



**Università
degli Studi
di Ferrara**

**DOTTORATO DI RICERCA IN
"DIRITTO DELL'UNIONE EUROPEA E ORDINAMENTI
NAZIONALI"**

CICLO XXXII

COORDINATORE Prof. De Cristofaro Giovanni

**La disciplina delle indicazioni geografiche
vitivinicole: il collegamento con il territorio,
la tutela e le nuove sfide del *web***

Settore Scientifico Disciplinare IUS/03

Dottoranda/o
Dott.ssa Bonora Giulia

Tutore
Prof. Borghi Paolo

Cotutore
Prof. Sgarbanti Giulio

Anni 2016/2019

INDICE

INTRODUZIONE.....	5
-------------------	---

CAPITOLO I

LA DISCIPLINA DEI VINI DOP E IGP NEL DIRITTO EUROPEO E NELL'ORDINAMENTO ITALIANO

1.1 La specificità del settore vitivinicolo.....	11
1.2 I vini cosiddetti di qualità nell'evoluzione della normativa europea: le origini.....	13
1.2.1 L'OCM vino del 2008 e l'unificazione dei segni di qualità.....	17
1.2.2 L'inserimento dell'OCM vino all'interno del c.d. Regolamento unico OCM.....	24
1.3 Il quadro normativo attuale: l'OCM unica del 2013 e la L. n. 238 del 2016	27
1.4 Il procedimento di registrazione delle DOP e IGP vitivinicole.....	38
1.5 Il disciplinare di produzione e l'aspetto territoriale delle denominazioni di origine dei vini.....	45
1.5.1 L'imbottigliamento all'origine.....	51
1.6 Le indicazioni geografiche vitivinicole e i marchi individuali.....	58
1.7 Protezione e controlli; i Consorzi di tutela	64
1.8 Il paesaggio vitivinicolo e l'enoturismo	72

CAPITOLO II

LE INDICAZIONI GEOGRAFICHE VITIVINICOLE NEL COMMERCIO INTERNAZIONALE

2.1 La Convenzione di Unione di Parigi, l'Accordo di Madrid e l'Accordo di Lisbona	85
2.2 L'Accordo TRIPs e la protezione aggiuntiva prevista per i vini e gli alcolici	90
2.3 I tentativi di implementazione dell'Accordo TRIPs.....	103

2.3.1 Il ruolo dell'OMPI e il <i>Geneva Act</i> del 2015	109
2.4 La protezione delle indicazioni geografiche vitivinicole negli Stati Uniti: il <i>Lanham Act</i> e il sistema di classificazione dell' <i>Alcohol, Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB)</i>	120
2.4.1 Elementi di analogia: le <i>American Viticultural Areas</i>	137
2.5 Le indicazioni geografiche nell'Accordo del 2006 tra gli Stati Uniti e l'Unione europea sul commercio del vino	144
2.6 Le pratiche enologiche: l'incidenza sul profilo qualitativo e la loro rilevanza per gli scambi mondiali di vino	155
2.6.1 Le pratiche enologiche nell'Accordo del 2006 tra Stati Uniti ed Unione europea sul commercio del vino	162
2.7 Il rispetto dell'Accordo TRIPs da parte della normativa statunitense.....	172
2.8 L'approccio europeo alla tutela delle indicazioni geografiche negli Accordi bilaterali, con particolare riguardo al CETA e all'Accordo con il Giappone: fallimenti e successi...177	

CAPITOLO III

INDICAZIONI GEOGRAFICHE VITIVINICOLE E LORO DEMATERIALIZZAZIONE

3.1 Le indicazioni geografiche e i nomi di dominio.....	187
3.1.1 La <i>Policy</i> di ICANN e il Centro di Arbitrato e Mediazione dell'OMPI.....	189
3.1.2 Il caso del Lambrusco e dello Champagne: spunti per una riflessione sull'oggetto delle indicazioni geografiche	191
3.1.3 La posizione dell'OMPI.....	195
3.1.4 I nomi di dominio di primo livello generici: <i>.wine</i> e <i>.vin</i>	201
3.2 La vendita di vini online: inquadramento del fenomeno.....	204
3.2.1 Gli obblighi informativi, la composizione extra-giudiziale delle controversie, il termine di consegna e la garanzia legale di conformità	210
3.2.2 Le limitazioni al diritto di recesso applicabili al commercio elettronico di alimenti e la fornitura delle informazioni obbligatorie ex art. 14, Reg. (UE) n. 1169/2011.....	218

3.2.3 Le informazioni volontarie e il principio di “non ingannevolezza”.....	226
3.2.4 La vendita diretta dei prodotti agro-alimentari tramite <i>Internet</i>	229
3.3 La tutela delle indicazioni geografiche nel <i>web</i>	233
3.3.1 I <i>Wine kit</i> e l’evocazione delle indicazioni geografiche su <i>Internet</i>	237
3.3.2 I controlli dell’ICQRF sul <i>web</i>	240
3.3.3 La collaborazione con i grandi <i>players</i> del commercio elettronico e la titolarità delle indicazioni geografiche	244
CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE	250
DOTTRINA	256
GIURISPRUDENZA CITATA	280

INTRODUZIONE

Le indicazioni geografiche¹ hanno a che fare con il tema dell'identità la quale è, evidentemente, intimamente connessa al territorio e determinata dai suoi fattori naturali e umani.

La funzione primaria delle indicazioni geografiche è quella di proteggere e promuovere il nesso esistente tra le qualità, le caratteristiche o la reputazione del prodotto e la sua origine territoriale. A tal fine, l'ordinamento europeo, diversamente da altri, ha predisposto dei segni *ad hoc*, di matrice essenzialmente pubblicitaria: le Denominazioni di origine protetta (DOP) e le Indicazioni geografiche protette (IGP).

Le indicazioni geografiche vitivinicole presentano delle peculiarità – riscontrabili tanto a livello europeo, quanto a livello internazionale – rispetto alle indicazioni geografiche degli “altri” alimenti.

Si consideri, innanzitutto, che il vino, ancor più degli altri prodotti agro-alimentari, è il risultato dell'interazione dialogica tra i fattori naturali e umani insistenti su un determinato territorio. In altri termini, il legame prodotto-territorio, connaturato alle indicazioni geografiche, si esprime con forza ancora maggiore con specifico riferimento ai vini.

Inoltre, i vini a indicazione geografica rivestono un'importanza strategica per il comparto produttivo e per le esportazioni dell'Unione europea². A ciò si aggiunga la dimensione storico-culturale di questi prodotti.

¹ Nel corso del presente lavoro si parlerà, talvolta, di “indicazione geografica” e di “indicazioni geografiche” per indicare, genericamente, quella categoria cui appartengono i termini che designano prodotti le cui qualità, le cui caratteristiche o la cui reputazione sono intimamente connessi all'ambiente geografico di provenienza. Diversamente, si utilizzeranno le espressioni DOP (Denominazioni di origine protetta) e IGP (Indicazioni geografiche protette) per riferirsi alle due tipologie di segni qualitativi in cui si dipana, nell'ordinamento europeo, il macro-concetto di indicazione geografica sopra brevemente descritto.

² Si consideri, innanzitutto, che la maggior parte delle DOP e delle IGP europee registrate riguardano i vini. Inoltre, i vini si collocano al primo posto delle esportazioni agro-alimentari europee, in termini di valore: cfr. European Commission – DG Agriculture and Rural Development, *Agri-food trade in 2018: another successful year for agri-food trade*, September 2019, p. 7.

Non a caso, la prima normativa europea che si occupava, tra le altre cose, di disciplinare e certificare la “qualità” alimentare³ è stata adottata proprio con riferimento ai vini⁴. Il “vino”, indipendentemente dal fatto che presenti le caratteristiche per il riconoscimento come indicazione geografica, è da sempre stato beneficiario di una normativa “verticale”, appositamente pensata dal legislatore europeo per tenere conto delle caratteristiche proprie di questo prodotto e delle problematiche peculiari del settore vitivinicolo. Attualmente, la normativa di riferimento, per il tema oggetto del presente lavoro, è contenuta nel Reg. (UE) n. 1308/2013⁵, che detta anche disposizioni specifiche sui vini a indicazione geografica. La materia in esame è, quindi, stata ampiamente armonizzata a livello europeo.

In questo quadro, sono pochi gli spazi lasciati al legislatore nazionale, il quale, sovente, si limita a dare attuazione alle regole di Bruxelles, talvolta integrandole. A livello interno, di

³ Non esiste, né a livello nazionale, né a livello europeo, un’unica definizione normativa di qualità, che può, evidentemente, essere variamente intesa a seconda dei settori e degli istituti giuridici cui si applica. Limitatamente al settore alimentare, si parla di “qualità certificata” quando ci si vuole riferire a quegli alimenti che possiedono caratteristiche peculiari e ulteriori rispetto ai requisiti “minimi” di igiene e sicurezza. Sebbene, quindi, vi rientrino anche le Specialità tradizionali garantite di cui al Reg. (UE) n. 1151/2012 (v. nota 29) e i prodotti biologici [ottenuti, cioè, applicando quel particolare metodo di produzione disciplinato dal Regolamento (CE) n. 834/2007 del Consiglio, del 28 giugno 2007, relativo alla produzione biologica e all’etichettatura dei prodotti biologici, pubblicato in G.U.C.E. L 189, 20 luglio 2007, p. 1], nel presente lavoro, allorché ci si riferirà agli alimenti di qualità o, nello specifico, ai vini di qualità, si intenderà fare riferimento unicamente alle indicazioni geografiche. Si precisa, per completezza, che il 14 giugno 2018 è stato pubblicato il nuovo Regolamento sul biologico [Regolamento (UE) 2018/848 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 30 maggio 2018 – relativo alla produzione biologica e all’etichettatura dei prodotti biologici e che abroga il regolamento (CE) n. 834/2007 del Consiglio –, pubblicato in G.U.U.E. L 150, 14 giugno 2018, p. 1], il quale, però, troverà applicazione a decorrere dal 1° gennaio 2021.

⁴ Già con il Reg. (CEE) n. 24 del 24 aprile 1962, che trattava del controllo del mercato del vino, venivano poste le basi per una politica dei vini di qualità, mentre è solamente nel 1992, con il Reg. (CEE) n. 2081/92, che viene, per la prima volta, istituito un regime di qualità per gli altri prodotti alimentari, mediante l’introduzione dei segni DOP e IGP, estesi, dal 2008, con il Reg. (CE) n. 479/2008, anche ai vini.

⁵ Regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, recante organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli e che abroga i regolamenti (CEE) n. 922/72, (CEE) n. 234/79, (CE) n. 1037/2001 e (CE) n. 1234/2007 del Consiglio (G.U.U.E. L 347 del 20 dicembre 2013, p. 671).

sicuro interesse è quello che, impropriamente, viene chiamato T.U. vitivinicolo. Si tratta della L. n. 238 del 2016 che delinea una *Disciplina organica della coltivazione della vite e della produzione e del commercio del vino*⁶. In un contesto di generale continuità con i testi normativi nazionali precedenti – e di legittima ottemperanza ai principi sanciti sul piano europeo – non manca l’attenzione ai nuovi profili di cui si è recentemente arricchita la disciplina delle indicazioni geografiche vitivinicole: si pensi all’art. 1 del T.U. vino, che eleva il vino, la vite e i territori viticoli a patrimonio culturale nazionale, nonché all’incentivazione, sul piano interno, dell’enoturismo, relativamente al quale particolare risalto viene attribuito ai prodotti a indicazione geografica e alla correlativa funzione di tutela e promozione del paesaggio in cui l’impresa vitivinicola si trova ad operare.

Allargando lo sguardo oltre i confini dell’Unione europea, può constatarsi come anche dall’esame delle disposizioni internazionali, contenute nell’Accordo TRIPs (*Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights*)⁷, dedicate alle indicazioni geografiche, emerge la “tipicità” di quelle vitivinicole. Infatti, lo stesso Accordo TRIPs riconosce, alle indicazioni geografiche di vini e alcolici, una tutela “rafforzata” rispetto a quella attribuita alle indicazioni geografiche degli altri alimenti.

Se l’analisi delle indicazioni geografiche – e, nello specifico, delle indicazioni geografiche vitivinicole – deve necessariamente includere la dimensione internazionale, essa non potrà dirsi completa senza allargare ulteriormente l’ambito della stessa a ricomprendervi il “mondo virtuale”, il *web*, con le nuove “sfide” e le problematiche inedite che esso pone. Invero, la considerazione inadeguata che gli ordinamenti giuridici hanno a lungo riservato al territorio è, oggi, incalzata dalla globalizzazione del mercato e dalla logica della concorrenza che, necessariamente, è anche una logica di diversità e identità di specie⁸.

⁶ L. 12 dicembre 2016, n. 238, "Disciplina organica della coltivazione della vite e della produzione e del commercio del vino", pubblicata nella G.U. n. 302 del 28 dicembre 2016 ed entrata in vigore il 12 gennaio 2017.

⁷ L’Accordo TRIPs costituisce l’Allegato 1C del Trattato di Marrakech, istitutivo dell’Organizzazione mondiale del commercio e adottato il 15 aprile del 1994. L’ambito applicativo dell’Accordo TRIPs non è limitato alle indicazioni geografiche ma investe, più in generale, gli aspetti dei diritti della proprietà intellettuale legati al commercio mondiale.

⁸ ALBISINNI, *Azienda multifunzionale, mercato, territorio: nuove regole in agricoltura*, Milano, 2000, p. 240.

La relazione locale-globale viene spesso intesa in termini antinomici di conflitto, in cui il primo è vittima del secondo e opposto a esso. A ben vedere, la globalizzazione dei mercati – con i suoi meccanismi, i suoi processi e le sue strutture, tra cui Internet – potrebbe rivelarsi non soltanto una minaccia per le indicazioni geografiche, ma anche uno strumento virtuoso per la loro promozione⁹. Si consideri, ad esempio, che sono sempre più numerose le indicazioni geografiche vitivinicole (e non solo) dotate di nomi di domini ad esse corrispondenti¹⁰. A ciò si aggiunga la crescita esponenziale dell'*e-commerce* dei prodotti alimentari, vino incluso, registrata negli ultimi anni¹¹.

In questo contesto, il presente lavoro si pone l'obiettivo di studiare la disciplina giuridica applicabile alle indicazioni geografiche vitivinicole. L'analisi verrà condotta su tre differenti piani.

Innanzitutto, verrà approfondita la normativa europea volta a regolamentare la produzione e il commercio dei vini cosiddetti di qualità. Parallelamente, si percorrerà la disciplina nazionale – di cui alla L. n. 238 del 2016, c.d. T.U. del vino – al fine di porne in luce gli elementi di novità rispetto al passato e gli spazi lasciati all'intervento statale.

In secondo luogo, ci si soffermerà sulla protezione delle indicazioni geografiche vitivinicole concordata in sede internazionale e contenuta nell'Accordo TRIPs. Si procederà, quindi, all'esame, in chiave comparatistica, della normativa vigente negli Stati Uniti per dare effettività alle disposizioni dell'Accordo TRIPs dedicate alle indicazioni geografiche, evidenziandone, con specifico riferimento ai vini, i punti di contatto con il regime europeo delle DOP e delle IGP. Invero, gli Stati Uniti possono essere assunti a modello paradigmatico per tutti i Paesi extraeuropei che adottano un approccio, verso le

⁹ Cfr. CERTOMÀ, *Sulla retorica del locale*, in CRISTIANI, SIRSI, STRAMBI (a cura di), *Regole delle produzioni locali e mercato globale – III Giornata sulla Sicurezza alimentare*, Pisa, 2010, pp. 113 e ss.

¹⁰ Si veda, in particolare, l'analisi condotta da Ismea- Qualivita sulla presenza delle DOP e delle IGP italiane nel *web*: Rapporto 2018 Ismea-Qualivita sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG, pp. 73 e ss.

¹¹ Negli ultimi cinque anni, anche in un Paese non particolarmente propenso agli acquisti elettronici come il nostro, i principali siti italiani di *e-commerce* dedicati al vino hanno visto aumentare considerevolmente il proprio fatturato: cfr. *Ecommerce di vino in Italia – dati 2018 dei principali operatori*, del 19 novembre 2019, disponibile su www.inumeridelvino.it.

indicazioni geografiche, antitetico rispetto a quello europeo ma che, limitatamente al settore vitivinicolo, presentano delle evidenti assonanze con gli interessi di cui si fa da sempre portatore il Vecchio Continente. Inoltre, si consideri che gli Stati Uniti rappresentano il primo consumatore mondiale di vini¹², nonché la prima meta per le esportazioni agroalimentari europee, di cui, la metà, ha per oggetto i vini e le bevande alcoliche¹³. Nel tempo, si sono ritagliati un ruolo da protagonisti anche sul versante produttivo, dal momento che nelle prime cinque categorie di prodotti statunitensi, importati dall'Unione europea, figurano proprio i vini¹⁴.

L'esame delle motivazioni sottese al trattamento di maggior favore che le indicazioni geografiche vitivinicole si vedono riconoscere in ambito internazionale, sia nell'Accordo TRIPs, sia all'interno degli Stati Uniti, consente di trarre degli spunti interessanti per l'intero dibattito, ancora molto vivace ed acceso, sulla protezione, a livello mondiale, delle indicazioni geografiche unitariamente considerate. Allo stesso tempo, l'analisi delle lacune che il sopracitato "regime benevolo" verso le indicazioni geografiche vitivinicole comunque presenta, permette di evidenziare come, anche in questo specifico settore, vi sia ancora molto lavoro da fare. Sarà, allora, fondamentale soffermarsi, da un lato, sull'opera svolta dall'OMPI (Organizzazione Mondiale per la Proprietà Intellettuale) e, dall'altro, sull'attività negoziale dell'Unione europea, sempre più propensa a rivendicare una maggiore protezione delle indicazioni geografiche mediante gli Accordi bilaterali. A tale proposito, si analizzeranno le disposizioni dell'Accordo, del 2006, tra Stati Uniti e Unione europea sul commercio del vino dedicate specificamente alle indicazioni geografiche e alle

¹² Tendenza, questa, che si registra ormai dal 2011 e che viene confermata anche nel 2018: si veda la *Nota di congiuntura mondiale – Situazione del settore nel 2018*, elaborata, nell'Aprile 2019, dall'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino (OIV), p. 10.

¹³ cfr. *Agri-food trade in 2018: another successful year for agri-food trade*, cit., pp. 12 e 13. Più genericamente, a livello mondiale, gli Stati Uniti consolidano, nel 2018, la loro posizione di principale Paese importatore di vini, in termini di valore, come dimostrano i dati riportati nella *Nota di congiuntura mondiale – Situazione del settore nel 2018*, cit., pp. 15 e 16.

¹⁴ Si consideri, tra l'altro, che gli Stati Uniti sono diventati, nel 2018, il principale Paese di origine per le importazioni europee di prodotti agro-alimentari: cfr. *Agri-food trade in 2018: another successful year for agri-food trade*, cit., p. 12.

pratiche enologiche, essendo, la regolamentazione di queste ultime, intimamente legata agli aspetti qualitativi della produzione vitivinicola.

In terzo ed ultimo luogo, verranno approfondite le “nuove” problematiche poste dalla crescente presenza delle indicazioni geografiche sul *web*. Innanzitutto, si analizzeranno i termini del potenziale conflitto tra indicazioni geografiche e nomi di dominio, evidenziando le lacune dell’attuale *Policy* applicata, a livello internazionale, per risolvere simili controversie. Inoltre, ci si soffermerà sulla normativa applicabile al commercio elettronico dei prodotti alimentari, segnalando gli aspetti peculiari e le opportunità della vendita di alimenti (e, in particolare, di vini) tramite Internet. Infine, si affronterà il tema della salvaguardia delle indicazioni geografiche contro le pratiche fraudolente perpetrate via *web* e si valuteranno quali misure concrete siano già state implementate, a livello nazionale, nonché i margini di miglioramento, a livello europeo, per adeguare i tradizionali strumenti di controllo alle nuove frontiere della contraffazione, usurpazione ed evocazione aperte da *Internet*.

È evidente che, sebbene l’analisi complessivamente condotta intenda soffermarsi sull’unicità – fattuale e normativa – delle indicazioni geografiche vitivinicole, talvolta non potrà prescindere dal considerare, estensivamente, il contesto in cui esse si collocano, in quanto rientranti in due più ampie categorie: quella delle indicazioni geografiche unitariamente considerate e quella dei prodotti agro-alimentari.

CAPITOLO I

LA DISCIPLINA DEI VINI DOP E IGP NEL DIRITTO EUROPEO E NELL'ORDINAMENTO ITALIANO

SOMMARIO: 1.1 La specificità del settore vitivinicolo; 1.2 I vini cosiddetti di qualità nell'evoluzione della normativa europea: le origini; 1.2.1 L'OCM vino del 2008 e l'unificazione dei segni di qualità; 1.2.2 L'inserimento dell'OCM vino all'interno del c.d. Regolamento unico OCM; 1.3 Il quadro normativo attuale: l'OCM unica del 2013 e la L. n. 238 del 2016; 1.4 Il procedimento di registrazione delle DOP e IGP vitivinicole; 1.5 Il disciplinare di produzione e l'aspetto territoriale delle denominazioni di origine dei vini; 1.5.1 L'imbottigliamento all'origine; 1.6 Le indicazioni geografiche vitivinicole e i marchi individuali; 1.7 Protezione e controlli; i Consorzi di tutela; 1.8 Il paesaggio vitivinicolo e l'enoturismo.

1.1 La specificità del settore vitivinicolo

La disciplina giuridica del vino è posta da fonti estremamente composite, prevalentemente di stampo pubblicitario, consistenti nelle regole applicabili al commercio internazionale¹⁵, nella regolazione europea, in quella statale e regionale, secondo uno schema *multilivello*¹⁶, cui, peraltro, si affiancano elementi di autoregolamentazione di gruppi di produttori. A sua volta, nella normativa europea, che pervade capillarmente il settore in oggetto, coesistono due componenti: da un lato, e *in primis*, gli indirizzi politici espressi nella PAC (Politica Agricola Comune) e le sue diverse misure di intervento; dall'altro, e conseguentemente, i regolamenti, correlati alla PAC, che dettano la disciplina del comparto vitivinicolo conformemente agli indirizzi programmatici. In questo quadro, sono pochi gli spazi lasciati al legislatore nazionale, che, sovente, si limita a dare attuazione alle regole di Bruxelles e a integrarle sotto tre profili: *organizzativo* (nella misura in cui individua e mette a

¹⁵ Sulla disciplina internazionale dei vini a indicazione geografica si tornerà, più diffusamente, nel Capitolo II.

¹⁶ Si veda ALBISINNI, *Strumentario di diritto alimentare europeo*, Milano, 2015, pp. 26 e ss., il quale, a ben vedere, impiega l'espressione «ordinamento multilivello» per riferirsi, complessivamente, al Diritto alimentare.

disposizione le strutture amministrative competenti ad attuare la normativa europea); *procedurale*, consistente nell'implementazione dei procedimenti amministrativi relativi alle varie vicende che riguardano le vigne e il vino (si pensi, per quanto qui più interessa, alla fase nazionale di riconoscimento delle DOP/IGP vitivinicole¹⁷) e, infine, *tecnico*, contribuendo alla definizione delle discipline specialistiche, minute, di settore (ad es., i disciplinari di produzione)¹⁸.

Il sistema produttivo vitivinicolo è caratterizzato da elementi peculiari: ad un'offerta piuttosto rigida, dovuta alla natura pluriennale dei vigneti, si aggiunge la rilevanza delle somme investite nella trasformazione; inoltre, i prodotti vitivinicoli, essendo facilmente conservabili, possono essere oggetto di eccessi d'offerta. Si pensi, poi, allo stretto legame esistente tra viticoltura e paesaggio¹⁹: i vigneti imprimono caratteristiche peculiari a molti territori europei e la filiera produttiva vitivinicola sostiene l'equilibrio di importanti comunità che su di essa basano identità e reddito²⁰. Lo stesso sistema produttivo vitivinicolo europeo si configura in termini di assoluta eterogeneità, sia per gli interessi di cui sono portatori i Paesi membri dell'Unione europea, sia per le diverse tipologie di imprese che vi operano. Allorché si decise di dettare una disciplina comune in materia di produzione e commercio del vino, apparve da subito evidente la difficoltà di trovare un compromesso tra i Paesi che appartenevano alla tradizione produttiva e normativa germanica e quelli dell'area latino-mediterranea.

Per quanto riguarda, invece, il secondo profilo, le imprese vitivinicole si differenziano tra loro sia in termini di dimensioni (nel comparto europeo si trovano, infatti, micro-imprese, imprese medie e grandi o molto grandi), sia di natura (a quelle gestite dai singoli proprietari, si affiancano le "cantine sociali"). Vi sono, inoltre, imprese specializzate in

¹⁷ Per una definizione di DOP e di IGP vitivinicola, si veda il par. 1.3 del presente Capitolo.

¹⁸ Cfr. AMOROSINO, *La disciplina giuridica del vino: profili di diritto amministrativo*, in *Riv. dir. alim.*, 1/2014, pp. 61 e 62. Per un esame della funzione e del contenuto del disciplinare di produzione, si veda il par. 1.5 del presente Capitolo.

¹⁹ Sul rapporto tra agricoltura e paesaggio, anche con particolare riferimento al settore vitivinicolo, si veda il par. 1.8 del presente Capitolo.

²⁰ POMARICI, SARDONE, *Ragioni, vincoli e complessità della riforma dell'OCM vino*, in *Agriregionieuropa*, anno 4, n. 12, marzo 2008, p. 4.

singole fasi e altre che presidiano più fasi della catena dell'offerta, talvolta dando vita a una contrapposizione tra una componente sostanzialmente agricola e una con carattere più spiccatamente industriale. Si aggiunga che le notevoli possibilità di differenziazione verticale del prodotto (dai vini *basic*, agli *ultra premium* e *icon*) determina una molteplicità di orientamenti produttivi che rende spesso assai arduo il compito di individuare strategie condivise nella filiera. A complicare ulteriormente il quadro così brevemente delineato, contribuisce un sistema di distribuzione estremamente complesso, in alcune sue componenti integrato a monte con la produzione e, quindi, a volte in posizione concorrenziale rispetto al mondo produttivo, ma che, purtuttavia, svolge un ruolo fondamentale per il successo dei vini sul mercato²¹.

Le considerazioni appena svolte consentono di comprendere la specificità del settore vitivinicolo, ben chiara al legislatore europeo, il quale ne ha, sin dalle origini, dettato una normativa a sé stante, caratterizzata da istituti inediti rispetto a quelli sperimentati in altri settori agro-alimentari.

1.2 I vini cosiddetti di qualità nell'evoluzione della normativa europea: le origini

Il percorso normativo, di matrice comunitaria, riguardante il settore vitivinicolo, ha avuto inizio nel 1962 con il Reg. (CEE) n. 24 del 24 aprile 1962, che trattava del controllo del mercato del vino e poneva le basi per una politica dei vini di qualità. Ha fatto seguito la prima riforma dell'OCM vino, portata dai Regg. nn. 816/70 e 817/70, del 28 aprile 1970, in cui i due temi in origine affrontati congiuntamente – il mercato vitivinicolo e i profili qualitativi – divenivano oggetto di due separati provvedimenti. La seconda riforma dell'OCM vino è introdotta dai regolamenti-quadro n. 337/79, del 5 febbraio 1979, n. 822/87, del 16 marzo 1987 e, con riferimento alle disposizioni specifiche sui vini di qualità prodotti in regioni determinate (V.Q.P.R.D.²²), dai regolamenti n. 338/1979 del 5 febbraio 1979 e n. 823/87, del 16 marzo 1987. La terza riforma è rappresentata dal Reg. (CE) n.

²¹ IBIDEM.

²² *Infra*, in questo stesso paragrafo.

1493/1999²³, che era diretta, da un lato, a rafforzare gli strumenti di contenimento dell'offerta e ad eliminare gli incentivi alla produzione delle uve e del vino, e, dall'altro, a sostenere la produzione dei vini di qualità mediante specifiche disposizioni di presentazione e comunicazione, trattando, nuovamente, il tema del "mercato" e quello della "qualità" in un unico contesto normativo e in modo organico²⁴.

Al fine di combattere l'eccedenza di vino da tavola, divenuta, in alcuni periodi, particolarmente preoccupante, il Reg. (CE) n. 1493/1999 disponeva la misura della distillazione annuale, il divieto di impianto di nuovi vigneti di uve da vino, attribuiva un premio o un diritto di reimpianto per l'espianto dei vecchi vigneti e preferiva incentivare le produzioni qualitativamente capaci di conquistare i mercati, favorendo la ristrutturazione e la riconversione dei vigneti di uve da vino da tavola per una produzione di vini di qualità²⁵. Il tutto, al fine di riequilibrare la domanda e l'offerta nel mercato vitivinicolo. Il divieto di impianto di uve da vino, ai sensi dell'art. 2, par. 1, del regolamento del 1999, avrebbe dovuto valere sino al 31 luglio 2010, ad eccezione di quegli Stati membri in cui la produzione si fosse assestata al di sotto della soglia dei 25.000 ettolitri «per campagna»²⁶, nonché per quei produttori operanti in Stati membri che avessero compilato l'inventario del potenziale produttivo viticolo²⁷ e fossero stati, quindi, autorizzati a impiantare in deroga al generale divieto²⁸.

²³ Regolamento (CE) n. 1493/1999 del Consiglio, del 17 maggio 1999, «relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo» (pubblicato in G.U.C.E. L 179 del 14 luglio 1999, p. 1).

²⁴ GERMANÒ, *L'organizzazione comune del mercato del vino*, in *Riv. dir. agr.*, 2010, I, p. 532.

²⁵ GERMANÒ, *L'organizzazione comune di mercato del vino (regolamento 17 maggio 1999 n. 1493/1999) dall'angolo visuale di uno dei PECO: la Polonia*, in *Riv. dir. agr.*, 2000, I, pp. 574 e 575.

²⁶ Art. 21, Reg. (CE) n. 1493/1999.

²⁷ Ai sensi dell'art. 16 del Reg. (CE) n. 1493/1999, ogni Stato membro (o le singole Regioni) doveva redigere l'inventario del potenziale produttivo, che doveva contenere le seguenti informazioni: a) le superfici vitate impiantate con varietà classificate per la produzione di vino nel territorio dello Stato membro in oggetto; b) le varietà interessate; c) il totale dei diritti d'impianto esistenti; d) le disposizioni nazionali o regionali emanate in applicazione delle disposizioni del Titolo II, dedicato al «Potenziale produttivo».

²⁸ Art. 2, par. 3, Reg. (CE) n. 1493/1999.

Venendo, ora, all'aspetto qualitativo e alla sua regolamentazione, va preliminarmente rilevato come il Reg. (CE) n. 1493/1999 operasse una bipartizione tra i cosiddetti vini di qualità²⁹ e i vini da tavola³⁰.

All'interno della prima categoria rientravano i vini di qualità prodotti in regioni determinate (V.Q.P.R.D.³¹), ovverosia in un'area o in un complesso di aree viticole in grado di conferire

²⁹ Le indicazioni geografiche dei prodotti agro-alimentari diversi dal vino sono state, dapprima, oggetto di regolamentazione mediante il Reg. (CEE) n. 2081/92 del Consiglio, del 14 luglio 1992, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli ed alimentari, poi abrogato dal Reg. (CE) n. 510/2006 del Consiglio, del 20 marzo 2006, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli e alimentari. Attualmente, la normativa sui prodotti alimentari "di qualità" diversi dal vino è contenuta nel Reg. (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 21 novembre 2012, sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari (G.U.U.E. L 343, 14 dicembre 2012, p. 1), su cui si vedano, *ex multis*, CAPELLI, *Il Regolamento (UE) n.1151/2012 sui regimi di qualità dei prodotti agro-alimentari: luci ed ombre*, in *Riv. dir. alim.*, 1/2014, pp. 52 e ss.; RUBINO, *La protezione delle denominazioni geografiche dei prodotti alimentari nell'Unione Europea dopo il regolamento 1151/2012*, in *Riv. dir. alim.*, 4/2013, pp. 4 e ss.; COSTATO, *Il regolamento n. 1151/2012 del Parlamento Europeo e del Consiglio sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari*, in *Riv. dir. agr.*, 2012, I, pp. 648 e ss.; PETRELLI, *I regimi di qualità nel diritto alimentare dell'Unione Europea – prodotti DOP, IGP, STG, biologici e delle regioni ultraperiferiche*, Napoli, 2012.

³⁰ Più in generale, si segnala che il Reg. (CE) n. 1493/1999 per "vino" intende «il prodotto ottenuto esclusivamente dalla fermentazione alcolica totale o parziale di uve fresche, pigiate o no, o di mosti di uve» (All. I, n. 10). Tale definizione corrisponde pienamente a quella fornita dall'OIV (Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino, su cui si veda, più diffusamente, il par. 2.6 del Capitolo II), consultabile al seguente link <http://www.oiv.int/it/norme-e-documenti-tecnici/definizione-dei-prodotti-e-etichettatura/definizione-dei-prodotti-della-vite-per-scheda>. L'OIV – istituito con l'Accordo di Parigi del 3 aprile 2001 – sostituisce l'Ufficio internazionale del vino, fondato con l'Accordo internazionale del 29 novembre 1924 e divenuto, nel 1958, Ufficio internazionale della vigna e del vino: <http://www.oiv.int>.

³¹ Accanto ai più "generici" V.Q.P.R.D., il Reg. (CE) n. 1493/1999 (art. 54, par. 2) individua altre tipologie di vini di qualità, con le relative sigle atte a designarli: a) i vini liquorosi di qualità prodotti in regioni determinate (v.l.q.p.r.d.); b) i vini spumanti di qualità prodotti in regioni determinate (v.s.q.p.r.d.), compresi i v.s.q.p.r.d. del tipo aromatico; c) i vini frizzanti di qualità prodotti in regioni determinate (v.f.q.p.r.d.).

ai vini ivi ottenuti particolari caratteristiche qualitative e il cui nome veniva utilizzato per designare, appunto, il vino stesso³².

Ne conseguiva che gli Stati membri dovessero delimitare le aree geografiche la cui produzione potesse fregiarsi della sigla V.Q.P.R.D., tenendo conto, altresì, dei fattori, come la natura del terreno e il clima, che contribuivano alla qualità dei vini ivi ottenuti. Essi dovevano, altresì, stabilire quali vitigni, appartenenti alla specie *Vitis Vinifera*, fossero idonei alla produzione di vini V.Q.P.R.D.; disciplinare le pratiche colturali ed enologiche considerate ottimali per l'ottenimento dei suddetti prodotti³³; determinare il titolo alcolometrico volumico naturale minimo e la resa per ettaro, nonché dettare i criteri di analisi e di valutazione delle caratteristiche organolettiche. Inoltre, le uve utilizzate per la produzione dei vini V.Q.P.R.D. dovevano essere interamente coltivate nella zona geografica delimitata e i relativi vini elaborati all'interno della stessa³⁴.

In aggiunta a tali elementi³⁵, gli Stati membri erano liberi di prevedere caratteristiche o dettare «condizioni di produzione, di elaborazione e di commercializzazione complementari o più severe per i V.Q.P.R.D. prodotti nel loro territorio»³⁶.

Nella disciplina dei vini di qualità di cui al regolamento del 1999, si prevedeva che fossero gli Stati membri a determinare quali vini, ottenuti nel loro territorio, potessero fregiarsi della sigla V.Q.P.R.D. e similari. Pertanto, il riconoscimento comunitario si configurava come successivo e, tendenzialmente, automatico. Ai sensi dell'art. 54, par. 4, infatti, «Gli Stati membri trasmettono alla Commissione l'elenco dei V.Q.P.R.D. da essi riconosciuti, fornendo per ciascuno informazioni sulle norme nazionali che ne disciplinano la produzione e l'elaborazione».

³² All. VI, sez. A, punto 1, Reg. (CE) n. 1493/1999.

³³ GERMANÒ, *L'organizzazione comune di mercato del vino (regolamento 17 maggio 1999 n. 1493/1999) dall'angolo visuale di uno dei PECO: la Polonia*, cit., p. 586.

³⁴ Si veda l'Allegato VI, sez. D, del Reg. (CE) n. 1493/1999.

³⁵ Alcuni di quelli testé elencati sono contemplati all'art. 55 del Reg. (CE) n. 1493/1999; altri, sono indicati nel già citato All. VI, rubricato, appunto, «Vini di qualità prodotti in regioni determinate».

³⁶ Art. 57, par. 2, Reg. (CE) n. 1493/1999.

L'indicazione geografica non era, tuttavia, limitata ai V.Q.P.R.D., potendo essere riconosciuta anche ai vini da tavola, aggiungendo il nome dell'unità geografica al termine "vino da tavola" o alla menzione geografica tipica (italiana) "indicazione geografica tipica"³⁷. In questo caso, a differenza dei V.Q.P.R.D., era sufficiente che almeno l'85% del vino risultante da un eventuale taglio fosse ottenuto a partire da uve coltivate nella zona tipica³⁸.

Quanto alla protezione conferita ai V.Q.P.R.D. (o ai vini da tavola "muniti" di indicazione geografica), il Reg. (CE) n. 1493/1999 imponeva a ogni Stato membro di predisporre, al proprio interno, gli strumenti processuali affinché i produttori autorizzati a servirsi dell'indicazione geografica potessero impedire a terzi, operanti in aree geografiche diverse, di utilizzare indebitamente il toponimo e ciò quand'anche l'impiego dello stesso venisse accompagnato da espressioni quali «genere», «tipo», «stile», «imitazione», capaci di disvelare che il prodotto non fosse effettivamente originario della zona geografica del cui nome si serviva, ma fosse stato semplicemente prodotto con una tecnica che lo avrebbe fatto rassomigliare "all'originale"³⁹.

1.2.1 L'OCM vino del 2008 e l'unificazione dei segni di qualità

Gli anni dell'applicazione dell'OCM del 1999 hanno visto una crescente globalizzazione del mercato del vino, che ne ha reso rapidamente inadeguata la struttura normativa. Accanto all'accresciuta capacità produttiva di Stati extraeuropei⁴⁰, che ha determinato una

³⁷ GERMANÒ, *L'organizzazione comune di mercato del vino (regolamento 17 maggio 1999 n. 1493/1999) dall'angolo visuale di uno dei PECO: la Polonia*, cit., p. 590. Sulle menzioni tradizionali italiane si tornerà nel prossimo paragrafo del presente Capitolo.

³⁸ Art. 51, par. 2, Reg. (CE) n. 1493/1999.

³⁹ Art. 50, par. 1, Reg. (CE) n. 1493/1999; GERMANÒ, *L'organizzazione comune di mercato del vino (regolamento 17 maggio 1999 n. 1493/1999) dall'angolo visuale di uno dei PECO: la Polonia*, cit., pp. 589 e 590.

⁴⁰ Ci si riferisce, per citarne solo alcuni, a Stati Uniti, Australia, Cile, Sudafrica. I dati sul comparto vitivinicolo, a livello mondiale, possono essere consultati sul sito dell'OIV (www.oiv.int). Su tali aspetti, legati al tema della "globalizzazione del mercato del vino", si tornerà nel corso del Capitolo II.

crescita dell'offerta mondiale accelerata, si è registrato un rallentamento della domanda, riproponendo, impetuosamente, il problema delle eccedenze di produzione. L'evoluzione della domanda ha visto aumentare l'interesse pubblico per i vini di maggior pregio; al contempo, la quota dei consumi di vini economici è rimasta molto alta ed è cresciuta in valore assoluto. Fenomeno di sicuro impatto per l'analisi del mercato vitivinicolo, è rappresentato dal costante ampliamento, nella commercializzazione del vino, del ruolo della grande distribuzione, che ha determinato un'evoluzione della stessa struttura imprenditoriale, a vantaggio degli operatori di grandi dimensioni, spesso operanti nei cosiddetti "Paesi nuovi produttori", cui si accompagna, su opposto versante, il consolidamento della miriade di piccole e piccolissime imprese focalizzate su specifiche nicchie di mercato⁴¹.

Di fronte a questa situazione, la Commissione europea, nella Comunicazione al Consiglio e al Parlamento europeo, «Verso un settore vitivinicolo europeo sostenibile», del 2006⁴², auspicava una riforma dell'OCM vino nel senso di una maggiore chiarezza e linearità rispetto a quella del 1999. Tra i macro-obiettivi dichiarati nel sopracitato documento: a) migliorare la competitività dei produttori di vino europei, rafforzare la notorietà dei vini europei di qualità, recuperare vecchi mercati e conquistarne di nuovi all'interno dell'Unione europea e ovunque nel mondo; b) istituire un regime vitivinicolo basato su regole semplici, chiare ed efficaci, che permettano di equilibrare l'offerta e la domanda; c) istituire un regime vitivinicolo in grado di salvaguardare le migliori tradizioni della produzione vitivinicola europea e di rafforzare il tessuto sociale di molte zone rurali e che garantisca che la produzione sia realizzata nel rispetto dell'ambiente⁴³. A quanto detto, si sommava il proposito di spendere le somme destinate al comparto in modo più efficiente rispetto alla precedente OCM, sottolineando l'inadeguatezza dei meccanismi previsti dal Reg. (CE) n.

