, *op. cit.*, 35.

<sup>561</sup> *Ibid.*

<sup>562</sup> *Ibid.*

commerciale<sup>563</sup>. I prodotti di quest'ultima categoria possono essere a loro volta suddivisi in prodotti che non sono conformi, in termini di genuinità e quindi dannosi per la salute, e dall'altra in quelli che violano le norme sull'etichettatura e la presentazione (*Etikettenschwindel*, etichetta che mente)<sup>564</sup>.

La tutela penale si pone come scopo, con riguardo a quest'ultima categoria, di contrastare le informazioni ingannevoli e quindi anche le indicazioni geografiche, che sono idonee a provocare confusione nei consumatori circa la qualità, l'origine o le varietà di uva<sup>565</sup>.

Il divieto, contenuto nel § 25 *WeinG*, si verifica di fatto con l'uso di falsi o fittizi AP-Nr, che nel diritto vinicolo tedesco hanno un'importanza giuridica notevole, anche come garanzia di qualità, e dall'altro dall'uso di false indicazioni legate all'annata, all'origine e al predicato<sup>566</sup>.

L'immissione in commercio di un *Qualitätswein* o di un *Prädikatswein* impone al produttore di sottoporre il proprio vino alla procedura per ottenere l'AP-Nr., quale certificato di qualità e di rispetto dei parametri tecnico-giuridici (§ 19 *WeinG*)<sup>567</sup>.

La natura giuridica di questo numero è puramente amministrativa, ma produce conseguenze penali che si possono manifestare anche al termine del procedimento quando, in seguito a controlli condotti dalle autorità, si riscontrano falsificazioni o sofisticazioni del vino o violazioni delle norme relative alle indicazioni<sup>568</sup>.

La messa in commercio di un vino senza o con un AP-Nr. falso rappresenta nella prassi uno dei più frequenti casi.

L'indicazione ingannevole dell'origine del vino è altrettanto frequente nella prassi. Tra le manifestazioni si sottolinea l'uso di nomi di

---

<sup>563</sup> HÜTWOHL, *op. cit.*, 53.

<sup>564</sup> *Ibid.* A titolo di esempio e di completezza espositiva si possono citare, tra le violazioni in fase di produzione soprattutto le sofisticazioni e le manipolazioni, che alterano la genuinità del prodotto: aggiunta di acqua, glicerina, coloranti e aromi. Nel *Prädikatswein* è vietata l'aggiunta di zucchero.

<sup>565</sup> KARFELD, *Der Wein-Staatsanwalt*, 21, in HÜTWOHL, *op. cit.*, 54.

<sup>566</sup> HÜTWOHL, *op. cit.*, 55.

<sup>567</sup> *Id.*, 96.

<sup>568</sup> *Ibid.*

*Lage* famosi per innalzare la percezione qualitativa e quindi il prezzo di taluni vini<sup>569</sup>.

Il § 51 detta una norma che attribuisce al Ministero per la tutela dei consumatori, alimentazione e agricoltura il potere di qualificare, tramite decreto legislativo e senza l'approvazione del *Bundesrat*, quando le stesse norme comunitarie trasposte nell'ordinamento nazionale lo impongano, come reato ex §§ 48/1/3 e 49/6-7 o come illecito amministrativo ex § 50/2/12<sup>570</sup>.

Il foro competente a giudicare le violazioni della legge vinicola ha sede a Bad Kreuznach<sup>571</sup>. Qui si è insediata, presso il *Landgericht* (“tribunale di primo grado”) la sede centrale per la “giustizia viticola”.

---

<sup>569</sup> HEIMERMANN, *op. cit.*, 58.

<sup>570</sup> *Ibid.*

<sup>571</sup> La scelta di questa città nel *Rheinland-Pfalz* è stata determinata dalla capacità produttiva di uva e vino di questo *Land* e di conseguenza dal numero di violazioni riscontrate.

## CONCLUSIONI

I retaggi storici, le diversità culturali ed ambientali hanno determinato lo sviluppo a livello internazionale di due approcci molto spesso confliggenti sulla tutela delle indicazioni geografiche. Da un lato gli Stati produttori europei, in prima linea Francia, Italia e Spagna, attenti a progredire nella tutela internazionale delle denominazioni di origine, considerando il valore economico-sociale ad esse sotteso. Dall'altro gli Stati del Nuovo Mondo, Australia, Stati Uniti e Sudafrica per citare i più importanti, orientati sui vini varietali e all'utilizzo di pratiche enologiche volte a garantire la costanza delle caratteristiche del prodotto e la rispondenza alle aspettative dei consumatori.

I trattati e gli accordi internazionali che si sono susseguiti negli anni, hanno operato un tentativo di avvicinamento delle due posizioni ponendo un'attenzione particolare alle indicazioni geografiche nel settore vitivinicolo. Difficoltà e divergenze si registrano in ogni caso nei diversi approcci: quello europeo più orientato alla tutela delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche e quello dell'altro blocco, più favorevole ai marchi commerciali.