⁴¹ Cfr. MARIANI, POMARICI, *Il mercato del vino: evoluzione e scenari futuri*, in ALBISINNI (a cura di), *Le regole del vino – Disciplina internazionale, comunitaria, nazionale*, atti del Convegno, Roma, 23-24 novembre 2007, Milano, 2008, pp. 97 e ss.

⁴² Bruxelles, 22 giugno 2006, COM (2006) 319 def.

⁴³ ID, punto 4.

1493/1999 ad assicurare gli obiettivi di stabilità del mercato e di competitività della produzione europea⁴⁴.

Nonostante, nel mondo produttivo, non si riscontrasse un generalizzato consenso sulla necessità di rivedere la disciplina del 1999, il 29 aprile del 2008 il processo di riforma si è compiuto, con l'adozione del Reg. (CE) n. 479/2008, portante la nuova OCM vino⁴⁵. Essa si configurava, sempre di più, come un *corpus* di norme dotate di sistematicità e capacità conformativa, contro una precedente impostazione che vedeva la PAC (e gli atti adottati in attuazione degli indirizzi in essa espressi) come un insieme di misure tecniche di natura contingente. Il passaggio della PAC dall'essere prevalentemente una politica redistributiva e di spesa, al qualificarsi in termini marcatamente regolatori, discende dal mutamento dell'approccio istituzionale alla materia agricoltura, determinato dalla firma del Trattato di Lisbona, il 13 dicembre 2007⁴⁶, il quale, oltre ad aver espressamente ricondotto l'agricoltura nell'alveo delle materie di competenza concorrente⁴⁷, ha esteso al diritto derivato della Politica Agricola Comune la procedura legislativa ordinaria⁴⁸. Di tal guisa,

⁴⁴ POMARICI, SARDONE, *Struttura e criticità della nuova OCM vino*, in *Agriregionieuropa*, anno 4, n. 12, marzo 2008, p. 5.

⁴⁵ Regolamento (CE) n. 479/2008 del Consiglio, del 29 aprile 2008, relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, che modifica i regolamenti (CE) n. 1493/1999, (CE) n. 1782/2003, (CE) n. 1290/2005 e (CE) n. 3/2008 e abroga i regolamenti (CEE) n. 2392/86 e (CE) n. 1493/1999 (G.U.U.E. L 148 del 6 giugno 2008, p. 1).

⁴⁶ Si segnala che il Trattato di Lisbona è entrato in vigore il 1° dicembre 2009, successivamente, quindi, all'adozione del Reg. (CE) n. 479/2008. Ciononostante, l'OCM del 2008 risente della diversa configurazione della PAC indotta dalle modifiche apportate, a Lisbona, al quadro istituzionale nella materia agricoltura. Modifiche che, come si è avuto modo di esporre poco sopra, lungi dall'arrestarsi su un piano meramente procedurale, determinano un cambiamento di approccio del legislatore europeo, che si riflette nella PAC e nei "suoi" regolamenti. Sul punto, si veda ALBISINNI, *L'officina comunitaria e la OCM vino: marchi, denominazioni e mercato*, in *Riv. dir. agr.*, 2008, I, pp. 425 e ss.

⁴⁷ L'art. 4, par. 2, del TFUE, oggi, annovera tra le materie di competenza concorrente l'agricoltura e la pesca, ad esclusione della conservazione delle risorse biologiche del mare, di competenza esclusiva dell'Unione europea.

⁴⁸ Art. 43, par. 2, TFUE: «Il Parlamento europeo e il Consiglio, deliberando secondo la procedura legislativa ordinaria e previa consultazione del Comitato economico e sociale, stabiliscono l'organizzazione comune dei

valorizzando il ruolo del Parlamento europeo, si delineava uno scenario in cui il negoziato interstatale (caratterizzante il precedente sistema, che vedeva il Consiglio come unico legislatore), pareva perdere terreno a favore di un confronto più “politico”⁴⁹.

La struttura della OCM del 2008 si presentava molto più snella della precedente. Le sue disposizioni possono essere suddivise in quattro grandi aree d’azione: 1) le misure di supporto, con la previsione di due interventi inediti: i programmi nazionali di sostegno e il trasferimento di risorse dalle misure di mercato (I pilastro PAC) a quelle dello sviluppo rurale (II pilastro PAC); 2) le misure cosiddette regolatorie, che comprendono le disposizioni in materia di pratiche enologiche, di designazione di origine e di indicazioni geografiche, di etichettatura, di organizzazioni dei produttori e di filiera; 3) le norme che regolano i rapporti commerciali con i Paesi terzi; 4) le misure per la gestione del potenziale produttivo⁵⁰.

A tale ultimo proposito, uno degli obiettivi che hanno portato all’adozione dell’OCM del 2008, esplicitati, come detto, già nella Comunicazione della Commissione del 2006 e trasfusi, poi, nel 5° considerando del Reg. (CE) n. 479/2008, consisteva nell’eliminare, progressivamente, le misure di intervento sul mercato che si sono rivelate inefficaci e costose. In tale quadro, specifico risalto veniva dato al regime di estirpazione dei vigneti su base volontaria – valida alternativa per quei produttori che non erano in grado di essere competitivi sul mercato e, al contempo, strumento di contrasto alle eccedenze – e alla progressiva soppressione degli aiuti alla distillazione, con la possibilità di destinare il relativo risparmio ad altri tipi di intervento (la promozione dei vini sui mercati dei Paesi terzi e la ristrutturazione-modernizzazione dei vigneti e delle cantine)⁵¹.

Al fine di ridurre le eccedenze del settore vitivinicolo, si è dato conto di come l’OCM del 1999 prevedesse il divieto di impianto di vigneti con varietà di uve da vino, fino al 31

mercati agricoli prevista all'articolo 40, paragrafo 1, e le altre disposizioni necessarie al perseguimento degli obiettivi della politica comune dell'agricoltura e della pesca».

⁴⁹ ALBISINNI, *L’officina comunitaria e la OCM vino: marchi, denominazioni e mercato*, cit., p. 430.

⁵⁰ POMARICI, SARDONE, *Struttura e criticità della nuova OCM vino*, cit., p. 5.

⁵¹ GERMANÒ, *L’organizzazione comune del mercato del vino*, cit., p. 537.

luglio 2010⁵². Il Reg. (CE) n. 479/2008 prorogava il suddetto termine, estendendolo sino al 31 dicembre 2015⁵³. Tuttavia, agli Stati membri veniva riconosciuta la possibilità di concedere diritti di nuovo impianto – sulla base di una riserva nazionale o di riserve regionali – ai produttori che producevano su superfici destinate a particolari scopi, indicati all’art. 91, par. 1, del regolamento del 2008. Inoltre, i singoli Stati potevano decidere di assegnare diritti di reimpianto a quei produttori che avessero estirpato delle superfici vitate senza, tuttavia, beneficiare del relativo premio e a quelli che si fossero impegnati, *pro futuro*, a procedere all’estirpo⁵⁴. Nella riserva nazionale (o in quelle regionali) dei diritti di impianto, istituita da ogni Stato membro, confluivano i diritti di impianto o di reimpianto che gli assegnatari avevano lasciato “scadere”, non utilizzandoli entro i periodi prescritti⁵⁵. All’interno delle misure cosiddette regolatorie, rilievo centrale veniva assegnato alle disposizioni in tema di qualità, denominazioni di origine ed etichettatura, connotate da una forte discontinuità con il regime precedente⁵⁶.

Innanzitutto, importanti innovazioni venivano introdotte a livello procedurale. Infatti, gli artt. 38-41, del Reg. (CE) n. 479/2008, prevedevano che il riconoscimento dei “vini di qualità” avvenisse in sede comunitaria e non più nazionale, com’era stato per anni. Ad una fase preliminare di esame delle domande di protezione, svolta dal singolo Stato membro in cui si trovava il gruppo di produttori richiedente⁵⁷, seguiva il vaglio della Commissione, alla quale spettava l’ultima parola⁵⁸, analogamente a quanto previsto per le DOP e le IGP degli altri prodotti alimentari⁵⁹. Tale approccio si iscriveva a pieno nella tendenza cui si è

⁵² *Supra*.

⁵³ Art. 90, Reg. (CE) n. 479/2008.

⁵⁴ In questo caso, *ex art.* 92, par. 2, Reg. (CE) n. 479/2008, l’estirpazione della superficie oggetto dell’impegno dovrà essere effettuata «entro la fine del terzo anno successivo a quello in cui sono state impiantate nuove viti che avevano beneficiato di diritti di reimpianto».

⁵⁵ Art. 93, parr. 1 e 3, Reg. (CE) n. 479/2008.

⁵⁶ ALBISINNI, *La OCM vino: denominazioni di origine, etichettatura e tracciabilità nel nuovo disegno disciplinare europeo*, in *Agriregionieuropa*, anno 4, n. 12, marzo 2008, p. 16.

⁵⁷ Art. 38, Reg. (CE) n. 479/2008.

⁵⁸ Art. 39, Reg. (CE) n. 479/2008.

⁵⁹ Della procedura di registrazione si tratterà, più approfonditamente, nel par. 1.4 del presente Capitolo.

sopra fatto brevemente riferimento, secondo la quale il diritto europeo dell'agricoltura andrebbe accentuando l'attenzione ai profili sistematici, privilegiando l'unificazione e l'uniformazione attraverso il centralismo⁶⁰.

Ai cambiamenti "procedurali", si sono accompagnati mutamenti "sostanziali" nella concreta conformazione e definizione dei "vini di qualità". Le formule V.Q.P.R.D. e IGT sono state abbandonate, benché fossero ormai ampiamente conosciute dai consumatori di vini, per adottare, anche nel settore vitivinicolo, i segni DOP (Denominazione di origine protetta) e IGP (Indicazione geografica protetta), sino a quel momento esclusivamente riservate ai prodotti diversi dai vini e dalle bevande alcoliche⁶¹.

Su questo tema, il confronto tra gli Stati membri è stato vivace. I Paesi di cultura anglosassone e del Nord Europa, che non possono vantare una solida tradizione produttiva vitivinicola né, conseguentemente, un serio interesse ai profili della qualità territoriale, ritenevano che l'eccessiva presenza contestuale, sul mercato, di diversi segni di qualità, potesse generare confusione tra i consumatori ed erano, pertanto, favorevoli a un "accorpamento". Su opposto versante, i Paesi del mediterraneo sottolineavano come la riforma del 2008 rischiasse di disorientare i consumatori europei, ormai abituati a una diversità di simboli tra vini e altri prodotti alimentari. La scelta finale, di unificazione dei segni di qualità, è stata determinata dal processo di apertura ai mercati mondiali e dall'ingresso di nuovi protagonisti, tanto produttori quanto consumatori, che non avevano familiarità con le molteplici sigle comunitarie e ne sollecitavano una semplificazione⁶².

L'apporto innovativo dell'OCM del 2008 è, in questo caso, assai rilevante e non privo di conseguenze. Come si è precedentemente evidenziato, il Reg. (CE) n. 1493/1999 distingueva tra due diverse categorie di vini: i vini di qualità e i vini da tavola. Nella prima categoria rientravano unicamente i V.Q.P.R.D. (e sigle assimilate), cui era applicata apposita disciplina (contenuta nel Titolo VI del regolamento). I vini da tavola, quand'anche si vedessero riconosciuta una indicazione geografica, rimanevano, appunto, vini da tavola,

⁶⁰ ALBISINNI, *La OCM vino nel percorso europeo di riforma*, in ALBISINNI (a cura di), *Le regole del vino – Disciplina internazionale, comunitaria, nazionale*, cit., p. 364.

⁶¹ IBIDEM.

⁶² ALBISINNI, *L'officina comunitaria e la OCM vino: marchi, denominazioni e mercato*, cit., p. 435.

ben distinti da quelli qualitativamente elevati e destinatari di apposita regolamentazione. Con la nuova OCM vino, invece, i vini IGT lasciavano la classe dei vini da tavola per entrare a far parte di quella dei vini di qualità. Infatti, dal 2008, i vini DOP e IGP partecipano a un'unica categoria disciplinare⁶³, pur con talune differenze tra loro⁶⁴, con la conseguenza che l'ambito dei vini di qualità si allarga a ricomprendere gli IGP, per i quali, come per i "vecchi" IGT, è sufficiente che almeno l'85% delle uve impiegate nella loro elaborazione provenga dalla zona indicata⁶⁵. Se, in passato, la differenza qualitativa tra V.Q.P.R.D. e IGT era fortemente marcata, con il regolamento del 2008 i confini tra le due classi di prodotto, DOP e IGP, si fanno decisamente più sfumati, inducendo i consumatori a percepire un concetto di qualità meno netto⁶⁶. In sostanza, l'OCM del 2008 continuava, com'è ovvio, a distinguere, di fatto, tra vini di qualità e vini da tavola ma ricomprendeva all'interno dei primi tanto i DOP (che corrispondono, in linea di massima, ai V.Q.P.R.D.) quanto gli IGP (in cui rientrano, appunto, i "vecchi" IGT da tavola); il resto è "da tavola". Dinanzi a tale novità, era stato posto in luce il rischio che la dilatazione della categoria dei vini di pregio ne comportasse una banalizzazione, a detrimento delle produzioni "di nicchia" e a beneficio dei prodotti più economici, dei grandi produttori e delle produzioni di quantità. Tali preoccupazioni venivano acuite dalla possibilità, introdotta dal Reg. (CE) n. 479/2008⁶⁷, di indicare l'annata e il vitigno anche nelle etichette nei vini da tavola privi di indicazione geografica e, dunque, di qualunque elemento di territorialità, conferendo ai produttori di tali vini (solitamente offerti sul mercato in grandi quantità) un fondamentale strumento competitivo, ossia l'opportunità di comunicare informazioni avvertite dai consumatori come decisivo segno di qualità⁶⁸.

⁶³ I vini DOP e IGP sono, infatti, trattati congiuntamente dal Reg. (CE) n. 479/2008: si veda, a tale proposito, il Titolo III («Misure regolamentari»), Capo IV («Denominazioni di origine e indicazioni geografiche»).

⁶⁴ Per le definizioni di DOP e IGP vitivinicole si veda il par. 1.3 del presente Capitolo.

⁶⁵ Art. 34, par. 1, lett. b), ii), Reg. (CE) n. 479/2008.

⁶⁶ ALBISINNI, *La OCM vino nel percorso europeo di riforma*, cit., pp. 365 e 366.

⁶⁷ Ci si riferisce all'art. 60 del Reg. (CE) n. 479/2008.

⁶⁸ ALBISINNI, *La OCM vino: denominazioni di origine, etichettatura e tracciabilità nel nuovo disegno disciplinare europeo*, cit., p. 17.

L'art. 54 del Reg. (CE) n. 479/2008 affrontava il tema delle menzioni tradizionali, identificandole con le espressioni usate tradizionalmente, all'interno degli Stati membri, per indicare che il prodotto rechi una denominazione di origine o una indicazione geografica⁶⁹.

La l. n. 164 del 1992⁷⁰ istituiva quattro categorie di classificazione dei vini italiani: i vini da tavola comuni, i vini da tavola con indicazione geografica tipica (IGT), i vini a denominazione di origine controllata (DOC) e i vini a denominazione di origine controllata e garantita (DOCG). Ad eccezione dei vini da tavola comuni, le diciture nazionali indicavano quei vini che venivano realizzati in particolari aree geografiche, sulla base di un disciplinare di produzione, i cui requisiti si facevano sempre più stringenti man mano che si passava dalle IGT, alle DOC, alle DOCG.

L'Italia, con il d.lgs. 8 aprile 2010, n. 61⁷¹, ha conservato le sigle DOCG, DOC e IGT, cogliendo l'opportunità offerta dal Reg. (CE) n. 479/2008, laddove, all'art. 59, par. 3, lett. a), consentiva ai produttori di perseverare nell'uso delle menzioni tradizionali nazionali, anche in sostituzione alle sigle comunitarie; i vini DOCG e DOC corrispondono alle DOP comunitarie, gli IGT alle IGP⁷².

1.2.2 L'inserimento dell'OCM vino all'interno del c.d. Regolamento unico OCM

Abbiamo già accennato ai mutamenti apportati dal Trattato di Lisbona alla materia agricoltura, i quali, tuttavia, non hanno interessato l'art. 40 TFUE, che continua a prevedere le "Organizzazioni comuni dei mercati" come strumenti per realizzare gli obiettivi della

⁶⁹ Ai sensi dell'art. 54, oltre a quelle appena citate, sono menzioni tradizionali anche quelle atte a indicare «il metodo di produzione o di invecchiamento oppure la qualità, il colore, il tipo di luogo o ancora un evento particolare legato alla storia del prodotto a denominazione di origine protetta o a indicazione geografica protetta».

⁷⁰ Legge 10 febbraio 1992, n. 164 «Nuova disciplina delle denominazioni d'origine dei vini» pubblicata in G.U. n. 47 del 26 febbraio 1992, Suppl. Ord.

⁷¹ Decreto Legislativo 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» (pubblicato in G.U., Serie Generale, n. 96 del 26 aprile 2010).

⁷² GERMANÒ, *L'organizzazione comune del mercato del vino*, cit., pp. 562 e 563.

PAC, dettandone, a fini esemplificativi, le forme in cui possono concretizzarsi: «regolamentazioni dei prezzi, sovvenzioni sia alla produzione che alla distribuzione dei diversi prodotti, sistemi per la costituzione di scorte e per il riporto, meccanismi comuni di stabilizzazione all'importazione o all'esportazione»⁷³. Il legislatore comunitario aveva fatto ampio ricorso alle OCM, istituendone una per ciascun settore agronomico, che si trovava, così, dotato di autonoma disciplina. Lo stesso, come abbiamo sinora esposto, era accaduto per il settore vitivinicolo.

Il 22 ottobre del 2007, il quadro testé descritto muta radicalmente, se non dal punto di vista sostanziale, sicuramente da quello formale. In tale data, infatti, viene adottato il Reg. (CE) n. 1234/2007⁷⁴ che opera un riordino sistematico delle ventuno OCM sino a quel momento predisposte, inglobando le disposizioni contenute in altrettanti regolamenti, in un unico testo normativo. Al regolamento del 2007 ci si riferisce con l'espressione OCM unica ma ciò non deve indurre a credere che all'unificazione formale si accompagnasse un livellamento della disciplina di mercato: a ogni prodotto o categoria di prodotto continuavano ad applicarsi, laddove opportuno, disposizioni specifiche e peculiari, quantunque, dal 2007, contenute in un unico regolamento.

Il percorso di elaborazione del testo definitivo del Reg. (CE) n.1234/2007 si è incrociato con la negoziazione e la definitiva messa a punto dell'OCM vino del 2008, la quale, a motivo delle peculiarità che caratterizzano il settore vitivinicolo e di cui si è dato

⁷³ ALBISINNI, *Istituzioni e regole dell'agricoltura dopo il Trattato di Lisbona*, in *Riv. dir. agr.*, 2010, I, p. 215. Nel TFUE non troviamo una vera e propria definizione di OCM. Secondo i giudici della Corte di Giustizia, essa consisterebbe in «quel complesso di provvidenze e strumenti giuridici di cui gli organi competenti di servono per controllare e normalizzare il mercato» di un determinato prodotto o gruppo di prodotti agro-alimentari (sentenza 13 novembre 1964, C-90 e 91/63, *Commissione c. Lussemburgo*). In materia di OCM si veda, *ex multis*, BOLOGNINI, *Common organization of agricultural markets*, in COSTATO e ALBISINNI (a cura di), *European Food Law*, Padova, 2012, pp. 265 e ss.

⁷⁴ Regolamento (CE) n. 1234/2007 del Consiglio, del 22 ottobre 2007, recante organizzazione comune dei mercati agricoli e disposizioni specifiche per taluni prodotti agricoli (regolamento unico OCM) (G.U.U.E. L 299 del 16 novembre 2007, p. 1); per un commento all'OCM unica del 2007, si veda *Commentario al regolamento (CE) n. 1237/2007*, a cura di COSTATO, in *Le nuove leggi civ. comm.*, 2009, p. 1.

brevemente conto, era rimasta “separata” dall’OCM unica⁷⁵. Non a lungo, tuttavia. Infatti, il regolamento del 2007 ha dimostrato una tendenza espansiva⁷⁶ volta a ricomprendere, successivamente alla sua adozione, anche quei settori produttivi rimasti oggetto di distinti regolamenti⁷⁷. Così, il 25 maggio 2009, con il Reg. (CE) n. 491/2009⁷⁸, anche l’OCM del vino è stata inglobata nell’unico regolamento sulle OCM (quello del 2007, appunto); operazione, questa, che finiva per negare, al settore vitivinicolo, quella specificità che lo aveva a lungo connotato⁷⁹. Si tratta, a ben vedere, di una tendenza che si è già avuto modo di riscontrare allorché si è riferito della decisione, presa in sede comunitaria con il Reg. (CE) n. 479/2008, di estendere ai vini i segni di qualità previsti, in generale, per gli altri prodotti alimentari. Dal 2009, pur mantenendosi molteplici disposizioni specifiche, il settore della vite e del vino non è più beneficiario di un’autonoma sede normativa, dal

⁷⁵ ALBISINNI, *Istituzioni e regole dell’agricoltura dopo il Trattato di Lisbona*, cit., p. 234.

⁷⁶ ID, p. 231.

⁷⁷ Cfr. ALBISINNI, *La nuova OCM e i contratti agroalimentari*, in ALBISINNI, GIUFFRIDA, SAIJA, TOMMASINI (a cura di), *I contratti del mercato agroalimentare*, Napoli, 2013, pp. 82 e 83, il quale sottolinea come l’operazione di unificazione formale e sistematica si accompagnava a una sostanziale riscrittura del modello europeo di governo e di regolazione del settore agro-alimentare, con risvolti necessari sul piano dell’individuazione dei ruoli delle Istituzioni europee e degli Stati membri. Si cita, oltre al settore del vino, quello dei prodotti ortofrutticoli freschi e trasformati, che erano oggetto di separata OCM [Reg. (CE) n. 1182/2007] e sono stati, poi, inseriti nel Reg. (CE) n. 1234/2007 ad opera del Reg. (CE) n. 361/2008: sul punto, si veda ALBISINNI, *Nota sul Regolamento unico sull’Organizzazione comune dei mercati agricoli – Norme applicabili alla commercializzazione e condizioni di produzione*, in *Le nuove leggi civ. comm.*, 1/2009, p. 116.

⁷⁸ Regolamento (CE) n. 491/2009 del Consiglio, del 25 maggio 2009, che modifica il regolamento (CE) n. 1234/2007 recante organizzazione comune dei mercati agricoli e disposizioni specifiche per taluni prodotti agricoli (regolamento unico OCM) (G.U.U.E. L 154 del 17 giugno 2009, p. 1).

⁷⁹ Dall’inserimento dell’OCM vino all’interno dell’OCM unica del 2007, consegue che l’interpretazione e l’applicazione delle norme della prima vadano condotte sulla base dei principi unitari desumibili dal documento normativo inteso nella sua interezza: ALBISINNI, *Le proposte per la riforma della PAC verso il 2020: profili di innovazione istituzionale e di contenuti*, in *Riv. dir. agr.*, 2011, I, p. 624.

momento che il contenuto dell'OCM del 2008 è stato traslato all'interno del Reg. (CE) n. 1234/2007⁸⁰.

1.3 Il quadro normativo attuale: l'OCM unica del 2013 e la L. n. 238 del 2016

Tra il 2012 e il 2013 le istituzioni europee hanno emanato diversi atti legislativi nella materia dell'agricoltura. Il 21 novembre 2012 è stato approvato il Reg. (UE) n. 1151/2012, sul regime di qualità dei prodotti agricoli e alimentari⁸¹ e il 17 dicembre 2013 sono stati adottati i quattro fondamentali regolamenti sulla riforma della PAC per il periodo 2014-2020. Si tratta dei regolamenti n. 1305/2013⁸² sullo sviluppo rurale, n. 1306/2013⁸³ sul finanziamento, gestione e monitoraggio della politica agricola comune, n. 1307/2013⁸⁴

⁸⁰ Rimangono validi i regolamenti attuativi adottati dalla Commissione in virtù delle deleghe contenute nel Reg. (CE) n. 479/2008 [per inciso, si segnala che il Reg. (CE) n. 491/2009 si applicava dal 1° agosto 2009]. Si ricorda, ai nostri fini, il Regolamento (CE) n. 607/2009 della Commissione, del 14 luglio 2009, recante modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 479/2008 del Consiglio per quanto riguarda le denominazioni di origine protette e le indicazioni geografiche protette, le menzioni tradizionali, l'etichettatura e la presentazione di determinati prodotti vitivinicoli (G.U.U.E. L 193 del 24 luglio 2009, p. 60), abrogato dal Regolamento delegato (UE) n. 2019/33 della Commissione, del 17 ottobre 2018, che integra il regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda le domande di protezione delle denominazioni di origine, delle indicazioni geografiche e delle menzioni tradizionali nel settore vitivinicolo, la procedura di opposizione, le restrizioni dell'uso, le modifiche del disciplinare di produzione, la cancellazione della protezione nonché l'etichettatura e la presentazione (G.U.U.E. L 9 dell'11 gennaio 2019, p. 2).

⁸¹ V. nota 29.

⁸² Regolamento (UE) n. 1305/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR) e che abroga il regolamento (CE) n. 1698/2005 del Consiglio (G.U.U.E. L 347 del 20 dicembre 2013, p. 487).

⁸³ Regolamento (UE) n. 1306/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, sul finanziamento, sulla gestione e sul monitoraggio della politica agricola comune e che abroga i regolamenti del Consiglio (CEE) n. 352/78, (CE) n. 165/94, (CE) n. 2799/98, (CE) n. 814/2000, (CE) n. 1290/2005 e (CE) n. 485/2008 (G.U.U.E. L 347 del 20 dicembre 2013, p. 549).

⁸⁴ Regolamento (UE) n. 1307/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, recante norme sui pagamenti diretti agli agricoltori nell'ambito dei regimi di sostegno previsti dalla politica agricola

sui pagamenti diretti agli agricoltori nell'ambito dei regimi di sostegno previsti dalla PAC, e, ciò che maggiormente interessa ai fini del presente lavoro, n. 1308/2013⁸⁵ sulla “nuova” OCM unica, che abroga il Reg. (CE) n. 1234/2007. In forza delle deleghe contenute nei predetti atti legislativi, dal dicembre 2013 la Commissione ha emanato una pluralità di regolamenti di esecuzione o di integrazione dei regolamenti “base”⁸⁶.

Nell'ottobre del 2010 la Commissione europea aveva presentato al Consiglio e al Parlamento europeo una comunicazione che illustrava le linee strategiche delle proposte di riforma della PAC verso il 2020⁸⁷. Nel quadro così tracciato, sono stati, poi, approvati i regolamenti cui si è appena accennato. Dal punto di vista economico, si è osservata la logica sostanzialmente conservatrice dei documenti in oggetto. Inforcando le lenti del

comune e che abroga il regolamento (CE) n. 637/2008 del Consiglio e il regolamento (CE) n. 73/2009 del Consiglio (G.U.U.E. L 347 del 20 dicembre 2013, p. 608).

⁸⁵ Regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, recante organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli e che abroga i regolamenti (CEE) n. 922/72, (CEE) n. 234/79, (CE) n. 1037/2001 e (CE) n. 1234/2007 del Consiglio (G.U.U.E. L 347 del 20 dicembre 2013, p. 671).

⁸⁶ Sul punto, cfr. GERMANÒ, *Sui regolamenti della Commissione a completamento della normativa legislativa del Parlamento europeo e del Consiglio degli anni 2012 e 2013 nella materia dell'agricoltura*, in *Riv. dir. agr.*, 2014, I, pp. 232 e ss., il quale si sofferma su alcuni regolamenti delegati o di esecuzione adottati dalla Commissione tra il dicembre 2013 e il giugno 2014. Con specifico riferimento al settore vitivinicolo, l'Autore dà conto del Regolamento delegato (UE) n. 612/2014 della Commissione, dell'11 marzo 2014, che integra il regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio attraverso la modifica del regolamento (CE) n. 555/2008 della Commissione per quanto riguarda le nuove misure nel quadro dei programmi nazionali di sostegno nel settore vitivinicolo (G.U.U.E. L 168 del 7 giugno 2014, p. 62) e del Regolamento di esecuzione (UE) n. 614/2014 della Commissione, del 6 giugno 2014, che modifica il regolamento (CE) n. 555/2008 per quanto riguarda l'applicazione di talune misure di sostegno nel settore vitivinicolo (G.U.U.E. L 168 del 7 giugno 2014, p. 73).

⁸⁷ Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale e al Comitato delle regioni, *La PAC verso il 2020: rispondere alle future sfide dell'alimentazione, delle risorse naturali e del territorio*, Bruxelles, 18 novembre 2010, COM (2010) 672 def.

giurista, tuttavia, occorre sottolinearne, all'opposto, il carattere fortemente innovativo dell'impianto di regolazione, del metodo e di alcuni contenuti⁸⁸.

Innanzitutto, un intero pacchetto di misure (comprese quelle relative alla OCM) viene, per la prima volta, presentato e discusso congiuntamente, in un unico contesto, dimostrando la volontà di perseguire una certa organicità e sistematicità del sistema⁸⁹. Si compie, in modo più netto, quel percorso già visibile, in nuce, con il Reg. (CE) n. 479/2008 e con il regolamento sull'OCM unica del 2007, mirante a istituire un quadro disciplinare generale, secondo il paradigma del diritto regolatorio, svincolato dalla logica contingente, puntiforme, della mera finalizzazione all'obiettivo specifico che si voleva, di volta in volta, raggiungere⁹⁰.

Sul piano nazionale, il già citato d.lgs. n. 61/2010⁹¹ ha rappresentato un fondamentale intervento normativo, reso necessario per adeguare il nostro ordinamento all'istituzione della cosiddetta OCM unica e al successivo inserimento, in essa, dell'OCM vino⁹². Il suddetto decreto, tuttavia, presentava delle lacune che ne rendevano incerta l'interpretazione e l'applicazione e che hanno fatto emergere l'opportunità di elaborare un più dettagliato ed esauriente provvedimento nazionale che fornisse un quadro giuridico,

⁸⁸ ALBISINNI, *Le proposte per la riforma della PAC verso il 2020: profili di innovazione istituzionale e di contenuti*, cit., p. 605. *In primis*, preme porre in evidenza il debutto del modello istituzionale-procedurale inaugurato a Lisbona per la PAC: i suddetti regolamenti, infatti, vengono adottati con la procedura legislativa ordinaria, che vede Parlamento europeo e Consiglio nel ruolo di co-legislatori, pur riconoscendo alla Commissione un ruolo estremamente rilevante, in quanto si registra, nei regolamenti del 2013, un sistematico rinvio, a fianco degli atti di esecuzione, agli "atti delegati": cfr. ID, pp. 607 - 610.

⁸⁹ ID, pp. 605 e 606.

⁹⁰ ID, p. 611; per le modifiche apportate dal Reg. (CE) n. 479/2008 e dal Regolamento (CE) n. 1234/2007, si vedano i parr. 1.2.1 e 1.2.2 del presente Capitolo.

⁹¹ Non potendosi, qui, dare conto dei vari provvedimenti nazionali che hanno, nel tempo, interessato il settore vitivinicolo, dando vita a una normativa alquanto contorta e "stratificata", ci si limiterà a ripercorrere alcuni fondamentali passaggi, di specifico interesse per l'argomento in oggetto e necessari per comprendere a pieno la portata della (recente) l. n. 238/2016 (su cui, v. *infra*).

⁹² Sul Reg. (CE) n. 1234/2007, istitutivo della OCM unica e sull'inserimento, in essa, delle disposizioni contenute nel Reg. (CE) n. 479/2008 (OCM vino), ad opera del Reg. (CE) n. 491/2009, si veda il par. 1.2.2 del presente Capitolo.

applicabile al settore vitivinicolo, più completo. La predisposizione di un *Testo Unico della vite e del vino*, i cui “germogli” si scorgono nelle considerazioni appena riportate, ha percorso un cammino più travagliato del previsto. Svareti i nodi problematici che ne hanno ritardato l’adozione: la difficoltà di conciliare interessi confliggenti tra loro, la necessità di operare un ravvicinamento della normativa nazionale a quella europea, la preservazione e la valorizzazione delle differenze storico-culturali che caratterizzano le varie realtà produttive locali, per citarne solo alcuni⁹³. A riprova di quanto sopra esposto, nelle more delle discussioni, è stato emanato il d.l. 24 giugno 2014, n. 91, convertito con modificazioni nella l. 11 agosto 2014, n. 116⁹⁴, al fine di predisporre alcune misure che si rendevano immediatamente necessarie per adeguare la normativa italiana al Reg. (UE) n. 1308/2013, apportando, in particolare, modificazioni alla l. 20 febbraio 2006, n. 82⁹⁵.

La l. 12 dicembre 2016, n. 238, "Disciplina organica della coltivazione della vite e della produzione e del commercio del vino"⁹⁶, entrata in vigore il 12 gennaio 2017 e conosciuta, non del tutto propriamente, come "Testo Unico del vino", rivede, aggiorna e razionalizza, la normativa nazionale vigente nel settore, raggruppandola in 90 articoli. Il T.U. del vino ha rappresentato un importante passo in avanti per quel che riguarda il settore vitivinicolo: oltre a dichiarare espressamente, per la prima volta, che il vino e i territori viticoli fanno parte del patrimonio culturale italiano⁹⁷, la l. n. 238/2016 realizza una rilevante semplificazione delle pratiche e delle procedure amministrative concernenti il settore vitivinicolo, in risposta alla pressante esigenza di “alleggerimento” burocratico del settore. Inoltre, essa costituisce l’occasione per introdurre alcune novità per quel che riguarda, tra

⁹³ JESU, *La nuova disciplina vitivinicola*, Rimini, 2017, p. 38.

⁹⁴ Legge 11 agosto 2014, n. 116, «Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 24 giugno 2014, n. 91, recante disposizioni urgenti per il settore agricolo, la tutela ambientale e l'efficientamento energetico dell'edilizia scolastica e universitaria, il rilancio e lo sviluppo delle imprese, il contenimento dei costi gravanti sulle tariffe elettriche, nonché per la definizione immediata di adempimenti derivanti dalla normativa europea», pubblicata nella G.U. 20 agosto 2014, n. 192.

⁹⁵ Legge 20 febbraio 2006, n. 82, «Disposizioni di attuazione della normativa comunitaria concernente l'Organizzazione comune di mercato (OCM) del vino», pubblicata in G.U. 13 marzo 2006, n.60.

⁹⁶ Pubblicata nella G.U. n. 302 del 28 dicembre 2016.

⁹⁷ Si tratta dell’art. 1 del T.U. vino, su cui si veda, più approfonditamente, il par. 1.8 del presente Capitolo.

l'altro, la produzione, la commercializzazione e il sistema dei controlli nel settore vinicolo, definendo norme puntuali relativamente, tra le altre cose, alle denominazioni d'origine, alle indicazioni geografiche e alle procedure di etichettatura e presentazione dei vini⁹⁸.

Tornando, ora, al nuovo regolamento sulla OCM unica, esso mantiene la macro-struttura che caratterizzava quello precedente⁹⁹, mentre molte norme hanno subito una ricollocazione spaziale per eliminare l'appesantimento che era stato generato dai numerosi articoli qua e là inseriti al fine di incorporare, nel 2009, l'OCM vino nel Reg. (CE) n. 1234/2007¹⁰⁰.

Il settore vitivinicolo conserva, sostanzialmente, la previgente impostazione, salvo alcune variazioni che interessano, in special modo, la gestione degli impianti vitivinicoli¹⁰¹.

Altra novità contenuta nelle norme sulla OCM unica del 2013 riguarda le definizioni di DOP e IGP vitivinicole. Prima di esaminarla nel merito, occorre premettere che, similmente alla precedente normativa di settore¹⁰², ai sensi dell'art. 93, par. 1, lett. a), per “denominazione di origine” di un vino si intende il nome di una regione, di un luogo

⁹⁸ Cfr. <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/12012> per quel che concerne i decreti applicativi del T.U. vino, nonché circolari e pareri; BRANDI, *Le violazioni in materia di potenziale vitivinicolo previste dal nuovo T.U. del vino: tra sanzioni amministrative e tutela penale*, in *Dir. giur. agr. alim. amb.*, 2018, n. 1, p. 1., il quale, nello specifico, svolge alcune riflessioni circa la tecnica redazionale utilizzata dal legislatore nell'introdurre le sanzioni di cui al Titolo VII del T.U. vino, con particolare riferimento alle violazioni in materia di potenziale vitivinicolo.

⁹⁹ Il Reg. (UE) n. 1308/2013 risulta così suddiviso: Parte I (Disposizioni introduttive); Parte II (Mercato interno), a sua volta ripartita in Titolo I (Intervento sul mercato) e Titolo II (Norme applicabili alla commercializzazione e alle organizzazioni di produttori); Parte III (Scambi con i Paesi terzi); Parte IV (Regole di concorrenza); Parte V (Disposizioni generali); Parte VI (Delega di potere, disposizioni di esecuzione e disposizioni transitorie e finali). Si aggiungono, in calce al documento, quattordici Allegati.

¹⁰⁰ APPIANO, *Le riforme del 2013 sulla OCM vino*, in *Contratto e impresa/Europa*, n. 1, 2014, pp. 454 e 455.

¹⁰¹ ID, pp. 455 e ss. La novità di maggior rilievo, infatti, è rappresentato dal passaggio dal sistema dei diritti di impianto a quello delle autorizzazioni: sul punto, *ex multis*, cfr. LUCIFERO, *Profili pubblicistici e profili privatistici delle autorizzazioni di impianto e di reimpianto di vigneti*, in *Riv. dir. agr.*, 2017, I, pp. 476 ss. e TONUT, *Dai diritti alle autorizzazioni: breve disamina sul passaggio al nuovo sistema di regolazione dell'impianto dei vigneti*, in *Riv. dir. alim.*, 4/2017, pp. 34 ss.

¹⁰² Si vedano le definizioni di DOP e IGP vitivinicole di cui all'art. 118 *ter* del Reg. (CE) n. 1234/2007, come modificato dal Reg. (CE) n. 491/2009.

determinato o, in casi eccezionali e debitamente giustificati, di un paese che serve a designare un prodotto vitivinicolo che soddisfa i seguenti requisiti: «i) la qualità e le caratteristiche del prodotto sono dovute essenzialmente o esclusivamente a un particolare ambiente geografico e ai suoi fattori naturali e umani; ii) le uve da cui è ottenuto il prodotto provengono esclusivamente da tale zona geografica; iii) la produzione avviene in detta zona geografica e iv) il prodotto è ottenuto da varietà di viti appartenenti alla specie *Vitis vinifera*»¹⁰³. Ai sensi della medesima norma, lett. b), per “indicazione geografica” di un vino si intende l’indicazione che si riferisce a una regione, a un luogo determinato o, in casi

¹⁰³ Il 1° giugno 2018 la Commissione europea ha presentato una proposta di modifica, tra gli altri, del Reg. (UE) n. 1308/2013, al fine di adeguarlo ai “nuovi” obiettivi della PAC 2021-2027. Ci si riferisce, nello specifico, al documento «Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council, amending Regulations (EU) No 1308/2013 establishing a common organisation of the markets in agricultural products, (EU) No 1151/2012 on quality schemes for agricultural products and foodstuffs, (EU) No 251/2014 on the definition, description, presentation, labelling and the protection of geographical indications of aromatised wine products, (EU) No 228/2013 laying down specific measures for agriculture in the outermost regions of the Union and (EU) No 229/2013 laying down specific measures for agriculture in favour of the smaller Aegean islands», Bruxelles, 1 giugno 2018, COM(2018) 394 final/2, 2018/0218 (COD). Orbene, all’art. 1, par. 9, della suddetta proposta, vengono suggerite alcune modifiche alla definizione di «Denominazione di origine protetta» di cui all’art. 93, par. 1, lett. a, del Reg. (UE) n. 1308/2013. Secondo la nuova formulazione, «'a designation of origin' means a name which identifies a product, referred to in Article 92(1): (i) whose quality or characteristics are essentially or exclusively due to a particular geographical environment, with its inherent natural factors and, *where relevant* (enfasi aggiunta), human factors; (ii) as originating in a specific place, region or, in exceptional cases, a country; (iii) produced from grapes which originate exclusively from that geographical area; (iv) the production of which takes place in that geographical area; and (v) which is obtained from vine varieties belonging to *Vitis vinifera* or a cross between the *Vitis vinifera* species and other species of the genus *Vitis* (enfasi aggiunta)». Al di là di alcuni cambiamenti nella disposizione del testo, due sono le principali modifiche che è possibile individuare *ictu oculi*: innanzitutto, i fattori umani vengono presi in considerazione solo “ove rilevanti” e sarebbe, pertanto, interessante comprendere come questa valutazione possa essere concretamente svolta; in secondo luogo, per consentire ai produttori di utilizzare varietà di viti più resistenti alle malattie e “adatte” ai cambiamenti climatici in corso, la definizione di DOP vitivinicola viene modificata sì da ricomprendere, tra le varietà utilizzabili, non (più) solo quelle appartenenti alla specie *Vitis vinifera*, ma anche quelle ottenute da un incrocio tra la suddetta specie e altre specie appartenenti al genere *Vitis*. Rimane, invece, invariata la definizione di IGP di cui all’art. 93, par. 1, lett. b, del Reg. (UE) n. 1308/2013.

eccezionali e debitamente giustificati, a un paese, che serve a designare un prodotto vitivinicolo conforme ai seguenti requisiti: «i) possiede qualità, notorietà o altre peculiarità attribuibili a tale origine geografica; ii) le uve da cui è ottenuto provengono per almeno l'85 % esclusivamente da tale zona geografica¹⁰⁴; iii) la 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*»¹⁰⁵.

L'elemento di novità cui si accennava poco sopra, è contenuto nell'art. 93, par. 4, laddove si precisa cosa si intenda per “produzione”, facendo riferimento al par. 1, lett. a), del medesimo articolo (dettante la definizione di DOP) e non anche alla sua lett. b) (che dispone, invece, per i vini IGP), nonostante per entrambi i segni qualitativi si richieda che la produzione avvenga all'interno della zona delimitata¹⁰⁶: «La produzione di cui al paragrafo 1, lettera a), punto iii) comprende tutte le operazioni eseguite, dalla vendemmia dell'uva fino al completamento del processo di vinificazione, esclusi i processi successivi alla produzione»¹⁰⁷.

Inoltre, si segnala, per inciso, che ai sensi del par. 2 del medesimo articolo, taluni nomi, usati tradizionalmente, possono parimenti costituire una denominazione di origine, se fanno

¹⁰⁴ La restante percentuale di uve, massimo 15%, che può essere coltivata al di fuori della zona delimitata, deve, comunque, provenire dallo Stato membro (o dal Paese terzo) in cui la stessa è situata: cfr. art. 93, par. 5.

¹⁰⁵ Si noti il rimando operato dall'art. 26 del T.U. vino alle definizioni di DOP e IGP dettate dall'art. 93 del Reg. (UE) n. 1308/2013, coerentemente con la natura regolamentare dell'atto europeo che non solo non ammetterebbe, sul piano nazionale, normative rispetto ad esso difformi, ma neppure una semplice riproposizione del testo delle sue disposizioni. Diversamente, il già citato d.lgs. n. 61/2010, all'art. 1, si cimentava nel fornire proprie definizioni delle DOP e IGP vitivinicole, nonostante queste fossero già contenute nel Reg. (CE) n. 479/2008.

¹⁰⁶ APPIANO, *Le riforme del 2013 sulla OCM vino*, cit., p. 460. Probabilmente, l'esclusione delle IGP dall'ambito della disposizione in commento era dovuta ad una “svista” delle Istituzioni europee, cui la Commissione tenta di rimediare nella Proposta sopra citata, laddove il par. 4 dell'art. 93, del Reg. (UE) n. 1308/2013, viene modificato sì da ricomprendervi anche la produzione dei vini a IGP: si veda l'art. 1, par. 9, COM(2018) 394 final/2, 2018/0218 (COD), cit. in nota 103.

¹⁰⁷ Ne deriva che le operazioni successive alla produzione (c.d. condizionamento) possono essere effettuate anche al di fuori della zona delimitata: sul punto si tornerà al par. 1.5.1 del presente Capitolo, allorché si affronterà il tema dell'imbottigliamento.

riferimento a un nome geografico e soddisfano gli stessi requisiti, di cui sopra, per le DOP e le IGP¹⁰⁸.

A questo punto, si ritiene opportuno svolgere qualche considerazione sulla funzione dei segni di qualità vitivinicoli, peraltro mutuabili, quasi interamente, con riferimento a quelli applicabili, ai sensi del Reg. (UE) n. 1151/2012, agli altri prodotti agro-alimentari.

Partendo dall'analisi delle definizioni di DOP e di IGP vitivinicole, si nota come il confine tra le due appaia, a prima vista, assai sfumato. A ben vedere, mentre i vini a denominazione d'origine derivano, dal territorio in cui sono state (interamente) coltivate le uve e in cui è avvenuta la produzione, le proprie caratteristiche e qualità, peraltro in modo esclusivo o quantomeno essenziale, le indicazioni geografiche vitivinicole designano quei prodotti il cui legame con la zona di riferimento ben può ridursi alla "mera" reputazione, «notorietà». Trattasi, nel primo caso, di un collegamento vino-territorio valutabile in modo più o meno oggettivo; nel secondo, invece, può venire in rilievo un profilo eminentemente soggettivo. Per i vini a IGP che derivano dal luogo di produzione la "semplice" reputazione, potrebbe, addirittura, sostenersi la loro riproducibilità altrove, senza che vengano necessariamente meno le caratteristiche che li connotano¹⁰⁹. Viene, così, riconosciuta e protetta «un'idea di qualità anche immateriale ed evocativa che non si esaurisce in requisiti tecnici, ed un'idea del territorio come canone di identità che deriva la reputazione del presente da una storia consolidata superando l'astratta riproducibilità tecnica di prodotto e/o di processo»¹¹⁰.

¹⁰⁸ Così, a titolo di esempio, sarà possibile utilizzare la menzione semplificata Brunello per la DOP Brunello di Montalcino, Morellino per la DOP Morellino di Scansano, Vino Nobile per la DOP Vino Nobile di Montepulciano: cfr. GERMANÒ, *Sulle menzioni tradizionali dei vini (a proposito del d.m. 13 agosto 2012)*, in *Dir. giur. agr. alim. amb.*, 2012, n. 10, p. 598.

¹⁰⁹ Per una critica alla protezione delle IGP che derivano dal territorio di produzione "niente più" che la reputazione, si veda BIANCHI, *La politica europea di qualità dei prodotti agroalimentari o della sofisticazione regolamentare. Riflessioni sull'origine dei prodotti e sulla semplificazione dei regimi di qualità*, in GERMANÒ e RUBINO (a cura di), *La tutela dell'origine dei prodotti alimentari in Italia, nell'Unione europea e nel commercio internazionale*, Atti del Convegno, Alessandria, 21-22 maggio 2015, pp. 53 e ss.

¹¹⁰ ALBISINNI, *Marchi e indicazioni geografiche: una coesistenza difficile*, in GERMANÒ e RUBINO (a cura di), *La tutela dell'origine dei prodotti alimentari in Italia, nell'Unione europea e nel commercio internazionale*, cit., p. 216. SMORTO, *Reputazione, fiducia e mercati*, in *Europa e diritto privato*, n.1, 2016, p. 205, definisce

Chiarite le peculiarità delle IGP vitivinicole, si può concludere che la funzione primaria delle indicazioni geografiche sia quella di proteggere e promuovere il nesso esistente tra le qualità, le caratteristiche o la reputazione del prodotto e la sua origine territoriale. A tal fine, l'ordinamento europeo, diversamente da altri¹¹¹, ha predisposto dei segni *ad hoc*, di matrice essenzialmente pubblicistica: le Denominazioni di origine protetta (DOP) e le Indicazioni geografiche protette (IGP), estese, dal 2008, con il regolamento n. 479, ai vini¹¹².

Va, a questo punto, precisato che le indicazioni geografiche non esprimono un territorio qualsiasi, inteso come sede inerte dell'attività produttiva, ma un territorio concepito come "idea"¹¹³. Il concetto di territorio rimanda, cioè, a un complesso reticolo di valori, identità e pratiche, che diventano esse medesime oggetto di veicolazione tramite i segni distintivi¹¹⁴. In altre parole, il territorio – inteso non come mero contenitore, ma come elemento idoneo a "segnare" i prodotti, a incidere sulle caratteristiche degli stessi¹¹⁵ – viene, così, ad acquisire capacità distintiva, concorrenziale.

la reputazione come «ciò che una comunità pensa di un certo soggetto, secondo un giudizio basato sulle sue azioni passate in un contesto dato, nel presupposto che queste siano indicatori affidabili dei comportamenti futuri, così da consentire ai membri di una data comunità di decidere in che modo relazionarsi al soggetto in questione». Quanto testé riportato può essere applicato ai prodotti alimentari (vini inclusi) contrassegnati da una IGP; segno, questo, che comunica ai consumatori una reputazione "conquistata" nel tempo, promettendo, al contempo e implicitamente, che le aspettative dagli stessi riposte, nel prodotto così etichettato e presentato, non verranno disattese. Tuttavia, il termine «notorietà», impiegato nella traduzione italiana dell'art. 93 del Reg. (UE) n. 1308/2013, non sembrerebbe rimandare necessariamente a una fama giustificata da particolari meriti e non parrebbe, pertanto, coincidere del tutto con il concetto di reputazione, qualificandosi, rispetto a quest'ultimo, come un criterio meno rigoroso. Il termine notorietà, infatti, rimanda all'essere "pubblicamente noto", senza dover necessariamente vantare doti reali o presunte (cfr. "notorietà" in Vocabolario Treccani).

¹¹¹ Si veda, a tal proposito, il Capitolo II.

¹¹² V. par. 1.2.1 del presente Capitolo.

¹¹³ Cfr. GERMANÒ, *Le indicazioni geografiche nell'Accordo TRIPs*, in *Riv. dir. agr.*, 2000, I, p. 413.

¹¹⁴ FERRARI, *La dimensione proprietaria delle indicazioni geografiche: uno studio di diritto comparato*, Napoli, 2015, p. 147.

¹¹⁵ Su questo tema si veda la trattazione di ALBISINNI, *Azienda multifunzionale, mercato, territorio: nuove regole in agricoltura*, cit., p. 242.

Il territorio, quindi, è elemento attivo, in grado di determinare la qualità, le caratteristiche o la reputazione di un prodotto, attraverso l'interazione dialogica dei fattori naturali e umani che vi operano, fattori, questi, citati espressamente nella definizione di DOP vitivinicola di cui all'art. 93, par. 1, lett. a), del Reg. (UE) n. 1308/2013. Così, l'oggetto delle indicazioni geografiche è rinvenibile nella relazione tra le caratteristiche fisiche, chimiche e, più genericamente, naturali, proprie di un certo luogo, e il prodotto che da quel luogo trae origine. Allo stesso tempo, le pratiche tradizionali, la cultura e i valori locali vengono considerati fattori (umani) che contribuiscono in misura significativa a delineare l'oggetto di protezione delle indicazioni geografiche¹¹⁶.

Se, quindi, si accetta la premessa che nell'ambito della produzione agricola, i fattori naturali, ossia del suolo, del sottosuolo, del clima e dell'ambiente in generale, lascino, insieme ai fattori umani, ossia quelli tradizionali legati alla comunità locale, una specifica impronta nel prodotto finale "vino", si comprende l'importanza di comunicare al consumatore l'origine dello stesso, così da differenziarlo dagli altri del medesimo genere¹¹⁷ ma definiti, appunto, "da tavola"¹¹⁸.

Dopo averlo più volte citato, merita di essere chiarito il concetto di territorio o, per meglio dire, di *terroir*, adoperando la pronuncia francese che meglio esprime e sostanzia il significato del termine. Secondo la definizione fornita dall'INAO¹¹⁹ e dall'INRA (*Institut*

¹¹⁶ FERRARI, *Il nesso fra origine geografica e qualità dei prodotti agroalimentari: i diversi modelli di tutela europei e nordamericani*, in *Riv. dir. agr.*, 2014, I, pp. 192 e 193.

¹¹⁷ LUCIFERO, *La comunicazione simbolica nel mercato alimentare: marchi e segni del territorio*, in COSTATO, GERMANÒ, ROOK BASILE (a cura di), *Trattato di diritto agrario*, vol. 3, Torino, 2011, p. 338.

¹¹⁸ Per completezza, si segnala che la ragione sottesa al riconoscimento e alla conseguente protezione delle DOP e delle IGP, non risiede unicamente nell'esigenza di garantire ai consumatori la possibilità di effettuare scelte libere, in quanto consapevoli, ma altresì nella meritevolezza di protezione dei diritti dei produttori che operano nella zona delimitata, seguendo le prescrizioni imposte dal disciplinare di produzione di volta in volta considerato: sul punto, su veda il par. 1.7 del presente capitolo.

¹¹⁹ L'INAO è un ente pubblico francese, posto sotto il controllo del Ministero dell'Agricoltura e dell'Alimentazione, che sostituisce, dal 1947, l'originario *Comité national des Appellations d'Origine pour les vins et eaux-de-vie* (CNAO), creato nel 1935. Pur avendo mantenuto l'acronimo "INAO", dal 2006 la corretta denominazione dell'istituto è *Institut National de l'Origine et de la Qualité*. Compito dell'INAO è,

National de la Recherche Agronomique) «Un terroir est un espace géographique délimité, dans lequel une communauté humaine construit au cours de son histoire, un savoir collectif de production, fondé sur un système d'interactions entre un milieu physique et biologique, et un ensemble de facteurs humains. Les itinéraires techniques ainsi mis en jeu, révèlent une originalité, confèrent une typicité, et aboutissent à une réputation, pour un bien originaire de cet espace géographique»¹²⁰. Il *terroir* dell'INAO non sembra così dissimile da come tale concetto viene inteso dall'OIV¹²¹, secondo la quale «Il “terroir” vitivinicolo è un concetto che si riferisce a uno spazio nel quale si sviluppa una cultura collettiva delle interazioni tra un ambiente fisico e biologico identificabile, e le pratiche vitivinicole che vi sono applicate, che conferiscono caratteristiche distintive ai prodotti originari di questo spazio. Il “terroir” include caratteristiche specifiche del suolo, della topografia, del clima, del paesaggio e della biodiversità»¹²².

La somiglianza tra le due definizioni di *terroir*, quella internazionale fornita dall'OIV e quella dell'INAO, non può dirsi causale. Infatti, l'elaborazione del concetto di *terroir* trova le sue origini in Francia¹²³ ed è stato un gruppo di studiosi francesi dell'INRA (supportati dall'INAO) a sollevare, dinanzi all'OIV, la necessità di pervenire ad una definizione di *terroir* dotata di valenza internazionale. La proposta della delegazione francese è stata presa in grande considerazione nel corso dei numerosi simposi organizzati dall'OIV – in cui si è

tra gli altri, di assicurarsi che le indicazioni geografiche francesi non vengano usurpate nei mercati esteri (si veda, a tal proposito, il par. 2.4 del Capitolo II): <https://www.inao.gouv.fr/eng/>.

¹²⁰ *La délimitation des aires d'AOC/AOP, IGP et IG spiritueuses. Les concepts de terroir et de typicité*, INAO, 2016, p. 17.

¹²¹ Risoluzione OIV/VITI 333/2010.

¹²² Sul rapporto tra *terroir* e paesaggio si veda il par. 1.8 del presente Capitolo.

¹²³ Il sistema francese delle *Appellation d'origine contrôlée* (AOC) è il più antico in Europa ed ha ispirato, in molti dei suoi aspetti, il legislatore europeo all'atto dell'istituzione del regime delle DOP e delle IGP. Il concetto di “terroir” ha fortemente permeato, al momento della sua istituzione, il sistema delle AOC: per un'analisi della nascita ed evoluzione del *terroir* e delle AOC francesi, si veda BARHAM, *Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling*, in *Journal of Rural Studies*, 19 (2003), pp. 127 e ss. Per la storia delle AOC francesi, si veda, altresì, il sito internet dell'INAO: <https://www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIQO/Appellation-d-origine-protégée-contrôlée-AOP-AOC>.

discusso della definizione di *terroir* – e, alla fine, ha prevalso sulle posizioni di altri Stati membri dell’Organizzazione, i quali, in ultima analisi, hanno deciso di votare la risoluzione OIV/VITI 333/2010, che delineava il *terroir* nei termini sopra esposti¹²⁴.

Se, da un lato, sono le condizioni pedologiche e climatiche che hanno influenzato la scelta del luogo in cui impiantare i vigneti, dall’altro, sono le condizioni microclimatiche e le caratteristiche dei terreni a determinare la qualità e la reputazione di un vino piuttosto che di un altro. I “fattori naturali”, tuttavia, non bastano a determinare il successo di un vino e la sua capacità di affermarsi nel mercato. Il pregio di un vino, infatti, non può che dipendere, altresì, dall’attività dell’uomo, dalle sue conoscenze e abilità, sia sul piano colturale, sia su quello tecnico e commerciale¹²⁵.

1.4 Il procedimento di registrazione delle DOP e IGP vitivinicole

Si è visto come l’OCM vino del 2008 avesse “accentrato” la decisione sul riconoscimento delle DOP e IGP vitivinicole nelle mani della Commissione. Precedentemente, la scelta di attribuire a un prodotto vitivinicolo un particolare segno di qualità (per l’Italia, DOCG, DOC o IGT) dipendeva da una valutazione tutta interna ai singoli ordinamenti. Il legislatore nazionale aveva, poi, l’obbligo di comunicare alla Commissione i nomi protetti e a ciò conseguiva il riconoscimento “automatico” della tutela da parte dell’Unione europea, che si limitava sostanzialmente a prendere nota delle determinazioni assunte dagli Stati membri in materia. I prodotti contrassegnati, sul piano nazionale, dagli specifici segni di qualità propri di ciascun ordinamento entravano a far parte della famiglia comunitaria delle V.Q.P.R.D. o, in alcuni casi, dei vini da tavola con indicazione geografica.

¹²⁴ Per la cronistoria delle varie fasi che hanno portato all’adozione, da parte dell’OIV, di una definizione internazionale di *terroir*, si veda ASSELIN, FANET, FALCETTI, *Definizione di Terroir in viticoltura ed internazionalizzazione*, in *L’Enologo*, novembre 2012, pp. 82 e 83, <https://www.assoenologi.it/pubblicazioni/rivista-lenologo/>.

¹²⁵ CURBASTRO, *I punti di forza del vino europeo di fronte alla globalizzazione*, in ALBISINNI (a cura di), *Le regole del vino – Disciplina internazionale, comunitaria, nazionale*, cit., pp. 62 e 63.

Con il Reg. (CE) n. 479/2008, il legislatore di Bruxelles non solo ha ritenuto opportuno applicare al settore vitivinicolo i simboli e le sigle previste per la generalità degli altri prodotti agro-alimentari (le DOP e le IGP) ma, e forse come conseguenza di ciò, ha, altresì, modificato la procedura di riconoscimento dei cosiddetti vini di qualità, relegando il vaglio nazionale a una mera “fase preliminare” e attribuendo alla Commissione il potere di pronunciare “l’ultima parola”. Pertanto, se nella vigenza del Reg. (CE) n. 1493/1999 alla tutela nazionale si affiancava, per lo stesso nome, una tutela comunitaria, con l’entrata in vigore dell’OCM del 2008 si sancisce il definitivo superamento di tale duplice protezione¹²⁶.

Secondo la vigente normativa europea, il gruppo di produttori¹²⁷ che realizza il vino di cui desidera ricevere il riconoscimento come DOP o IGP deve rivolgersi, preliminarmente, alle autorità dello Stato membro sul cui territorio si trova la zona tipica¹²⁸. Lo Stato destinatario

¹²⁶ Tuttavia, il Reg. (CE) n. 479/2008 consentiva, ai sensi del suo art. 51, che i vini precedentemente riconosciuti, sulla base delle legislazioni nazionali, come “di qualità” (nel nostro caso, quindi, come DOC, DOCG e IGT) venissero automaticamente protetti dalla Commissione.

¹²⁷ Art. 95, Reg. (UE) n. 1308/2013. Ai sensi di tale articolo, la domanda di protezione di una DOP/IGP potrebbe essere presentata anche da un singolo produttore, ma si tratta di casi eccezionali (si pensi alla DOP “proprietaria” Bolgheri Sassicaia, prodotta unicamente dalla Tenuta San Guido). In tal caso, affinché si proceda al riconoscimento della DOP/IGP e al conferimento della conseguente tutela, dovrà dimostrarsi che il richiedente sia il solo produttore che desideri presentare domanda e che «la zona geografica delimitata possiede caratteristiche che differiscono notevolmente da quelle delle zone limitrofe ovvero le caratteristiche del prodotto sono differenti da quelle dei prodotti delle zone limitrofe». Qualora, in un secondo momento, altri produttori, operanti nella zona delimitata, si conformino al disciplinare di produzione, anch’essi potranno commercializzare il loro vino adoperando la DOP/IGP registrata e ciò quand’anche essa sia costituita dal nome dell’azienda del singolo produttore (originariamente) richiedente, o contenga tale nome. Si veda, a tale proposito, l’art. 3 del Regolamento delegato (UE) n. 2019/33 della Commissione, del 17 ottobre 2018, che integra il regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda le domande di protezione delle denominazioni di origine, delle indicazioni geografiche e delle menzioni tradizionali nel settore vitivinicolo, la procedura di opposizione, le restrizioni dell’uso, le modifiche del disciplinare di produzione, la cancellazione della protezione nonché l’etichettatura e la presentazione (G.U.U.E. L 9, 11 gennaio 2019, p. 2).

¹²⁸ Art. 96, par. 2, Reg. (UE) n. 1308/2013. È possibile ottenere il riconoscimento come DOP/IGP e la conseguente protezione del segno nel territorio dell’UE anche per prodotti vitivinicoli originari di Paesi terzi,

della domanda di protezione¹²⁹, effettuerà una prima verifica della stessa, alla luce dei requisiti posti dall'OCM del 2013 per i vini DOP e IGP, dando adeguata pubblicità all'operazione di vaglio e consentendo a ogni persona fisica o giuridica, avente un interesse legittimo e residente o stabilita sul suo territorio, di presentare opposizioni motivate al riconoscimento del segno di qualità¹³⁰. Qualora non dovessero sussistere le condizioni per qualificare il vino oggetto di verifica come DOP o IGP, lo Stato rigetterà la domanda di protezione; viceversa, trasmetterà alla Commissione un fascicolo di domanda onde consentire alla stessa di procedere al controllo, definitivo, circa il rispetto dei parametri di cui al Reg. (UE) n. 1308/2013¹³¹, informandola, altresì, di eventuali opposizioni ammissibili nonché di procedimenti nazionali che potrebbero incidere sull'*iter* di protezione¹³². Anche questa (successiva) fase europea dovrà essere resa pubblica e decorrerà un termine affinché ogni altro Stato membro (diverso da quello in cui operano i produttori richiedenti), ogni Paese terzo e ogni persona fisica o giuridica, avente un

purché i richiedenti dimostrino, ulteriormente, che la denominazione in questione sia già oggetto di tutela nel Paese di origine (art. 94, par. 3). Le domande di protezione provenienti da Paesi terzi dovranno essere inoltrate alla Commissione mediante le competenti autorità nazionali, oppure direttamente dai produttori richiedenti: v. art. 3, Regolamento di esecuzione (UE) n. 2019/34 della Commissione, del 17 ottobre 2018, recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda le domande di protezione delle denominazioni di origine, delle indicazioni geografiche e delle menzioni tradizionali nel settore vitivinicolo, la procedura di opposizione, le modifiche del disciplinare di produzione, il registro dei nomi protetti, la cancellazione della protezione nonché l'uso dei simboli, e del regolamento (UE) n. 1306/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda un idoneo sistema di controlli (G.U.U.E. L 9, 11 gennaio 2019, p. 46).

¹²⁹ A tale proposito, l'art. 93, Reg. (UE) n. 1308/2013, parla di "fascicolo tecnico". Esso deve contenere: a) il nome di cui è chiesta la protezione; b) il nome e l'indirizzo del richiedente; c) il disciplinare di produzione e d) il documento unico riepilogativo del disciplinare di produzione. Sul disciplinare di produzione si veda il par. 1.5 del presente Capitolo.

¹³⁰ Art. 96, par. 3, Reg. (UE) n. 1308/2013.

¹³¹ Art. 96, parr. 4 e 5, Reg. (UE) n. 1308/2013. La verifica della domanda da parte della Commissione consiste nel controllare che la stessa non contenga errori palesi, prendendo in esame, in particolare, il documento unico e concludendo la relativa procedura tendenzialmente nell'arco di sei mesi [art. 10, Reg. (UE) n. 2019/33].

¹³² Art. 6, Reg. (UE) n. 2019/33.

legittimo interesse e residente o stabilita in uno Stato membro diverso da quello che chiede la protezione o in un Paese terzo, possano avanzare opposizioni motivate¹³³. In tale evenienza, la Commissione metterà in contatto la parte opponente e quella richiedente per tentare di raggiungere un accordo e in caso di esito positivo, essa accoglierà l'istanza di protezione. Tuttavia, qualora vengano apportate modifiche sostanziali alla domanda di registrazione della DOP/IGP, l'istituzione europea procederà a un'ulteriore verifica del rispetto dei requisiti di cui al Reg. (UE) n. 1308/2013. All'opposto, se i contatti tra le parti non dovessero condurre ad alcun accordo, la Commissione negherà protezione all'indicazione geografica¹³⁴.

Qualora la Commissione non dovesse ritenere soddisfatti i requisiti per il riconoscimento della DOP o della IGP, adotterà un atto di esecuzione con il quale rigetterà la domanda¹³⁵; altrimenti, sempre mediante un atto di esecuzione, l'accoglierà e provvederà ad iscrivere il vino, oggetto della procedura, nel registro dei vini DOP e IGP¹³⁶.

¹³³ Si veda l'art. 98 del Reg. (UE) n. 1308/2013. Si segnala, per inciso, che le persone fisiche o giuridiche aventi un interesse legittimo e residenti o stabilite nel territorio dello Stato membro responsabile del vaglio preliminare sulla domanda di protezione della DOP/IGP non sono contemplate dalla disposizione in oggetto, in quanto, per presentare eventuali opposizioni, hanno a disposizione il termine di due mesi che decorre in costanza della procedura nazionale. Per quanto riguarda le persone fisiche o giuridiche residenti o stabilite in un paese terzo, esse potranno avanzare opposizioni passando per il "filtro" delle autorità del Paese terzo o anche direttamente alla Commissione.

¹³⁴ Art. 12, Reg. (UE) n. 2019/33.

¹³⁵ Preliminarmente, ai sensi dell'art. 7 del Regolamento di esecuzione (UE) n. 2019/34, la Commissione informerà le autorità dello Stato membro o del Paese terzo o il richiedente stabilito in uno Stato extraeuropeo dei motivi per i quali la domanda di protezione non sia conforme ai requisiti del Reg. (UE) n. 1308/2013, onde consentire agli interessati di presentare osservazioni o di ritirare/modificare la domanda entro un termine prefissato. Qualora tale termine trascorra invano o le modifiche apportate non consentano di eliminare gli ostacoli al riconoscimento della protezione, la Commissione respingerà, definitivamente, la relativa domanda.

¹³⁶ Cfr. gli artt. 97-99, Reg. (UE) n. 1308/2013. Ai sensi dell'art. 12 del Reg. di esecuzione (UE) n. 2019/34, la Commissione iscrive nel registro elettronico delle DOP/IGP vitivinicole [si tratta della banca dati elettronica *E-Bacchus* di cui all'art. 18 del Reg. (CE) n. 607/2009] le seguenti informazioni: «a) il nome da proteggere come denominazione di origine o indicazione geografica; b) il numero di fascicolo; c) se il nome è protetto come denominazione di origine o come indicazione geografica; d) il nome del paese o dei paesi di origine; e) la data di registrazione; f) il riferimento elettronico all'atto col quale il nome è stato protetto; g) il

Preme brevemente soffermarsi sul fatto che nelle DOP e nelle IGP il tempo – e, quindi, la stabilità nella produzione, la ripetizione di usi locali e costanti, la memoria sociale trasfusa nel procedimento di fabbricazione del prodotto – è elemento determinante nella costruzione della tutela. Nel momento in cui si ottiene la protezione del segno attraverso la registrazione dell’indicazione geografica, «il diritto assegna al tempo trascorso un valore performativo che consente di dare legittimità alla tradizione tramandata, di attribuire ad essa un riconoscimento giuridico e di costituire il fondamento della sua autorità, della sua trasmissibilità»¹³⁷.

Nel caso in cui venisse chiesta la protezione di un nome omonimo o parzialmente omonimo di un’indicazione geografica già registrata, la Commissione dovrà tenere in considerazione gli «usi locali e tradizionali» nonché eventuali rischi di confusione per i consumatori. Qualora si ravvisasse che la registrazione del nome omonimo «induca erroneamente il consumatore a pensare che i prodotti siano originari di un altro territorio», la relativa domanda verrà rigettata. Se non dovesse sussistere tale rischio, la Commissione potrà concedere la protezione della DOP/IGP omonima o parzialmente omonima rispetto a un nome già registrato, purché vengano rispettate specifiche prescrizioni (anche in materia di etichettatura) volte a differenziare adeguatamente i relativi prodotti¹³⁸.

L’art. 101 del Reg. (UE) n. 1308/2013, rubricato «Ulteriori motivi di rigetto della protezione», stabilisce, al suo par. 1, che un nome diventato generico non possa essere protetto dal diritto europeo come denominazione di origine o indicazione geografica e precisa che «per "nome diventato generico" si intende il nome di un vino che, pur riferendosi al luogo o alla regione in cui è stato originariamente prodotto o

riferimento elettronico al documento unico; h) se la zona geografica rientra nel territorio degli Stati membri, il riferimento elettronico alla pubblicazione del disciplinare». Le informazioni contenute nel suddetto registro vengono aggiornate in caso di modifica del disciplinare di produzione (v. par. 1.5 del presente Capitolo).

¹³⁷ DI LAURO, *La tutela dell’origine degli alimenti o la composizione im(possibile) del tempo e dello spazio*, in GERMANÒ e RUBINO (a cura di), *La tutela dell’origine dei prodotti alimentari in Italia, nell’Unione europea e nel commercio internazionale*, cit., pp. 38 e 39.

¹³⁸ Art. 100, par. 1, Reg. (UE) n. 1308/2013.

commercializzato, è diventato il nome comune di un vino nell'Unione», tenendo conto, altresì, della situazione e della percezione esistente nelle «zone di consumo».

Alla luce di quanto detto, un'eventuale opposizione, presentata a norma dell'art. 98 del Reg. (UE) n. 1308/2013, potrà essere argomentata sostenendo – oltre al mancato rispetto delle caratteristiche delle DOP/IGP o della procedura prevista per la presentazione della domanda – l'omonimia (totale o parziale) con un nome precedentemente registrato, tale da indurre in errore i consumatori, o la genericità del termine di cui si chiede la protezione¹³⁹.

Passando, ora, all'esame della normativa nazionale in materia di DOP/IGP vitivinicole, si evidenzia come il cosiddetto T.U. vino, all'art. 32, comma 1, riconosca il ruolo della Commissione come unico e definitivo decisore in merito al riconoscimento di una indicazione geografica, nella misura in cui afferma che la protezione della DOP/IGP vitivinicola consegue all'accoglimento della relativa domanda da parte della sopracitata Istituzione europea. Inoltre, prosegue la medesima disposizione, al comma 2, le modalità di svolgimento della fase nazionale devono essere determinate con decreto del MIPAAF, previa intesa in sede di Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le regioni e le province autonome di Trento e di Bolzano. Nelle more dell'adozione del suddetto decreto, vigono, ancora, le disposizioni di cui al Decreto dell'allora MIPAAF del 7 novembre 2012¹⁴⁰, che detta la «Procedura a livello nazionale per la presentazione e l'esame delle domande di protezione delle DOP e IGP dei vini e di modifica dei disciplinari»¹⁴¹, secondo quanto stabilito dall'allora vigente Reg. (CE) n. 1234/2007 e dal già citato decreto legislativo n. 61/2010.

È interessante notare come l'art. 2 del Decreto MIPAAF del 7 novembre 2012 includa, nel concetto di “gruppo di produttori” di cui alla normativa europea, non solo le associazioni

¹³⁹ Ai sensi dell'art. 11 del Reg. delegato (UE) n. 2019/33, ai motivi di opposizione anzidetti si aggiunge la possibilità che il nome di cui si chiede la registrazione comprometta i diritti del titolare di un marchio: sui rapporti tra indicazioni geografiche e marchi si veda il par. 1.6 del presente Capitolo.

¹⁴⁰ Tale punto viene chiarito nella Circolare Ministeriale n. 0006694 del 30 gennaio 2019, lett. A).

¹⁴¹ G.U. n. 275 del 24 novembre 2012, serie generale. Si veda, per un esame della fase nazionale di valutazione delle domande di riconoscimento delle DOP/IGP vitivinicole, CORTASSA, *Legittimazione ad impugnare il decreto che accoglie la richiesta di modifica del disciplinare di produzione*, in *Riv. dir. alim.*, 4/2017, pp. 82-84.

costituite dall'insieme dei produttori vitivinicoli della denominazione oggetto della domanda, ma anche i Consorzi di tutela, purché essi rispettino i requisiti di rappresentatività, quelli relativi allo statuto e alle strutture e risorse, di cui abbiano la disponibilità, dettati dall'art. 17, comma 3, del d. lgs. n. 61/2010. Pertanto, anche i Consorzi di tutela possono presentare domanda per il riconoscimento di una DOP/IGP, purché, ovviamente, esprimano, così, l'interesse dei produttori che operano all'interno della zona geografica di cui si richiede protezione¹⁴².

Si precisa, inoltre, che la domanda di protezione va innanzitutto indirizzata alla Regione sul cui territorio insiste la produzione interessata e sarà, poi, per il tramite di questa che la relativa documentazione verrà recapitata al MIPAAFT¹⁴³. È la Regione, quindi, a svolgere una prima istruttoria e ad elaborare un primo parere circa il rispetto dei requisiti di cui, oggi, al Reg. (UE) n. 1308/2013¹⁴⁴. Seguirà la valutazione della domanda da parte del Ministero, anche avvalendosi del Comitato nazionale vini DOP e IGP. In caso di esito positivo della verifica, il Ministero, d'intesa con la Regione e la parte richiedente, convocherà la riunione di pubblico accertamento – alla quale possono partecipare tutti i soggetti interessati: enti territoriali, organizzazioni professionali e di categoria, produttori e operatori economici –, successivamente alla quale la domanda verrà sottoposta al vaglio del Comitato nazionale vini DOP e IGP, il quale formulerà il proprio parere e la proposta di disciplinare aggiornata¹⁴⁵. Dopo aver pubblicato la proposta di disciplinare e consentito a chiunque ne abbia interesse di presentare eventuali osservazioni in merito¹⁴⁶, si aprirà la fase europea, con la trasmissione della domanda e della documentazione allegata alla Commissione¹⁴⁷. Si sottolinea, da ultimo, che a decorrere da tale momento, il Ministero, d'intesa con la competente Regione, potrà autorizzare i richiedenti a etichettare i vini, per i quali hanno presentato domanda, come se la relativa DOP/IGP avesse già ottenuto il

¹⁴² Sulle funzioni svolte dai Consorzi di tutela si veda il par. 1.7 del presente Capitolo.

¹⁴³ Art. 4, comma 1, Decreto MIPAAFT del 7 novembre 2012.

¹⁴⁴ Art. 6, Decreto MIPAAFT del 7 novembre 2012.

¹⁴⁵ Art. 7, Decreto MIPAAFT del 7 novembre 2012.

¹⁴⁶ Art. 8, Decreto MIPAAFT del 7 novembre 2012.

¹⁴⁷ Art. 9, Decreto MIPAAFT del 7 novembre 2012.

necessario riconoscimento europeo¹⁴⁸. Tale protezione nazionale è concessa in via puramente transitoria e cesserà la sua efficacia nel momento in cui la Commissione adotterà una propria decisione in merito al riconoscimento della DOP/IGP, sia essa di rigetto o di accoglimento, applicandosi, in quest'ultimo caso, la (più ampia) tutela a livello europeo¹⁴⁹. A conclusione di quanto esposto nelle righe che precedono, si può affermare che la decisione adottata dalle autorità nazionali, all'esito della fase di valutazione preliminare, si qualifichi come mero atto endoprocedimentale, in quanto parte integrante del più ampio procedimento amministrativo previsto per ottenere il riconoscimento, a livello europeo, di una DOP/IGP vitivinicola, che termina con un atto finale della Commissione. Cionondimeno, essa avrebbe l'effetto sostanziale di concludere una delle due fasi del suddetto *iter*, approvando, seppur in via provvisoria, il disciplinare di produzione e ponendosi, evidentemente, in funzione strumentale rispetto alla fase successiva, definitiva, europea¹⁵⁰.

1.5 Il disciplinare di produzione e l'aspetto territoriale delle denominazioni di origine dei vini

Seppur incidentalmente, si è già dato atto dell'importanza del disciplinare di produzione, che deve essere redatto dai produttori richiedenti all'atto della presentazione della domanda di riconoscimento della DOP/IGP; esso subisce un primo scrutinio nel corso della fase nazionale, all'esito della quale può anche essere soggetto a delle modifiche, e, infine, in caso di esperimento positivo dell'intera procedura, viene approvato e pubblicato dalla Commissione europea.

Tra le informazioni che il disciplinare deve necessariamente contenere, l'art. 94, par. 2, del Reg. (UE) n. 1308/2013 comprende: il nome di cui è chiesta la protezione; la descrizione

¹⁴⁸ Art. 32, comma 3, T.U. vino. A tal fine, occorre una specifica domanda del soggetto richiedente: art. 13, comma 1, Decreto MIPAAFT del 7 novembre 2012.

¹⁴⁹ Art. 8, par. 1, Reg. delegato (UE) n. 2019/33.

¹⁵⁰ SALVI, *Tutela dei vini Dop e Igp: procedimento di modifica del disciplinare e valorizzazione del legame col territorio*, in *Riv. dir. alim.*, 3/2014, p. 34.

delle caratteristiche analitiche e organolettiche del vino o dei vini; se del caso, le pratiche enologiche (altrimenti dette “tecniche di cantina”) specifiche utilizzate nell’elaborazione del vino o dei vini nonché le relative restrizioni applicabili a detta elaborazione; la delimitazione della zona geografica interessata; gli elementi che evidenziano il legame prodotto-territorio, diversamente declinato, come si è già sottolineato, a seconda che si tratti di una DOP o di una IGP¹⁵¹. Quest’ultimo onere probatorio sarà, sicuramente, più gravoso per le DOP, chiamate a dimostrare un vero e proprio nesso tra le qualità e le caratteristiche del prodotto e l’area geografica di riferimento, che per le IGP, per le quali potrebbe essere, invece, sufficiente che il vino derivi, dal territorio di ottenimento e dai saperi delle genti che vi abitano, la semplice reputazione¹⁵².

Il disciplinare descrive, quindi, le caratteristiche del territorio e del prodotto, nonché le linee guida che devono essere osservate da chiunque voglia produrre, nella zona geografica delimitata, il vino riconosciuto come DOP/IGP e commercializzarlo con il relativo segno qualitativo¹⁵³. Una volta terminato il procedimento di registrazione, il disciplinare di

¹⁵¹ Per completare l’esposizione del “contenuto minimo” del disciplinare di produzione, si riportano le ulteriori informazioni di cui all’art. 94, par. 2, del Reg. (UE) n. 1308/2013: le rese massime per ettaro; un’indicazione della o delle varietà di uve da cui il vino o i vini sono ottenuti; le condizioni applicabili previste dalla legislazione unionale o nazionale oppure, se così previsto dagli Stati membri, da un’organizzazione che gestisce la designazione di origine protetta o l’indicazione geografica protetta, tenendo conto del fatto che tali condizioni devono essere oggettive, non discriminatorie e compatibili con il diritto dell’Unione; il nome e l’indirizzo delle autorità o degli organismi che verificano il rispetto delle disposizioni del disciplinare di produzione, nonché le relative attribuzioni. Si sottolinea, altresì, che l’art. 35 del T.U. vino prescrive ulteriori indicazioni obbligatorie che devono essere presenti nei disciplinari, tra cui: il titolo alcolometrico volumico minimo totale richiesto al consumo e il titolo alcolometrico volumico minimo naturale potenziale delle uve alla vendemmia; la resa massima di uva a ettaro e la relativa resa di trasformazione in vino o la resa massima di vino per ettaro sulla base dei risultati quantitativi e qualitativi del quinquennio precedente; le condizioni ambientali e di produzione, che comprendono, in particolare, le caratteristiche naturali, quali il clima, il terreno, la giacitura, l’altitudine, l’esposizione e le norme per la viticoltura, quali le forme di allevamento, i sistemi di potatura, ecc.

¹⁵² LUCIFERO, *La comunicazione simbolica nel mercato alimentare: marchi e segni del territorio*, cit., p. 381.

¹⁵³ SALVI, *op. cit.*, p. 32.

produzione diventa una sorta di regolamento, un insieme di regole tecniche¹⁵⁴, cui dovranno conformarsi i produttori del vino DOP/IGP e sulla cui base verranno svolti i relativi controlli di qualità¹⁵⁵.