La politica di qualità perseguita dall'Unione Europea all'interno della PAC ha orientato il settore vitivinicolo verso la tutela delle denominazioni di origine e le indicazioni geografiche e con la sottoscrizione di accordi bilaterali con i principali partner commerciali. Questa direzione, reputata da alcuni protezionistica e contraria al principio della libertà di circolazione delle merci, ha trovato sostegno nella giurisprudenza della Corte di Giustizia e nell'interesse più alto di tutela del valore economico e sociale generato dal settore vitivinicolo.

Le norme comunitarie sulla protezione dell'indicazione geografica si sono inserite in un quadro sistematico più ampio di tutela degli interessi legittimi dei consumatori e dei produttori.

La centralità del consumatore è evidenziata da norme trasversali dirette a tutelare la salute e la sicurezza da un lato e dall'altro la libertà di acquisto che può essere garantita dalla correttezza e veridicità delle

informazioni. Il legame di fiducia che lega consumatore e produttore costruito attorno alle indicazioni geografiche è assicurato dalla presenza del disciplinare di produzione, atto tecnico prima che giuridico, che permette di identificare la rispondenza delle condizioni di produzione e commercializzazione. Solo un vino prodotto secondo gli standard dettati dal disciplinare può fregiarsi della denominazione di origine o dell'indicazione geografica.

Parimenti sono tutelati gli interessi degli altri produttori da atti di concorrenza sleale che si possono verificare all'interno del territorio circoscritto dalla denominazione, per estendersi anche a pratiche che si avvantaggiano della notorietà attraverso l'usurpazione, l'imitazione, l'evocazione, la falsificazione di un'indicazione.

L'uniformazione delle denominazioni dei vini con quelle degli altri prodotti alimentari ha indubbiamente risposto all'esigenza del consumatore di semplicità dei concetti utilizzati per identificare un prodotto, ma ha dall'altra parte appiattito dei termini ormai divenuti patrimonio del linguaggio tecnico-enologico anche del consumatore meno attento.

La diversità ampelografia ed enologica, la tradizione millenaria e le particolarità del territorio hanno garantito all'Italia, sino ad oggi, una ricchezza vitivinicola "invidiata" da tutto il mondo e allo stesso tempo spesso oggetto di imitazione. L'origine è stata ed è rimasta il principale punto di riferimento, nonostante l'avanzare di vini varietali, più facilmente riconoscibili dal consumatore medio. L'Italia si è dotata di una normativa *ad hoc* sulle denominazioni di origine e sulle indicazioni geografiche, la quale assegna un ruolo importante per la tutela ai consorzi e al disciplinare di produzione.

La difesa del valore aggiunto generato dalle indicazioni geografiche nella filiera vitivinicola e nel sistema economico italiano indirizza le diverse politiche di tutela perseguite dal legislatore. Il sistema dei controlli risulta però essere particolarmente frammentato su più autorità. Se si esclude il ruolo svolto dagli enti, pubblici o privati, designati dal ministero per i controlli sugli adempimenti previsti dalla normativa vitivinicola, il

controllo sulla filiera, dalla sicurezza degli alimenti a quello sulle denominazioni, dalla tutela della salute a quello meramente documentale, sebbene condotti a campione, presenta una rete molto complessa.

La valorizzazione delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche ha trovato spazio nella legislazione tedesca solo nell'ultimo anno senza riuscire a scalfire una tradizione consolidata basata su una piramide qualitativa costruita su tre livelli. Il sistema è ancora strettamente connesso al grado di maturazione delle uve, retaggio di difficoltà climatiche che rendevano difficile il raggiungimento di un grado alcolico ottimale.

L'origine geografica mantiene il proprio significato per quei consumatori attenti alle molteplici espressioni di vini di qualità che possono emergere in una zona particolare.

La tutela del consumatore e degli altri produttori da pratiche ingannevoli è contenuta in un unico paragrafo del WeinG e nelle norme più generali dell'UWG.

Tratti comuni tra i due sistemi, quello italiano e quello tedesco, possono essere colti proprio nelle esigenze dei singoli produttori di far emergere la propria produzione di qualità all'interno di una zona ben più ampia delimitata dal disciplinare di produzione. Gli ordinamenti di entrambi i sistemi mettono a disposizione strumenti giuridici per differenziare e potenziare il valore di un nome geografico all'interno di una denominazione, con la possibilità di qualificare ulteriormente l'etichetta con l'uso di termini quali "vigna" o "Lage" per connotare specifici e ben definiti toponimi.

## BIBLIOGRAFIA

AA.VV. *I 40 anni delle DOC: passato, presente e futuro, in Italia e nel mondo*, Atti del convegno, San Gimignano, 5-6 maggio 2006, <http://www.vernaccia.it/eventi-e-news.aspx?id=34>

AA.VV., *I “messaggi” nel mercato dei prodotti agro-alimentari*, Atti dell'incontro di studio di Sassari del 13-14 ottobre 1995 su «La concorrenza con riguardo ai prodotti agro-alimentari tra la disciplina della produzione e quella del mercato» con i testi delle leggi nazionali, degli atti comunitari e delle sentenze della Corte di giustizia, Torino, Giappichelli Editore, 1997

AA.VV., *Le regole del vino: disciplina internazionale, comunitaria, nazionale*, Atti del convegno, Roma, 23-24 novembre 2007, Milano, Giuffrè, 2007