In seguito all'approvazione del disciplinare, gli stessi soggetti abilitati a presentare domanda di riconoscimento di un'indicazione geografica vitivinicola potranno chiederne la modifica, seguendo, salvo specifiche differenziazioni, la medesima procedura dettata per la registrazione *ex novo* di vini DOP/IGP. Le modifiche al disciplinare di produzione potrebbero rendersi, infatti, necessarie per tener conto dei progressi scientifici e tecnici registrati nella coltivazione delle uve o nelle tecniche di cantina o per rivedere la delimitazione della zona geografica di produzione, incidendo, quindi, sul profilo propriamente territoriale¹⁵⁶. Il già citato Reg. delegato (UE) della Commissione n. 2019/33, all'art. 14, distingue tra «modifiche dell'Unione» e «modifiche ordinarie», sulla base della loro rilevanza. È bene precisare che solamente per le prime si seguirà l'*iter* di approvazione in due fasi, quella preliminare nazionale e quella definitiva europea, già sommariamente descritto per la richiesta di registrazione, *ab origine*, della DOP/IGP¹⁵⁷; quelle cosiddette ordinarie, invece, sono direttamente approvate e pubblicate dallo Stato membro al cui interno è situata la zona geografica tipica¹⁵⁸. Una modifica è considerata «dell'Unione» quando comporti una variazione del nome della DOP/IGP protetta; consista nella variazione, soppressione o aggiunta di una categoria di prodotti vitivinicoli ammessi a beneficiare del relativo segno qualitativo; possa pregiudicare il legame prodotto-territorio oppure, infine, aggiunga nuove restrizioni alla commercializzazione del prodotto. Tutte le altre modifiche, che non rientrano nelle categorie testé richiamate, sono da considerarsi «ordinarie», ivi comprese quelle di carattere solo temporaneo, dettate dall'imposizione, da

¹⁵⁴ AMOROSINO, *La disciplina giuridica del vino: profili di diritto amministrativo*, cit., p. 63.

¹⁵⁵ LUCIFERO, *La comunicazione simbolica nel mercato alimentare: marchi e segni del territorio*, cit., p. 387. Sui controlli di qualità si tornerà nel par. 1.7 del presente Capitolo.

¹⁵⁶ Art. 105, Reg. (UE) n. 1308/2013; cfr. SALVI, *op. cit.*, p. 33.

¹⁵⁷ Art. 15, Reg. delegato (UE) n. 2019/33. Il par. 3 di tale articolo specifica che qualora una domanda di modifica del disciplinare contenga sia elementi tipici di quelle definite «dell'Unione», sia di quelle dette «ordinarie», la Commissione europea prenderà in esame solo le prime.

¹⁵⁸ Art. 17, Reg. delegato (UE) n. 2019/33.

parte delle autorità pubbliche, di misure sanitarie e fitosanitarie obbligatorie o giustificate da calamità naturali o da condizioni meteorologiche sfavorevoli, ufficialmente riconosciute dalle autorità competenti¹⁵⁹.

Venendo, ora, all'aspetto territoriale delle DOP/IGP vitivinicole – e a come esso venga affrontato nel T.U. vino, in particolare agli artt. 29 e 30¹⁶⁰ –, preme, innanzitutto, precisare che le zone di produzione dei vini a denominazione d'origine protetta ben possono ricomprendere, al loro interno, oltre alla zona corrispondente al toponimo registrato come DOP, anche territori ad essa adiacenti o situati nelle sue immediate vicinanze, purché i vini ivi prodotti vantino le medesime caratteristiche fisico-chimiche e organolettiche e vi siano analoghe condizioni ambientali, siano impiantati gli stessi vitigni e praticate le medesime tecniche colturali¹⁶¹. Anche tali vini, quindi, benché provenienti da un'area geografica diversa rispetto a quella indicata nel nome registrato, potranno essere commercializzati fregiandosi della specifica DOP.

Chiarita tale questione, occorre esaminare le ipotesi contemplate ai commi 2 e 4 dell'art. 29, che si occupano, rispettivamente, delle “sottozone” e delle “unità geografiche aggiuntive”.

La distinzione può essere rimarcata ripercorrendo brevemente il caso “Cannubi”, che ha avuto ad oggetto il D.M. 30 settembre 2010 di modifica del disciplinare di produzione dei vini DOP (DOCG, secondo la classificazione italiana) Barolo¹⁶². Il suddetto Decreto ammetteva che la denominazione Barolo fosse seguita dalla menzione geografica aggiuntiva “Cannubi” (indicante la famosa collina posta al centro dell'area protetta), senza ulteriori precisazioni. Alcuni produttori, proprietari di appezzamenti di terreno situati

¹⁵⁹ Art. 14, Reg. delegato (UE) n. 2019/33.

¹⁶⁰ L'art. 30, comma 1, del T.U. vino, ammette che nell'ambito del medesimo territorio coesistano denominazioni di origine e indicazioni geografiche. Inoltre, nulla vieta che più DOCG e DOC facciano riferimento allo stesso nome geografico, anche per contraddistinguere vini diversi; lo stesso dicasi per le IGT (v. comma 2). Tuttavia, le IGT non possono impiegare il nome di una denominazione di origine riconosciuta e viceversa, a meno che non siano parzialmente corrispondenti (v. comma 3).

¹⁶¹ Art. 29, comma 1, T.U. vino.

¹⁶² Per un'esaustiva disamina della vicenda in esame, si veda CORTASSA, *Modifiche del disciplinare di produzione dei vini DOC. Il caso “Cannubi”*, in *Riv. dir. alim.*, 1/2017, pp. 55 e ss.

proprio sulla collina del Cannubi, avevano impugnato il D.M. 30 settembre 2010 dinanzi al Tar del Lazio, sostenendo l'opportunità di affiancare, per alcune produzioni, pur situate nella collina del Cannubi, all'indicazione aggiuntiva in esame ulteriori specificazioni geografiche (quali "Cannubi boschis", "Cannubi Muscatel" ecc.). Il Tar del Lazio aveva accolto il ricorso¹⁶³, sostenendo che la modifica del disciplinare operata dal suddetto Decreto avrebbe potuto comportare un rischio di confusione per i consumatori, indotti a ritenere che tutti i vini Barolo, etichettati con la menzione geografica aggiuntiva "Cannubi", senza altre precisazioni, avrebbero avuto le medesime peculiari caratteristiche dovute alle condizioni climatiche-ambientali e tradizionali della collina Cannubi. Partendo dall'errato presupposto che ad ogni menzione geografica aggiuntiva corrisponda un vino avente caratteristiche diverse, il Tar del Lazio ha dimostrato di confondere, tra loro, le sottozone e le unità geografiche aggiuntive (per recuperare la terminologia utilizzata, oggi, dal T.U. vino).

Il Consiglio di Stato¹⁶⁴, cui aveva fatto ricorso l'allora Ministero delle Politiche Agricole e Forestali, e, infine, le Sezioni Unite della Cassazione¹⁶⁵, cui si erano rivolti i produttori ricorrenti in primo grado, hanno colto l'occasione per fare chiarezza sulla differenza tra le due categorie sopra citate e sulle diverse informazioni che, una volta riportate in etichetta, esse veicolano al consumatore.

Ricomponendo il quadro normativo di riferimento¹⁶⁶, si segnala, *in primis*, che tanto le sottozone quanto le unità geografiche aggiuntive possono essere previste solamente all'interno di aree vocate alla produzione di vini DOP. Ai sensi del comma 2 dell'art. 29 del T.U. vino, le sottozone devono: essere espressamente delimitate nei rispettivi disciplinari di

¹⁶³ TAR Lazio, n. 5033 del 4 giugno 2012.

¹⁶⁴ Consiglio di Stato, n. 4883 del 3 ottobre 2013.

¹⁶⁵ Corte Suprema di Cassazione, Sez. Unite, Sent., 17 novembre 2016, n. 23395.

¹⁶⁶ Si precisa, che nel ricostruire la differenza tra "sottozone" e "indicazioni geografiche aggiuntive", il Consiglio di Stato prende a riferimento la L. n. 164 del 1992. Infatti, come si evince dal punto 5.5. della citata sentenza, «sebbene il D.M. impugnato sia stato emanato quando già era entrato in vigore il d. lgs. n. 61 del 2010, gran parte del procedimento che ha portato all'emanazione del D.M. si è svolto nella vigenza della legge n. 164 del 1992. Peraltro, ai fini della presente decisione non appaiono rilevanti le modifiche apportate dal nuovo decreto legislativo alle precedenti disposizioni regolanti la materia».

produzione; poter vantare peculiarità ambientali o tradizionalmente note; essere designate con uno specifico nome geografico, storico-geografico o amministrativo, e, infine, essere disciplinate più rigidamente. Diversamente, il comma 4 dell'art. 29, dedicato alle unità geografiche aggiuntive – «più piccole della zona di produzione della denominazione» –, non pretende che i vini prodotti in tali aree siano ottenuti mediante regole di produzione più severe rispetto a quelle applicabili agli altri vini della DOP in questione. Infatti, si richiede semplicemente che il prodotto ottenuto all'interno della specifica unità geografica sia vinificato separatamente, che le suddette unità vengano espressamente delimitate e indicate in appositi allegati ai disciplinari e corrispondano a «comuni, frazioni o zone amministrative ovvero ad aree geografiche locali definite». Peraltro, con riguardo a quest'ultimo aspetto, si segnala una mancanza di chiarezza nel riferimento ad ambiti territoriali generici e difficilmente inquadrabili, quali le “zone amministrative” e le “aree geografiche locali definite”¹⁶⁷.

Il Consiglio di Stato ha, quindi, chiarito che le unità geografiche aggiuntive assolvono alla funzione (più limitata) di indicare con maggior precisione il luogo di produzione dei vini; diversamente, per le sottozone il disciplinare di produzione prevede anche una diversa modalità produttiva che consente di caratterizzare il prodotto in termini più puntuali e specifici¹⁶⁸. Nel caso di specie, la menzione “Cannubi” seguita da altri toponimi (ad esempio, “Cannubi Muscatel”), non sottenderebbe una diversa modalità produttiva rispetto a quella impiegata per l'ottenimento dei vini presentati con l'indicazione “Cannubi” *tout court*. Di conseguenza, ha ritenuto il Consiglio di Stato, fermo restando che i produttori della collina Cannubi hanno la legittima facoltà di meglio caratterizzare i propri vini mediante il ricorso a unità geografiche aggiuntive quali “Cannubi Muscatel”, “Cannubi Boschis” ecc., imporre loro l'utilizzo della menzione “Cannubi” unitamente ad altre specificazioni geografiche rischierebbe, questo sì, di indurre i consumatori in errore¹⁶⁹.

¹⁶⁷ CORTASSA, *Modifiche del disciplinare di produzione dei vini DOC. Il caso “Cannubi”*, cit., p. 60.

¹⁶⁸ Consiglio di Stato, n. 4883 del 3 ottobre 2013, punti 6 e 7. Un esempio di sottozona è rappresentato dalla menzione “Colli senesi”, riferita al vino Chianti DOP.

¹⁶⁹ Si vedano i punti 13, 13.1 e 13.2 della sopracitata sentenza. In particolare, il rischio di confusione per i consumatori riguarderebbe la menzione “Cannubi Muscatel” che potrebbe indurli a una indebita associazione

Pertanto, il Consiglio di Stato – le cui valutazioni in merito alla distinzione tra sottozona e unità geografiche aggiuntive sono state, poi, riprese e avvallate dalle Sezioni Unite della Corte di Cassazione – ha accolto il ricorso dell’allora Ministero delle Politiche Agricole e Forestali e confermato il D.M. 30 settembre 2010.

1.5.1 L’imbottigliamento all’origine

L’intenso legame esistente tra il vino e il “suo” territorio si manifesta, altresì, nell’obbligatorio svolgimento di tutte le fasi della produzione all’interno della zona tipica, sia che si tratti di una DOP, sia che si tratti di una IGP¹⁷⁰. Si potrebbe addirittura sostenere che la definizione di DOP e di IGP vitivinicola sia più rigorosa di quella dettata dal legislatore europeo per gli altri prodotti agro-alimentari¹⁷¹, ai sensi della quale pare sufficiente, seppur limitatamente alle indicazioni geografiche protette, che *almeno una* delle fasi della produzione abbia luogo nell’area territoriale indicata nel disciplinare¹⁷².

Tuttavia, l’art. 5 del Reg. delegato (UE) n. 2019/33 offre ai produttori la possibilità di vinificare i vini DOP/IGP al di fuori della zona geografica delimitata¹⁷³, purché nelle sue immediate vicinanze e a condizione che lo preveda il disciplinare¹⁷⁴. Tale deroga, peraltro,

con il vino Moscato, il quale ha caratteristiche notoriamente molto diverse da quelle proprie del vino Barolo (cfr. punti 11 e 12).

¹⁷⁰ Si veda, a tal proposito, il già citato art. 93, par. 1, lett. a), punto iii) e lett. b), punto iii), del Reg. (UE) n. 1308/2013.

¹⁷¹ SALVI, *op. cit.*, p. 38.

¹⁷² Cfr. art. 5, parr. 1 e 2, del Reg. (UE) n. 1151/2012 (cit. in nota 29).

¹⁷³ Si veda l’art. 109 del Reg. (UE) n. 1308/2013 che delega la Commissione a stabilire le eventuali deroghe relative alla produzione nella zona geografica delimitata.

¹⁷⁴ Nello specifico, l’art. 5 del Reg. delegato (UE) n. 2019/33 consente di procedere alla vinificazione «in una zona nelle immediate vicinanze della zona geografica delimitata di cui trattasi», oppure «in una zona situata nella stessa unità amministrativa o in un’unità amministrativa limitrofa», o, ancora, nel caso dei vini spumanti o frizzanti, «al di là delle immediate vicinanze della zona geografica delimitata se tale pratica era in uso anteriormente al 1° marzo 1986».

è contenuta anche nel T.U. vino, tra le prescrizioni che, ai sensi dell'art. 35, comma 2, possono essere *facoltativamente* inserite nei disciplinari di produzione.

A ben vedere, essa appare non del tutto coerente con l'esigenza di tutelare l'aspettativa del consumatore a veder garantita la qualità e l'autenticità del vino mediante la certificazione del legame storico esistente tra prodotto e area geografica di riferimento, la cui valorizzazione aveva ispirato la giurisprudenza, prima, e la normativa europea e nazionale, poi, in materia di imbottigliamento in zona di origine¹⁷⁵.

L'imbottigliamento dei vini rientra tra quelle operazioni finali¹⁷⁶, preparatorie al consumo, che vengono svolte al fine di vendere il prodotto in condizioni di alimento pronto e a cui, nella prassi, ci si riferisce con il termine "condizionamento"¹⁷⁷. Si consideri che esso, solitamente, non si riduce al mero riempimento di recipienti vuoti, ma comporta, prima del travaso, una serie di complessi interventi enologici (filtraggio, chiarificazione, trattamento a freddo ecc.) i quali, se non sono eseguiti correttamente, possono nuocere alla qualità del vino e comprometterne le caratteristiche¹⁷⁸.

¹⁷⁵ SALVI, *op. cit.*, pp. 39 e 40.

¹⁷⁶ Oltre all'imbottigliamento, si pensi all'affettatura, grattugiatura, lavaggio ecc., operazioni, queste, che potrebbero rendersi necessarie con riferimento ad altri prodotti agro-alimentari.

¹⁷⁷ Sul punto, si veda BORGHI, *L'insostenibile leggerezza delle versioni linguistiche: condizionamento e confezionamento dei prodotti DOP e IGP nel recente regolamento UE n. 1151/2012*, in *Riv. dir. alim.*, 3/2013, pp. 29 e ss, il quale evidenzia il legame di genere a specie esistente tra i termini condizionamento e confezionamento, essendo, quest'ultimo, solamente *una* delle operazioni finali, preparatorie al consumo. Di conseguenza, appare erroneo il riferimento, nella versione italiana del Reg. (UE) n. 1151/2012, al secondo e non al primo, essendo tale "svista" dei servizi di traduzione della Commissione potenzialmente foriera di equivoci tutt'altro che meramente formali. Infatti, ai sensi dell'art. 7, par. 1, lett. e), del Reg. (UE) n. 1151/2012, parrebbe che i disciplinari di produzione possano dettare requisiti più stringenti unicamente con riguardo al confezionamento del prodotto e non anche, come sarebbe stato invece opportuno, ad altre operazioni parimenti rientranti nel più ampio concetto di condizionamento.

¹⁷⁸ Così si esprime MASINI, *Sull'imbottigliamento in zona di origine: conflitto di filiera e modello di sviluppo territoriale*, in *Riv. dir. alim.*, 2/2012, p. 55, il quale richiama la "definizione" di imbottigliamento data dalla Corte di Giustizia nella celebre sentenza 16 maggio 2000, causa C-388/95, Regno del Belgio c. Regno di Spagna, su cui ci si soffermerà nelle righe che seguono.

Non di rado, i disciplinari di produzione dei vini DOP e IGP prevedono che la fase dell'imbottigliamento avvenga all'interno della zona delimitata, al fine di preservare lo stretto collegamento con il territorio anche nella fase successiva alla coltivazione e vinificazione, dare certezza della provenienza del prodotto, nel rispetto degli obiettivi di tracciabilità e, infine, tutelare il consumatore contro eventuali contraffazioni¹⁷⁹.

Ora, la possibilità di esercitare una simile opzione non è sempre stata pacifica. In diverse occasioni, infatti, la Corte di Giustizia (e i giudici nazionali) sono stati chiamati a esprimersi circa la previsione, nei disciplinari, dell'obbligo dell'imbottigliamento all'origine, sotto il profilo del suo potenziale contrasto con le regole del mercato interno europeo. Preme sottolineare, benché risulti alquanto ovvio, che una siffatta indicazione, se contenuta nel disciplinare di produzione, avrebbe l'effetto di negare l'utilizzo della DOP/IGP a quelle imprese vitivinicole che non dovessero rispettarla, trasportando il vino sfuso all'esterno della zona delimitata per procedere, poi, al suo imbottigliamento.

Occorre chiedersi, quindi, quale sia la fase ultima in cui il legame prodotto-territorio meriti di essere preservato; in altri termini: in quale momento il luogo di origine di un vino cessa di essere rilevante per il mantenimento (o per la costruzione) delle sue caratteristiche o, si badi bene, della sua reputazione¹⁸⁰ e si configurino delle misure restrittive degli scambi intracomunitari (o di effetto equivalente), vietate dall'art. 34 del TFUE perché contrarie al principio della libera circolazione delle merci all'interno del mercato europeo.

La Corte di Giustizia si è trovata a rispondere a questi quesiti con il celebre caso "Rioja", avente ad oggetto un Regio Decreto spagnolo (n. 157/1988) che tutelava il vino classificato V.Q.P.R.D., prodotto nella regione Rioja, vietando l'assegnazione di tale segno qualitativo – e la conseguente possibilità di utilizzarlo a fini commerciali – al vino esportato sfuso e imbottigliato fuori da tale zona¹⁸¹.

¹⁷⁹ IBIDEM.

¹⁸⁰ ID, p. 56.

¹⁸¹ BORRACCETTI, *La tutela del vino di qualità può ammettere una deroga al divieto di misure di effetto equivalente: il caso Rioja*, in *Riv. dir. agr.*, 2000, II, p. 306.

Preme ripercorrere l'*iter* argomentativo seguito dalla Corte di Giustizia, per porre in luce l'evoluzione del suo approccio al tema dell'imbottigliamento in zona di origine e, si potrebbe dire, più in generale, del condizionamento.

Infatti, in un primo momento¹⁸², i Giudici di Lussemburgo dichiaravano che il Regno di Spagna non aveva dimostrato che l'imbottigliamento del vino nella regione di produzione fosse in grado di conferirgli caratteristiche particolari o si configurasse come operazione indispensabile per il mantenimento delle specifiche qualità¹⁸³. Pertanto, il Regio Decreto spagnolo si poneva in contrasto con il diritto comunitario e, segnatamente, con l'art. 34 TFUE, nella misura in cui comportava un effetto restrittivo alle esportazioni, operando una discriminazione tra il vino trasportato sfuso all'interno della zona tipica della Rioja – il quale conservava il diritto all'utilizzo della denominazione – e quello commerciato in botti all'esterno della stessa¹⁸⁴.

Nella seconda sentenza sul vino Rioja¹⁸⁵, la Corte di Giustizia, pur mantenendo l'assunto di partenza, ovverosia la contrarietà della normativa spagnola all'art. 34 TFUE¹⁸⁶, giunge alla diversa conclusione che essa possa dirsi giustificata perché rientrante in una delle deroghe di cui all'art. 36 TFUE e, precisamente, in quella posta a tutela della proprietà industriale e commerciale. Il Regio Decreto spagnolo, infatti, nell'imporre, ai fini dell'utilizzazione della denominazione di origine Rioja, l'imbottigliamento nella zona di origine, costituiva certamente una misura restrittiva delle correnti di scambio, che risultava, tuttavia, preordinata alla tutela dell'oggetto specifico di quei particolari diritti della proprietà intellettuale rappresentati, a quel tempo, dal segno qualitativo europeo V.Q.P.R.D.¹⁸⁷.

È proprio sull'individuazione e caratterizzazione dell'oggetto specifico delle indicazioni geografiche che si innesta l'evoluzione del ragionamento della Corte, che ribalterà la

¹⁸² Sentenza del 9 giugno 1992, *Delhaize et Le Lion*, causa C-47/90.

¹⁸³ V. punti 19, 21 e 23, sentenza del 9 giugno 1992, *Delhaize et Le Lion*, causa C-47/90

¹⁸⁴ V. punto 27, sentenza del 9 giugno 1992, *Delhaize et Le Lion*, causa C-47/90; cfr. BORRACCETTI, *La tutela del vino di qualità può ammettere una deroga al divieto di misure di effetto equivalente: il caso Rioja*, cit., pp. 306 e 307.

¹⁸⁵ Trattasi della già citata sentenza 16 maggio 2000, causa C-388/95, Regno del Belgio c. Regno di Spagna.

¹⁸⁶ V. punti 41 e 42, sentenza 16 maggio 2000, causa C-388/95, Regno del Belgio c. Regno di Spagna.

¹⁸⁷ V. punti 75 e 76, sentenza 16 maggio 2000, causa C-388/95, Regno del Belgio c. Regno di Spagna.

precedente pronuncia¹⁸⁸. Se nel 1990 i Giudici di Lussemburgo avevano ritenuto che l'obbligo di imbottigliamento in loco non fosse giustificabile perché non indispensabile per imprimere particolari qualità al vino o mantenerne le caratteristiche "materiali", cinque anni più tardi gli stessi Giudici hanno ampliato la funzione e l'oggetto delle denominazioni di origine, affermando che esse possono godere di una notevole reputazione presso i consumatori e costituire, per i produttori che ne hanno diritto, un mezzo essenziale per garantirsi una clientela¹⁸⁹. È quindi meritevole di tutela anche il *segno* qualitativo, in quanto veicolo dell'*immagine*¹⁹⁰ di cui il prodotto gode presso gli acquirenti e a cui conseguono determinate aspettative. L'imbottigliamento in zona di origine, conclude la Corte di Giustizia, si rivela, in questo caso, necessario per preservare la reputazione del vino Rioja, poiché assicura agli operatori della suddetta regione di poter esercitare un controllo anche su questa fase finale, con lo scopo di meglio salvaguardare la qualità del prodotto e, di conseguenza, la reputazione della denominazione, di cui i beneficiari assumono, pienamente e collettivamente, la responsabilità¹⁹¹. Viene, così, riconosciuto rilievo giuridico alla dimensione di «filiera»¹⁹².

Tali valutazioni sono state, poi, riprese in altre sentenze della Corte di Giustizia in materia di condizionamento di prodotti agro-alimentari¹⁹³ e, più specificamente, in alcune pronunce dei giudici nazionali aventi ad oggetto l'imbottigliamento dei vini¹⁹⁴.

¹⁸⁸ Cfr. RIZZIOLI, *Il condizionamento dei prodotti con denominazione di origine*, in *Riv. dir. agr.*, 2003, II, p. 461.

¹⁸⁹ V. punto 55, sentenza 16 maggio 2000, causa C-388/95, Regno del Belgio c. Regno di Spagna.

¹⁹⁰ V. punto 56, sentenza 16 maggio 2000, causa C-388/95, Regno del Belgio c. Regno di Spagna.

¹⁹¹ V. punto 58, sentenza 16 maggio 2000, causa C-388/95, Regno del Belgio c. Regno di Spagna.

¹⁹² In questi termini si esprime ALBISINNI, *Marchi e indicazioni geografiche: una coesistenza difficile*, cit., p. 209.

¹⁹³ Per citarne alcune, si pensi alla sentenza della Corte di Giustizia relativa all'affettatura e al confezionamento del Prosciutto di Parma (sentenza del 20 maggio 2003, causa C-108/01, Consorzio del Prosciutto di Parma – Salumificio S. Rita c. Asda Stores) e a quella sulla grattugiatura e confezionamento del Grana Padano (sentenza del 20 maggio 2003, causa C-469/00, Ravil SARL c. Biraghi spa). Per un commento a tali pronunce si veda BORRACCETTI, *Trasformazione di un prodotto e suo confezionamento nel rispetto delle denominazioni di origine*, in *Riv. dir. agr.*, 2003, II, pp. 447 e ss.; CAPELLI, *Il condizionamento dei prodotti contrassegnati con «dop» e «igp» secondo le nuove disposizioni inserite nel regolamento CEE n. 2081/92*

Sulla scorta degli approdi giurisprudenziali, il legislatore, europeo e italiano, ha introdotto la possibilità di inserire, nei disciplinari di produzione, tra gli elementi facoltativi, l'imbottigliamento nella zona delimitata come condizione per l'utilizzo della relativa denominazione.

Oggi, in virtù della delega di cui all'art. 109 del Reg. (UE) n. 1308/2013 – che demanda alla Commissione il compito di individuare eventuali requisiti supplementari per l'utilizzo delle DOP/IGP, che possono essere inclusi nei disciplinari di produzione – l'art. 4 del Reg. delegato (UE) n. 2019/33 ammette che gli operatori interessati possano imporre l'imbottigliamento in zona di origine, purché l'esercizio di tale opzione risulti adeguatamente motivata. In altri termini, si dovrà giustificare la scelta alla luce delle esigenze di «salvaguardare la qualità, garantire l'origine o assicurare il controllo» delle produzioni cosiddette di qualità, tenendo conto delle «norme in materia di libera circolazione delle merci e di libera prestazione dei servizi».

Anche il T.U. vino, tra le indicazioni che facoltativamente possono essere inserite nei disciplinari di produzione, include l'imbottigliamento all'interno dell'area territoriale di riferimento¹⁹⁵. Si tratta, appunto, di un elemento eventuale, non necessario per la completezza del disciplinare; pertanto, qualora all'interno dello stesso non figuri alcuna disposizione di tal guisa, sarà possibile procedere all'imbottigliamento del vino anche oltre i confini della zona delimitata. Se, però, si optasse per inserire, nel rispettivo disciplinare di

sulle denominazioni di origine, in *Diritto comunitario e degli scambi internazionali*, n. 1, 2003, pp. 105 e ss.; COSTATO, *Tracciabilità e territorio: il confezionamento delle DOP e delle IGP in loco*, in *Dir. giur. agr. amb.*, n. 5, 2003, pp. 294 e ss.

¹⁹⁴ Si pensi alla pronuncia sul vino Frascati DOC (TAR Lazio, 1° marzo 1999, n. 763 e Cons. Stato, 9 ottobre 2000, n. 5388), a quella sul vino Chianti Classico DOCG (TAR Lazio, 5 novembre 1998, n. 1818 e Cons. Stato, 12 dicembre 2000, n. 6567), a quella relativa al vino Soave (TAR Lazio, 8 gennaio 2003, n. 1670) e a quella sul vino Vermentino di Sardegna (TAR Sardegna, 8 marzo 2012, n. 268). Per un commento, si vedano, rispettivamente, ALBISINNI, *Il Frascati, il Chianti e la via della Svizzera. Vini doc, imbottigliamento in zona di produzione e libertà dei commerci*, in *Dir. giur. agr. amb.*, n. 10, 1999, pp. 517 e ss.; SABBATINI, *Imbottigliamento e territorio: il caso «Soave»*, in *Dir. giur. agr. amb.*, n. 2, 2005, pp. 77 e ss.; MASINI, *op. cit.*, pp. 55 e ss.

¹⁹⁵ Si veda, a tale proposito, l'art. 35, comma 2, del T.U. vino.

produzione, l'obbligo di imbottigliamento all'interno della zona tipica, senza prevedere alcuna eccezione, allora sarebbero inammissibili anche eventuali provvedimenti adottati dalla Pubblica Amministrazione che, in deroga alla summenzionata limitazione, consentissero alle imprese interessate di procedere all'imbottigliamento al di fuori dell'area indicata¹⁹⁶.

A ben vedere, il T.U. vino, all'art. 35, comma 3, non richiama espressamente la necessità di motivare la scelta di imporre l'espletamento della suddetta fase finale all'interno dei confini della DOP/IGP. Tuttavia, esso opera un generico riferimento alla vigente normativa dell'Unione europea, a cui, un'eventuale previsione del tipo in oggetto, dovrà necessariamente conformarsi. Inoltre, si consideri che nel caso in cui l'obbligo di imbottigliamento in loco non fosse originariamente inserito nel disciplinare e venisse aggiunto solo in un secondo momento, mediante modifica dello stesso, tale modifica, per essere efficace, dovrà risultare rappresentativa di almeno il 66 per cento, inteso come media, della superficie dei vigneti oggetto di dichiarazione produttiva nell'ultimo biennio e conforme alla volontà di un numero di produttori che rappresentino almeno il 51 per cento, inteso come media, della produzione imbottigliata nell'ultimo biennio. In tal caso, le imprese imbottigliatrici che possano «comprovare l'esercizio dell'imbottigliamento della specifica DOP o IGP per almeno due anni, anche non continuativi, nei cinque anni precedenti l'entrata in vigore della modifica in questione» possono ottenere, dal MIPAAFT, una «deroga per continuare l'imbottigliamento nei propri stabilimenti siti al di fuori della zona delimitata»¹⁹⁷.

Infine, è interessante notare come la delimitazione della zona di imbottigliamento debba coincidere con quella di vinificazione o elaborazione, includendovi (il che potrebbe apparire paradossale) l'eventuale area situata nelle immediate vicinanze di quella delimitata dal disciplinare – di cui si è discusso nelle righe che precedono – in cui è possibile

¹⁹⁶ Cfr. Tar Lazio, 28 luglio 2015, n. 10361, Consorzio Tutela del Lambrusco di Modena c. Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali.

¹⁹⁷ Art. 35, comma 3, lett. c), T.U. vino.

vinificare i vini DOP/IGP in deroga alla regola che vorrebbe che tutte le fasi della loro produzione avvenissero all'interno della zona tipica¹⁹⁸.

1.6 Le indicazioni geografiche vitivinicole e i marchi individuali

Uno dei punti più dibattuti della disciplina europea delle indicazioni geografiche (non solo vitivinicole) riguarda il loro rapporto con i marchi individuali¹⁹⁹. Entrambi gli istituti rientrano all'interno dell'ampia categoria dei segni distintivi, come si evince dall'analisi dei più significativi Accordi che della materia si sono occupati²⁰⁰, i quali collocano le indicazioni geografiche nell'ambito della proprietà industriale. A ben vedere, nonostante l'indubbia affinità di funzioni con altri segni distintivi, le denominazioni di qualità degli alimenti hanno (in particolare in ambito europeo) natura ibrida²⁰¹: tendono infatti ad allontanarsi sempre più dall'area squisitamente privatistica per abbracciare, in concreto, interessi di matrice pubblicistica²⁰², di cui sembrano ormai fortemente permeate²⁰³.

¹⁹⁸ Art. 35, comma 3, lett. a), T.U. vino.

¹⁹⁹ Sul punto, si segnala il Reg. (UE) n. 2015/2424 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 dicembre 2015, recante modifica del regolamento (CE) n. 207/2009 del Consiglio sul marchio comunitario, che modifica il regolamento (CE) n. 2868/95 della Commissione, recante modalità di esecuzione del regolamento (CE) n. 40/94 del Consiglio sul marchio comunitario, e che abroga il regolamento (CE) n. 2869/95 della Commissione relativo alle tasse da pagare all'Ufficio per l'armonizzazione del mercato interno (marchi, disegni e modelli) (G.U.U.E. L 341, del 24 dicembre 2015, p. 21). Il Reg. (UE) n. 207/2009, sul cosiddetto marchio europeo, è stato, in ultimo, abrogato e sostituito dal Reg. (UE) n. 2017/1001 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 giugno 2017, sul marchio dell'Unione europea (G.U.U.E. L 154, del 16 giugno 2017, p. 1), che ha solamente "codificato" il precedente regolamento, senza, peraltro, modificare le disposizioni sui segni geografici: cfr., *ex multis*, SIRONI, *I segni geografici*, in *Annali italiani del diritto d'autore, della cultura e dello spettacolo*, 1-2017, pp. 22 e ss. e GIUDICI, *Osservazioni sulla nuova disciplina europea dei marchi*, in *Riv. dir. ind.*, 2016, I, pp. 158 e ss.

²⁰⁰ Per una disamina degli Accordi internazionali che hanno affrontato il tema delle indicazioni geografiche, si rinvia al Capitolo II.

²⁰¹ RUBINO, *Le denominazioni d'origine dei prodotti alimentari*, Alessandria, 2007, p. 18.

²⁰² Alle Dop o Igp si può guardare tanto dalla prospettiva dei diritti di proprietà intellettuale e del diritto della concorrenza, quanto dalla prospettiva del diritto agrario e, pertanto, da quella strettamente pubblicistica di

Si potrebbe sostenere che i marchi e le indicazioni geografiche, «la cui natura e finalità è anzitutto quella di *distinguere* i prodotti, non risultano tra loro chiaramente *distinti*»²⁰⁴, con la conseguenza che si verificano numerosi casi di sovrapposizione e conflitto tra i due segni.

Occorre, preliminarmente, fare chiarezza sugli elementi che differenziano le indicazioni geografiche dai marchi. Innanzitutto, mentre le prime «possono essere utilizzate da qualsiasi operatore che commercializza vino prodotto in conformità con il relativo disciplinare di produzione»²⁰⁵, i secondi sono di proprietà esclusiva di un titolare ben individuabile, che legittimamente può vantare il diritto esclusivo all'utilizzo del marchio e decidere di cedere a terzi tale diritto²⁰⁶. Inoltre, se, nel caso dei marchi, presupposto essenziale per ottenere la protezione del segno è che lo stesso abbia i caratteri della novità e presenti capacità distintiva, con una valutazione improntata, dunque, al *futuro*, per le indicazioni geografiche il riferimento è al *passato*, alla *storia consolidata* di un prodotto, del luogo in cui esso è ottenuto e dei metodi di produzione ivi impiegati, fondamentali per determinarne le caratteristiche²⁰⁷. Infine, le stesse basi giuridiche della disciplina europea dei marchi e delle indicazioni geografiche sono tra loro molto diverse: il mercato interno e la libera circolazione delle merci, per i primi; la Politica Agricola Comune e, dunque, il sostegno dei produttori agricoli, per le seconde²⁰⁸.

Il tema delle relazioni tra indicazioni geografiche dei prodotti agro-alimentari tutelate dall'ordinamento europeo e i marchi di impresa, è stato sin dall'inizio caratterizzato dalla

valorizzazione e promozione delle produzioni locali, di incentivi al mondo rurale, di conservazione di posti di lavoro in determinati comparti: così, SIRONI, *Conflitti tra marchi e indicazioni comunitarie di qualità (dop, igp, stg)*, in UBERTAZZI e MUNIZ-ESPADA (a cura di), *Le indicazioni di qualità degli alimenti. Diritto internazionale ed europeo*, Milano, 2009, p. 217.

²⁰³ Per un'indagine esaustiva sulla natura proprietaria delle indicazioni geografiche, si veda FERRARI, *La dimensione proprietaria delle indicazioni geografiche: uno studio di diritto comparato*, cit.

²⁰⁴ ALBISINNI, *Marchi e indicazioni geografiche: una coesistenza difficile*, cit., p. 192.

²⁰⁵ Art. 103, par. 1, Reg. (UE) n. 1308/2013.

²⁰⁶ ALBISINNI, *Marchi e indicazioni geografiche: una coesistenza difficile*, cit., p. 213.

²⁰⁷ ID, p. 215.

²⁰⁸ ID, p. 217.

difficoltà di rinvenire un adeguato punto di equilibrio tra le due discipline. Occorre garantire, da un lato, la protezione e la valorizzazione delle indicazioni di qualità – che naturalmente porta con sé anche divieti di appropriazione di esse come marchi – e, dall’altro, evitare di comprimere eccessivamente l’applicazione delle norme in tema di marchi, oltre i limiti di quanto necessario ai fini della tutela delle indicazioni in questione, le quali, pertanto, non dovrebbero essere aprioristicamente “preferite” agli altri segni distintivi²⁰⁹. Tra l’altro, bisogna riconoscere che in alcuni casi si registrano delle sinergie tra i due strumenti: può, infatti, accadere che ad una DOP o IGP riconosciuta e tutelata si affianchi, in relazione al medesimo prodotto, un marchio in funzione di indicazione di provenienza da uno specifico imprenditore (o da un gruppo di imprenditori)²¹⁰. Tuttavia, è impossibile negare che in alcune circostanze i due segni entrino tra loro in collisione²¹¹.

Se si confronta la normativa europea in materia di DOP e IGP con quella risultante dalle convenzioni internazionali che nel tempo hanno disciplinato la materia²¹², appare evidente che la prima sia senza dubbio quella che con maggior vigore abbia tutelato le

²⁰⁹ SIRONI, *Conflitti tra marchi e indicazioni comunitarie di qualità (dop, igp, stg)*, cit., p. 208.

²¹⁰ O, ancora, in funzione di (ulteriore) garanzia della qualità del prodotto che proviene da una determinata “fonte”. È, questo, il caso dei marchi collettivi sui quali non è dato soffermarsi per i limiti del presente lavoro. Si consenta, tuttavia, un rinvio a: TRAPÉ, *I segni del territorio: profili giuridici delle indicazioni di origine dei prodotti agroalimentari tra competitività, interessi dei consumatori e sviluppo rurale*, Milano, 2012; PRETE, *La tutela dei prodotti nazionali di qualità tra Dop, Igp e cc.dd. marchi di qualità*, in *Riv. dir. agr.*, 2011, II, pp. 158 e ss.; LUCIFERO, *La comunicazione simbolica nel mercato alimentare: marchi e segni del territorio*, cit., p. 354 e ss.; LIBERTINI, *L’informazione sull’origine dei prodotti nella disciplina comunitaria*, in *Riv. dir. ind.*, 2010, I, pp. 289 e ss.; STRAMBI, *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 *Riv. dir. agr.*, 2010, I, pp. 109 e ss.; LOFFREDO, *Profili giuridici della tutela delle produzioni tipiche*, in *Riv. dir. ind.*, 2003, I, pp. 139 e ss.; SCARCELLA, *La tutela delle denominazioni di origine protetta*, in *Riv. dir. ind.*, 2002, II, pp. 428 e ss.; CAPRA, *Osservazioni in tema di denominazioni di origine, indicazioni di provenienza e marchi geografici (note a margine del caso Pilsner)*, in *Riv. dir. ind.*, 2000, II, pp. 329 e ss.; SANDRI, *La nuova disciplina della proprietà industriale dopo i GATT-TRIPs*, Padova, 1999, pp. 79 e ss.; SORDELLI, *L’identificazione dei prodotti agricoli sul mercato*, in *Riv. dir. ind.*, 1994, I, pp. 471 e ss.

²¹¹ SIRONI, *Conflitti tra marchi e indicazioni comunitarie di qualità (dop, igp, stg)*, cit., p. 209.

²¹² Per un approfondimento sul punto si rinvia al Capitolo II.

denominazioni e indicazioni geografiche, anche – e soprattutto – nel loro rapporto con i marchi.

Il Reg. (UE) n. 1308/2013, all'art. 102, si occupa specificamente del rapporto tra indicazioni geografiche vitivinicole e marchi. Dall'esame congiunto di tale disposizione con quella di cui all'art. 101, par. 2, del medesimo regolamento, possono delinearci tre differenti situazioni: una che riguarda i marchi registrati dopo il riconoscimento di una DOP/IGP vitivinicola; un'altra che si occupa della situazione inversa, qualora il marchio non sia dotato di particolare notorietà e rinomanza; infine, il caso in cui un marchio notorio preesista alla domanda di protezione dell'indicazione geografica di un vino e quest'ultima possa indurre in errore i consumatori.

Andando per ordine, la registrazione di un marchio commerciale che contiene o è costituito da una denominazione di origine protetta o da un'indicazione geografica protetta, non conforme al corrispondente disciplinare di produzione o il cui uso rientra in uno degli utilizzi illeciti delle indicazioni geografiche, tipizzati all'art. 103, par. 2, del Reg. (UE) n. 1308/2013²¹³: «a) è rigettata se la domanda di registrazione del marchio è presentata posteriormente alla data di presentazione della domanda di protezione della denominazione di origine o dell'indicazione geografica alla Commissione e se la denominazione di origine o l'indicazione geografica ottiene successivamente la protezione, o b) è annullata»²¹⁴. L'ipotesi testé esposta, ovverosia il divieto di registrazione (o, in caso di concessione, l'annullamento) di un marchio posteriore interferente con una DOP o IGP già protetta, appare, senza dubbio, la meno problematica, in quanto perfettamente coerente con la disciplina dei marchi, anch'essa improntata alla prevalenza del segno anteriore, secondo il cosiddetto principio del “*first in time, first in right*” fatto proprio da quasi tutti gli Accordi internazionali che, nel tempo, si sono occupati di indicazioni geografiche e di marchi²¹⁵.

Vedendo la disposizione in commento da un diverso punto di vista, se ne conclude che nulla osti alla registrazione di un marchio individuale che contenga o consista in

²¹³ Sulle condotte abusive aventi ad oggetto un'indicazione geografica vitivinicola, come tali vietate all'interno dell'ordinamento europeo, si veda il par. 1.7 del presente Capitolo.