AA.VV., *Politica di qualità e circolazione delle merci: dal principio del mutuo riconoscimento all'attestato di specificità*, in *i «Messaggi» nel mercato dei prodotti agro-alimentari*, Atti dell'incontro di studio di Sassari del 13-14 ottobre 1995 su «La concorrenza con riguardo ai prodotti agro-alimentari tra la disciplina della produzione e quella del mercato» con i testi delle leggi nazionali, degli atti comunitari e delle sentenze della Corte di giustizia, Torino, Giappichelli, 1997

AA.VV., *Symposium on the international protection of Geographical Indications in the worldwide context*, Eger, WIPO, 1997

AA.VV., *The Lisbon system – International protection for identifiers of typical products from a defined geographical area*, [http://www.wipo.int/freepublications/en/geographical/942/wipo\\_pub\\_942.pdf](http://www.wipo.int/freepublications/en/geographical/942/wipo_pub_942.pdf)

ABDULQAWI Y., CORREA C. M., *Intellectual Property and International Trade: The TRIPs Agreement*, London, Boston, Kluwer Law International, 2008

ADORNATO F., ALBISSINI F., GERMANO' A., (a cura di) *Agricoltura e alimentazione. Principi e regole della qualità disciplina internazionale, comunitaria e nazionale. Atti del Convegno internazionale IDAIC*, Macerata, Giuffrè, 2009

- ALBISSINI F., in *L'officina comunitaria e la OCM vino: marchi, denominazioni e mercato*, Centro di responsabilità di attività scientifica IDAIC, 2008
- ALBISSINI F., *La OCM vino: denominazioni di origine, etichettatura e tracciabilità nel nuovo disegno disciplinare europeo*, [http://agrireregionieuropa.univpm.it/dettart.php?id\\_articolo=303](http://agrireregionieuropa.univpm.it/dettart.php?id_articolo=303)
- AMERINE M.A., WAGNER P.M., *The vine and its environments*, eds. Book of California Wine, University of California, Press/Sotheby Publications, Berkeley, 2001
- AMMASSARI G., *Vino: legge nuova, stessa burocrazia*, in *L'Informatore Agrario*, 26/2010
- ANTONAROS A., *La grande storia del vino*, Bologna, Pendragon, 2006
- ANTONIOLLI L., BENACCHIO G., LAJOLO DI COSSANO F., *Lineamenti di diritto dell'Unione Europea*, Padova, Cedam, 2005
- ARFINI F., BELETTI G., MARESCOTTI A., *Prodotti tipici e denominazioni geografiche. Strumenti di tutela e valorizzazione*, Quaderno del gruppo 2013, 2010
- AUDIER J., *L'application de l'Accord sur les ADPIC par les membres de l'OMC (Section 3: Indication géographiques)*, Report presented 26 March 1999, III<sup>o</sup> Encuentro Europeo de denominaciones de origen e indicaciones geográficas, in *Bulletin de l'OIV*, 1999, 72
- AUTERI P., *Diritto industriale: proprietà intellettuale e concorrenza*, Torino, Giappichelli, 2009
- AUTERI P., *Territorialità del diritto di marchio e circolazione dei prodotti "originali"*, Milano, Giuffrè, 1973
- BARKER J., *National Territory as a Geographical Indication*, in *Bulletin de l'OIV*, 2006, 79
- BASSERMANN-JORDAN F., *Geschichte des Weinbaus*, Neustadt a. d. Weinstraße, Pfälzische Verlagsanstalt, 1975

- BAUMGÄRTEL S., *Der Schutz geographischer Bezeichnungen in Frankreich und Deutschland. Der Konflikt zweier Schutzsysteme*, Univ.-Verl. Rasch, Osnabrück, 2002
- BILLIARD R., *La vigne dans l'Antiquité*, Lyon, 1913
- BLAKENEY M., *Proposals for the International Regulation of Geographical Indication*, in *Journal of world intellectual property*, 4, 2001
- BOATTO V., *Il risveglio del Tocai. Le ragioni produttive e di mercato per il rilancio del prodotto*, Milano, Franco Angeli, 2008
- BORGHI P., *I requisiti di tutela dei prodotti di qualità*, in *Rivista di Diritto Alimentare*, 2009, fasc. 2,
- BUCHER P., *Das Europäische Weinrecht*, Luzern, Books on Demand GmbH, 2003
- CALDARO G., ROSSI A., *Codice della vite e del vino*, Milano, Unione Italiana Vini, 2010
- CAMERA DEI DEPUTATI, *Commissione Parlamentare d'inchiesta sui fenomeni della contraffazione e della pirateria in campo commerciale, Relazione sulla contraffazione nel settore agroalimentare, approvata il 6 dicembre 2011*,
- CAPELLI F., KLAUS B., *La tutela delle indicazioni geografiche nell'ordinamento comunitario ed in quello internazionale*, in *Diritto comunitario e degli scambi internazionali*, 2004, fasc. 1
- CAPELLI F., *La Corte di Giustizia, in via interpretativa, attribuisce all'Unione Europea una competenza esclusiva in materia di riconoscimento delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche protette, riferite ai prodotti agroalimentari, mediante la sentenza Bud II motivata in modo affrettato, contraddittorio e per nulla convincente*, in *Diritto comunitario e degli scambi internazionali*, 2010, fasc. 3
- CAPUS J., *L'Evolution de la Législation sur les Appellations d'Origine. Genèse des Appellations Contrôlées*, 1947, <http://www.cepdivin.org/articles/capus.html>
- CARTABIA M., *Principi inviolabili e integrazione europea*, Milano, Giuffrè, 1995