²¹⁴ Art. 102, par. 1, Reg. (UE) n. 1308/2013.

²¹⁵ Sul punto, si rinvia al Capitolo II.

un'indicazione geografica vitivinicola per prodotti che rispettino il relativo disciplinare di produzione e, beninteso, non si ricada in una delle condotte vietate dall'art. 103, par. 2, del Reg. (UE) n. 1308/2013. Tale possibilità, tuttavia, non sembrerebbe coerente con le finalità sottese alla disciplina dei vini cosiddetti di qualità. Sempre più spesso, infatti, i grandi gruppi industriali adottano la pratica di registrare marchi privati con il proprio nome, affiancandolo alla denominazione protetta, e marchi identici sotto l'aspetto grafico, ma consistenti nel proprio nome accompagnato da un diverso elemento, per poi presentare al pubblico i prodotti così contrassegnati in un unico contesto, con un evidente effetto di trascinarsi dei primi a beneficio dei secondi²¹⁶. Inoltre, consentire la registrazione di marchi individuali che contengono o consistono in un'indicazione geografica vitivinicola, per quanto nel rispetto dei relativi disciplinari di produzione, significa avvallare l'appropriazione, da parte del singolo, di denominazioni che, come si è avuto modo di sottolineare, dovrebbero rimanere nella libera disponibilità di quella collettività di produttori che operano, all'interno della zona delimitata, nel rispetto delle prescrizioni di cui al disciplinare²¹⁷.

Tornando alla lettera dell'art. 102 del Reg. (UE) n. 1308/2013, si segnala come l'ipotesi sicuramente più controversa riguardi il caso in cui il marchio, non notorio, sia anteriore alla registrazione della DOP/IGP vitivinicola. Dispone, infatti, il par. 2 del sopracitato articolo che il marchio contenente o consistente in un'indicazione geografica, che sia stato depositato, registrato o acquisito con l'uso in buona fede sul territorio dell'Unione anteriormente alla data di presentazione della domanda di protezione della denominazione di origine o dell'indicazione geografica nel Paese d'origine, oppure entro il 1° gennaio 1996, può continuare ad essere utilizzato e rinnovato nonostante la protezione di una denominazione di origine o di un'indicazione geografica, purché, ovviamente, non sussistano i motivi di nullità o decadenza del marchio; «in tali casi l'uso della denominazione di origine o dell'indicazione geografica è permesso insieme a quello dei relativi marchi». È, questo, il problematico e assai dibattuto “regime di coesistenza”, che realizza un compromesso per il caso in cui vi siano dei diritti di marchio già acquisiti e,

²¹⁶ ALBISINNI, *Marchi e indicazioni geografiche: una coesistenza difficile*, cit., p. 220.

²¹⁷ ID, p. 219.

successivamente, venga registrata una DOP/IGP vitivinicola anche solo parzialmente coincidente con il segno registrato anteriormente; è evidente, peraltro, come tale regime si risolva in una limitazione dell'ambito di tutela del segno anteriore, in aperta contrapposizione rispetto al principio del "*first in time, first in right*" sopra richiamato²¹⁸.

Tuttavia, in presenza di un marchio anteriore *notorio*, sarà l'indicazione geografica a dover soccombere. Infatti, il par. 2 dell'art. 102, Reg. (UE) n. 1308/2013, fa espressamente salva l'ipotesi contemplata all'art. 101, par. 2, medesimo regolamento. In base a quest'ultima disposizione, la domanda di protezione di un nome come DOP o IGP, verrà rigettata qualora «a causa della notorietà e della reputazione di un marchio commerciale, la protezione potrebbe indurre in errore il consumatore quanto alla vera identità del vino». Specularmente, l'art. 11 del Reg. delegato (UE) n. 2019/33, annovera, tra i motivi di opposizione alla registrazione di una DOP/IGP vitivinicola, il suo conflitto con un marchio anteriore notorio, qualora lo stesso possa indurre in errore i consumatori²¹⁹. Tuttavia, l'art. 11 prosegue aggiungendo, tra le possibili doglianze da far valere in sede di esame dell'istanza di protezione della denominazione di origine di un vino, la circostanza che la registrazione della stessa possa compromettere i diritti del titolare di un marchio, senza distinguere tra notorio e non²²⁰. La spiegazione probabilmente più corretta di tale discrasia consiste nel ritenere che nei suddetti casi la Commissione abbia il potere discrezionale di valutare se tutelare pienamente i diritti (già acquisiti) sul marchio (non notorio) oppure se procedere ugualmente all'iscrizione della DOP/IGP vitivinicola nel relativo registro, optando, in questa seconda evenienza, per la coesistenza tra i due segni²²¹.

²¹⁸ Sul punto, cfr. SIRONI, *Conflitti tra marchi e indicazioni comunitarie di qualità (dop, igp, stg)*, cit., p. 226.

²¹⁹ Si veda l'art. 11, par. 1, lett. c, ii), del Reg. delegato (UE) della Commissione n. 2019/33; sui motivi di opposizione e sui soggetti legittimati a presentarla, si veda il par. 1.4 del presente Capitolo.

²²⁰ Si veda l'art. 11, par. 1, lett. c, iii), del Reg. delegato (UE) della Commissione n. 2019/33.

²²¹ Sul punto, cfr. SIRONI, *Conflitti tra marchi e indicazioni comunitarie di qualità (dop, igp, stg)*, cit., p. 215.

1.7 Protezione e controlli; i Consorzi di tutela

Una volta ottenuto il riconoscimento, da parte della Commissione, di una DOP/IGP vitivinicola, il nome inserito nell'apposito registro²²² godrà di una tutela estesa a tutti gli Stati membri dell'Unione europea²²³. La *ratio* di tale protezione è triplice: preservare la lealtà degli scambi commerciali, garantendo la veridicità della relazione tra un prodotto e la specifica area geografica di produzione; consentire ai consumatori di operare scelte consapevoli, senza essere tratti in inganno da impieghi indebiti delle indicazioni geografiche che suggeriscano loro un legame territoriale in realtà inesistente, disattendendo le legittime aspettative che essi ripongono in un vino, in virtù della sua reputazione o delle specifiche caratteristiche organolettiche che dovrebbero conseguire alla sua origine; infine, tutelare l'interesse dei produttori a utilizzare in via esclusiva il toponimo che essi hanno, per primi, sfruttato ai fini del commercio²²⁴.

Ai sensi dell'art. 103, par. 2, del Reg. (UE) n. 1308/2013, i nomi che hanno ottenuto il riconoscimento come DOP o come IGP e i vini che usano tali denominazioni protette in conformità con il relativo disciplinare sono tutelati contro: a) qualsiasi uso commerciale diretto o indiretto del nome protetto per prodotti comparabili (ad esempio, ottenuti effettivamente nell'area geografica delimitata ma) non conformi al relativo disciplinare di produzione, oppure, più genericamente, nella misura in cui tale uso sfrutti la notorietà di una denominazione di origine o di una 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, una trascrizione o una traslitterazione o è accompagnato da espressioni quali "genere", "tipo", "metodo", "alla maniera", "imitazione", "gusto", "come" o espressioni simili; c) qualsiasi altra indicazione falsa o ingannevole relativa alla

²²² V. art. 104, Reg. (UE) n. 1308/2013.

²²³ Si segnala, nuovamente (v. par. 1.4 del presente Capitolo), l'art. 32, comma 1, del T.U. vino: «Il conferimento della protezione delle DOP e IGP nonché delle menzioni specifiche tradizionali DOCG, DOC e IGT avviene contestualmente all'accoglimento della rispettiva domanda di protezione da parte della Commissione europea [...]».

²²⁴ GERMANÒ, *La disciplina dei vini dalla produzione al mercato*, in ALBISINNI (a cura di), *Le regole del vino – Disciplina internazionale, comunitaria, nazionale*, cit., p. 34.

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) infine, con una disposizione che potrebbe definirsi di “chiusura”, la protezione si estende a qualsiasi altra pratica che possa indurre in errore il consumatore sulla vera origine del prodotto²²⁵.

Affinché le esigenze di tutela sopra sinteticamente esposte si realizzino pienamente, è necessario che, prima dell'immissione in commercio, i vini DOP e IGP vengano sottoposti ad adeguati controlli ai fini della verifica del rispetto dei disciplinari.

Il 7 aprile 2017 è stato pubblicato nella G.U.U.E. il “nuovo” Regolamento sui controlli ufficiali, n. 2017/625²²⁶ che si occupa, altresì, delle verifiche sulla qualità dei prodotti.

²²⁵ Si segnala, inoltre, che i nomi registrati come DOP e IGP sono altresì protetti contro il rischio di volgarizzazione (v. par. 1.4 del presente Capitolo): infatti, ai sensi del par. 3 dell'art. 103, Reg. (UE) n. 1308/2013, «Le denominazioni di origine protette e le indicazioni geografiche protette non diventano generiche nell'Unione [...]».

²²⁶ Regolamento (UE) n. 2017/625 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 15 marzo 2017, relativo ai controlli ufficiali e alle altre attività ufficiali effettuati per garantire l'applicazione della legislazione sugli alimenti e sui mangimi, delle norme sulla salute e sul benessere degli animali, sulla sanità delle piante nonché sui prodotti fitosanitari, recante modifica dei regolamenti (CE) n. 999/2001, (CE) n. 396/2005, (CE) n. 1069/2009, (CE) n. 1107/2009, (UE) n. 1151/2012, (UE) n. 652/2014, (UE) 2016/429 e (UE) 2016/2031 del Parlamento europeo e del Consiglio, dei regolamenti (CE) n. 1/2005 e (CE) n. 1099/2009 del Consiglio e delle direttive 98/58/CE, 1999/74/CE, 2007/43/CE, 2008/119/CE e 2008/120/CE del Consiglio, e che abroga i regolamenti (CE) n. 854/2004 e (CE) n. 882/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio, le direttive 89/608/CEE, 89/662/CEE, 90/425/CEE, 91/496/CEE, 96/23/CE, 96/93/CE e 97/78/CE del Consiglio e la decisione 92/438/CEE del Consiglio (regolamento sui controlli ufficiali) (G.U.U.E. L 95, 7 aprile 2017, p. 1). Oltre ai contributi citati nelle note che seguono, per un'analisi dei diversi aspetti affrontati dal Reg. (UE) n. 2017/625, si vedano, *ex multis*, ALESSANDRO ARTOM e ALICE ARTOM, *Il nuovo Regolamento UE sui controlli ufficiali e le problematiche sanzioni*, in *Riv. dir. alim.*, 4/2018, pp. 54 e ss.; AVERSANO, *Controperizia e blocco ufficiale: il “nuovo” ruolo dell'operatore del settore*, in *Riv. dir. alim.*, 1/2018, pp. 47 e ss.; CARMIGNANI, *Controlli e informazione al pubblico*, in *Riv. dir. alim.*, 1/2018, pp. 42 e ss.; PISCIOTTA, *Spunti per il dibattito sul Regolamento (UE) 2017/625: armonizzazione normativa e atti delegati*, in *Riv. dir. alim.*, 1/2018, pp. 37 e ss.; SALZANO, *L'assistenza amministrativa e la collaborazione nel regolamento (UE) n. 2017/625 sui controlli ufficiali*, in *Dir. giur. agr. alim. amb.*, n. 6, 2018.

Infatti, il suddetto Regolamento colloca l'attenzione all'igiene dei prodotti alimentari all'interno dei più ampi concetti di integrità, salubrità e autenticità degli alimenti. Si delinea, così, una nozione di sicurezza alimentare unitariamente intesa. Pertanto, la nuova disciplina dei controlli, lungi dal limitarsi ai profili squisitamente igienico-sanitari, si inserisce nella più ampia legislazione in tema di concorrenza, regolazione del mercato, protezione dalle frodi e dalle contraffazioni, investendo un'amplissima area di intervento²²⁷. Quanto detto risulta confermato dalla lettura dei considerando del Reg. (UE) n. 2017/625: «Al fine di razionalizzare e di semplificare il quadro normativo globale, [...] le norme relative ai controlli ufficiali in settori specifici dovrebbero essere integrate in un unico quadro normativo relativo ai controlli ufficiali [...]»²²⁸ e ancora «Il presente regolamento mira a stabilire un quadro armonizzato a livello dell'Unione per l'organizzazione di controlli ufficiali, e di attività ufficiali diverse dai controlli ufficiali, nell'intera filiera agroalimentare [...]»²²⁹.

Il Regolamento (CE) n. 882/2004²³⁰, abrogato dal sopracitato Regolamento del 2017, escludeva espressamente dal suo raggio d'azione i controlli sul rispetto delle norme delle OCM²³¹ per le diverse filiere agro-alimentari²³². Dal 2006, tuttavia, si è affermata la tendenza a estendere il modello dei controlli igienico-sanitari a quelli di certificazione del rispetto dei disciplinari e, quindi, ai cosiddetti controlli di qualità dei prodotti alimentari di particolare pregio, con relativa unificazione dell'individuazione degli organismi deputati

²²⁷ ALBISINNI, *Il Regolamento (UE) 2017/625: controlli ufficiali, ciclo della vita, impresa e globalizzazione*, in *Riv. dir. alim.*, 1/2018, p. 16.

²²⁸ Si veda il considerando n. 19.

²²⁹ Si veda il considerando n. 20.

²³⁰ Regolamento (CE) n. 882/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 29 aprile 2004, relativo ai controlli ufficiali intesi a verificare la conformità alla normativa in materia di mangimi e di alimenti e alle norme sulla salute e sul benessere degli animali (G.U.C.E. L 165, 30 aprile 2004, p. 1).

²³¹ Si sottolinea, per chiarezza, che ai tempi dell'adozione del Reg. (CE) n. 882/2004 esistevano, ancora, numerose OCM per i diversi settori agronomici. La prima "OCM unica" risale, infatti, al 2007, con il Reg. (CE) n. 1234/2007 (si veda, a tale proposito, il par. 1.2.2 del presente Capitolo).

²³² Cfr. art. 1, par. 2, Reg. (CE) n. 882/2004.

alle suddette verifiche²³³. Infatti, il Reg. (CE) n. 510/2006²³⁴, relativo ai prodotti alimentari a DOP e IGP – e dal cui ambito operativo, si rammenta, risultavano esclusi i vini a denominazione di origine – all’art. 10, par. 1, operava un richiamo esplicito al Reg. (CE) n. 882/2004, ai fini della designazione, da parte degli Stati membri, delle autorità incaricate dei controlli²³⁵. Ciononostante, occorre sottolineare come questa “armonizzazione dei controlli” avesse lasciato impregiudicata la dichiarazione di cui all’art. 1, par. 2, del Reg. (CE) n. 882/2004: essa riguardava, infatti, la diversa ipotesi di controllo sul rispetto degli *standards* di cui alle OCM, che rimaneva esclusa dall’ambito operativo del suddetto regolamento. Si segnala, a tal proposito, che una cosa sono i controlli di filiera (siano igienico-sanitari o di qualità), un’altra sono i generali controlli di conformità mercantile dei prodotti secondo le norme delle OCM²³⁶.

Tuttavia, l’integrazione dei controlli, secondo una logica di filiera, realizzata dai Regolamenti in materia di DOP e IGP agro-alimentari, aveva prodotto un effetto di trascinamento che si era concretizzato nel richiamo, operato dall’OCM vino del 2008, al sistema dei controlli delineato nel Reg. (CE) n. 882/2004. Anche in questo caso, infatti, si trattava pur sempre di prodotti dotati di peculiari qualità e pertanto soggetti a certificazione ai fini del rispetto dei disciplinari²³⁷.

Oggi, il Reg. (UE) n. 1306/2013²³⁸, all’art. 90 (rubricato «Controlli connessi alle denominazioni di origine, alle indicazioni geografiche e alle menzioni tradizionali

²³³ ALBISINNI, *Il Regolamento (UE) 2017/625: controlli ufficiali, ciclo della vita, impresa e globalizzazione*, cit., p. 18.

²³⁴ Cit. in nota 29.

²³⁵ Il richiamo al Reg. (CE) n. 882/2004 è stato confermato dal Reg. (UE) n. 1151/2012 (cit. in nota 29), all’art. 36, che ha, a ben vedere, portato a pieno compimento il processo di estensione della disciplina dei controlli di cui al regolamento del 2004 a quelli cosiddetti di qualità: sul punto, cfr. CASTELLI, *La protezione ex officio delle Dop e Igp dei prodotti agricoli e alimentari*, in *Riv. dir. agr.*, 2013, I, pp. 202 e ss.

²³⁶ ALBISINNI, *Il Regolamento (UE) 2017/625: controlli ufficiali, ciclo della vita, impresa e globalizzazione*, cit., p. 20.

²³⁷ IBIDEM.

²³⁸ Regolamento (UE) n. 1306/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, sul finanziamento, sulla gestione e sul monitoraggio della politica agricola comune e che abroga i regolamenti del

protette»), dispone che gli Stati membri adottino le misure necessarie per far cessare l'uso illegale delle DOP e IGP vitivinicole e che designino, a tal fine, secondo i criteri di cui al Reg. (CE) n. 882/2004, le autorità incaricate dei controlli e delle verifiche annuali circa il rispetto dei disciplinari.

Pare opportuno precisare, per inciso, che anche l'attuale Reg. (UE) sui controlli ufficiali, n. 2017/625 – il quale, tuttavia, trova applicazione, per la maggior parte delle sue norme, solamente dal 14 dicembre 2019 – mantiene, almeno formalmente, la separazione tra i sistemi di controllo con finalità igienico-sanitarie e quelli volti a verificare la conformità dei prodotti alle norme sull'OCM del 2013, continuando ad escludere questi ultimi dal proprio ambito operativo, in linea con il precedente regolamento del 2004²³⁹.

Dunque, tornando agli organismi di controllo, si è detto dell'obbligo incombente sugli Stati membri, consistente nel dover individuare l'autorità pubblica responsabile dei controlli ufficiali, la quale, a sua volta, potrà autorizzare uno o più organismi delegati ad espletare determinati compiti riguardanti l'attività di verifica e certificazione²⁴⁰. Gli organismi di controllo delegati dovranno vantare le caratteristiche della terzietà e dell'indipendenza, possedere l'esperienza, le attrezzature e le infrastrutture necessarie all'espletamento dei compiti loro assegnati e disporre di un numero sufficiente di personale adeguatamente qualificato²⁴¹.

Consiglio (CEE) n. 352/78, (CE) n. 165/94, (CE) n. 2799/98, (CE) n. 814/2000, (CE) n. 1290/2005 e (CE) n. 485/2008 (G.U.U.E. L 347, 20 dicembre 2013, p. 549).

²³⁹ Si veda l'art. 1, par. 4, lett. a) del Reg. (UE) n. 2017/625. Tuttavia, esso prevede una rilevante eccezione, che finisce per svuotare sostanzialmente di significato quanto esposto poc'anzi: infatti, la disciplina dei controlli di cui al recente regolamento del 2017 si applica alle verifiche aventi come scopo l'individuazione di eventuali «pratiche fraudolente o ingannevoli relativamente alle norme di commercializzazione» di cui al Reg. (UE) n. 1308/2013, estendendo, di fatto, tali controlli alla conformità alle norme mercantili. Ciò avviene in virtù del richiamo operato dall'art. 1, par. 4, lett. a) del Reg. (UE) n. 2017/625 ai controlli di cui all'art. 89 del Reg. (UE) n. 1306/2013, i quali coprono la quasi totalità dei prodotti agro-alimentari oggetto dell'OCM del 2013: sul punto, cfr. ALBISINNI, *Il Regolamento (UE) 2017/625: controlli ufficiali, ciclo della vita, impresa e globalizzazione*, cit., p. 22.

²⁴⁰ Cfr. art. 26, par. 4, Reg. (UE) n. 2017/625 e art. 5, par. 1, Reg. (CE) n. 882/2004.

²⁴¹ V. art. 2, par. 2, lett. 5) e art. 5, par. 2, lett. b) del Reg. (CE) n. 882/2004.

In Italia, l'autorità pubblica incaricata del coordinamento dei controlli ufficiali nel settore vitivinicolo e della vigilanza sugli organismi di controllo è, ai sensi dell'art. 62 del T.U. vino, il MIPAAF. Tuttavia, in linea con la possibilità offerta dal legislatore europeo, le verifiche annuali circa il rispetto del disciplinare nel corso della produzione e durante e dopo il confezionamento del vino vengono effettuate da autorità pubbliche e da organismi di controllo privati, accreditati secondo i criteri di cui all'art. 5 del Reg. (CE) n. 882/2004²⁴². Gli enti, pubblici o privati, che soddisfano i requisiti di cui alla suddetta norma e di cui al comma 2 dell'art. 64 del T.U. vino, vengono inseriti in un apposito elenco curato dal Ministero e pubblicato nel sito internet istituzionale²⁴³; elenco dal quale i produttori richiedenti la registrazione di un nome come DOP/IGP dovranno scegliere, all'atto della presentazione della relativa istanza, l'organismo deputato ai controlli sulle produzioni eventualmente, poi, protette²⁴⁴. Si specifica che mentre ogni organismo di controllo può svolgere la propria attività di verifica e di certificazione nei confronti di più produzioni DOP/IGP riconosciute, non è vero il contrario: ciascuna denominazione di origine o indicazione geografica protetta dovrà essere soggetta ad un solo "controllore"²⁴⁵. Inoltre, indipendentemente dall'appartenenza al relativo Consorzio di tutela²⁴⁶, ogni soggetto partecipante alla filiera di produzione di un vino qualificato come DOP/IGP verrà, al momento della rivendicazione della produzione tutelata, inserito automaticamente nel sistema dei controlli²⁴⁷.

All'ICQRF²⁴⁸ spetta la vigilanza sugli organismi di controllo delegati²⁴⁹. L'autorizzazione ad effettuare le operazioni di verifica e di certificazione, infatti, può essere sospesa, nei casi

²⁴² Art. 64, comma 1, T.U. vino.

²⁴³ Art. 64, comma 4, T.U. vino: trattasi dell'«Elenco degli organismi di controllo per le denominazioni di origine protetta (DOP) e le indicazioni geografiche protette (IGP) del settore vitivinicolo».

²⁴⁴ Art. 64, comma 12, T.U. vino: in caso di denominazioni o indicazioni già riconosciute, tale scelta spetterà ai Consorzi di tutela (*infra*).

²⁴⁵ Art. 64, comma 14, T.U. vino.

²⁴⁶ Sui Consorzi di tutela si tornerà nel corso di questo stesso paragrafo.

²⁴⁷ Art. 64, comma 16, T.U. vino.

²⁴⁸ L'Ispettorato centrale della tutela della qualità e della repressione frodi dei prodotti agroalimentari (ICQRF) è un dipartimento del MIPAAFT che si occupa, tra le altre cose, della prevenzione e repressione

di cui all'art. 64, comma 7, del T.U. vino, o, addirittura, revocata, qualora ricorrano le ipotesi di cui al comma 9 della medesima disposizione.

Gli organismi di controllo accreditati sono, a monte, legati da un rapporto di diritto pubblico con il MIPAAFT e, a valle, da un rapporto contrattuale di tipo privatistico con gli operatori controllati. Con riguardo al primo profilo, accade sempre più spesso che, per ragioni di efficienza e di economicità, l'esercizio di pubbliche funzioni venga delegato a soggetti con personalità giuridica di diritto privato, i quali agiscono in funzione strumentale alla P.A. mediante organizzazione e mezzi propri. Gli atti adottati da tali soggetti nell'espletamento delle funzioni loro demandate, pertanto, hanno natura amministrativa e sono passibili di impugnazione per gli stessi vizi degli atti adottati dalla P.A.²⁵⁰

Diversamente, non v'è dubbio che l'organismo di controllo e i produttori controllati siano soggetti privati legati tra loro dal contratto con il quale l'operatore del settore si sottopone volontariamente all'attività di vigilanza del controllore e al suo potere sanzionatorio, per il caso in cui ravvisi delle discrepanze rispetto ai relativi disciplinari. Tuttavia, l'ente deputato alle verifiche di conformità esercita, pur sempre, funzioni pubbliche. Pertanto, un eventuale contrasto con il "controllato" ben potrebbe trascendere il rapporto privatistico che li lega e risultare, così, di competenza del giudice amministrativo²⁵¹.

Distinti dai soggetti incaricati del controllo sul rispetto dei disciplinari, sono i Consorzi di tutela, organismi privati cui è assegnata, appunto, la tutela delle DOP e delle IGP vitivinicole²⁵². Occorre immediatamente dare conto del fatto che i Consorzi di tutela

delle frodi nel commercio dei prodotti agroalimentari, della vigilanza sulle produzioni di qualità certificata (DOP, IGP, Biologico, ecc.) e del mantenimento di un contesto di concorrenza leale tra gli operatori del settore alimentare: cfr. <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/9027>.

²⁴⁹ Art. 64, comma 17, T.U. vino.

²⁵⁰ GERMANÒ, *Sugli Organismi di controllo*, in *Riv. dir. alim.*, 1/2018, p. 66.

²⁵¹ ID, p. 67.

²⁵² Quello dei Consorzi di tutela è tema assai ampio e, per i limiti del presente lavoro, non potrà essere trattato con esaustività. Pertanto, sul punto, si rinvia, *ex multis*, a PAOLONI, *I Consorzi di tutela ed i contratti per le politiche dell'offerta dopo il d.lgs. 61/2010*, in ALBISINNI, GIUFFRIDA, SAIJA, TOMMASINI (a cura di), *I contratti del mercato agroalimentare*, cit., pp. 289 e ss.; CURBASTRO, *Il ruolo di garanzia dei consorzi di*

possono «collaborare, secondo le direttive impartite dal Ministero, alla tutela e alla salvaguardia della DOP o dell'IGP da abusi, atti di concorrenza sleale, contraffazioni, uso improprio delle denominazioni tutelate e comportamenti comunque vietati dalla legge [...]»²⁵³. Inoltre, questa volta nei confronti dei soli associati e non di tutti i soggetti inseriti nel sistema dei controlli, il Consorzio di tutela può svolgere «attività di vigilanza prevalentemente rivolte alla fase del commercio, in collaborazione con l'ICQRF e in raccordo con le regioni»²⁵⁴. Sempre con esclusivo riguardo ai produttori consorziati, esso può esercitare «funzioni di tutela, di promozione, di valorizzazione, di informazione del consumatore e di cura generale degli interessi della relativa denominazione»²⁵⁵.

È opportuno specificare che, ai sensi dell'art. 41, comma 1, del T.U. vino, per ogni produzione DOP/IGP riconosciuta può essere costituito un solo Consorzio di tutela. Questi vengono riconosciuti dal Ministero a condizione che dispongano di strutture e risorse adeguate ai compiti; siano retti da uno statuto che rispetti determinati requisiti individuati dal MIPAAFT stesso; siano aperti, senza discriminazioni, alle adesioni di tutti i soggetti inseriti nella filiera che producano il vino DOP/IGP nella zona delimitata e conformemente al disciplinare di produzione²⁵⁶ e, infine, si richiede che siano rappresentativi di almeno «il 35 per cento dei viticoltori e di almeno il 51 per cento, inteso come media, della produzione certificata dei vigneti iscritti nello schedario viticolo della relativa DO o IG riferita agli ultimi due anni»²⁵⁷.

tutela, in *Riv. dir. alim.*, 1/2012, pp. 56 e ss. e CARRETTA, *Consorzi di tutela dei vini e controlli erga omnes*, in *Riv. dir. alim.*, 1/2012, pp. 41 e ss.

²⁵³ Art. 41, comma 1, lett. c), T.U. vino: cfr. GERMANÒ, *Sulla titolarità dei segni DOP e IGP*, in *Diritto agroalimentare*, 2/2017, pp. 304 e ss.

²⁵⁴ Art. 41, comma 1, lett. e), T.U. vino.

²⁵⁵ Art. 41, comma 1, lett. d), T.U. vino. Per gli altri compiti attribuiti ai Consorzi di tutela, si veda, più in generale, l'art. 41 del T.U. vino.

²⁵⁶ L'art. 82 del T.U. vino prevede, tra le altre cose, delle apposite sanzioni per i Consorzi di tutela che operino delle discriminazioni arbitrarie a danno dei soggetti inseriti nella filiera della DOP/IGP vitivinicola di competenza.

²⁵⁷ Art. 41, comma 3, T.U. vino.

Laddove le soglie dei suddetti requisiti di rappresentatività si innalzino, rispettivamente, al 40 per cento e al 66 per cento²⁵⁸, si parla di Consorzi *erga omnes*. Essi, a differenza dei “normali” Consorzi, potranno svolgere le sopracitate funzioni di tutela, promozione, cura generale degli interessi della relativa denominazione, informazione ai consumatori e di vigilanza in collaborazione con l’ICQRF, nei confronti di tutti i soggetti inseriti nel sistema dei controlli e, quindi, di tutti gli operatori partecipanti alla filiera della relativa DOP/IGP vitivinicola, anche se non aderenti al Consorzio *erga omnes*²⁵⁹; ne consegue, per gli stessi, l’obbligo di supportare economicamente il Consorzio per le spese da esso sostenute ai fini dell’espletamento delle attività di cui sopra²⁶⁰.

1.8 Il paesaggio vitivinicolo e l’enoturismo

Il paesaggio agrario e, nello specifico, quello costituito da vigneti, rientra a pieno titolo nella definizione di “paesaggio” fornita dalla Convenzione europea del paesaggio – adottata dal Comitato dei Ministri del Consiglio di Europa, a Firenze, il 19 luglio 2000 – e, sul piano nazionale, dal Codice dei beni culturali e del paesaggio (d.lgs. n. 42/2004).

La configurazione del paesaggio come bene culturale e la sua emancipazione dall’ambiente, rispetto al quale rivendica un’autonomia concettuale, è da imputarsi alla normativa internazionale: alla già citata Convenzione europea del 2000 (cui lo Stato italiano ha dato esecuzione con la l. 9 gennaio 2006, n. 14), va affiancata la Convenzione Unesco per la protezione del patrimonio mondiale, che ha introdotto il concetto di “paesaggio culturale” come opera caratterizzata dalla interazione della natura e dell’uomo²⁶¹.

²⁵⁸ Art. 41, comma 4, T.U. vino.

²⁵⁹ Art. 41, comma 4, lett. d) e lett. e), T.U. vino. Ai sensi del comma 11 del medesimo articolo, i Consorzi *erga omnes* possono altresì favorire attività di promozione dell’enoturismo: sul punto, si veda il par. 1.8 del presente Capitolo.

²⁶⁰ Art. 41, comma 7, T.U. vino.

²⁶¹ FERRUCCI, *La tutela del paesaggio e il paesaggio agrario*, in COSTATO, GERMANÒ, ROOK BASILE (a cura di), *Trattato di diritto agrario*, Vol. 2, Torino, 2011, p. 180.

L'art. 1, lett. a), della Convenzione europea del 2000 definisce il paesaggio come «una determinata parte di territorio, così come è percepita dalle popolazioni, il cui carattere deriva dall'azione di fattori naturali e/o umani e dalle loro interrelazioni»²⁶². Il paesaggio comprende, dunque, elementi naturali, artificiali e culturali, il loro insieme e le relazioni esistenti fra di loro²⁶³. Agli Stati membri viene prescritto di porre in essere, al loro interno, una politica del paesaggio che abbia tra i suoi obiettivi lo sviluppo socio-economico [art. 1, lett. e)] dei territori interessati, tenendo, altresì, conto delle «aspirazioni delle popolazioni» che vi abitano [art. 1, lett. c)]. Il fine ultimo che dovrà informare le azioni di salvaguardia, gestione e pianificazione dei paesaggi, così come delineate dalla Convenzione europea del 2000, non dovrà consistere in una mummificazione dell'esistente (atteggiamento, questo, caratteristico del “primo” approccio al tema qui in oggetto, come si avrà, a breve, modo di precisare), bensì nell'accompagnare i cambiamenti futuri, in una prospettiva di preservazione e di arricchimento²⁶⁴.

Sul piano legislativo nazionale, il 1° maggio 2004 è entrato in vigore il d.lgs. 22 gennaio 2004, n. 42, «Codice dei beni culturali e del paesaggio»²⁶⁵, il cui testo “originario” è stato, a più riprese, oggetto di modifica. L'ultimo intervento del legislatore è rappresentato dal d.lgs. 26 marzo 2008, n. 63 («Ulteriori disposizioni integrative e correttive del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, in relazione al paesaggio»), caratterizzato da una maggior aderenza, rispetto al passato, ai principi consacrati dalla Convenzione europea del 2000²⁶⁶.

²⁶² Il testo della Convenzione europea del paesaggio del 2000 è disponibile al seguente indirizzo: http://www.convenzioneeuropapeaesaggio.beniculturali.it/uploads/2010_10_12_11_22_02.pdf. Si tratta della versione, tradotta in italiano, predisposta dal Congresso dei poteri locali e regionali del Consiglio d'Europa in collaborazione con il Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Ufficio Centrale per i Beni Ambientali e Paesaggistici, in occasione della Conferenza Ministeriale di Apertura alla firma della Convenzione Europea del Paesaggio.

²⁶³ FERRUCCI, *op. cit.*, p. 181.

²⁶⁴ ID, p. 182.

²⁶⁵ Pubblicato in G.U. n.45 del 24-2-2004 - Suppl. Ordinario n. 28.

²⁶⁶ FERRUCCI, *op. cit.*, p. 185.

L'art. 131 del Codice dei beni culturali fornisce una definizione di paesaggio che evoca quella di cui alla Convenzione europea del 2000, intendendosi, per esso, «il territorio espressivo di identità, il cui carattere deriva dall'azione di fattori naturali, umani e dalle loro interrelazioni». A ben vedere, rispetto al suo antecedente internazionale, il Codice dei beni culturali, nel delineare il concetto di “paesaggio”, non opera alcun riferimento alla percezione che, di esso, ha la popolazione che vive al suo interno. Ad ogni modo, pare opportuno sottolineare che la definizione giuridica di paesaggio compare, per la prima volta, in un testo normativo italiano²⁶⁷.

Coerentemente con l'impianto della Convenzione europea del 2000, il Codice concepisce il paesaggio come un bene culturale²⁶⁸: l'art. 2, infatti, precisa che il patrimonio culturale, oggetto di tutela, è costituito sia dai beni culturali in senso stretto, sia dai beni paesaggistici. Tornando all'ambito strettamente vitivinicolo, si segnala come l'art. 1 del T.U. vino contenga un'importante (e inedita) dichiarazione di principio laddove riconosce il vino, la vite e i *territori viticoli*, «quali frutto del lavoro, dell'insieme delle competenze, delle conoscenze, delle pratiche e delle tradizioni», come un «*patrimonio culturale nazionale* [Cors.d.A.] da tutelare e valorizzare negli aspetti di sostenibilità sociale, economica, produttiva, ambientale e culturale».

Alla luce delle definizioni di paesaggio contenute nella Convenzione europea del 2000 e nel Codice dei beni culturali, è evidente la rilevanza del paesaggio agrario. Esso costituisce una delle rappresentazioni più eloquenti del paesaggio, di cui riunisce le diverse componenti: storica, culturale, ambientale, estetica ed economica. Nel paesaggio agrario si palesa il binomio inscindibile tra uomo e natura: così come il primo, mediante l'attività agricola, trasforma e modella il territorio, in linea con le contingenti esigenze economico-sociali e le tecniche produttive del tempo, così il territorio condiziona l'agricoltura, favorendo alcune produzioni e scoraggiandone altre, senza tralasciare il ruolo,

²⁶⁷ ID, p. 186.

²⁶⁸ Tanto nel Preambolo alla Convenzione, quanto nel suo art. 5, il paesaggio viene elevato a patrimonio culturale e naturale dell'Europa e fondamento dell'identità dei popoli.

determinante, rivestito dalla visione “culturale” e “identitaria” che del territorio hanno le popolazioni locali²⁶⁹.

Tuttavia, come anticipato, l’evidenza della relazione tra paesaggio e paesaggio agrario non è sempre stata visibile al legislatore italiano. Nella l. n. 1497, del 29 giugno 1939, sulla protezione delle bellezze naturali, non vi era spazio per il paesaggio agrario, ma solo per il «bel paesaggio»²⁷⁰, composto da bellezze naturalistiche da trattare in una prospettiva conservativa e contemplativa, al pari di una forma d’arte. Il paesaggio agrario, presupponendo una trasformazione dinamica del territorio in chiave produttiva e di insediamento urbano, collide con il paradigma della statica conservazione delle bellezze naturali paesaggistiche, votata a garantirne l’immutabilità²⁷¹.

Con la l. n. 431 dell’8 agosto 1985 (cosiddetta legge Galasso), il paesaggio comincia a essere identificato con l’ambiente e con la salvaguardia delle risorse naturali, non facilmente riproducibili, presenti in un dato territorio. Tuttavia, tra paesaggio e ambiente, benché concettualmente affini, non vi è identità assoluta, mancando, nel secondo, quella componente “culturale”, i cosiddetti «fattori umani», che solamente con il Codice dei beni culturali, sulla scorta della Convenzione europea del 2000, verrà affermata come elemento fondante la definizione giuridica di paesaggio, avente pari dignità rispetto a quella “naturale”. Grazie alla considerazione che il Codice dei beni culturali dimostra per la *natura modificata dal lavoro*²⁷², quello agrario entra a far parte del più ampio genere “paesaggio”, del quale pare incarnare al meglio il modello proposto dalla Convenzione europea del 2000, in base al quale le azioni poste dagli Stati firmatari, lungi dal condurre a un’assoluta imm modificabilità dei luoghi, devono orientare e armonizzare le trasformazioni

²⁶⁹ BROCCA, *Paesaggio e agricoltura a confronto. Riflessioni sulla categoria del “paesaggio agrario”*, in *Rivista giuridica dell’edilizia*, 2016, II, p. 3.

²⁷⁰ FERRUCCI, *op. cit.*, p. 177.

²⁷¹ PASSANITI, *La tutela del paesaggio agrario tra conservazione e mutevolezza. Le premesse storiche di un problema attuale*, in *Diritto agroalimentare*, 1/2018, pp. 184 e 185.

²⁷² ID, p. 186.

del paesaggio provocate dai processi di sviluppo sociali, economici ed ambientali [art. 1, lett. e)]²⁷³.

Il paesaggio agrario (e, per quel che qui interessa, quello vitivinicolo) è per sua natura dinamico e mutevole nel corso del tempo, anche a causa dell'evoluzione delle tecniche di coltivazione. Il paesaggio costituito da vigneti è soggetto, altresì, a mutamenti nello spazio, determinati dai processi di estensione²⁷⁴ o riduzione²⁷⁵ delle superfici vitate, motivati dalle contingenze economiche e dalle regolazioni pubbliche, vale a dire dall'Organizzazione comune del mercato. Paiono, quindi, antistorici i tentativi di cristallizzare i paesaggi e, nel nostro specifico caso, i vigneti²⁷⁶.

Inoltre, vi sono alcuni vigneti che concorrono a caratterizzare l'identità di un paesaggio e ve ne sono altri che costituiscono, invece, l'elemento dominante del territorio in cui si inseriscono, dando vita a veri e propri *paesaggi vitati iconici*²⁷⁷. Tra questi, rientrano i vigneti a terrazze, tipici delle Cinque Terre e di altri territori della nostra penisola. I terrazzamenti appartengono alla categoria delle strutture realizzate dall'uomo per esigenze funzionali all'esercizio dell'agricoltura (cosiddetta architettura rurale), le quali, se si accogliesse, ancora oggi, una concezione "estetica" del paesaggio, verrebbero tutelate solamente se di particolare pregio storico e artistico²⁷⁸. I terrazzamenti – e l'architettura rurale, più in generale – costituiscono significative testimonianze della storia delle comunità rurali e delle rispettive economie, nonché segni tangibili e peculiari del paesaggio²⁷⁹.

²⁷³ BROCCA, *op. cit.*, p. 7.

²⁷⁴ AMOROSINO, *Il paesaggio del vino*, in *Riv. dir. alim.*, 1/2018, p. 5, fa riferimento all'espansione verso la pianura dei vigneti del Prosecco, determinata dal successo di tale vino.

²⁷⁵ Ci si riferisce, in particolare, ai contingentamenti all'impianto di nuovi vigneti, su cui si veda, tra gli altri, ALBISINNI, *I diritti di impianto dei vigneti e la loro circolazione*, in COSTATO, GERMANÒ, ROOK BASILE (a cura di), *Trattato di diritto agrario*, vol. 1, Torino, 2011, pp. 347 e ss.

²⁷⁶ AMOROSINO, *Il paesaggio del vino*, cit., p. 5.

²⁷⁷ ID, p. 4.

²⁷⁸ BROCCA, *op. cit.*, p. 16.

²⁷⁹ IBIDEM. I terrazzamenti hanno formato oggetto di interventi legislativi regionali e nazionali volti ad assicurarne la conservazione e la valorizzazione. Anche a livello comunitario, il Reg. (CE) n. 1782/2003

I terrazzamenti fanno parte della cosiddetta viticoltura eroica, di cui all'art. 7 del T.U. vino. Tale disposizione si occupa della salvaguardia dei «vigneti eroici o storici», per tali intendendosi quelli situati in «aree soggette a rischio di dissesto idrogeologico o aventi particolare pregio paesaggistico [Cors.d.A.]» e per i quali lo Stato dovrebbe «promuove interventi di ripristino, recupero, manutenzione e salvaguardia».

Si tratta di vigneti ubicati in contesti rurali che acquistano, proprio grazie alle tecniche vitivinicole tradizionali impiegate, uno straordinario prestigio e amenità, fornendo, sovente, una produzione enologica di eccellente qualità²⁸⁰. Il 6 giugno 2019 la Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le Regioni e le Province autonome di Trento e Bolzano ha sancito l'intesa²⁸¹ sul Decreto concernente la salvaguardia dei vigneti eroici e storici, previsto dall'art. 7, comma 3, del T.U. vino²⁸². I vigneti eroici sono quelli collocati in terreni con una pendenza superiore al 30%, in territori con un'altitudine superiore ai 500 metri, caratterizzati da impianti su terrazze o gradoni o situati in piccole isole²⁸³. I vigneti

condizionava l'erogazione degli aiuti diretti agli agricoltori al mantenimento dei terrazzamenti, nell'ambito del più generale presupposto di conservazione della terra in buone condizioni agronomiche: cfr. FERRUCCI, *op. cit.*, p. 207. Per completezza, si segnala che il Reg. (CE) n. 1782/2003 è stato abrogato dal Reg. (CE) n. 73/2009, a sua volta abrogato dal Reg. (UE) n. 1307/2013, del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, «recante norme sui pagamenti diretti agli agricoltori nell'ambito dei regimi di sostegno previsti dalla politica agricola comune», attualmente in vigore e pubblicato in G.U.U.E. L 347 del 20 dicembre 2013, p. 608.

²⁸⁰ A tale proposito, il comma 2 dell'art. 7 riconosce che i vigneti eroici o storici «sono situati in aree vocate alla coltivazione della vite nelle quali le particolari condizioni ambientali e climatiche conferiscono al prodotto caratteristiche uniche, in quanto strettamente connesse alle peculiarità del territorio d'origine».

²⁸¹ Il testo dell'intesa è disponibile al seguente indirizzo: <http://www.regioni.it/newsletter/n-3631/del-13-06-2019/vigneti-eroici-e-storici-la-posizione-per-lintesa-sul-decreto-19870/>.

²⁸² Il Decreto, stabilisce l'art. 7, comma 3, dovrà essere adottato, entro un anno dall'entrata in vigore del T.U. vino, dal MIPAAFT di concerto con il Ministero per i beni e le attività culturali e con il Ministro dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare.

²⁸³ Cfr. Decreto Mipaaf n. 826 del 7 novembre 2012, art. 1, comma 1 e Decreto Mipaaf n. 15938 del 20 dicembre 2013, art. 8, comma 5. Si pensi, a titolo di esempio, alle già richiamate Cinque Terre, alla Costiera amalfitana e a tutte quelle produzioni lungo le Alpi e l'Appennino.

storici, invece, devono vantare una produzione anteriore al 1960, con forme di cura tradizionale, oppure con sistemazioni idrauliche-agrarie storiche o di particolare pregio paesaggistico, appartenenti ad aree iscritte al Registro Nazionale Paesaggi Rurali di interesse storico oppure riconosciute dall'UNESCO²⁸⁴ o individuate con leggi regionali²⁸⁵. Quanto finora esposto ci consente di affrontare il tema del turismo enologico (cosiddetto enoturismo), che costituisce una fantastica leva di salvaguardia e valorizzazione del paesaggio connotato da vigneti e dei beni ambientali e culturali che lo compongono²⁸⁶. La l. n. 205 del 27 dicembre 2017²⁸⁷ (legge di bilancio 2018) ha, tra le altre cose, dettato, per la prima volta, una definizione univoca dell'entoturismo, predisponendone una

²⁸⁴ L'UNESCO ha eletto a patrimonio dell'umanità alcuni paesaggi vitati italiani e alcune tecniche di coltura della vite: si pensi alle zone del Prosecco (riconosciute nel 2019) alle aree viti-vinicole di Langhe-Roero e Monferrato, in Piemonte (riconosciute nel 2014), alla vite ad alberello di Pantelleria (riconosciuta, anch'essa, nel 2014) e all'Arte dei muretti a secco, comune a Italia, Croazia, Cipro, Francia, Slovenia, Svizzera, Grecia e Spagna (riconosciuta nel 2018). Cfr. <http://whc.unesco.org/en/list/1390> e <https://ich.unesco.org/en/lists?text=Vineyard%20Landscape%20of%20Piedmont:%20Langhe-Roero%20and%20Monferrato&multinational=3&display1=inscriptionID#tabs>.

²⁸⁵ <https://agronotizie.imaginenetwork.com/>. Si segnala, inoltre, che il Decreto in questione prevederebbe un ulteriore provvedimento per l'istituzione di un marchio nazionale dedicato alla viticoltura eroica o storica: cfr. <https://www.cia.it/news/notizie/ce-lintesa-sul-decreto-la-tutela-dei-vigneti-eroici-e-storici/>.

²⁸⁶ La riflessione, ripresa da FERRUCCI, *op. cit.*, p. 209, viene, in realtà, svolta dall'Autrice con riferimento al turismo "in generale".

²⁸⁷ Legge 27 dicembre 2017, n. 205, Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2018 e bilancio pluriennale per il triennio 2018-2020 (G.U. Serie Generale n. 302 del 29 dicembre 2017 - Suppl. Ordinario n. 62). All'entoturismo sono dedicati i commi da 502 a 505 dell'art. 1 della suddetta legge.

disciplina specifica, autonoma rispetto all'agriturismo²⁸⁸, con il quale, indubbiamente, presenta sostanziali affinità²⁸⁹.

L'enoturismo comprende «tutte le attività di conoscenza del vino espletate nel luogo di produzione, le visite nei luoghi di coltura, di produzione o di esposizione degli strumenti utili alla coltivazione della vite, la degustazione e la commercializzazione delle produzioni vinicole aziendali, anche in abbinamento ad alimenti, le iniziative a carattere didattico e ricreativo nell'ambito delle cantine»²⁹⁰. È possibile suddividere le attività enoturistiche in due gruppi: da un lato, quelle consistenti nella degustazione e commercializzazione delle produzioni vinicole aziendali; dall'altro, le iniziative didattico/ricreative (visite nei luoghi di coltura, nelle cantine, ecc.) legate al mondo del vino e finalizzate alla promozione e valorizzazione della cultura rurale e delle peculiari risorse dei territori²⁹¹.

Nel 2019 il Ministro per le politiche agricole, alimentari e forestali ha adottato un Decreto volto a definire gli indirizzi e le linee guida in merito ai requisiti e agli *standard* minimi di qualità per l'esercizio dell'attività enoturistica²⁹². Viene, innanzitutto, fornita una definizione di enoturismo, valida ai fini del Decreto in commento: nell'attività enoturistica

²⁸⁸ La l. n. 730 del 5 dicembre 1985, portante la disciplina dell'agriturismo, è stata abrogata dalla legge quadro n. 96 del 20 febbraio 2006 («Disciplina dell'agriturismo»), pubblicata nella G.U. n. 63 del 16 marzo 2006; sulla normativa applicabile all'agriturismo, si vedano, tra gli altri, PAOLONI, *L'agriturismo e le attività di valorizzazione del territorio*, in COSTATO, GERMANÒ, ROOK BASILE (a cura di), *Trattato di diritto agrario*, Vol. 2, Torino, 2011, pp. 527 e ss. e la *Rivista di diritto agrario*, 2006, n. 4 (Fascicolo speciale), interamente dedicata al commento della Legge 20 febbraio 2006, n. 96, pp. 399 e ss.

²⁸⁹ La legge di bilancio 2018 prevede, sostanzialmente, l'assimilazione, sotto il profilo fiscale, tra il regime applicabile all'agriturismo e quello applicabile all'enoturismo: cfr. RASI e DE VITA, *La tassazione delle attività enoturistiche: un "sobrio" intervento del legislatore*, in *Diritto Agroalimentare*, 2/2018, pp. 425 e ss.

²⁹⁰ Art. 1, comma 502, l. n. 205/2017.

²⁹¹ RASI e DE VITA, *op. cit.*, p. 428.

²⁹² Si tratta del Decreto ministeriale, Prot. n. 2779 del 12/03/2019, adottato in virtù del comma 504, dell'art. 1, l. n. 205/2017, ai sensi del quale i requisiti e gli *standard* minimi di qualità, per l'esercizio dell'attività enoturistica, avrebbero dovuto essere definiti con decreto del MIPAAFT, di concerto con il Ministro dei beni e delle attività culturali e previa intesa con la Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le regioni e le province autonome di Trento e di Bolzano.

– considerata attività agricola connessa ex art. 2135, co. 3, c.c.²⁹³ – rientrano tutte le attività formative ed informative rivolte alle produzioni vitivinicole del territorio e alla conoscenza del vino, con particolare riguardo alle indicazioni geografiche (DOP, IGP); a titolo esemplificativo, si citano le visite guidate ai vigneti di pertinenza dell’azienda, alle cantine e ai luoghi di esposizione degli strumenti utili alla coltivazione della vite, funzionali a conoscere la storia e la pratica dell’attività vitivinicola ed enologica in genere; le iniziative di carattere didattico, culturale e ricreativo svolte nell’ambito delle cantine e dei vigneti, ivi compresa la vendemmia didattica; le attività di degustazione e commercializzazione delle produzioni vitivinicole aziendali, anche in abbinamento ad alimenti²⁹⁴. Questi ultimi, ai sensi dell’art. 2, co. 2, del summenzionato Decreto, devono consistere in «prodotti agro-alimentari freddi preparati dall’azienda stessa, anche manipolati o trasformati, pronti per il consumo nel rispetto delle discipline e delle condizioni e dei requisiti igienico sanitari previsti dalla normativa vigente, e *prevalentemente* (enfasi aggiunta) legati alle produzioni locali e tipiche della Regione in cui è svolta l’attività enoturistica», tra le quali rientrano i prodotti a indicazione geografica, a dimostrazione dell’importanza di questi segni qualitativi per la promozione del territorio; in ogni caso, dall’attività di degustazione, così caratterizzata, sono «escluse le attività che prefigurano un servizio di ristorazione».

Tra i requisiti e gli *standard* minimi di qualità per lo svolgimento dell’attività enoturistica, pare rilevante segnalare come venga citata l’esposizione e la distribuzione di materiale informativo relativo al territorio in cui insiste l’azienda vitivinicola, alle sue produzioni tipiche e alle sue attrazioni turistiche, artistiche, architettoniche e paesaggistiche; inoltre, si richiede che il personale dell’azienda non solo sia dotato di competenze adeguate per condurre l’attività di degustazione del vino, ma dimostri, altresì, specifica conoscenza delle caratteristiche del territorio²⁹⁵.

²⁹³ Si veda l’art. 1, co. 2, del Decreto.

²⁹⁴ Si veda l’art. 1, co. 3, del Decreto.

²⁹⁵ Per gli altri requisiti e *standard* minimi di qualità, si veda l’art. 2, co. 1, del Decreto. Si specifica che il compito di definire le funzioni di vigilanza, di controllo e sanzionatorie sull’osservanza dei requisiti e *standard* imposti dal Decreto in commento viene demandato alle Regioni (art. 2, co. 4).

Infine, l'art. 3 del Decreto attribuisce al Ministro per le politiche agricole, alimentari e forestali il potere di istituire, con decreto, un apposito logo per l'attività enoturistica, di cui possano beneficiare, come indicazione facoltativa, i soggetti che svolgono la suddetta attività.

Un'interessante modalità di fruizione turistica del paesaggio vitivinicolo è rappresentata dalle "strade del vino", ovvero da quegli itinerari, adeguatamente segnalati, che attraversano i luoghi in cui sono presenti aziende vitivinicole di particolare pregio, che producono il prodotto rinomato nell'area geografica che dà il nome al percorso stesso. La possibilità di visitare i vigneti e le cantine, nonché di degustare i vini ivi prodotti, fa del turismo eno-gastronomico un felice pretesto per diffondere e promuovere la conoscenza del territorio, nella sua duplice componente naturalistica e socio-economica. L'enoturismo diventa, così, strumento privilegiato per perseguire uno sviluppo sostenibile e integrato del territorio rurale, qualificando gli stessi imprenditori vitivinicoli come «custodi dell'ambiente» e «divulgatori dei saperi»²⁹⁶.

La disciplina giuridica nazionale delle "strade del vino" è contenuta nella L. n. 268 del 27 luglio 1999²⁹⁷. Le prime iniziative di offerta enoturistica, analoghe a quella qui oggetto di analisi, sono partite dal basso, come idea spontanea dei produttori locali, solo occasionalmente regolamentate, con normative *ad hoc*, da parte delle Regioni²⁹⁸. È solamente con la l. n. 268/1999 che il legislatore nazionale decide di intervenire in materia con una disciplina unitaria, anche sulla scorta dell'evoluzione che, a partire dagli anni '90, ha avuto la Politica Agricola Comune nel senso della valorizzazione e promozione delle

²⁹⁶ STRAMBI, *Le strade del vino, dell'olio e dei sapori: il quadro giuridico di riferimento*, in *Riv. dir. agr.*, 2006, I, pp. 205-207.

²⁹⁷ Legge 27 luglio 1999, n. 268, Disciplina delle "strade del vino", pubblicata in G.U. n. 185 del 9 agosto 1999. Per completezza, si segnala che, ai sensi dell'art. 5 della suddetta legge, essa si applica, altresì, alle "strade" finalizzate alla valorizzazione di altre produzioni di qualità, «con particolare riguardo all'olio d'oliva ed in genere ai prodotti tipici».

²⁹⁸ STRAMBI, *op. cit.*, p. 213.

produzioni agro-alimentari caratterizzate da una cosiddetta “qualità territoriale” e, più in generale, verso l’obiettivo dello sviluppo del territorio rurale²⁹⁹.

Ai sensi dell’art. 1, comma 2, della l. n. 268/1999, per “strade del vino” si intendono i «percorsi segnalati e pubblicizzati con appositi cartelli, lungo i quali insistono valori naturali, culturali e ambientali, vigneti e cantine di aziende agricole singole o associate aperte al pubblico»; esse, inoltre, sono considerate, dalla medesima disposizione, come uno strumento per divulgare, commercializzare e fruire, in forma di offerta turistica, i territori vinicoli e le relative produzioni, «con particolare riferimento ai luoghi delle produzioni qualitative di cui alla legge 10 febbraio 1992, n. 164, e successive modificazioni»³⁰⁰.

Anche il T.U. vino è intervenuto in materia, con una norma che vuole incoraggiare e sostenere l’enoturismo. Infatti, l’art. 87 del sopracitato T.U. consente alle aziende vitivinicole, che insistono lungo le “strade del vino”, di somministrare agli avventori prodotti alimentari DOP e/o IGP, anche nel caso in cui non siano da loro prodotti³⁰¹.

L’art. 87 T.U. vino denota l’attenzione riservata alle indicazioni geografiche come mezzo di tutela del paesaggio e di sviluppo rurale, in linea con l’approccio adottato dal legislatore europeo. Il Reg. (UE) n. 1151/2012, al suo considerando n. 1, delinea la rilevante funzione sociale, culturale e ambientale delle indicazioni geografiche, parte integrante del *patrimonio culturale* dell’Unione, in quanto rappresentative delle tradizioni produttive perpetrate nel tempo dagli agricoltori³⁰². Viene, quindi, evidenziato il potenziale delle

²⁹⁹ ID, pp. 209 e ss. L’Autrice si riferisce, in particolare, al primo regolamento comunitario in materia di DOP e IGP [Reg. (CE) n. 2081/1992], all’attenzione posta alla cura e allo sviluppo del mondo rurale dal documento «Agenda 2000», approvato dalla Commissione nel 1997 e, infine, al Reg. (CE) n. 1257/1999 del Consiglio, del 17 maggio 1999, sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo europeo agricolo di orientamento e garanzia (FEAOG) e che modifica taluni regolamenti, (G.U.C.E., 26 maggio 1999, L 160).

³⁰⁰ Art. 1, comma 1, l. n. 268/1999.

³⁰¹ È, in questo caso, preventivamente necessario presentare al Comune di competenza la segnalazione certificata di inizio attività (SCIA).

³⁰² Così si esprime, precisamente, il primo considerando del Reg. (UE) n. 1151/2012: «La qualità e la varietà della produzione agricola, ittica e dell’acquacoltura dell’Unione rappresentano un punto di forza e un vantaggio competitivo importante per i produttori dell’Unione e sono parte integrante del suo patrimonio culturale e gastronomico vivo. Ciò è dovuto alle competenze e alla determinazione degli agricoltori e dei

indicazioni geografiche ai fini della preservazione dell'ambiente, del *paesaggio* e del benessere degli animali³⁰³.

Le indicazioni geografiche si rivelerebbero, infatti, utili strumenti nelle mani delle comunità locali di preservare il reddito, le culture e gli stili di vita, le identità locali inclusive di metodi tradizionali di lavorazione e trasformazione dei prodotti, nonché l'agro-biodiversità e l'ambiente, ponendosi, così, come argine all'omologazione indotta dall'industria agroalimentare di massa e dalle monoculture³⁰⁴.

Le indicazioni geografiche presentano una certa complementarità d'approccio con l'agro-ecologia, ovverosia con quell'approccio scientifico che guarda all'ambiente naturale in una prospettiva "olistica", che non si limita alla dimensione "fisica" o "naturale" (come l'ecologia), ma prende in esame anche quella della "produzione agricola", inclusiva dei suoi profili "economici", "sociali" e "culturali", nella quale preminente risulta il ruolo dell'uomo e, in particolare, il suo intervento sul paesaggio, sulla terra e nell'allocazione dei fattori disponibili per la produzione dei prodotti agricoli³⁰⁵.

Quanto detto pone in luce la vocazione delle indicazioni geografiche a farsi strumento di una pratica genuinamente "agro-ecologica" della produzione agricola e del rapporto tra uomo, terra e ambiente³⁰⁶.

V'è da precisare che la stessa teoria del *terroir* è stata variamente modulata nel corso del tempo. Negli anni '20/'30 la dottrina francese ne accoglieva una visione "naturalistica",

produttori dell'Unione, che hanno saputo preservare le tradizioni pur tenendo conto dell'evoluzione dei nuovi metodi e materiali produttivi».

³⁰³ A ben vedere, il considerando n. 23 del Reg. (UE) n. 1151/2012, demanda il compito di fissare specifiche in materia di protezione delle risorse naturali, del paesaggio e del benessere degli animali, ai disciplinari di produzione. Quindi, benché auspiccate dal legislatore europeo – come dimostra l'utilizzo del termine «dovrebbe» – tali ulteriori regole sono solamente eventuali, lasciate alla discrezionalità dei singoli Stati membri e gruppi di produttori.

³⁰⁴ PALMA, *Agro-ecologia e indicazioni geografiche tra magia e razionalità nel diritto dell'UE e dell'OMC: "reinventare" le designazioni d'origine per preservare l'economia rurale, il patrimonio culturale e l'ambiente*, in *Riv. dir. ind.*, 2017, I, p. 268.

³⁰⁵ ID, pp. 271 e 272.

³⁰⁶ ID, p. 273.

interpretando il legame prodotto-territorio in senso “oggettivo” e “geobiologico”, da intendersi come “irriproducibilità” in altro luogo, privilegiando, di conseguenza, i prodotti che derivano la propria qualità dai soli “fattori naturali della produzione” (terra, clima, materie prime naturali). Verso la metà degli anni '50, ha cominciato a farsi strada una concezione di *terroir* comprensiva del contributo che alla qualità dei prodotti danno i “fattori umani” (conoscenze locali, metodi tradizionali di produzione)³⁰⁷.

Assumendo tale prospettiva, la tutela dei prodotti a IG protetta si interseca con la protezione offerta dalla Convenzione UNESCO del 2003 sulla protezione del “patrimonio culturale immateriale”³⁰⁸ e con la Convenzione dell'UNESCO del 2005 sulla protezione e promozione della “diversità culturale” e, dall'angolazione del diritto ad un ambiente sano, può essere riguardata come uno strumento per salvaguardare l'agro-biodiversità secondo la Convenzione di Rio del 1992 sulla “diversità biologica”³⁰⁹. Promuovendo l'agricoltura basata sulle conoscenze tradizionali, l'uso delle IG può favorire la preservazione del paesaggio, altrimenti destinato a subire la prevalenza anti-estetica delle monoculture³¹⁰.

³⁰⁷ ID, pp. 272 e 273.

³⁰⁸ A tale proposito, si segnala MONTELLIONE, *La produzione agroalimentare di qualità come bene culturale*, in *Riv. dir. agr.*, 2000, I, pp. 462 e ss., il quale si chiede se alcuni prodotti agroalimentari possano essere qualificati come beni culturali, essendo, i suddetti prodotti, testimonianza della civiltà in cui vengono realizzati, oltre che delle proprietà morfologiche del territorio da cui provengono. A ben vedere, l'Autore giunge a escludere che alle DOP e alle IGP possa applicarsi il Codice dei beni culturali e del paesaggio, in quanto sarebbero manchevoli di una serie di requisiti necessari per configurarli come beni culturali.

³⁰⁹ PALMA, *op. cit.*, pp. 277 e 278.

³¹⁰ IBIDEM.

CAPITOLO II

LE INDICAZIONI GEOGRAFICHE VITIVINICOLE NEL COMMERCIO INTERNAZIONALE

SOMMARIO: 2.1 La Convenzione di Unione di Parigi, l'Accordo di Madrid e l'Accordo di Lisbona; 2.2 L'Accordo TRIPs e la protezione aggiuntiva prevista per i vini e gli alcolici; 2.3 I tentativi di implementazione dell'Accordo TRIPs; 2.3.1 Il ruolo dell'OMPI e il *Geneva Act* del 2015; 2.4 La protezione delle indicazioni geografiche vitivinicole negli Stati Uniti: il *Lanham Act* e il *sistema di classificazione dell'Alcohol, Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB)*; 2.4.1 Elementi di analogia: le *American Viticultural Areas*; 2.5 Le indicazioni geografiche nell'Accordo del 2006 tra gli Stati Uniti e l'Unione europea sul commercio del vino; 2.6 Le pratiche enologiche: l'incidenza sul profilo qualitativo e la loro rilevanza per gli scambi mondiali di vino; 2.6.1 Le pratiche enologiche nell'Accordo del 2006 tra Stati Uniti ed Unione europea sul commercio del vino; 2.7 Il rispetto dell'Accordo TRIPs da parte della normativa statunitense; 2.8 L'approccio europeo alla tutela delle indicazioni geografiche negli Accordi bilaterali, con particolare riguardo al CETA e all'Accordo con il Giappone: fallimenti e successi.

2.1 La Convenzione di Unione di Parigi, l'Accordo di Madrid e l'Accordo di Lisbona

La disciplina delle indicazioni geografiche è stata oggetto di numerosi Trattati internazionali, aventi lo scopo di stabilire, all'interno dei vari Paesi, l'illiceità dell'uso di indicazioni false circa la provenienza di un prodotto.

La prima normativa di riferimento, a livello internazionale, è stata la Convenzione di Unione di Parigi per la protezione della proprietà industriale del 20 marzo 1883. L'ambito applicativo della Convenzione è delineato all'articolo 1, laddove «le indicazioni di provenienza o denominazioni di origine» sono menzionate tra gli oggetti di protezione del diritto industriale³¹¹. Va precisato che la Convenzione in esame si limita alla tutela delle sole indicazioni di provenienza: delle denominazioni di origine, infatti, sebbene richiamate dall'articolo testé illustrato, non viene fornita alcuna definizione. Con riguardo alla

³¹¹ SORDELLI, *Denominazioni di origine e indicazioni di provenienza*, in *Riv. dir. ind.*, 1982, I, p. 11.

protezione accordata, l'articolo 10 obbliga gli Stati a prevedere il sequestro in caso di utilizzazione diretta o indiretta di una falsa indicazione riguardante la provenienza del prodotto o l'identità del produttore o commerciante. Tale norma è particolarmente attuale nella misura in cui prevede che la sanzione scatti anche nel caso di utilizzazione *indiretta* di una falsa indicazione: sempre più spesso, infatti, l'inganno per i consumatori si verifica mediante il cosiddetto agganciamento in via indiretta, ovvero sia impiegando segni di immediato impatto, come immagini o simboli capaci di richiamare istintivamente una determinata provenienza geografica³¹². Legittimato ad agire è qualsiasi produttore, sia del Paese in cui si trova la zona originaria falsamente indicata, sia del Paese dove detta falsa indicazione è utilizzata³¹³; ai sensi dell'articolo 10-*ter*, legittimati attivi sono altresì le associazioni di categoria. Va poi richiamato l'articolo 10-*bis*, che indica come atti di concorrenza sleale anche le indicazioni o asserzioni il cui uso possa trarre in errore il pubblico sulla natura, il modo di fabbricazione, le caratteristiche, l'attitudine all'uso o la quantità delle merci³¹⁴.

La Convenzione di Parigi del 1883 rappresenta un approccio ancora piuttosto sommario alla materia; ciononostante riveste una considerevole importanza storica per aver realizzato – tra gli Stati aderenti – un'integrazione sia “negativa”, nella misura in cui vige il divieto di discriminazione tra prodotti locali e prodotti importati, sia “positiva”, avendo posto alcune regole minime comuni a tutti i Paesi membri³¹⁵.

L'*Arrangement* di Madrid, concernente la repressione delle indicazioni di provenienza false o fallaci, del 14 aprile 1891, costituisce un avanzamento della protezione rispetto alla Convenzione di Parigi. Ai sensi dell'articolo 1 dell'*Arrangement* di Madrid, gli Stati si impegnano a sequestrare (all'importazione o nel Paese nel quale l'indicazione illecita è

³¹² PAPPALARDO, *Note in tema di utilizzo ingannevole di indicazioni geografiche*, in *Riv. dir. ind.*, 2013, II, p. 327.

³¹³ SORDELLI, *L'identificazione dei prodotti agricoli sul mercato*, cit., p. 484.

³¹⁴ DORDI, *La protezione delle indicazioni geografiche nell'accordo Trips*, in COSCIA, VELLANO e VENTURINI (a cura di), *Le nuove sfide per l'Omc a dieci anni dalla sua istituzione*, Atti del convegno di Alessandria del 8 ottobre 2004, Milano, 2005, p. 231.

³¹⁵ MORGESE, *L'accordo sugli aspetti dei diritti di proprietà intellettuale attinenti al commercio (TRIPS)*, Bari, 2009, p. 27.

apposta) i prodotti che recano un'informazione sull'origine – direttamente o indirettamente – falsa o fallace³¹⁶. È bene precisare che il termine “fallace” è stato inserito nel titolo e nel testo dell'articolo 1 solo successivamente, in occasione della più recente redazione dell'*Arrangement* di Madrid approvata a Lisbona nel 1958: questa aggiunta estende la tutela anche a quelle indicazioni non necessariamente false in modo radicale, ma comunque idonee a trarre in inganno il pubblico sulla provenienza dei prodotti. Allo stesso modo, l'articolo 3-*bis* dispone che i Paesi aderenti si impegnino a proibire l'impiego – per la vendita, l'esposizione o l'offerta dei prodotti – di ogni indicazione avente carattere di pubblicità e suscettibile di ingannare il pubblico sulla provenienza dei prodotti³¹⁷.

Un regime più favorevole è previsto per i vini. L'art. 4 dell'*Arrangement* attribuisce alle corti nazionali la possibilità di escludere dall'ambito di applicazione del Trattato le indicazioni di provenienza che si reputino generiche, rimettendo la relativa valutazione ai tribunali stessi. Orbene, viene espressamente affermato che tale deroga, rispetto alla tutela sancita dall'Accordo, non potrà operare con riferimento alle indicazioni di provenienza dei prodotti vitivinicoli³¹⁸.

Il livello protettivo predisposto a Madrid nel 1891 venne ritenuto ancora troppo incerto e insufficiente. L'Accordo di Madrid (così come la Convenzione di Parigi) si limitava a tutelare le indicazioni di provenienza, la cui caratteristica è quella di indicare l'origine territoriale di un determinato prodotto senza alcun riferimento alla qualità o alla reputazione dello stesso³¹⁹: esse garantiscono unicamente la provenienza e sono quindi decisamente meno rigorose rispetto alle denominazioni di origine (tralasciate dai predetti accordi multilaterali), alle quali può invece essere attribuito un vero e proprio *pregio*, determinato dal territorio e come tale meritevole di una maggiore tutela.

Inoltre, le indicazioni di provenienza, contemplate dai suddetti Accordi, possono consistere sia in termini che individuano direttamente l'origine di un prodotto attraverso il richiamo al

³¹⁶ SORDELLI, *Denominazioni di origine e indicazioni di provenienza*, cit., p. 12.

³¹⁷ SANTAGATA, *Atti perturbatori della scelta e concorrenza sleale*, in *Riv. dir. ind.*, 1976, I, p. 27.

³¹⁸ CHEN, *A Sober Second Look at Appellations of Origin: How the United States Will Crash France's Wine and Cheese Party*, in *5 Minnesota Journal of Global Trade*, 1996, p. 41.

³¹⁹ DORDI, *op. cit.*, p. 232.

nome del luogo, della regione o del Paese di ottenimento, sia in simboli figurativi o espressioni, emblematici al fine di evocare indirettamente l'origine geografica (si pensi, a titolo esemplificativo, alla Statua della Libertà per indicare prodotti statunitensi)³²⁰.

Solamente con l'Accordo di Lisbona, sulla protezione delle denominazioni di origine e sulla loro registrazione internazionale del 31 ottobre 1958³²¹, si introduce il concetto di denominazione d'origine. A tal proposito, l'articolo 2 traccia un necessario collegamento tra l'origine territoriale di un alimento e le sue caratteristiche: per rientrare nell'ambito di applicazione della convenzione non è più sufficiente che il prodotto sia identificato con un'origine; è infatti ulteriormente necessario che proprio dalla sua origine geografica derivi determinate qualità e caratteristiche³²². Alla luce di quanto detto, appare di tutta evidenza la somiglianza tra le denominazioni d'origine protette dall'Accordo di Lisbona e le DOP di cui alla più recente normativa europea³²³. Pare altresì opportuno sottolineare come le *appellations of origin* di cui al suddetto Accordo non possano consistere unicamente in simboli o emblemi che rimandino in via indiretta al luogo di origine, ma debbano coincidere con termini geografici relativi a Paesi, regioni, località di produzione³²⁴.

Ai sensi dell'articolo 3 dell'accordo, le denominazioni di origine vengono protette “contro qualsiasi usurpazione o imitazione, ancorché l'origine vera del prodotto sia indicata o la denominazione sia tradotta e accompagnata da espressioni come *genere, tipo, modo,*

³²⁰ ADDOR, GRAZIOLI, *Geographical Indications Beyond Wines and Spirits. A Roadmap for a Better Protection for Geographical Indications in WTO/TRIPS Agreement*, in *The Journal of World Intellectual Property*, 2002, vol. 5, n. 6, p. 868.

³²¹ *Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and Their International Registration*, Oct. 31, 1958, as revised, July 14, 1967, 923 U.N.T.S. 205, <http://www.wipo.int/treaties/en/text.jsp?fileid=285856/>. L'Accordo di Lisbona ha subito un primo aggiornamento nel 1967 ed è stato recentemente rivisto con il *Geneva Act of the Lisbon Agreement*, su cui si veda il par. 2.3.1 del presente Capitolo.

³²² SORDELLI, *L'identificazione dei prodotti agricoli sul mercato*, cit., p. 485.

³²³ Le DOP e le IGP vitivinicole sono oggetto di specifica trattazione nel Capitolo I; per la definizione di DOP e di IGP vitivinicola si rinvia, nello specifico, al par. 1.3 del Capitolo I.

³²⁴ ADDOR, GRAZIOLI, *op. cit.*, p. 868.

imitazione o simili”³²⁵. Tale protezione è accordata alle denominazioni di origine dei Paesi aderenti – che siano preliminarmente riconosciute e protette nei Paesi di origine – le quali non potranno essere dichiarate “generiche” fintanto che nello Stato in cui è avvenuto il riconoscimento restino protette come tali³²⁶.

Una novità significativa introdotta a Lisbona consiste in un sistema di registrazione internazionale delle denominazioni da proteggere (art. 5): questo *Arrangement*, infatti, non si limita, come i due precedenti, a misure frontaliere ma impegna gli Stati aderenti a riconoscere sul proprio territorio la riserva dell’uso delle denominazioni di origine, riguardanti zone determinate degli altri Paesi membri, che siano registrate presso l’OMPI (Organizzazione Mondiale per la Proprietà Intellettuale)³²⁷, a richiesta delle pubbliche amministrazioni dei Paesi aderenti, a nome delle persone fisiche o giuridiche (pubbliche o private), titolari del diritto di utilizzare queste denominazioni secondo la legge nazionale del Paese d’origine; occorre, tuttavia, che tali denominazioni siano già riconosciute e protette come tali nel Paese di origine. Le amministrazioni degli altri Stati potranno notificare, al *Bureau* internazionale, il “rifiuto” (motivato) della registrazione, entro un anno dalla notifica della stessa³²⁸.

Con riguardo alla legittimazione attiva, un ulteriore elemento di novità è costituito dall’articolo 8, laddove ammette che le azioni necessarie per assicurare la protezione delle denominazioni di origine possano essere esercitate – in ciascuno dei Paesi aderenti – oltre che da organi pubblici, anche da ogni altra parte interessata³²⁹.

Va precisato, inoltre, che la protezione accordata dall’Accordo di Lisbona non esclude quella derivante dalla Convenzione di Parigi o dall’*Arrangement* di Madrid sulle false indicazioni di provenienza (art 4)³³⁰.

³²⁵ PAPPALARDO, *op. cit.*, p. 328.

³²⁶ SORDELLI, *Denominazioni di origine e indicazioni di provenienza, cit.*, p. 14.

³²⁷ Per brevi cenni sull’OMPI, si veda il par. 2.3.1 del presente Capitolo.

³²⁸ SORDELLI, voce *Denominazioni di origine e indicazioni geografiche*, in *Enc. Dir.*, I, Milano, 1997, p. 3.

³²⁹ SANTAGATA, *op. cit.*, p. 37.

³³⁰ SORDELLI, *Denominazioni di origine e indicazioni di provenienza, cit.*, p. 13.

Nonostante rappresenti un rafforzamento della tutela rispetto alle convenzioni internazionali precedenti, l'Accordo di Lisbona ha sortito scarsi effetti pratici: infatti, le richieste condizioni di registrazione (come sopra specificato, sia presso il Paese di origine che presso l'OMPI) si sono rivelate così stringenti da assicurare un'effettiva protezione solo ai pochi prodotti registrati.

Si rammenti, infine, che la partecipazione degli Stati alle convenzioni sopra menzionate risulta assai frammentata. La Convenzione di Parigi ha visto un ampio numero di Stati firmatari, forse, in parte, favorito della limitatezza e della flessibilità della protezione che essa conferiva alle indicazioni di provenienza. Tra i Paesi Membri dell'Unione di Parigi si annoverano anche gli Stati Uniti, nonostante ritenessero che la materia delle indicazioni di provenienza non dovesse appartenere all'ambito di applicazione della Convenzione ma dovesse essere collocata in Trattati a ciò specificamente dedicati³³¹. Si osservi, per inciso, come la normativa interna statunitense in materia di concorrenza sleale e di indicazioni geografiche sia in gran parte coerente con quella dettata dalla Convenzione di Parigi³³².

Gli Stati firmatari l'*Arrangement* di Madrid sono 56, mentre all'Accordo di Lisbona hanno inizialmente partecipato solo 17 Stati. Gli Stati Uniti non hanno preso parte a nessuno di questi due Accordi, ritenuti troppo rigidi e sbilanciati a favore dell'impostazione europea in materia di tutela delle indicazioni geografiche³³³.

2.2 L'Accordo TRIPs e la protezione aggiuntiva prevista per i vini e gli alcolici

Il *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT) del 1947 – il cui obiettivo consisteva nel promuovere, a livello mondiale, un processo di avvicinamento commerciale degli Stati – si scontrò ben presto con la gelosia dei singoli Paesi membri verso la loro sovranità e i

³³¹ SIMON, *Appellations of Origin: The Continuing Controversy*, in *5 Northwestern Journal of International Law & Business* 132, 1983, p. 149.

³³² MAKRIS, *Geographical Indicators: A Rising International Trademark Dispute Between Europe's Finest and Corporate America*, in *Arizona Journal of International & Comparative Law*, 2016, vol. 34, n. 1, p. 167.

³³³ SIMON, *op. cit.*, p. 149.

loro poteri. I numerosi *Round*, volti ad aggiornare il GATT, produssero nel complesso scarsi risultati.

L'ultimo di essi, l'*Uruguay Round* (le cui trattative durarono oltre sette anni, contro i soli quattro inizialmente ipotizzati), rappresenta a pieno titolo il più complesso negoziato commerciale mai avutosi, cominciato nel 1986 con la Dichiarazione di Punta del Este e conclusosi solo nel 1994 con la firma del Trattato di Marrakech. La dichiarazione di apertura dell'*Uruguay Round* elencava numerosi obiettivi, tra cui il rafforzamento complessivo del sistema GATT, la correzione delle distorsioni registrate nel commercio mondiale dei prodotti agricoli in un'ottica di potenziamento dello stesso e la necessità di stabilire un quadro multilaterale di regole in materia di *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPs)³³⁴. A complicare il quadro contribuì la difficoltà di giungere ad un accordo nel settore agricolo tra Stati Uniti e Comunità economica europea, che richiese altri due anni di laboriose negoziazioni. L'intesa – cosiddetta intesa di *Blair House* – fu raggiunta il 21 novembre 1992 e si aprì finalmente la strada per la conclusione dell'intero *Uruguay Round*. Seguì un'ulteriore fase volta ad estendere l'accordo di Blair House (sostanzialmente, un accordo bilaterale) anche alle altre parti contraenti del GATT, durata fino al 15 dicembre del 1993³³⁵, allorché, avendo risolto tutte le questioni rilevanti (comprese quelle relative all'accordo TRIPs), il nuovo Direttore Generale del GATT, Peter Sutherland, annunciò la conclusione dell'*Uruguay Round*. Il testo definitivo venne solennemente adottato durante la Conferenza ministeriale di Marrakech del 15 aprile 1994 e inserito nel *Final Act*, istitutivo della Organizzazione Mondiale del Commercio (OMC). Come si è già accennato, l'accordo TRIPs affronta la tematica relativa alla proprietà intellettuale, costituendo l'allegato 1C al Trattato di Marrakech: in particolare, la sezione III della parte II si occupa espressamente delle indicazioni geografiche³³⁶.

La decisione di estendere l'ambito di applicazione dell'accordo TRIPs alle indicazioni geografiche, è stata preceduta da accese discussioni ed ampi dibattiti durante l'*Uruguay*

³³⁴ GERBINO, voce *Organizzazione mondiale del commercio*, in *Enc. Dir.*, II, Milano, 1998, p. 1.

³³⁵ BORGHI, *Il GATT dalle origini alla WTO*, in *Riv. dir. agr.*, 1998, I, p. 402.

³³⁶ Il testo dell'Accordo TRIPs è consultabile al seguente indirizzo: https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/trips_e.htm.

Round. Parte della dottrina ha sottolineato come le indicazioni geografiche manchino di alcuni dei requisiti tipici dei diritti di proprietà intellettuale, tra cui quello di essere il prodotto dell'ingegno umano e di attribuire al titolare l'esclusività nel godimento del diritto³³⁷. C'è quindi da chiedersi come mai l'accordo TRIPs includa nella sua disciplina anche nomi di (già) esistenti località geografiche³³⁸. L'inserimento nell'accordo TRIPs degli artt. 22-24 dedicati, come si vedrà, alle indicazioni geografiche, è principalmente dovuto all'azione della Comunità europea, come dimostra il fatto che nelle proposte iniziali degli Stati Uniti non vi fosse alcun riferimento alla materia³³⁹. Ciononostante, sarebbe sbagliato pensare che l'Unione europea abbia sempre agito compatta su questo fronte: tra gli stessi singoli Stati membri, infatti, sono presenti posizioni alquanto disomogenee. I Paesi con una spiccata sensibilità al problema delle indicazioni geografiche sono quelli del bacino del Mediterraneo, Italia e Francia in prima linea, mentre sono note le resistenze della Germania e dei Paesi nordici, culturalmente orientati ai principi del libero mercato e più interessati al profilo della sicurezza alimentare che non a quello della "qualità"³⁴⁰. Probabilmente, la volontà di introdurre una disciplina delle indicazioni geografiche all'interno dell'Accordo TRIPs è stata in parte determinata dalla preoccupazione europea per lo scarso numero di Paesi aderenti all'Accordo di Lisbona. Ad ogni modo, il livello di protezione accordato dagli artt. 22-24 dell'Accordo TRIPs rappresenta, in un certo senso, una soluzione di compromesso rispetto agli opposti "atteggiamenti" di Comunità europea e Stati Uniti in materia di indicazioni geografiche³⁴¹.

³³⁷ DORDI, *op. cit.*, p. 236.

³³⁸ GERMANÒ, *Le indicazioni geografiche nell'accordo TRIPs*, cit., p. 413.