- CAVIGLIA P., *Manuale di diritto vitivinicolo*, Bologna, Il Sole 24 Ore Edagricole, 2005
- CHAUFFOUR J.P., MAUR J.C., *Preferential Trade Agreement Policies for Development: A Handbook*, Washington, World Bank, 2011
- CONRAD A., *The protection of geographical indications in the TRIPs Agreement*, 86 TMR, 1996
- CONRAD H., *Weinfälschung – Deutsche Rechtsgeschichte, Bd. 1. Frühzeit und Mittelalter. Ein Lehrbuch*, Karlsruhe, 1966
- COSTATO L., *Diritto agrario e normativa di protezione*, in *Diritto e giurisprudenza agraria e ambientale*, 2002
- COSTATO L., RUSO L., *Corso di diritto agrario italiano e comunitario*, Milano, Giuffrè, 2008
- D’ADDENZIO M., GERMANÒ A., *Regolazione e la promozione del mercato alimentare nell’Unione Europea (La). Esperienze giuridiche comunitarie e nazionali. Atti del Convegno. Udine, 24-25 novembre 2006*, Firenze, Istituto di diritto agrario internazionale e comparato, 2007
- DALMASSO G., *Il problema della tutela dei vini pregiati. Atti del Symposium International sur les appellations d’origine des vins*, O.I.V., Alessandria, 1980
- DAMOCLE M., *Dop e Igp, riconoscimento dall’Ue*, in *Terra e Vita*, Edagricole, 18/2010, 2010
- DAVISON M., MONOTTI A., WISEMAN L., *Australian Intellectual Property Law*, New York, Cambridge University Press, 2012
- DE NOVAES CABRAL M., RIBEIRO DE ALMEIDA A., STERN S., LIMPO DE FARIA A. , FANET J., *Les différentes formes de presentation du produit au consommateur/ Different ways of displaying products to consumers*, in *Bulletin de l’OIV*, 2002, 75
- DE ROSA M., SABBATINI M., *Benefici delle indicazioni geografiche e filiera*, in *Rivista di Diritto Alimentare*, 2009, fasc. 1

- DESANA P., *Considerazioni sulla legge di tutela delle denominazioni d'origine dei vini nel decimo anno della sua applicazione: esperienze e prospettive nel quadro delle regolamentazioni vinicole comunitarie*, Atti Acc. Istituto della Vite e del Vino, vol. XXV, 1973
- DI AMATO A., *Diritto penale dell'impresa*, Milano, Giuffrè, 2006
- DI SALVATORE G., *Giudizio sulla confondibilità tra marchi*, in *Il Foro italiano*, 2007, fasc. 3
- DI SALVATORE G., *Nome geografico e tutela del consumatore negli orientamenti recenti del Tribunale di primo grado*, in *Diritto comunitario e degli scambi internazionali*, 2006, fasc. 3
- DI SALVATORE G., *Sui limiti posti alla tutela del nome geografico come marchio di impresa*, in *Diritto comunitario e degli scambi internazionali*, 2007, fasc. 4
- DICKERTMANN W. C., *Die geografische Herkunftsangabe zwischen gewerblichem Rechtsschutz und Wettbewerbsrecht. Der Einfluß des europäischen Rechts auf den Schutz der geografischen Herkunftsangabe*, Nomos, Baden Baden, 2001
- DUYKER H., *Grands vins de Bourgogne: Chablis, Cote d'Or, Chalonnaise, Maconnais, Beaujolais*, Relié, Fernand Nathan, 1980
- FERRARI M., *Denominazioni d'origine e prodotti agricoli*, in *Digesto delle sezioni privatistiche sezione civile* agg. 6, 2011
- FERRARI M., IZZO U., *Diritto alimentare comparato*, Bologna, Il Mulino, 2012
- FERRARI M., *The Regulation of Geographical Indications in the Wine Sector*, in *Social Science Research Network Electronic Library, Working Paper Series*, 2009
- FEZER K.H., *Lauterkeitsrecht: UWG. Kommentar zum Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)*, München, Verlag C.H. Beck, 2010
- FEZER K.H., *Markenrecht*, München, Verlag C.H. Beck, 2009
- FIORITTO A., *Certezze pubbliche prodotte dai privati: il caso delle denominazioni protette dei vini*, in *Giornale Diritto Amministrativo*, 9, 2011