³³⁹ DORDI, *op. cit.*, p. 242. Nelle successive proposte presentate dagli Stati Uniti il livello di protezione delle indicazioni geografiche risultava improntato al sistema dei marchi e decisamente meno intenso rispetto a quello paventato dall'Unione europea e, in certa misura, adottato, poi, nell'Accordo TRIPs: cfr. ZACHER, *Pass the Parmesan: Geographic Indications in the United States and the European Union - Can There Be Compromise*, in 19 *Emory Int'l L. Rev.* 427 (2005), p. 450.

³⁴⁰ LUCCHI, *Il dibattito transatlantico sulla tutela delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine*, in *Riv. dir. agr.*, 2008, I, p. 67.

³⁴¹ FARLEY, *Conflicts between U.S. Law and International Treaties Concerning Geographical Indications*, in 22 *Whittier L. Rev.* (2000), p. 77.

Si consideri che l'indicazione geografica conferisce il diritto esclusivo di utilizzare tale segno distintivo a tutti i produttori di un determinato bene localizzati in un'area specifica³⁴². A tal proposito, è stato rilevato come le indicazioni geografiche possano costituire un valido strumento di protezione del *traditional knowledge*, a vantaggio delle piccole comunità che cercano di trarre un beneficio economico dalle loro conoscenze tradizionali. Addirittura, le indicazioni di origine possono rivelarsi più efficaci – per queste comunità – rispetto ad altri diritti di proprietà industriale: i diritti che queste attribuiscono ai titolari possono essere conservati in perpetuo, non conferendo un monopolio sull'uso di determinate informazioni, ma limitando i soggetti legittimati ad avvalersi del segno corrispondente³⁴³. Pertanto, la tutela delle indicazioni geografiche deve necessariamente tenere conto del loro valore concorrenziale e, da un lato, garantire che non si creino (ingiustificate) privative sull'uso del nome, dall'altro, evitare che il richiamo non veritiero a tali territori ingeneri nei consumatori un affidamento malriposto sulle qualità o sull'origine del prodotto³⁴⁴.

La disciplina delle indicazioni geografiche assolve a molteplici funzioni: tutelare l'interesse dell'imprenditore a distinguere il proprio prodotto da quello dei concorrenti, mediante l'attribuzione di un'esclusiva sull'utilizzo della denominazione; garantire la veridicità dei segni; soddisfare l'interesse dei consumatori a conoscere le caratteristiche dei prodotti e a non essere tratti in inganno da impieghi indebiti di nomi geografici; infine, garantire in varia misura l'interesse alla lealtà delle contrattazioni³⁴⁵.

Nel mercato internazionale, l'utilizzazione indebita di una indicazione geografica ha due conseguenze: la prima è che produttori estranei alla “zona tipica” approfittino della fama e della reputazione di un certo prodotto; la seconda è il rischio che il nome si “volgarizzi” e

³⁴² DORDI, *op. cit.*, p. 237.

³⁴³ PAPPALARDO, *op. cit.*, p. 326.

³⁴⁴ DORDI, *op. cit.*, p. 237.

³⁴⁵ PAPPALARDO, *op. cit.*, p. 326.

perda di distintività³⁴⁶. Pertanto, nella misura in cui è indubbio il valore economico dei segni geografici, nel contesto dell'*Uruguay Round* si è sentita l'esigenza di pervenire ad una disciplina uniforme degli stessi³⁴⁷. Precisamente, l'accordo TRIPs si propone di combattere l'impiego indebito, in ambito internazionale, di un nome geografico notoriamente indicativo di prodotti tipici e di qualità, allo scopo di evitare che imprenditori poco scrupolosi possano utilizzare il "nome" famoso di un determinato prodotto (si pensi, ad esempio, al prosciutto di Parma) per indicare i propri, magari simili apparentemente, ma mancanti di quelle qualità, anche organolettiche, che derivano proprio dall'essere prodotti in una determinata zona geografica³⁴⁸. In particolare, la disciplina delle indicazioni geografiche è contenuta negli articoli 22-24 dell'Accordo. Tali disposizioni devono essere integrate dagli articoli 1-12 e 19 della Convenzione di Parigi e dalle disposizioni generali della parte I del TRIPs, con specifico riferimento al principio del trattamento nazionale (art. 3) e della nazione più favorita (art. 4)³⁴⁹.

Nella prassi, un'indicazione geografica altro non è se non un segno apposto su prodotti che hanno una specifica origine territoriale e che da essa derivano determinate qualità o la "semplice" reputazione: essa consiste nel nome del luogo di origine del prodotto³⁵⁰. Pertanto, le informazioni sull'origine, sul carattere tradizionale del prodotto o sulla sua

³⁴⁶ Si pensi all'acqua di colonia e all'inchiostro di china, che non si ricollegano più alla città tedesca di Colonia o alla Cina, ma indicano una generica acqua profumata o un inchiostro nero, ovunque prodotti: cfr. GERMANÒ, *Le indicazioni geografiche nell'accordo TRIPs*, cit., p. 417.

³⁴⁷ ID, p. 418.

³⁴⁸ LOSAVIO, *Le indicazioni geografiche alla conferenza di Doha*, in *Riv. dir. agr.*, 2002, II, pp. 76 e 77.

³⁴⁹ DORDI, *op. cit.*, p. 238, ove l'Autore ulteriormente precisa che la disciplina tracciata negli articoli 22-24 deve essere letta alla luce dell'articolo 1 dell'accordo, il quale prevede che "i membri hanno la facoltà, ma non l'obbligo, di attuare nelle loro legislazioni una protezione più ampia di quanto richiesto dal presente accordo, purché tale protezione non contravvenga alle disposizioni dell'accordo stesso".

³⁵⁰ LUCCHI, *op. cit.*, p. 52.

lavorazione, si trasferiscono al mercato attraverso il ricorso diretto ad un toponimo inserito in un segno³⁵¹.

Nello specifico, l'articolo 22 TRIPs, al par. 1, detta una definizione di indicazione geografica: «Ai fini del presente Accordo, per indicazioni geografiche si intendono le indicazioni che identificano un prodotto come originario del territorio di un Membro, o di una regione o località di detto territorio, quando una determinata qualità³⁵², la notorietà³⁵³ o altre caratteristiche³⁵⁴ del prodotto siano essenzialmente attribuibili alla sua origine geografica»³⁵⁵. L'espressione “essenzialmente attribuibili” implica che godano della protezione di cui al TRIPs anche quei prodotti per i quali alcune fasi della lavorazione o alcune componenti (si pensi alle materie prime in caso di alimenti trasformati) siano riferibili ad aree geografiche diverse rispetto a quelle tutelate dall'indicazione³⁵⁶. È quindi evidente come la definizione di indicazione geografica contenuta nell'Accordo TRIPs sia più ampia e meno rigorosa rispetto a quella di *apellations of origin* dell'Accordo di Lisbona del 1958. Infatti, si richiede, più semplicemente, che una certa specifica qualità o, genericamente, alcune caratteristiche del prodotto siano imputabili alla zona di produzione. Ancora più significativamente, è sufficiente che il prodotto derivi dal luogo di origine la sua reputazione, un concetto che evidentemente non rimanda a proprietà intrinseche

³⁵¹ PAPPALARDO, *op. cit.*, p. 325, ove l'Autore ulteriormente evidenzia che si può quindi affermare che il segno, in cui consiste l'indicazione geografica, assume il valore di “sintesi delle specificità legate all'ambiente di produzione”.

³⁵² La nozione di “qualità” fa riferimento alle proprietà oggettive del prodotto: così MORGESE, *op. cit.*, p. 312.

³⁵³ Si noti che nella versione attuale dell'art. 31 del D. lgs. n. 198 del 1996 (che ha attuato in Italia l'accordo TRIPs) e nell'art. 29 del c.p.i (D. lgs. n. 30 del 2005, che ha sostituito il precedente decreto), non si parla di “notorietà” ma di “reputazione”.

³⁵⁴ L'espressione “altre caratteristiche” può comprendere particolari attributi olfattivi e/o visivi del prodotto (anche riferiti al suo confezionamento), tali comunque da ingenerare nei consumatori il riferimento a un dato territorio: così MORGESE, *op. cit.*, p. 312.

³⁵⁵ Il testo citato è ripreso dalla versione dell'Accordo TRIPs tradotta in italiano e fornita dall'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi: <http://www.uibm.gov.it/index.php/normativa-generale/accordi-internazionali>.

³⁵⁶ DORDI, *op. cit.*, p. 240.

all'alimento³⁵⁷. Inoltre, rientrano nell'ambito di applicazione della norma non solo i nomi geografici, ma anche i simboli basati su un'icona³⁵⁸, a differenza di quanto stabilito dall'Accordo di Lisbona, che si limita alla protezione dei toponimi veri e propri.

L'articolo 22, par. 2, stabilisce il livello minimo di protezione per le indicazioni geografiche, attribuendo discreti margini di discrezionalità in ordine alla sua attuazione, legittimando così le differenti modalità – purché non in contrasto con i principi TRIPs – prescelte dagli Stati per predisporre una tutela effettiva³⁵⁹.

Le condotte considerate lesive dei diritti di proprietà intellettuale sono abbastanza chiaramente individuate dall'Accordo. Ai sensi del secondo paragrafo, *lett. a*, ciascuno Stato firmatario dell'Accordo deve approntare i mezzi legali di cui possano avvalersi gli interessati per impedire «l'uso nella designazione o presentazione di un prodotto di ogni elemento che indichi o suggerisca che il prodotto in questione è originario di un'area geografica diversa dal vero luogo d'origine in modo tale da ingannare il pubblico sull'origine geografica del prodotto»³⁶⁰. La fattispecie delineata sembra ricomprendere tutte quelle ipotesi in cui le utilizzazioni ingannevoli non riguardino solo le indicazioni di origine ma siano riferite a qualunque elemento, nella presentazione o nella designazione di un prodotto, che indichi o (semplicemente) suggerisca che quest'ultimo sia originario di un'area geografica diversa dal vero luogo di origine³⁶¹. La tutela si estende dunque non solo all'indicazione espressa, ma anche alla semplice *presentazione* di un prodotto, che produca l'effetto di indicare che esso sia originario di un'area geografica diversa da quella reale³⁶².

Infine, la *lett. b* del secondo paragrafo precisa che i membri dell'Accordo dovranno impedire qualsiasi uso indebito del nome geografico «che costituisca un atto di concorrenza

³⁵⁷ IBELE, *The Nature and Function of Geographical Indications in Law*, in *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, 2009, Vol. 10 No. 1, p. 40.

³⁵⁸ Ad esempio, la torre di Pisa impiegata per indicare un prodotto toscano: DORDI, *op. cit.*, p. 240; l'Autore rileva l'esistenza di denominazioni che non contengono nomi geografici, come, ad esempio, il riso Basmati, noto per provenire dall'India, ma che non rappresenta alcuna indicazione geografica.

³⁵⁹ TRAPÈ, *op. cit.*, p. 396.

³⁶⁰ Cfr. GERMANÒ, *Le indicazioni geografiche nell'accordo TRIPs*, cit., p. 418.

³⁶¹ TRAPÈ, *op. cit.*, p. 396.

³⁶² SANDRI, *op. cit.*, p. 79.

sleale ai sensi dell'art. 10-*bis*³⁶³ della Convenzione di Parigi». In considerazione dell'ampiezza della disposizione di cui alla *lett. a*, si ritiene che il riferimento all'articolo 10-*bis* della Convenzione di Parigi abbia lo scopo di estendere la tutela anche nei confronti di prodotti che non traggono in inganno sul vero luogo di origine, ma che sono comunque in grado di sviare il giudizio del pubblico circa la loro qualità³⁶⁴.

Più in particolare, l'Accordo regola i rapporti tra marchio ed indicazione geografica e tra prodotti originari della regione, il cui nome è riportato nella presentazione (e pubblicità) degli stessi, e prodotti che sfruttano indebitamente il toponimo, perché non originari della zona geografica indicata. Infatti, il terzo paragrafo dell'articolo 22 impone ad ogni Stato aderente all'Accordo di rifiutare o dichiarare nulla la registrazione di un marchio che contenga o consista in un'indicazione geografica in relazione a prodotti non originari del territorio indicato, se l'uso dell'indicazione nel marchio è tale da ingannare il pubblico sull'effettivo luogo d'origine³⁶⁵. Incombe, pertanto, sulla parte interessata l'onere di provare l'uso ingannevole del marchio nei confronti dei consumatori³⁶⁶.

Inoltre, ogni membro dell'Accordo deve apprestare adeguata tutela anche contro le indicazioni geografiche che, per quanto letteralmente vere in ordine al territorio, alla regione o località di cui il prodotto è originario, indichino falsamente al pubblico che esso provenga da un'altra zona (articolo 22, par. 4)³⁶⁷. In questa fattispecie non è richiesto l'inganno del pubblico, ma è sufficiente che l'indicazione sia falsa. Si tratta, pertanto, della protezione di un interesse che va oltre la libertà di scelta del consumatore, avvicinandosi piuttosto ad una prescrizione che impone ai produttori o commercianti di comportarsi secondo correttezza e nel rispetto del principio generale della *verità* di tutti i segni distintivi³⁶⁸.

³⁶³ Sulla Convenzione di Parigi si veda il par. 2.1 del presente Capitolo.

³⁶⁴ TRAPÈ, *op. cit.*, p. 397.

³⁶⁵ GERMANÒ, *Le indicazioni geografiche nell'accordo TRIPS*, cit., p. 418.

³⁶⁶ DORDI, *op. cit.*, p. 240.

³⁶⁷ GERMANÒ, *Le indicazioni geografiche nell'accordo TRIPS*, cit., pp. 418 e 419.

³⁶⁸ SANDRI, *op. cit.*, p. 80.

I vini e gli alcolici godono di una protezione addizionale, ai sensi dell'articolo 23, il che ha indotto molti autori a ravvisare, nell'accordo TRIPs, un "doppio livello di tutela" delle indicazioni geografiche³⁶⁹. Addirittura, sarebbero stati individuati *tre* regimi di protezione: il primo riguarderebbe le indicazioni d'origine per tutti i prodotti (articolo 22), il secondo, come detto, prevederebbe una protezione ulteriore per i vini e per gli alcolici (articolo 23) e il terzo, infine, delineato dai commi 3° e 4° dell'articolo 23, stabilirebbe una tutela aggiuntiva unicamente a favore dei vini³⁷⁰.

Ai sensi dell'articolo 23, par. 1, le indicazioni geografiche dei vini e degli alcolici sono tutelate nei confronti di qualsiasi "imitazione", anche quando la vera origine del prodotto sia indicata nell'etichetta o l'indicazione sia accompagnata da termini quali "tipo", "genere", "stile", o addirittura "imitazione", senza bisogno che sia dimostrato che l'etichetta o la presentazione induca in errore il consumatore sul vero luogo di provenienza³⁷¹. Lo scopo principale di tale disposizione è di evitare che il significato proprio delle indicazioni geografiche dei vini si indebolisca nella mente dei consumatori, con conseguente volgarizzazione³⁷². Va tuttavia segnalata l'amplissima eccezione di cui al paragrafo 6 dell'art. 24, nella misura in cui attribuisce alle corti nazionali l'autorità di valutare la genericità di un'indicazione geografica nel proprio territorio secondo le proprie leggi, con conseguente disapplicazione delle disposizioni della Sezione 3 dell'Accordo TRIPs. Così, a titolo esemplificativo, negli USA l'indicazione geografica *Chablis* è considerata termine generico riferibile a un vino bianco con determinate caratteristiche, in

³⁶⁹ Così: FARAH, TREMOLADA, *Diritti di proprietà intellettuale, diritti umani e patrimonio culturale immateriale*, in *Riv. dir. ind.*, 2014, I, p. 34; LOSAVIO, *Le indicazioni geografiche alla conferenza di Doha*, cit., p. 77; LUCCHI, *op. cit.*, p. 52.

³⁷⁰ DORDI, *op. cit.*, p. 238.

³⁷¹ LOSAVIO, *Le indicazioni geografiche alla conferenza di Doha*, cit., p. 78.

³⁷² ROSE, *No more whining about geographical indications: assessing the 2005 agreement between the United States and the European Community on the trade in wine*, in *Houston Journal of International Law*, vol. 29 no. 731, 2007, p. 151: il fenomeno della volgarizzazione, con particolare riferimento alla normativa vigente negli Stati Uniti, verrà affrontato più approfonditamente nel par. 2.4 del presente Capitolo.

piena coerenza con quanto stabilito dall'art. 24, par. 6, dell'Accordo TRIPs³⁷³. Di rilievo per il settore vitivinicolo è, altresì, la seconda parte del par. 6, laddove prevede che uno Stato membro possa disapplicare le disposizioni dell'Accordo TRIPs in materia di indicazioni geografiche qualora si tratti di un'indicazione riferibile ad un vino di un territorio di un altro Stato membro e tale indicazione coincida con il nome di una varietà d'uva del territorio del primo Stato membro, purché tale nome le fosse stato attribuito (e la identificasse) già prima della data di conclusione dell'Accordo. Si pensi all'indicazione geografica *Riesling* che identifica sia un vino tedesco, sia la particolare varietà di uva utilizzata per produrlo.

In sintesi, mentre l'articolo 22 tutela le indicazioni geografiche solamente contro l'inganno del pubblico, l'articolo 23 tutela i vini e gli alcolici in modo più esteso: infatti, la protezione delle indicazioni geografiche di tali prodotti comprende anche la forma forse più insidiosa di sfruttamento abusivo di queste denominazioni, vale a dire l'uso di esse insieme a locuzioni come "tipo", "modello" e simili, che non determinano inganno sull'origine, ma comportano certamente un agganciamento parassitario alla reputazione del prodotto cui l'indicazione geografica "originale" si riferisce³⁷⁴. È perciò evidente che lo *standard* di protezione dettato dall'articolo 22 per tutti i prodotti contrassegnati da un'indicazione geografica, si limiti a tutelarli contro l'*inganno*, inteso come vera e propria induzione in errore da parte del pubblico sull'origine geografica o, comunque, sulle qualità del prodotto. Al di fuori che per i vini e per gli alcolici, dunque, nessuna protezione è prevista avverso quelle condotte che, pur non inducendo in errore i consumatori, siano comunque in grado di influenzare indebitamente le loro scelte d'acquisto, attraverso l'impiego di denominazioni (accompagnate da espressioni quali "tipo", "genere" ed altre) che siano idonee a mettere produzioni estranee alla zona "tipica" al traino della reputazione di cui godono i prodotti originari di essa³⁷⁵. Di conseguenza, mentre per le indicazioni geografiche di vini e alcolici

³⁷³ ID, p. 152. Sul "trattamento" riservato negli Stati Uniti all'indicazione geografica *Chablis*, si tornerà nel par. 2.4 del presente Capitolo.

³⁷⁴ GALLI, *Globalizzazione dell'economia e tutela delle denominazioni di origine dei prodotti agro-alimentari*, in *Riv. dir. ind.*, 2004, I, pp. 62 e 63.

³⁷⁵ ID, p. 63.

la protezione è automatica³⁷⁶, in quanto tutelate a prescindere dal carattere decettivo o confusorio della designazione, lo stesso non accade per gli altri prodotti: in questo caso, infatti, per potersi opporre all'utilizzo indebito di un nome geografico è necessario dimostrare l'induzione del consumatore in errore, il che non sarà facile quando la vera origine del prodotto sia comunque indicata in etichetta o nell'imballaggio o, ancora, qualora al nome geografico siano anteposte le parole "imitazione di"³⁷⁷ o simili.

L'art. 23, par. 2, vieta «la registrazione di un marchio per vini che contenga o consista in un'indicazione geografica che identifichi dei vini o di un marchio per alcolici che contenga o consista in un'indicazione geografica che identifichi degli alcolici»; tale registrazione deve essere «rifiutata o dichiarata nulla, ex officio se la legislazione di un Membro lo consente o su richiesta di una parte interessata», senza richiedere ulteriormente – come accade, invece, per i prodotti diversi dai vini e dalle bevande alcoliche ai sensi dell'art. 22, par. 3 – che il marchio di cui si tratta sia idoneo ad ingannare il pubblico sull'effettivo luogo di origine del prodotto cui viene apposto.

Ulteriori disposizioni sono previste per i vini dai paragrafi 3 e 4 dell'articolo 23, che stabiliscono, rispettivamente, la tutela per tutte le indicazioni omonime, relative a vini diversi (salvo il caso in cui il consumatore possa essere indotto in errore) e la predisposizione di un sistema multilaterale di notifica e registrazione delle indicazioni

³⁷⁶ Articolo 23 par. 2, il quale dispone che la registrazione di un marchio, che consiste o che contiene un toponimo impiegato come indicazione geografica per un vino o un alcolico, debba essere rifiutata *ex officio* dagli Stati membri o su richiesta della parte interessata. Come sottolineato in DORDI, *op. cit.*, p. 242, gli effetti di tale disposizione sono descritti in una Comunicazione all'OMC da parte di alcuni Stati (doc. n. WTO/IP/C/W353 del 25 giugno 2002, in www.wto.org); in pratica, pur senza la prova che il consumatore sia indotto in errore o che si tratti di un atto di concorrenza sleale, la norma in esame vieta l'impiego di una indicazione geografica da parte di terzi riferita a prodotti non originari del luogo indicato dall'indicazione stessa (ad esempio l'uso, da parte di produttori francesi, dell'indicazione *Napa Valley*); in secondo luogo, viene vietato l'impiego di una denominazione geografica anche in presenza dell'origine corretta del vino (ad esempio, *Napa Valley* in Francia); è altresì impedito l'uso dell'indicazione geografica in caso di traduzione (ad esempio, la *Valle dei Cactus*) e, infine, non è ammesso il suo utilizzo accompagnato da espressioni quali "tipo", "stile", "imitazione" e simili.

³⁷⁷ LOSAVIO, *Il fallimento di Cancun e le indicazioni geografiche nell'attuale panorama internazionale*, in *Riv. dir. agr.*, 2004, II, p. 66.

geografiche per i vini che godano della protezione negli Stati membri partecipanti al sistema³⁷⁸.

L'articolo 24, infine, prevede il lancio di negoziati per migliorare il livello di protezione di singole indicazioni geografiche relative ai vini o agli alcolici e introduce alcune eccezioni per tutelare i diritti acquisiti in diverse situazioni. Il 5° paragrafo contiene, infatti, una vera e propria *grandfather clause* a favore della validità o dell'utilizzo di quei marchi contenenti indicazioni geografiche di altri Stati membri registrati in buona fede, o i cui diritti siano stati acquisiti con l'uso in buona fede, prima della data di entrata in vigore delle disposizioni TRIPs nello Stato membro o prima che l'indicazione geografica fosse protetta nel suo Paese di origine³⁷⁹. Con specifico riferimento ai vini e alle bevande alcoliche, il paragrafo 4 dell'art. 24 fa salvo il preuso di un'indicazione geografica che indentifichi vini e alcolici in relazione a prodotti aventi diversa provenienza, purché tale indicazione sia stata utilizzata in modo continuato: (a) per almeno 10 anni prima del 15 aprile 1994 o (b) in buona fede prima di tale data.

Per ciò che interessa in questa specifica sede, va segnalata la disposizione del 3° paragrafo dell'articolo 24: vi si prevede che, nell'attuare le disposizioni di cui agli articoli 22 e 23, nessun membro possa diminuire la protezione delle indicazioni geografiche già vigente nel suo territorio immediatamente prima della data di entrata in vigore dell'Accordo³⁸⁰.

L'ultimo paragrafo dell'articolo 24 afferma che l'obbligo di protezione tracciato dal TRIPs non sussiste per quelle indicazioni geografiche che non siano già riconosciute e protette nel Paese di origine³⁸¹ (per gli Stati membri dell'Unione europea vale la registrazione comunitaria³⁸²).

A questo punto della trattazione occorre specificare che, nonostante nel corso dei negoziati alcuni Stati avessero proposto l'estensione della protezione anche ai *servizi* originari di un

³⁷⁸ DORDI, *op. cit.*, p. 242.

³⁷⁹ IBIDEM.

³⁸⁰ ID, p. 239.

³⁸¹ LOSAVIO, *Le indicazioni geografiche alla conferenza di Doha*, cit., p. 77.

³⁸² Sul punto, si veda il par. 1.4 del Capitolo I.

territorio o di una regione di uno Paese membro³⁸³, gli articoli testé esaminati dell'accordo TRIPs si applicano solo ai *prodotti*. Pertanto, i servizi restano esclusi, dal momento che mai potrebbero dipendere dalle caratteristiche dell'area geografica in cui vengono svolti³⁸⁴. Tuttavia, i prodotti che ricevono protezione non sono solamente quelli agricoli. Infatti, la definizione di indicazione geografica di cui all'articolo 22, par. 1, fa genericamente riferimento ai “prodotti originari di un certo territorio”: sicché, le indicazioni “lame di Toledo” o “tappeti sardi” o “coralli di Torre del Greco”, sono ugualmente tutelate in ambito internazionale contro falsi indicatori di origine³⁸⁵.

Come precedentemente evidenziato, i prodotti tipici si fondano su un elemento di localizzazione particolarmente forte, essendo strettamente legati ad un determinato territorio di produzione (sebbene, talvolta, a livello “meramente” reputazionale). Tuttavia, pur rappresentando un'eccezione nel contesto internazionale – sempre più caratterizzato dalla spinta imperante verso la globalizzazione – anche le indicazioni geografiche necessitano di una disciplina comune tra gli Stati membri dell'OMC e di una protezione efficace oltre i confini del territorio che contrassegnano³⁸⁶: questi prodotti fortemente «local», hanno sempre più bisogno di una tutela «global», che operi non solo nel loro Paese di origine, ma anche sugli altri mercati nei quali vengano esportati³⁸⁷. Quanto detto è tanto più vero se si considera che è ancora lunga la lista dei casi di *agropirateria*, termine col quale si designa la contraffazione (non solo) a livello internazionale dei prodotti alimentari tipici³⁸⁸. Invero, una delle ragioni che hanno condotto alla predisposizione di una tutela internazionale delle indicazioni geografiche, risiede proprio nell'eliminare le conseguenze pregiudizievoli che la contraffazione dei prodotti genera in alcuni Paesi³⁸⁹. Dunque, sotto

³⁸³ DORDI, *op. cit.*, p. 239.

³⁸⁴ GERMANÒ, *Le indicazioni geografiche nell'accordo TRIPs*, cit., p. 419.

³⁸⁵ IBIDEM.

³⁸⁶ LUCCHI, *op. cit.*, p. 49.

³⁸⁷ GALLI, *op. cit.*, p. 61.

³⁸⁸ LOSAVIO, *Il fallimento di Cancun e le indicazioni geografiche nell'attuale panorama internazionale*, cit., p. 66.

³⁸⁹ GERMANÒ, *Le indicazioni geografiche nell'accordo TRIPs*, cit., p. 422, il quale rileva come “laddove manca una protezione efficace della proprietà intellettuale comprensiva delle indicazioni geografiche, si

questo profilo, siamo ancora molto lontani da una protezione soddisfacente nel mercato globale³⁹⁰. Oltre alle oggettive difficoltà di regolamentazione del settore, questa carenza di tutela è probabilmente dovuta alla ben nota contrapposizione di interessi tra Paesi (Italia in prima fila) che hanno una forte tradizione nella produzione di prodotti agro-alimentari di qualità, caratterizzati localmente, e Paesi (come gli Stati Uniti) che non vantando una simile eredità culturale, tendono a favorire i loro imprenditori, interessati ad agganciarsi alla “reputazione di immagine³⁹¹” dei prodotti contrassegnati dalle indicazioni geografiche³⁹².

2.3 I tentativi di implementazione dell’Accordo TRIPs

Dal 9 al 14 novembre 2001 si è tenuta a Doha, in Qatar, la quarta Conferenza ministeriale³⁹³ dell’Organizzazione Mondiale del Commercio, volta, tra le altre cose, a saggiare la predisposizione degli Stati verso una implementazione e/o estensione della disciplina contenuta nell’accordo TRIPs, dopo il fallimento della Conferenza di Seattle del 1999³⁹⁴. L’agricoltura – e, nello specifico, la tutela delle denominazioni di origine – è stata al centro del dibattito dell’incontro di Doha³⁹⁵.

Evidentemente, considerando i numerosi casi di contraffazione internazionale di prodotti principalmente europei (cosiddetta agropirateria)³⁹⁶, alcuni Paesi che hanno una forte

riproduce lo stesso effetto di una restrizione quantitativa alle importazioni, ovvero una situazione che è contraria alla filosofia di un mercato mondiale libero da protezionismi”.

³⁹⁰ GALLI, *op. cit.*, p. 61.

³⁹¹ LUCCHI, *op. cit.*, p. 50.

³⁹² GALLI, *op. cit.*, p. 61.

³⁹³ Nell’ambito dell’Organizzazione Mondiale del Commercio, le Conferenze ministeriali hanno luogo solitamente una volta ogni due anni ed hanno sostituito la vecchia Assemblea delle Parti Contraenti del GATT: sul punto si veda LUCCHI, *op. cit.*, p. 54. Le Conferenze Ministeriali riuniscono tutti i membri WTO e costituiscono il maggiore organo decisionale su tutte le materie rientranti negli accordi multilaterali conclusi in ambito WTO: cfr. www.wto.org.

³⁹⁴ LOSAVIO, *Le indicazioni geografiche alla conferenza di Doha*, cit., p. 76.

³⁹⁵ IBIDEM.

³⁹⁶ Si veda, a tale proposito, GUALTIERI, VACCARI, CATIZZONE, *La protezione delle indicazioni geografiche: La nozione di evocazione*, in *Riv. dir. alim.*, 2/2017, p. 15 e ss.

cultura agro-alimentare, Italia e Francia *in primis*, si sono da sempre battuti in seno al Consiglio TRIPs³⁹⁷ per ottenere un miglioramento del grado di tutela delle indicazioni geografiche a livello globale.

Le questioni maggiormente dibattute dal Consiglio sono state essenzialmente due: l'estensione della protezione addizionale prevista dall'art. 23 TRIPs per i vini e gli alcolici anche agli altri prodotti alimentari e l'istituzione di un sistema multilaterale di registrazione e di notifica delle indicazioni geografiche³⁹⁸.

Le proposte di modifica della disciplina internazionale trovano fondamento nell'art. 24, par. 1, TRIPs, che affida agli Stati il compito di intavolare negoziati al fine di migliorare la protezione delle indicazioni geografiche. Ai sensi dell'art. 24, par. 1, «i Membri convengono di avviare negoziati al fine di aumentare la protezione di singole indicazioni geografiche ai sensi dell'art. 23». Orbene, i Paesi membri che possono vantare un elevato numero di prodotti con specificità qualitative legate alla loro origine geografica, rispetto ai quali l'Unione europea faceva da “capofila” (anche di alcuni Paesi in via di sviluppo), erano del parere che le negoziazioni previste dall'art. 24, par. 1, dell'Accordo per una maggiore protezione delle indicazioni geografiche non dovessero riguardare soltanto i vini e gli alcolici, prodotti che già godono di una protezione addizionale, bensì includere i prodotti non ancora sufficientemente protetti. Sul fronte opposto, Stati Uniti, Canada, Australia, Nuova Zelanda, Argentina e Cile mettevano in dubbio la possibilità di emendare l'Accordo con la ridefinizione dell'art. 23, par. 1, per includere altri prodotti oltre a vino e liquori: secondo questi Paesi, l'Accordo non darebbe alcun mandato circa la modifica degli articoli³⁹⁹. Questi Stati ritenevano che l'eventuale estensione della protezione di cui all'art. 23 avrebbe cagionato, oltre ad un aggravio dei costi amministrativi necessari per garantire

³⁹⁷ Il Consiglio TRIPs è formato dai rappresentanti di tutti gli Stati membri della WTO con il compito di vigilare sull'applicazione dell'accordo TRIPs: cfr. www.wto.org

³⁹⁸ DE FILIPPIS, *Le vie della globalizzazione: la questione agricola nel WTO*, Milano, 2002, p. 157.

³⁹⁹ DAGNE, *Law and Policy on Intellectual Property, Traditional Knowledge and Development: Legally Protecting Creativity and Collective Rights in Traditional Knowledge Based Agricultural Products through Geographical Indications*, in *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, Vol. 11, No 1, 2010, p. 77.

operatività al sistema, una limitazione nel godimento dei diritti di marchio che potessero presentare un conflitto con le indicazioni geografiche, nonché l'impossibilità, per gli immigrati oriundi di regioni europee traferitisi nel Nuovo Mondo, di perseverare nell'uso di indicazioni geografiche che designavano i prodotti dei loro luoghi di origine⁴⁰⁰, configurandosi, concretamente, come uno strumento di protezione dei mercati interni⁴⁰¹. Per quanto riguarda, invece, l'inasprimento dei costi amministrativi, gli Stati Uniti e i Paesi contrari all'allargamento della protezione di cui all'art. 23 a prodotti diversi da vino e alcolici, sostenevano che tale scelta avrebbe comportato degli esborsi ingiustificati per rinominare, ri-etichettare e apporre nuovi marchi a tutta una serie di prodotti che sarebbero ricaduti nella "nuova" disciplina⁴⁰².

Il 14 novembre, a conclusione di sei giorni di intenso lavoro, i 144 Paesi della WTO hanno raggiunto un'intesa sui temi da trattare, i tempi e le modalità del negoziato e approvarono, così, la Dichiarazione finale di Doha⁴⁰³.

Accanto ai punti della Dichiarazione finale esplicitamente riferiti all'agricoltura, si deve ricordare quanto contenuto nel paragrafo 18, in relazione alla difesa delle denominazioni di origine dei prodotti. In esso si ribadiva la necessità di negoziare l'istituzione di un sistema multilaterale di notificazione e registrazione delle indicazioni geografiche per i vini, come previsto dall'art. 23, par. 4, TRIPs, includendovi le bevande alcoliche e, nella seconda parte, si affermava che le questioni relative all'estensione della protezione, prevista dall'art. 23, ai prodotti diversi dai vini e dagli alcolici, sarebbero state trattate in seno al *TRIPs Council*. Era quindi passata la linea della maggioranza dei Paesi, propensi a trattare il tema della qualità fuori del negoziato agricolo, ma è comunque significativo che questo tema fosse stato esplicitamente menzionato nella Dichiarazione finale, come punto da affrontare a breve termine⁴⁰⁴.

⁴⁰⁰ DORDI, *op. cit.*, p. 261.

⁴⁰¹ TRAPÈ, *op. cit.*, p. 410.

⁴⁰² LUCCHI, *op. cit.*, p. 59.

⁴⁰³ LOSAVIO, *Le indicazioni geografiche alla conferenza di Doha*, cit., p. 81.

⁴⁰⁴ DE FILIPPIS, *op. cit.*, pp. 188 e 189.

Nonostante queste dichiarazioni di intenti, la Comunità internazionale non sembra ancora oggi in grado di esprimere una posizione comune riguardo alla possibilità di incrementare la protezione delle indicazioni geografiche. Lo stallo in cui è caduto il negoziato di Doha ed il fallimento della quinta Conferenza ministeriale di Cancun⁴⁰⁵ (tenutasi dal 10 al 14 settembre 2003), ne sono una triste conferma⁴⁰⁶.

Con riguardo all'istituzione di un sistema multilaterale di notificazione e registrazione delle indicazioni geografiche di vini e liquori, l'art. 23, par. 4, TRIPs, prevede che, per facilitare la protezione delle indicazioni geografiche, i Membri WTO intavolino delle negoziazioni nell'ambito del Consiglio TRIPs, al fine della creazione di un registro multilaterale per i vini⁴⁰⁷. In occasione del dibattito tenutosi a Doha, tale disposizione è stata estesa anche alle bevande alcoliche e c'era chi, come l'Unione europea, auspicava una sua futura applicazione anche agli altri prodotti alimentari⁴⁰⁸.

L'implementazione del registro renderebbe operativi i paragrafi 1, 2 e 3 dell'art. 23 TRIPs, consentendo la protezione delle indicazioni su richiesta degli aventi diritto e fornendo agli uffici preposti alla registrazione dei marchi l'elenco dettagliato delle indicazioni geografiche, in modo da prevenire eventuali conflitti fra i due segni⁴⁰⁹.

Nonostante l'obbligo di cui all'art. 23, par. 4, TRIPs sia in vigore dal 1995 (anno di vigenza dell'accordo TRIPs), non si sono registrati sostanziali progressi. Le proposte presentate

⁴⁰⁵ Per una riproposizione delle proposte avanzate dall'Unione europea in occasione della Conferenza di Cancun, si veda NISKA, *The European Union TRIPs over the U.S. Constitution: Can The First Amendment Save the Bologna That Has a First Name?*, in 13 *Minn. J. Global Trade* 413 2004, p. 418 e ss.

⁴⁰⁶ LOSAVIO, *Il fallimento di Cancun e le indicazioni geografiche nell'attuale panorama internazionale*, cit., p. 65. Si aggiunga che nel 2003, nel corso dei negoziati incentrati sull'agricoltura, l'Unione europea ha presentato un documento contenente una lista di indicazioni geografiche, vitivinicole e non, considerate generiche da numerosi Stati membri OMC (o registrate come marchi) e di cui l'Unione si sarebbe voluta "riappropriare", ottenendo per questi termini la protezione stabilita dagli artt. 22 e 23 TRIPs (c.d. *claw-back list*): cfr. VINCENT, *Extending Protection at the WTO to Products Other Than Wines and Spirits: Who Will Benefit?*, in *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, Vol. 8, No 1, 2007, p. 58.

⁴⁰⁷ Il testo dell'articolo è consultabile sul sito dell'organizzazione: www.wto.org

⁴⁰⁸ DORDI, *op. cit.*, p. 245.

⁴⁰⁹ DE FILIPPIS, *op. cit.*, p. 158.

dagli Stati in materia sono apparse inconciliabili e non si è ancora raggiunto un punto di incontro fra le diverse istanze⁴¹⁰. Esistono, infatti, numerosi dubbi interpretativi riguardanti il carattere obbligatorio o volontario del sistema di registrazione e gli effetti giuridici derivanti dall'avvenuta registrazione.

Già nel 1998 la Commissione europea aveva presentato una proposta di creazione di un registro multilaterale, che prevedeva che gli Stati membri inviassero al Segretariato della WTO specifiche richieste di registrazione delle indicazioni geografiche già protette nel Paese di origine, corredate dall'indicazione della legislazione applicata a tali indicazioni e dagli elementi a supporto della loro conformità alla nozione di indicazione geografica di cui all'art. 22, par. 1, TRIPs. Nel caso di accordi regionali o plurilaterali, tali richieste avrebbero dovuto essere accompagnate da una copia dei medesimi e da un elenco delle indicazioni protette sulla base degli stessi. Il Segretariato avrebbe avuto, poi, il compito di notificare tali richieste agli altri Membri, onde consentire loro di opporsi alla registrazione, entro 18 mesi dalla notifica, con l'onere di provare che tale opposizione poggiasse su quelli che l'accordo TRIPs stabilisce essere validi motivi per negare tutela ad una indicazione geografica il fatto: che essa non rientri nei requisiti di cui all'art. 22, par. 1; che la denominazione non sia in realtà protetta nel suo Paese di origine; che, nel Paese che si oppone, sia considerata termine generico o, ancora, che sia comunque idonea ad indurre nel pubblico false rappresentazioni sul territorio di origine del prodotto⁴¹¹. Se nessuna opposizione dovesse essere presentata, l'indicazione geografica verrebbe iscritta nel registro multilaterale, con la conseguenza che essa godrebbe di una protezione incondizionata in tutti gli Stati membri dell'OMC: il registro risulterebbe quindi vincolato per tutti i Membri⁴¹².

⁴¹⁰ Per un confronto tra le diverse proposte relative all'istituzione di un sistema multilaterale di notificazione e registrazione delle indicazioni geografiche vitivinicole, si veda NGO, *La protection des indications géographiques : les enjeux du mandat de Doha*, in 294-295 *Économie Rurale*, luglio-ottobre 2006, pp. 118-120, disponibile al seguente indirizzo <https://journals.openedition.org/economierurale/1913>.

⁴¹¹ TRAPÈ, *op. cit.*, p. 413.

⁴¹² DORDI, *op. cit.*, p. 259.

Nella proposta avanzata da Stati Uniti, Canada, Cile e Giappone il sistema di registrazione si fonderebbe esclusivamente su adesioni volontarie, a differenza di quanto auspicato nella proposta europea. Inoltre, dalla registrazione non discenderebbe alcun obbligo automatico di protezione negli altri Stati membri della WTO⁴¹³. È evidente come tale proposta presenti un ambito estremamente limitato, mirando ad istituire, semplicemente, un sistema informativo che prevede l'iscrizione delle indicazioni geografiche in un *database* in seguito alla semplice notifica presentata dagli Stati membri interessati, senza alcun filtro volto ad appurare se, effettivamente, le indicazioni "iscritte" rispettino i requisiti previsti dalle disposizioni dell'Accordo TRIPS. Peraltro, non vi sarebbe alcun cenno alla necessità di stabilire un sistema di opposizione⁴¹⁴.