- FLORIDIA, *I marchi di qualità, le denominazioni di origine e le qualificazioni merceologiche nel settore alimentare*, in *Rivista di diritto industriale*, I, 1990
- FONTANARI MARTINATTI I., *La vite e il vino nella farmacia di Plinio il Vecchio*, Trento, Arca, 2001
- FRANCESCHELLI, *Sui marchi d'impresa*, Milano, Giuffrè, 1988
- FREGONI M., *La piramide DOC. Storia, contenuti, interpretazioni della 164/92*, Bologna, Edagricole, 1994
- GAROFALI G., *Impresa e territorio*, Bologna, Il Mulino, 2003
- GENCARELLI F., *Commento alla sentenza della Corte Costituzionale del 14 novembre 2008, Presidenza del Consiglio dei Ministri c. Regione Friuli Venezia Giulia*, in *Diritto e giurisprudenza agraria, alimentare e dell'ambiente*, 2009
- GENCARELLI F., *La tormentata vicenda della denominazione "Tocai": ultimo atto*, in *Diritto e giurisprudenza agraria, alimentare e dell'ambiente*, 2009, fasc. 11
- GERMANÒ A., *Il Libro Verde della Commissione Europea del 15 ottobre 2008: alla ricerca di una definizione di alimenti di qualità*, in *Rivista di Diritto Agrario*, 2008, fasc. 4
- GERMANÒ A., *La qualità dei prodotti agro-alimentari secondo la Comunità Europea*, in *Rivista di Diritto Agrario*, 2009, fasc. 3
- GIRAUD-HÉRAUD E., GRAZIA C., *Certification of quality, demand uncertainty and supply commitment in agriculture: a formal analysis*, 2006, [idei.fr/doc/conf/fpi/papers\\_2006/grazia.pdf](http://idei.fr/doc/conf/fpi/papers_2006/grazia.pdf)
- GROTE U., *Environmental labelling, protected geographical indications and the interests of developing countries*, in *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, 2009
- HANSEN H., WOLFF-ROJCZYK O., *Effiziente Schadenswiedergutmachung für geschädigte Unternehmen der Marken- und Produktpiraterie*, Beck-Online die Datenbank

- HEIMERMANN M., *Der Verstoß gegen das Bezeichnungsrecht im Weinstrafrecht. Eine empirisch-dogmatische Untersuchung in kriminalistischer und kriminologischer Hinsicht*, Jur. Diss., Bonn, 2008
- HINCHLIFFE S., *The impact of the EU-Australia Wine Agreement*, in [http://www.alt.edu.au/pdf/conference/published\\_papers/2007](http://www.alt.edu.au/pdf/conference/published_papers/2007)
- HOFFMANN K. M., *Weinkunde in Stichworte*, Hirts Stichwörterbuch, Kiel, Verlag Ferdinand Hirt, 1977
- HÜTWOHL M., *Weinstrafrecht und Verwaltungsakzessorietät. Die Weindelikte im Spannungsfeld des Verwaltungs- und Unionsrecht*, Nomos, Baden Baden
- ILARDI A., *La protezione internazionale della proprietà intellettuale*, Lecce, Argo, 2008
- IPR2, Q&A Manual: European Legislation on Geographical Indications, p. 15, [http://ec.europa.eu/agriculture/events/2011/gi-africa-2011/q-a-manual\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/events/2011/gi-africa-2011/q-a-manual_en.pdf)
- IRTI N., *Scambi senza accordo*, in *Rivista trimestrale di diritto e procedura civile*, 1998, fasc. 2
- IRVING J., *South Africa and European Union conclude sleeping trade agreement*, in *Africa Recovery*, Vol. 3#1, <http://www.un.org/en/africarenewal/subjindx/131trade.htm>
- JANNARELLI A., *Il "Tocai friulano" al capolinea. spunti di riflessione su una tragicommedia "all'italiana" e sugli indirizzi della corte costituzionale circa il rapporto tra "tutela della concorrenza" e "ordinamento civile" nella strutturazione e promozione del mercato*, in *Rivista di Diritto Agrario*, 2008, fasc. 4
- JUNG B., *Weinfälschung. Zur strafrechtlichen Regelung dieser Delikte an Hand der Erkenntnisse von Kriminologie, Kriminalistik und Geschichte*, Frankfurt am Main, Haag+Herchen Verlag, 1985
- KARFELD, *Der Wein-Staatanwalt*
- KNEBEL G., *Die Herkunfts-pyramide des VDP steht*, Die Winzer Zeitschrift, marzo 2012

- KNEBEL G., *Entwicklungen im Weinbezeichnungsrecht*, in *Die Winzer Zeitschrift*, febbraio 2012
- KNEBEL G., *Info zur Profilierung der Herkunft*, *Die Winzer Zeitschrift*, agosto 2012
- LANDESUNTERSUCHUNGSAMT RHEINLAND-PFLAZ, *Jahresbericht* 2011
- LIBERTINI M., *L'informazione sull'origine dei prodotti nella disciplina comunitaria*, in *Rivista di diritto industriale*, 2010, fasc. I
- LICHTENBERG G. C., *Sudelbücher*, Heft J 748
- LIPARI N. (a cura di), *Trattato di diritto privato europeo*, vol. I, Padova, Cedam, 2003
- LOSCHELDER M., SCHNEPP W., *Deutsche geographische Herkunftsangaben*, Carl Heymanns Verlag, Köln, 1992
- LUCIANI M., *Diritti sociali e integrazione europea*, in *Politica e diritto*, 2000
- LUCIFERO N., *La libera circolazione dei prodotti agro-alimentari nell'Unione Europea. Norme tecniche, regole del mercato e tutela degli interessi*, in *Rivista di diritto agrario*, 2008, fasc. 3
- MADEO A., *Lotta alla contraffazione: modifiche agli artt. 473-474 c.p. e nuovi delitti*, in *Diritto Penale e Processo*, 2010, fasc. 1
- MALORGIO G., CAMANZI L., GRAZIA C., *Geographical Indications and International Trade: evidence from the wine market*, in *New Medit*, 2008
- MARASÀ G., MASI P., OLIVIERI G., SPADA P., SPOLIDORO M. S., RICHTER M. S., *Commento tematico della legge marchi*, Torino, Giappichelli, 1998
- MARINO S., *Metodi di diritto internazionale privato e tutela del contraente debole nel diritto comunitario*, Milano, Giuffrè, 2010
- MARKHAM D., *1855: Histoire d'un classement des vins de bordeaux*, Feret, 1997
- MASINI S., *Corso di diritto alimentare*, Milano, Giuffrè, 2011

- MASINI, *Sull'imbottigliamento in zona di origine: conflitto di filiera e modello di sviluppo territoriale*, in *Rivista di Diritto Alimentare*, anno IV, numero 2, 2012
- McMANIS S., *EU considerations don't govern Australian GIs, court rules*, in *Shelston IP*, in [www.worldtrademarkreview.com/daily](http://www.worldtrademarkreview.com/daily)
- MESSEDAGLIA A., *L'imperatore Diocleziano e la legge economica del mercato, Una lezione di più, memoria del Prof. Angelo Messedaglia*, Venezia, Tipografia del commercio, 1866
- MINISTERO DELLA SALUTE, Dipartimento per la Sanità Pubblica Veterinaria, la Nutrizione e la Sicurezza degli Alimenti, Direzione Generale della Sicurezza degli Alimenti e della Nutrizione, Vigilanza e controllo degli alimenti e della bevande in Italia, 2010, [http://www.salute.gov.it/imgs/C\\_17\\_pubblicazioni\\_1603\\_allegato.pdf](http://www.salute.gov.it/imgs/C_17_pubblicazioni_1603_allegato.pdf)
- MORGHESE G., *L'accordo sugli aspetti dei diritti di proprietà intellettuale attinenti al commercio (TRIPs)*, Bari, Cacucci, 2009
- NEGRI G., PETRINI E., *Roma Caput vini. La sorprendente scoperta che cambia il mondo del vino*, Milano, Mondadori, 2011
- NICKENIG R., *Weinbezeichnung: neue Möglichkeiten und Wege*, in *Der Deutsche Weinbau*, 2010
- NICOLETTI G., *L'intervento del legislatore nel settore vitivinicolo. Tre casi a confronto: Toscana, Veneto e Sicilia*, [http://www.coreras.it/Upload/allegatipubblicazioni/L\\_intervento\\_del\\_legislatore\\_nel\\_settore\\_vitivinicolo.pdf](http://www.coreras.it/Upload/allegatipubblicazioni/L_intervento_del_legislatore_nel_settore_vitivinicolo.pdf)
- NORDEMANN A., *Wettbewerbsrecht, Markenrecht*, Nomos, Baden Baden, 2012
- NOSSITER J., *Mondovino*, (USA, Francia, Italia, 2004, 135')
- O'CONNOR B., *The law of Geographical Indications*, London, Cameron May Ltd, 2004
- P.A.T., *La sicurezza dei prodotti alimentari*, Trento, Provincia Autonoma di Trento, 2008

- POMARICI E., *Il Libro Verde e il vino*, in *Rivista di diritto alimentare* 2009, 1
- POMARICI E., *Origine e qualità del vino nella tradizione europea*, in *Rivista Viticoltura Enologia*, 2005, fasc. 1
- POMARICI E., SARDONE R., *L'OCM vino. La difficile transizione verso una strategia di comparto*, pubbl. Istituto Nazionale di Economia Agraria (INEA), 2009
- POMARICI E., SARDONE R., *Struttura e criticità della nuova OCM vino*, [http://agrireregionieuropa.univpm.it/pdf.php?id\\_articolo=300](http://agrireregionieuropa.univpm.it/pdf.php?id_articolo=300)
- PROCUCCI G., SCREPANTI S., *La tutela penale della qualità, origine e provenienza dei prodotti singole casistiche e applicabilità delle diverse fattispecie*, in *Impresa*, 2006, fasc. 1
- PUOTI P., *Etichettatura dei prodotti agro-alimentari: aspetti problematici*, in *Rivista di diritto agrario*, 2004, fasc. 4
- RIEGER R., *Die Weinfälschung im Strafrecht*, Neustadt a.d. Weinstrasse, 1949
- ROMAIN PROT V., *Origine géographique et signes de qualité: protection internationale*, in *Reveu de Droit Rural*, 1995
- ROMBOLI R., *In tema di indicazione geografica protetta*, in *Il Foro italiano*, 2009, fasc. 1
- SABELLICO A., *Le nuove norme sulla etichettatura dei vini*, Conegliano, Associazione Enologi Enotecnici Italiani, 2003
- SANDEI I., *Il vino nella società romana maschile: la medicina, la 'cena', la sfera religiosa*, in *Ager Velais* 3.14, 2008, [www.veleia.it/download/allegati/fn000078.pdf](http://www.veleia.it/download/allegati/fn000078.pdf)
- SCHRÖTER S. J., *Der Schutz geografischer Herkunftsangaben nach Marken-, Wettbewerbs-, und Registerrecht in Deutschland und der Schweiz*, Jenaer Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft, Mainz, 2011
- SCIENZA A., *La vite e il vino*, coll. coordinata da ANGELINI R., Milano, ed. Bayer CropScience, 2007

- SCOPPOLA, M., ZEZZA, A., (a cura di) *La riforma della Organizzazione Comune di Mercato e la vitivinicoltura italiana*, Roma, INEA, 1997
- SIRONI G. E., *La modifica della disciplina delle indicazioni geografiche*, in *Diritto industriale*, 2010, 6
- SOSNITZA O., *Der Einfluss des Gemeinschaftsrechts auf das nationale Recht zum Schutz geografischer Herkunftsangaben in Deutschland*, Beck-Online die Datenbank
- STASI A., SECCIA A., NARDONE G., *Geographical indications and foreign competition: Italian wine market with and without homebias*, 32nd World Congress of Vine and Wine. 7th General Assembly of the OIV, <http://www.vitisvea.de/admin/volltext/W0%2010%201200.pdf?PHPSESSID=12448dc6aa6be3070f124c15c83833f1>
- STERN S., FUND C., *The Australian System of Registration and Protection of Geographical Indications for Wine*, in *5 Flinders Journal of Law Reform*, 2000
- STRAMBI G., *Gli strumenti di promozione dei prodotti agro-alimentari tradizionali ad alta vocazione territoriale alla luce della comunicazione sulla politica di qualità dei prodotti agricoli*, in *Rivista di diritto agrario*, 2010, fasc. 1
- TINLOT R., *Geographical indications. Future prospects: development of protection*, in *Bulletin de l'OIV*, 2002, 75
- UBERTAZZI B., MÛNIZ ESPADA E., *Le indicazioni di qualità degli alimenti. Diritto internazionale ed europeo*, Milano, Giuffrè, 2009
- UNWIN T., *Storia del vino. Geografie, culture e miti dall'antichità ai giorni nostri*, Roma, Donzelli Editore, 2002
- VAUDOUR E., *I terroir. Definizioni, caratterizzazione e protezione*, Bologna, Il Sole 24 Ore Edagricole, 2005
- VENTURA S., *Protezione delle denominazioni d'origine e libera circolazione delle merci. osservatorio in margine alle sentenze della Corte di Giustizia del 20 maggio 2003 nei procedimenti C-469/00 e C-108/01*, in *Diritto Commerciale e degli Scambi Internazionali*, 2003

VESETH M., *Wine Wars: the Curse of the Blue Nun, the Miracle of the Buck Chuck, and the Revenge of the Terroirists*, 2011

*Weinbauländer*, in *Bulletin de l'OIV*, 2009, 51

YRAVEDRA G., *Das Problem der Ursprungsbezeichnung in den verschiedenen*

ZACHER F. G., *Pass the Parmesan: Geographic Indications in the United States and the European Union – Can be the compromise?*, Emory International Law Review, Emory University, 2005

ZIPFEL W., *Lebensmittelrecht*, München, Verlag C.H. Beck, 2010

## **The Student Paper Series of the Trento Lawtech Research Group is published since Fall 2010**

<http://www.lawtech.jus.unitn.it/index.php/student-paper-series?start=1>

### **Freely downloadable papers already published:**

#### **STUDENT PAPER N. 15**

##### **Regole di sicurezza e responsabilità civile nelle attività di mountain biking e downhill montano**

SALVADORI, IVAN (2013) Regole di sicurezza e responsabilità civile nelle attività di mountain biking e downhill montano. Trento Law and Technology Research Group. Student Paper; 15. Trento : Università degli Studi di Trento.

---

#### **STUDENT PAPER N. 14**

##### **Plagio, proprietà intellettuale e musica: un'analisi interdisciplinare**

VIZZIELLO, VIVIANA (2013) Plagio, proprietà intellettuale e musica: un'analisi interdisciplinare. Trento Law and Technology Research Group. Student Paper; 14 . Trento : Università degli Studi di Trento.

---

#### **STUDENT PAPER N.13**

##### **The Intellectual Property and Open Source Approaches to Biological Material**

CARVALHO, ALEXANDRA (2013) The Intellectual Property and Open Source Approaches to Biological Material. Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 13. Trento: Università degli Studi di Trento.

185

---

## **STUDENT PAPER N.12**

### **Per un'archeologia del diritto alimentare: 54 anni di repertori giurisprudenziali sulla sicurezza e qualità del cibo (1876-1930)**

TRESTINI, SILVIA (2012) Per un'archeologia del diritto alimentare: 54 anni di repertori giurisprudenziali sulla sicurezza e qualità del cibo (1876-1930) = For an Archeology of Food Law: 54 Years of Case Law Collections Concerning the Safety and Quality of Food (1876-1930). The Trento Law and Technology Research Group. Student Papers Series, 12.

---

## **STUDENT PAPER N.11**

### **Dalle Alpi ai Pirenei: analisi comparata della responsabilità civile per attività turistico-ricreative legate alla montagna nel diritto italiano e spagnolo**

PICCIN, CHIARA (2012) Dalle Alpi ai Pirenei: analisi comparata della responsabilità civile per attività turistico-ricreative legate alla montagna nel diritto italiano e spagnolo = From the Alps to the Pyrenees: Comparative Analysis of Civil Liability for Mountain Sport Activities in Italian and Spanish Law. The Trento Law and Technology Research Group. Student Papers Series, 11

---

## **STUDENT PAPER N.10**

### **Copynorms: Norme Sociali e Diritto d'Autore**

PERRI, THOMAS (2012) Copynorms: Norme Sociali e Diritto d'Autore = Copynorms: Social Norms and Copyright. Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series, 10

## **STUDENT PAPER N. 9**

### **L'export vitivinicolo negli Stati Uniti: regole di settore e prassi contrattuali con particolare riferimento al caso del Prosecco**

ALESSANDRA ZUCCATO (2012), L'export vitivinicolo negli Stati Uniti: regole di settore e prassi contrattuali con particolare riferimento al caso del Prosecco = Exporting Wines to the United States: Rules and Contractual Practices with Specific Reference to the Case of Prosecco Trento: Università degli Studi di Trento (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series 9)

---

## **STUDENT PAPER N.8**

### **Equo compenso e diritto d'autore: un'analisi comparata = Fair Compensation and Author's Rights: a Comparative Analysis.**

RUGGERO, BROGI (2011) Equo compenso e diritto d'autore: un'analisi comparata = Fair Compensation and Author's Rights: a Comparative Analysis. Trento: Università degli Studi di Trento (Trento Law and Technology Research Group. Student Papers Series, 8)

---

## **STUDENT PAPER N.7**

### **Evoluzione tecnologica e mutamento del concetto di plagio nella musica**

TREVISA, ANDREA (2012) Evoluzione tecnologica e mutamento del concetto di plagio nella musica = Technological evolution and change of the notion of plagiarism in music Trento: Università degli Studi di Trento (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series 7)

---

## **STUDENT PAPER N.6**

### **Il trasferimento tecnologico università-imprese: profili giuridici ed economici**

SIRAGNA, SARA (2011) Il trasferimento tecnologico università-imprese: profili giuridici ed economici = University-Enterprises Technological Transfer: Legal and Economic issues Trento: Università degli Studi di Trento (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series 6)

---

## **STUDENT PAPER N.5**

### **Conciliare la responsabilità medica: il modello "generalista" italiano a confronto col modello "specializzato" francese**

GUERRINI, SUSANNA (2011) Conciliare la responsabilità medica: il modello "generalista" italiano a confronto col modello "specializzato" francese = Mediation & Medical Liability: The Italian “General Approach” Compared to the Specialized Model Applied in France Trento: Università degli Studi di Trento (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series 5)

---

## **STUDENT PAPER N.4**

### **“Gun Control” e Responsabilità Civile: una comparazione fra Stati Uniti e Italia**

PODETTI, MASSIMILIANO (2011) “Gun Control” e Responsabilità Civile: una comparazione fra Stati Uniti e Italia = Gun Control and Tort Liability: A Comparison between the U.S. and Italy Trento: Università degli Studi di Trento. (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series 4)

---

### **STUDENT PAPER N.3**

#### **Smart Foods e Integratori Alimentari: Profili di Regolamentazione e Responsabilità in una comparazione tra Europa e Stati Uniti**

TOGNI, ENRICO (2011) Smart Foods e Integratori Alimentari: Profili di Regolamentazione e Responsabilità in una comparazione tra Europa e Stati Uniti = Smart Foods and Dietary Supplements: Regulatory and Civil Liability Issues in a Comparison between Europe and United States Trento: Università degli Studi di Trento - (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series; 3)

---

### **STUDENT PAPER N.2**

#### **Il ruolo della responsabilità civile nella famiglia: una comparazione tra Italia e Francia**

SARTOR, MARTA (2010) Il ruolo della responsabilità civile nella famiglia: una comparazione tra Italia e Francia = The Role of Tort Law within the Family: A Comparison between Italy and France Trento: Università degli Studi di Trento - (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series; 2)

---

### **STUDENT PAPER N.1**

#### **Tecnologie belliche e danno al proprio combattente: il ruolo della responsabilità civile in una comparazione fra il caso statunitense dell'Agent Orange e il caso italiano dell'uranio impoverito**

RIZZETTO, FEDERICO (2010) Tecnologie belliche e danno al proprio combattente: il ruolo della responsabilità civile in una comparazione fra il caso statunitense dell'Agent Orange e il caso italiano dell'uranio impoverito = War Technologies and Home Soldiers Injuries: The Role of Tort Law in a Comparison between the American "Agent Orange"

and the Italian “Depleted Uranium” Litigations Trento: Università degli Studi di Trento - (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series; 1)