Come si è più volte osservato nei paragrafi precedenti, il panorama mondiale circa il riconoscimento e la tutela delle indicazioni geografiche appare fondamentalmente caratterizzato dalla contrapposizione fra Paesi che presentano una forte tradizione in tal senso e Paesi, di storia più recente, che non condividono le medesime tradizioni e la medesima cultura. Questo dualismo sta fortemente influenzando le trattative per una implementazione e/o estensione della tutela prevista dall'accordo TRIPS e la possibilità di una effettiva ed uniforme protezione delle indicazioni geografiche dipenderà dalla capacità negoziale dei Paesi a ciò maggiormente interessati, con l'Unione europea in prima linea⁴¹⁵.

⁴¹³ CONTALDI, *Il conflitto tra Stati Uniti e Unione Europea sulla protezione delle indicazioni geografiche*, in UBERTAZZI e MUNIZ-ESPADA (a cura di), *Le indicazioni di qualità degli alimenti. Diritto internazionale ed europeo*, cit., p. 34.

⁴¹⁴ DORDI, *op. cit.*, p. 257. Esisterebbe anche una terza proposta, per certi versi "intermedia" rispetto alle due già affrontate, avanzata da Cina e Hong Kong, che prevede anch'essa un'adesione volontaria al sistema di registrazione. L'iscrizione nel registro determinerebbe un'inversione nell'onere della prova, nel senso che l'indicazione geografica debitamente registrata risulterebbe valida fino a prova contraria e, conseguentemente, impedirebbe, fino al momento in cui venga dimostrata l'esistenza di un preuso, l'impiego di un marchio analogo: cfr. RUBINO, *Le denominazioni d'origine dei prodotti alimentari*, cit., p. 209.

⁴¹⁵ DE FILIPPIS, *op. cit.*, pp. 159 e 160.

2.3.1 Il ruolo dell'OMPI e il *Geneva Act* del 2015

Un ruolo particolarmente attivo nel tentare di implementare il livello di protezione internazionale delle indicazioni geografiche è da sempre rivestito dall'organizzazione mondiale della proprietà intellettuale⁴¹⁶ (OMPI o, nella versione inglese, *World intellectual property organization*, WIPO), che rappresenta il *forum* globale in materia di proprietà intellettuale, fondato nel 1967⁴¹⁷. Dal 1974 è annoverata tra le Agenzie specializzate delle Nazioni Unite e, attualmente, conta 191 Stati membri. Amministra 23 Trattati concernenti la protezione della proprietà intellettuale, riferibile, in senso ampio, ad ogni creazione forgiata dalla mente umana⁴¹⁸.

Tra i segni della proprietà intellettuale oggetto dell'opera svolta dall'OMPI, rientrano le *appellations of origin* (denominazioni di origine) di cui all'Accordo di Lisbona, amministrato dall'OMPI stessa⁴¹⁹. In occasione del Simposio internazionale organizzato dall'OMPI e tenutosi a Pechino nel Giugno del 2007⁴²⁰, emerse come per ottenere un miglioramento dello *standard* di tutela delle denominazioni di origine a livello mondiale non potesse individuarsi una soluzione univoca per tutti gli Stati coinvolti, ma dovesse, al contrario, tenersi conto delle specificità e delle sostanziali differenze che connotano i diversi sistemi giuridici allorché disciplinano la materia della proprietà intellettuale, in generale, e delle indicazioni geografiche, in particolare. Partendo dalla necessaria premessa della profonda divergenza tra i meccanismi nazionali di tutela delle denominazioni di origine, la procedura di registrazione di tali segni prevista dall'Accordo di Lisbona, così come l'interpretazione e l'applicazione del suddetto Accordo, dovrebbero risultare

⁴¹⁶ ADDOR, GRAZIOLI, *op. cit.*, p. 877.

⁴¹⁷ Si veda l'Accordo istitutivo dell'OMPI, consultabile all'indirizzo http://www.wipo.int/treaties/en/text.jsp?file_id=283854.

⁴¹⁸ WIPO, *Understanding industrial property*, 2016, p. 5, http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_895_2016.pdf.

⁴¹⁹ Per gli altri Trattati amministrati dall'OMPI si veda <https://www.wipo.int/treaties/en/>.

⁴²⁰ *International Symposium on Geographical Indications*, WIPO/GEO/BEI/07, June 26 to June 28, 2007 (Beijing, China): per i documenti elaborati in occasione del Simposio di Pechino si veda https://www.wipo.int/meetings/en/details.jsp?meeting_id=13243&la=EN.

maggiormente flessibili e appetibili per gli Stati più “scettici” nei confronti della tutela di tali segni distintivi⁴²¹.

Nel maggio del 2015 è stato adottato il *Geneva Act of the Lisbon Agreement on Appellations of Origin and Geographical Indications*⁴²² (in seguito, Geneva Act). L’obiettivo perseguito è stato quello di modernizzare l’Accordo di Lisbona, rendendolo più “invitante” per nuovi potenziali Stati contraenti, preservandone al contempo i principi fondanti. La novità di maggior rilievo rispetto alla versione del 1958 consiste nell’aver esteso l’ambito di applicazione del Trattato – e della conseguente possibilità di accedere alla registrazione internazionale – alle indicazioni geografiche. L’Accordo di Lisbona del 1958 richiedeva agli Stati membri di proteggere le *appellations of origin* «*as such*», “in quanto tali”⁴²³. Il Geneva Act mostra un’apertura su questo fronte, introducendo – accanto alla definizione delle *appellations of origin* di cui alla versione del 1958, lì riportata⁴²⁴ – le indicazioni geografiche qualificate come «*any indication protected in the Contracting Party of Origin consisting of or containing the name of a geographical area, or another indication known as referring to such area, which identifies a good as originating in that geographical area, where a given quality, reputation or other characteristic of the good is essentially attributable to its geographical origin*»⁴²⁵. In questo modo, il Geneva Act si avvicina maggiormente alla terminologia utilizzata dall’Accordo TRIPs⁴²⁶, che rappresenta tutt’ora il più importante Accordo multilaterale in materia di indicazioni geografiche, anche in virtù

⁴²¹ GEUZE, *The Provisions on Geographical Indications in the TRIPS Agreement*, in *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, 2009, Vol. 10, No. 1, pp. 60 e 61.

⁴²² World Intellectual Property Organization [WIPO], *Geneva Act of the Lisbon Agreement on Appellations of Origin and Geographical Indications and Regulations under the Geneva Act of the Lisbon Agreement on Appellations of Origin and Geographical Indications*, WIPO Document LI/DC/19 (May 20, 2015), www.wipo.int/meetings/en/details.jsp?meeting_id=35202.

⁴²³ Art. 1, Accordo di Lisbona.

⁴²⁴ Art. 2, par. 1, i), Geneva Act.

⁴²⁵ Art. 2, par. 1, ii), Geneva Act.

⁴²⁶ Sull’Accordo TRIPs, si veda il par. 2.2 del presente Capitolo.

del vasto numero di Stati aderenti, Stati Uniti compresi⁴²⁷. Si osservi che le *appellations of origin* cui era limitato l'Accordo di Lisbona del 1958 sono assimilabili alle denominazioni di origine di matrice europea, in quanto richiedono che il prodotto interessato esprima un legame con il territorio di origine, sotto forma di qualità o caratteristiche che siano essenzialmente o esclusivamente dovute a tale luogo e ai suoi fattori umani e naturali. Le indicazioni geografiche, di cui all'Accordo TRIPs del 1994, invece, rappresentano un riferimento al territorio più "ampio", potendo il prodotto derivare dallo stesso anche la semplice reputazione⁴²⁸. La novità introdotta con il Geneva Act, quindi, lungi dall'arrestarsi su un piano strettamente terminologico e lessicale, si rivela di sostanziale importanza e si mostra coerente con l'obiettivo di avvicinare, al sistema di registrazione introdotto per la prima volta nel 1958, anche gli Stati membri a ciò più restii, spesso rappresentanti sistemi giuridici di *common law*. Occorre infatti considerare che il termine «*as such*», "in quanto tali", contenuto nella versione del 1958 e su cui ci si è già brevemente soffermati, veniva percepito dagli Stati Uniti (e non solo) come l'imposizione, nei fatti, di un sistema *sui generis* di protezione delle indicazioni geografiche. Richiedere che le *appellations of origin* fossero protette negli Stati partecipanti al sistema di registrazione "in quanto tali", veniva interpretato come se si ingiungesse, implicitamente e quale presupposto, a tali Stati di accogliere al proprio interno il concetto di *appellations of origin*, il quale, giova ripeterlo, consacra un legame qualità-territorio più forte rispetto alle indicazioni geografiche di cui al TRIPs. A ben vedere, si potrebbe opinare che l'espressione «*as such*», adoperata dall'Accordo di Lisbona del 1958 e abbandonata nella versione aggiornata a Ginevra⁴²⁹, valesse più semplicemente a precisare che le *appellations of origin*, per essere inserite nel registro dell'OMPI e quindi protette nei territori degli Stati partecipanti al sistema,

⁴²⁷ GERVAIS, *Inreconcilable Differences – The Geneva Act of the Lisbon Agreement and the Common Law*, in 53 *Hous. L. Rev.* (2015), p. 347.

⁴²⁸ Per una disamina più completa delle indicazioni geografiche così come definite e disciplinate dall'Accordo TRIPs si rimanda al par. 2.2 del presente Capitolo.

⁴²⁹ L'art. 9 del Geneva Act, rubricato «Commitment to Protect», non solo espunge la controversa espressione «*as such*», ma dichiara, in modo definitivo e inequivocabile, che le «Contracting Parties that do not distinguish in their national or regional legislation as between appellations of origin and geographical indications shall not be required to introduce such a distinction into their national or regional legislation».

dovessero aver preliminarmente ricevuto riconoscimento e tutela all'interno dello Stato di origine⁴³⁰. L'art. 1, par. 2, dell'Accordo di Lisbona si esprimeva, infatti, in questo modo: «They [gli Stati cui si applica l'Accordo, *n.d.r.*] undertake to protect on their territories, in accordance with the terms of this Agreement, the appellations of origin of products of the other countries of the Special Union, recognized and protected *as such* [enfasi aggiunta] in the country of origin and registered at the International Bureau of Intellectual Property (hereinafter designated as "the International Bureau" or "the Bureau") referred to in the Convention establishing the World Intellectual Property Organization (hereinafter designated as "the Organization")».

Sicuramente, quale che fosse la giusta interpretazione da dare alla versione del 1958 e indipendentemente dalla reale forza dissuasiva dell'espressione «*as such*» per i Paesi più recalcitranti nei confronti di una implementazione della protezione delle indicazioni geografiche, il Geneva Act, cambiando terminologia ed estendendo l'ambito di applicazione del Registro alle indicazioni geografiche, ha risolto la questione in radice.

Inoltre, l'art. 10, par. 1, del Geneva Act si esprime con chiarezza cristallina laddove precisa che ogni Parte contraente, nel garantire sul proprio territorio la protezione alle *appellations of origin* e alle indicazioni geografiche, sia libera di scegliere il sistema giuridico e il tipo di legislazione che ritenga più opportuno. È quindi fuori da ogni dubbio che il Geneva Act consenta di accedere all'Accordo e al relativo sistema di registrazione anche a quegli Stati che non abbiano implementato al loro interno una normativa riguardante le indicazioni geografiche qualificabile come *sui generis*, ma che le tutelino, ad esempio, attraverso il sistema già previsto per i marchi⁴³¹.

⁴³⁰ Cfr. GERVAIS, *Reinventing Lisbon: The Case for a Protocol to the Lisbon Agreement (Geographical Indications)*, in 11 *Chi. J. Int'l L.* (2010), pp. 88 e 89.

⁴³¹ ID, *A Look at the Geneva Act of the Lisbon Agreement: A Missed Opportunity?*, in *Geographical Indications at the Crossroads of Trade, Development, and Culture: Focus on Asia-Pacific*, edited by IRENE CALBOLI e NG-LOY WEE LOON, Cambridge University Press, 2017, p. 127; MATTHEWS, *What outcome to expect on Geographical Indications in the TTIP free trade agreement negotiations with the United States?*, Paper prepared for the 145th EAAE Seminar "Intellectual Property Rights for Geographical Indications: What is at Stake in the TTIP?" April 14-15, 2015 Parma, Italy, p. 6.

Per quanto concerne, invece, il contenuto della protezione conferita alle *appellations of origin* e alle indicazioni geografiche protette, tutelate nel rispettivo Paese di origine e inserite nel Registro dell'OMPI, l'art. 11, par. 1, delinea tre distinti livelli di protezione⁴³². Tale disposizione obbliga gli Stati firmatari il Geneva Act a predisporre, al proprio interno, i mezzi legali atti a impedire che prodotti dello stesso tipo si fregino di una *appellation of origin* o di una indicazione geografica registrata senza provenire effettivamente dal territorio cui esse si riferiscono o, comunque, senza presentare gli eventuali ulteriori requisiti richiesti per poterle validamente utilizzare. Tale protezione si applica anche qualora l'*appellation of origin* o l'indicazione geografica sia tradotta o accompagnata da espressioni atte a sottolineare che non si tratti del prodotto "originale", quali tipo, stile, imitazione, metodo ecc⁴³³. Laddove si tratti, invece, di prodotti non simili, l'impiego della *appellation of origin* o della indicazione geografica dovrà essere impedito solamente qualora sia idoneo a indicare o suggerire una connessione, in verità inesistente, con i soggetti che possono legittimamente beneficiare del toponimo registrato, in un modo che si prevede possa ledere i loro interessi, oppure qualora tale illecito utilizzo sia suscettibile di danneggiare o di sfruttare indebitamente la reputazione di cui gode il segno qualitativo. Infine, con una disposizione di chiusura, l'art. 11 vieta genericamente qualsiasi altra pratica che sia in grado di ingannare i consumatori quanto alla reale origine dei prodotti.

Dalla disamina dell'art. 11 del Geneva Act appare evidente come scompaia, rispetto alla versione dell'Accordo di Lisbona del 1958⁴³⁴, il riferimento alla "usurpazione" delle *appellations of origin* registrate, quale pratica che gli Stati membri avrebbero dovuto contrastare nei rispettivi territori. Si tratta, infatti, di un termine sconosciuto all'Accordo TRIPs ed estraneo allo *standard* di protezione delle indicazioni geografiche su cui si erano

⁴³² GERVAIS, *Inreconcilable Differences – The Geneva Act of the Lisbon Agreement and the Common Law*, cit., p. 349.

⁴³³ Art. 11, par. 2, Geneva Act.

⁴³⁴ Cfr. art. 3, Accordo di Lisbona.

accordati gli Stati nel 1994⁴³⁵. Ancora una volta, quindi, il Geneva Act ha costituito un'occasione di riavvicinamento terminologico e sostanziale rispetto all'Accordo TRIPs. Nel 2015 si è altresì deciso di rivedere il sistema di registrazione predisposto dall'Accordo di Lisbona, con un'opera di generale modernizzazione e semplificazione amministrativa. Non ci si soffermerà qui sui dettagli di tali modifiche. Ciò che preme, invece, sottolineare è l'introduzione del principio per cui i soggetti che richiedono l'inserimento nel registro dell'OMPI dell'*appellation of origin* o dell'indicazione geografica protetta nel loro Paese d'origine, devono altresì specificare in quali Stati contraenti desiderano veder applicato il livello di tutela dettato dal Geneva Act e sopra sinteticamente descritto. Sicché, a differenza di quanto disposto dall'Accordo di Lisbona, la registrazione del segno qualitativo presso l'OMPI non comporta automaticamente la protezione dello stesso in tutti i Paesi parte dell'Accordo.

Tale disposizione va letta congiuntamente a un'ulteriore novità introdotta nel 2015. Se, stando alla versione del 1958 dell'Accordo di Lisbona, i soggetti richiedenti la registrazione presso l'OMPI erano tenuti a versare una tassa *una tantum*, all'atto della domanda e per ogni *appellation of origin* o indicazione geografica, il Geneva Act prevede, in aggiunta, che i singoli Stati in cui viene richiesta protezione possano imporre il pagamento di una quota per sostenere i costi legati all'esame delle domande⁴³⁶.

Quanto al trattamento dei nomi supposti generici, il Geneva Act si pone sostanzialmente in linea con quanto già stabilito nel 1958. Occorre preventivamente porre l'accento sul fatto che entro dodici mesi dalla notifica della richiesta di iscrizione nel registro OMPI della *appellation of origin* o indicazione geografica, ogni Stato parte dell'Accordo può dichiarare di rifiutare la protezione del suddetto segno sul proprio territorio, specificando i motivi dell'opposizione⁴³⁷. È il caso di precisare che tale rifiuto ha effetti limitati allo Stato cui si riferisce, con la conseguenza che l'*appellation of origin* o l'indicazione geografica saranno

⁴³⁵ GERVAIS, *Reinventing Lisbon: The Case for a Protocol to the Lisbon Agreement (Geographical Indications)*, cit., p. 90.

⁴³⁶ Si vedano gli artt. 7 e 8 del Geneva Act.

⁴³⁷ Art. 15, par. 1, Geneva Act.

comunque tutelate nei Paesi che dichiarino di voler accettare gli effetti della registrazione⁴³⁸.

I motivi di opposizione possono essere i più vari. Tra di essi, figura anche la genericità della denominazione in questione. In altre parole, ogni Stato può, entro la suddetta finestra temporale di dodici mesi, dichiarare di non voler accordare protezione all'*appellation of origin* o all'indicazione geografica all'interno dei propri confini, in quanto il nome in questione avrebbe perduto, nel proprio territorio, qualsiasi riferimento geografico e starebbe, invece, a indicare ogni prodotto analogo aventi caratteristiche similari⁴³⁹. Si parla, infatti, di "*genericide*" (o di volgarizzazione, nella versione italiana) con riferimento a quel processo che porta un'indicazione geografica a perdere qualsiasi collegamento con il luogo che essa incorpora nel toponimo in cui consiste, per arrivare a designare, nel linguaggio comune, qualsiasi prodotto avente caratteristiche analoghe⁴⁴⁰.

Allo stesso modo, uno Stato che dovesse diventare parte dell'Accordo in un secondo momento, non sarebbe costretto ad accettare tutte le *appellations of origin* o indicazioni geografiche già inserite nel registro, ma avrebbe dodici mesi di tempo per esaminare le denominazioni registrate e decidere eventualmente di negare tutela sul proprio territorio a una o più tra quelle. Anche qui, il Paese opponente potrà motivare il suo rifiuto sulla base della genericità del toponimo entro i propri confini⁴⁴¹.

Quella di cui all'art. 29, par. 4, del Geneva Act, non rappresenta, tuttavia, l'unica possibilità per negare protezione al nome registrato. Infatti, l'art. 19, consente a tutti gli Stati di invalidare, in qualsiasi momento, gli effetti della registrazione di una *appellation of origin* o indicazione geografica sul proprio territorio. Preme qui soffermarsi sulla circostanza che

⁴³⁸ GERVAIS, *Inreconcilable Differences – The Geneva Act of the Lisbon Agreement and the Common Law*, cit., p. 351.

⁴³⁹ ID, *Reinventing Lisbon: The Case for a Protocol to the Lisbon Agreement (Geographical Indications)*, cit., pp. 92 e 93.

⁴⁴⁰ Per una trattazione più approfondita sul punto, si veda il par. 2.4 del presente Capitolo. Basti qui puntualizzare come il fenomeno della genericizzazione o volgarizzazione, benché venga affrontato in queste pagine unicamente con riferimento alle indicazioni geografiche, è concetto più ampio, che può avere a oggetto anche i marchi.

⁴⁴¹ Art. 29, par. 4, Geneva Act.

quanto stabilito dall'art. 19 non può trovare applicazione per il caso in cui una denominazione sia divenuta generica in uno Stato diverso da quello di origine dopo il periodo di "opposizione" di dodici mesi. La ragione di ciò risiede nel fatto che il Geneva Act, sostanzialmente confermando quanto disposto dalla versione dell'Accordo di Lisbona del 1958⁴⁴², ammette che una *appellation of origin* o indicazione geografica, spirato il termine di cui agli artt. 15, par. 1, e 29, par. 4, possa essere cancellata dal registro solamente qualora sia divenuta generica nel Paese di origine⁴⁴³. Così disponendo, il Geneva Act dimostra di fare uso di un criterio, quello della "*country of origin*", tipico degli Stati provvisti di un sistema *sui generis* di protezione delle indicazioni geografiche, ma estraneo ai Trattati internazionali in materia di proprietà intellettuale, TRIPs incluso⁴⁴⁴.

L'Accordo TRIPs, infatti, all'art. 24, par. 6, attribuisce alle corti nazionali l'autorità di valutare la genericità di un'indicazione geografica nel proprio territorio secondo le proprie leggi, applicando il diverso principio della "*country of protection*", caro ai sistemi di *common law*. Così, ad esempio, negli USA l'indicazione geografica *Chablis*, protetta all'interno dell'Unione europea, è stata, per lungo tempo, considerata idonea a indicare genericamente qualsiasi vino avente determinate caratteristiche e, pertanto, liberamente appropriabile da chiunque rispettasse regole di produzione ed etichettatura più o meno stringenti⁴⁴⁵.

È evidente, quindi, come l'approccio verso la questione della volgarizzazione, confermato dal Geneva Act, rappresenti uno dei maggiori ostacoli all'adesione al sistema di registrazione da parte dei Paesi che proteggono le indicazioni geografiche mediante lo strumento del marchio, dove la genericità dello stesso non può che essere valutata con riferimento al territorio in cui si richiede la protezione esclusiva⁴⁴⁶.

⁴⁴² Art. 6, Accordo di Lisbona del 1958; sul punto, si veda FEIGENBAUM, *Cheers: An Examination of Vodka under Legal Regimes for the Protection of Geographic Indications and Appellations of Origin*, in 44 *Syracuse J. Int'l L. & Com.* 179 (2016), pp. 212 e 213.

⁴⁴³ Si veda il combinato disposto degli artt. 8 e 12 del Geneva Act.

⁴⁴⁴ GERVAIS, *A Look at the Geneva Act of the Lisbon Agreement: A Missed Opportunity?*, cit., pp. 131 e 132.

⁴⁴⁵ Sul punto, si vedano i paragrafi 2.2, 2.4 e 2.5 del presente Capitolo.

⁴⁴⁶ GERVAIS, *Inreconcilable Differences – The Geneva Act of the Lisbon Agreement and the Common Law*, cit., p. 353.

Altro aspetto sgradito *in primis* agli Stati Uniti consiste nel fatto che il Geneva Act, pur ammettendo che gli Stati partecipanti al sistema risolvano l'eventuale conflitto tra indicazioni geografiche e marchi preesistenti applicando il criterio del “*first in time first in right*”, adottato Oltreoceano e in certa misura ripreso dal TRIPs⁴⁴⁷, non lo imponga come esclusivo parametro risolutore, ma consenta, invece, che si opti per la coesistenza tra i due segni⁴⁴⁸.

Costituisce, poi, motivo di incertezza chi sia deputato all'interpretazione delle disposizioni del Geneva Act, considerando che, vista l'assenza di un meccanismo di risoluzione delle controversie, un'eventuale violazione delle stesse dovrebbe essere affrontata su un piano sostanzialmente politico-diplomatico tra gli Stati membri⁴⁴⁹.

Alla luce di quanto brevemente esposto, si può ragionevolmente concludere che il Geneva Act, benché incarni una volontà di “apertura” verso i sistemi che non predispongono, per la tutela delle indicazioni geografiche, degli strumenti *sui generis*, presenti, ciononostante, delle discrepanze insanabili rispetto alle scelte regolatrici operate dai Paesi che adoperano il sistema dei marchi. Gli Stati Uniti, su cui qui ci si sofferma come esempio paradigmatico di un atteggiamento normativo e culturale verso le indicazioni geografiche antitetico rispetto a quello europeo, pur essendo stati coinvolti, in quanto membri dell'OMPI, nel processo di revisione dell'Accordo di Lisbona – benché come osservatori e senza diritto di voto sullo stesso – hanno ripetutamente manifestato forti perplessità circa alcune scelte operate in quella sede e, coerentemente, hanno poi deciso di non firmare il Geneva Act⁴⁵⁰. Secondo la posizione espressa dagli Stati Uniti, il Geneva Act avrebbe avuto un impatto negativo, a livello globale, sui produttori la cui attività si fonda sul legittimo utilizzo di nomi ritenuti

⁴⁴⁷ A tale proposito si veda il par. 2.2 del presente Capitolo.

⁴⁴⁸ Art. 13, par. 1, Geneva Act; sul punto, si veda GERVAIS, *A Look at the Geneva Act of the Lisbon Agreement: A Missed Opportunity?*, cit., p. 134.

⁴⁴⁹ GERVAIS, *Inreconcilable Differences – The Geneva Act of the Lisbon Agreement and the Common Law*, cit., p. 357.

⁴⁵⁰ SANDERS, *Geographical Indications of Origin: When GIs Become Commodities, All Gloves Come Off*, in *IIC - International Review of Intellectual Property and Competition Law*, 2015, Vol. 46(7), p. 756.

generici, oltre che sull'integrità di marchi ormai consolidati⁴⁵¹. A ciò si aggiunga l'attività degli *stakeholders*, come il *U.S. Dairy Export Council*, una organizzazione *no-profit* che si occupa di tutelare gli interessi dei produttori lattiero-caseari statunitensi, il quale ha avuto un ruolo attivo durante la revisione dell'Accordo di Lisbona, sostenendo che dietro tale processo vi fosse, in realtà, la volontà protezionistica europea di affossare le esportazioni USA nei mercati di Stati terzi⁴⁵².

Inoltre, considerando la posizione degli Stati Uniti durante il Doha Round, cui si è brevemente accennato nella prima parte del presente paragrafo, non c'è da stupirsi del fatto che non abbiano voluto far parte del sistema di registrazione previsto dall'Accordo di Lisbona. Gli Stati Uniti avrebbero infatti accettato un sistema di registrazione i cui effetti fossero limitati a scopi informativi, mentre all'inserimento della *appellation of origin* o della indicazione geografica nel database gestito dall'OMPI consegue la protezione della stessa negli Stati membri⁴⁵³. Esaminando, poi, il contenuto di tale protezione, emerge come questa sia sostanzialmente equivalente a quella dettata dall'Accordo TRIPs limitatamente ai vini e agli alcolici⁴⁵⁴. L'Accordo di Lisbona, tuttavia, estende la possibilità di registrazione a tutte le indicazioni geografiche e impone il medesimo (elevato) livello di tutela senza operare alcuna distinzione tra prodotti. Dalla lettera dell'art. 23, par. 4, TRIPs emerge come il registro ivi menzionato sia limitato ai vini (salvo estenderlo, poi, agli alcolici) e non vengano specificati gli effetti della registrazione⁴⁵⁵; aspetto, questo, su cui si è acceso un vivace dibattito, come si è avuto modo di osservare nelle pagine che precedono. Si può,

⁴⁵¹ DUDDING, *The Lisbon Agreement: Why the United States Should Stop Fighting the Geneva Act*, in 18 *Vand. J. Ent. & Tech. L.* (2015), p. 186; MAKRIS, *op. cit.*, p. 168.

⁴⁵² PETIT, ILBERT, *Geographical Indications and Rural Development Implications for TTIP Negotiations*, Paper prepared for the 145th EAAE Seminar "Intellectual Property Rights for Geographical Indications: What is at Stake in the TTIP?" April 14-15, 2015 Parma, Italy, p. 6.

⁴⁵³ Art. 9, Geneva Act.

⁴⁵⁴ Si veda l'art. 23, par. 1, TRIPs e l'art. 11, parr. 1 e 2, Geneva Act.

⁴⁵⁵ Cfr. GERVAIS, *Inreconcilable Differences – The Geneva Act of the Lisbon Agreement and the Common Law*, cit., pp. 349 e 350, dove l'Autore utilizza l'espressione «*TRIPs Plus*» per rimarcare i più ambiziosi obiettivi perseguiti dal sistema di registrazione di cui all'Accordo di Lisbona rispetto all'omologo strumento *ex art. 23 (par. 4) TRIPs*.

quindi, ragionevolmente concludere che il sistema di registrazione implementato dall'Accordo di Lisbona e, salvo alcune modifiche, confermato dal Geneva Act, persegue obiettivi sostanzialmente coincidenti con le pretese avanzate dall'Unione europea e da alcuni Paesi in via di sviluppo nel contesto del Doha Round, ponendosi, conseguentemente, in una prospettiva antitetica rispetto alla posizione espressa dagli Stati Uniti.

Le considerazioni sopra esposte con specifico riferimento agli USA, sarebbero largamente mutuabili se si estendesse l'analisi ad altri Paesi che, come gli Stati Uniti, non adottano un sistema *sui generis* di protezione delle indicazioni geografiche. Ne è riprova il fatto che l'Accordo di Lisbona, anche in seguito alla revisione operata nel 2015 con il Geneva Act, non possa ad oggi vantare un ampio numero di Stati aderenti⁴⁵⁶.

È qui opportuno sottolineare che il Geneva Act, innovando rispetto all'Accordo di Lisbona, si apre anche nei confronti delle Organizzazioni intergovernative e non-governative, ammettendone la partecipazione alle riunioni, in qualità di osservatori: si citano, a tal proposito, l'Unione europea e l'OAPI (*Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle*)⁴⁵⁷. Questa novità di cui al Geneva Act potrebbe avere l'effetto di indurre i singoli Stati che partecipano ai consessi internazionali più potenti e influenti a entrare a far parte dell'Accordo di Lisbona, accettandone il sistema di registrazione. Un incremento del numero dei Paesi partecipanti all'Accordo di Lisbona potrebbe, inoltre, potenzialmente derivare dall'attività negoziale dell'Unione europea. Infatti, nel contesto delle trattative commerciali per la conclusione di accordi bilaterali o regionali, l'Unione europea potrebbe esercitare delle pressioni per indurre gli Stati di *common law* più "deboli", da un punto di vista economico e negoziale, ad abbracciare un sistema *sui generis* di protezione delle indicazioni geografiche. A ciò si aggiunga, come plausibile conseguenza di quanto detto, che le multinazionali che beneficiano dell'utilizzo di termini generici avrebbero più

⁴⁵⁶ Stando a quanto riportato nella pagina web dell'OMPI dedicata all'Accordo di Lisbona, sarebbero 28, al momento, gli Stati partecipanti al sistema di registrazione, <https://www.wipo.int/treaties/en/registration/lisbon/>.

⁴⁵⁷ Art. 22, par. 2, Geneva Act; secondo l'art. 1, xiv), del Geneva Act, per "parte contraente" si intende «any State or intergovernmental organization party to this Act».

probabilità di “scontarsi” con sistemi giuridici che adottano un approccio *sui generis* verso le indicazioni geografiche⁴⁵⁸.

Se lo scenario globale cambiasse in questo modo, per gli Stati Uniti sarebbe sempre più difficile (e forse più sconveniente) mantenere lo stesso atteggiamento di chiusura verso strumenti *ad hoc* di protezione delle denominazioni d’origine⁴⁵⁹.

Per un’adeguata protezione internazionale delle indicazioni geografiche sarebbe, quindi, auspicabile un’ulteriore estensione del numero dei Paesi firmatari l’Accordo di Lisbona così come rivisitato con il Geneva Act⁴⁶⁰.

2.4 La protezione delle indicazioni geografiche vitivinicole negli Stati Uniti: il *Lanham Act* e il sistema di classificazione dell’*Alcohol, Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB)*

La normativa sul cibo di qualità negli Stati Uniti è, attualmente, molto meno rigorosa di quella relativa alla sicurezza degli alimenti. Tra i consumatori americani, peraltro, la qualità alimentare viene percepita in modo assai differenziato (come, del resto, in Europa), stante la diversificazione economica e culturale della popolazione. Negli ultimi anni, tuttavia, si è assistito ad un incremento della sensibilità dei consumatori nei confronti di tali tematiche. Essi, infatti, prestano sempre maggiore attenzione al metodo di produzione degli alimenti, e non più solamente al prodotto finito. La crescente domanda di cibi dai gusti e dai *backgrounds* culturali più vari viene, talvolta, soddisfatta dagli stessi immigrati che producono alimenti tipici delle loro terre di origine. A quanto detto si aggiunga che non esiste, a livello federale, una nozione condivisa di qualità, il che contribuisce alla diffusione

⁴⁵⁸ GERVAIS, *A Look at the Geneva Act of the Lisbon Agreement: A Missed Opportunity?*, cit., p. 141 e ss.

⁴⁵⁹ DUDDING, *op. cit.*, p. 187 e ss.

⁴⁶⁰ Si veda MEDEIROS, SOUZA PASSADOR, PASSADOR, *Implications of geographical indications: a comprehensive review of papers listed in CAPES’ journal database*, in *Revista de Administração e Inovação* 13 (2016), pp. 315-329, che, a p. 318, enumera i vantaggi connessi alla registrazione internazionale delle indicazioni geografiche.

di *standards* privati, elaborati dai grossi produttori e distributori alimentari nell'intento di anticipare, orientare e recepire i gusti e le tendenze dei consumatori in materia di cibo⁴⁶¹.

Con specifico riferimento alle indicazioni geografiche e alla normativa TRIPs, va segnalato come i Paesi di *common law*, in genere, manifestino una certa avversione per le denominazioni di origine e le indicazioni di provenienza degli alimenti, considerate, nei loro ordinamenti, alla stregua di diritti di proprietà intellettuale atipici, che non conferirebbero neppure quella caratteristica esclusività della tutela propria degli altri segni distintivi⁴⁶².

Come sappiamo, la normativa di cui all'accordo TRIPs si limita a dettare uno *standard* minimo di tutela delle indicazioni geografiche e non realizza, pertanto, alcuna funzione di armonizzazione positiva: sono diversi (talvolta profondamente) i sistemi di protezione degli indicatori di provenienza previsti dalle legislazioni degli Stati membri della OMC. Mentre nell'Unione europea la tutela delle indicazioni geografiche è affidata a norme speciali, *ad hoc*, che conferiscono loro uno *status* autonomo rispetto agli altri diritti di proprietà intellettuale, nei Paesi di *common law*, ove non esistono norme speciali in materia, la protezione delle indicazioni geografiche viene attuata mediante la normativa sui marchi commerciali, sulle pratiche commerciali sleali e sulla protezione dei consumatori⁴⁶³. Lo stesso art. 22 TRIPs prevede che gli Stati firmatari predispongano le misure giuridiche necessarie a tutelare le indicazioni geografiche, lasciando loro ampi margini di discrezionalità circa la scelta delle modalità di protezione più appropriate. In questo scenario, mentre l'Unione europea ha sostenuto con forza l'idea che il migliore strumento di tutela delle indicazioni geografiche sia quello incarnato da DOP e IGP, cioè predisponendo segni distintivi *ad hoc*, opposta è l'impostazione statunitense. In questo ordinamento non troviamo alcun riconoscimento dell'indicazione geografica come segno

⁴⁶¹ ECHOLS, *Food quality in the United States*, in ADORNATO, ALBISINNI e GERMANÒ (a cura di), *Agricoltura e alimentazione: principi e regole della qualità – Disciplina internazionale, comunitaria e nazionale*, Atti del convegno internazionale IDAIC di Macerata del 9-10 ottobre 2009, Milano, 2010, pp. 104 e ss.

⁴⁶² LIBERTINI, *op. cit.*, p. 291.

⁴⁶³ DORDI, *op. cit.*, p. 246.

distintivo *sui generis*: al contrario, questa riceve protezione attraverso la disciplina del marchio⁴⁶⁴.

Tuttavia, non mancano alcune analogie tra i due ordinamenti in esame. Tanto quello europeo quanto quello americano, infatti, vedono con un certo sfavore la possibilità di registrare marchi individuali contenenti riferimenti geografici, sulla base della considerazione che i toponimi, in quanto segni descrittivi, dovrebbero restare di libera appropriabilità e non essere, invece, oggetto di diritti di esclusiva quali quelli attribuiti dal marchio individuale. Tuttavia, se la normativa europea vieta che il marchio consista esclusivamente in indicazioni o segni che servono ad indicare la provenienza geografica del prodotto, il *Lanham Act* (che costituisce la normativa fondamentale, a livello federale, in materia di trademarks negli USA⁴⁶⁵) proibisce la registrazione di marchi che contengono segni «primarily geographically descriptive»⁴⁶⁶ o, ancora, «primarily geographically deceptively misdescriptive»⁴⁶⁷. Quindi, mentre la normativa europea ci induce a ritenere che sia ammissibile il marchio complesso, costituito, cioè, da un insieme di riferimenti geografici e di altra natura, oltreoceano occorre sempre valutare il peso che il riferimento geografico assume all'interno del segno distintivo: se ritenuto prevalente (*primarily*), quest'ultimo sarà considerato illegittimo⁴⁶⁸.

Dall'esame delle pertinenti disposizioni del *Lanham Act* poco sopra richiamate, possiamo dedurre che a essere vietata sia, non solo, la registrazione di marchi che consistano prevalentemente in segni descrittivi, quali i toponimi (quand'anche corrispondenti alla reale provenienza dei prodotti), ma anche di quei marchi che comunichino un'origine territoriale diversa da quella effettiva («primarily geographically deceptively misdescriptive»). È,

⁴⁶⁴ FERRARI, *Il nesso fra origine geografica e qualità dei prodotti agroalimentari: i diversi modelli di tutela europei e nordamericani*, cit., p. 145.

⁴⁶⁵ Lanham Act, PUBLIC LAW 79-489, CHAPTER 540, APPROVED JULY 5, 1946; 60 STAT. 427 (15 U.S.C. § 1051 e ss.).

⁴⁶⁶ 15 U.S. Code § 1052(e)(2), che, in verità, ammette il ricorso a strumenti collettivi per la registrazione di toponimi, quali i *certification marks* e i *collective marks* di cui al 15 U.S. Code § 1054 (*infra*).

⁴⁶⁷ 15 U.S. Code § 1052(e)(3).

⁴⁶⁸ FERRARI, *Il nesso fra origine geografica e qualità dei prodotti agroalimentari: i diversi modelli di tutela europei e nordamericani*, cit., p. 149.

questo, il limite posto alla natura descrittiva dei segni: la libera utilizzabilità di un termine a fini descrittivi non può giustificare l'inganno dei consumatori quanto alla reale origine dei prodotti⁴⁶⁹.

Quanto appena sostenuto non vale nel caso in cui il marchio, «primarily geographically descriptive» o, addirittura, «primarily geographically deceptively misdescriptive», abbia acquisito, grazie all'uso ripetuto nel tempo, una capacità distintiva, un *secondary meaning*⁴⁷⁰. In tal caso, anche il segno geografico – che da termine descrittivo assurge, così, a elemento identificativo esclusivo di un dato prodotto – potrà essere registrato come marchio⁴⁷¹. Occorre tuttavia operare una distinzione. Nel primo caso, un marchio contenente un riferimento geografico («primarily geographically descriptive») potrà essere validamente registrato se abbia acquisito un *secondary meaning* e costituisce presunzione relativa di capacità distintiva la circostanza che il suddetto marchio sia stato utilizzato, continuativamente, nei cinque anni precedenti la richiesta di registrazione⁴⁷². Nel secondo caso, viene introdotto un parametro più preciso e al contempo più elastico⁴⁷³. Infatti, un marchio contenente un riferimento geografico non corrispondente alla reale origine dei prodotti («primarily geographically deceptively misdescriptive») può essere validamente registrato se abbia acquisito capacità distintiva prima dell'8 Dicembre 1993⁴⁷⁴, data dell'entrata in vigore del *North American Free Trade Agreement Implementation Act*⁴⁷⁵.

⁴⁶⁹ FERRARI, *La dimensione proprietaria delle indicazioni geografiche: uno studio di diritto comparato*, cit., p. 20.

⁴⁷⁰ O'CONNOR, *Indicazioni Geografiche: alcune riflessioni sulla prassi dell'Ufficio Marchio e Brevetti degli Stati Uniti e l'accordo TRIPS*, in *Riv. dir. alim.*, 4/2013, p. 42.

⁴⁷¹ FERRARI, *La dimensione proprietaria delle indicazioni geografiche: uno studio di diritto comparato*, cit., p. 21.

⁴⁷² ID, *Il nesso fra origine geografica e qualità dei prodotti agroalimentari: i diversi modelli di tutela europei e nordamericani*, cit., p. 151.

⁴⁷³ ID, *La dimensione proprietaria delle indicazioni geografiche: uno studio di diritto comparato*, cit., p. 23.

⁴⁷⁴ 15 U.S. Code § 1052(f).

⁴⁷⁵ Il *North American Free Trade Agreement* (NAFTA), entrato in vigore il 1° gennaio 1994, istituisce un'area di libero scambio tra Canada, Messico e Stati Uniti: per un'analisi generale dell'Accordo e dei suoi contenuti, si veda ABBOTT, *North American Free Trade Agreement (1992)*, in *Max Planck Encyclopedia of Public International Law*, Article last updated: June 2014.

Va precisato che nell'ordinamento americano la funzione descrittiva dei segni è intesa in modo molto ampio, il che comporta che l'uso del toponimo sia consentito in tutti quei casi in cui risulti privo di reputazione attuale agli occhi del consumatore medio (sulla base del rilievo che, in tal caso, l'uso del segno geografico non è in grado di incidere nel processo di scelta di acquisto del consumatore stesso)⁴⁷⁶.

Occorre dare atto di un'ulteriore disposizione contenuta nello *U.S. Code*, modificata in seguito alla firma dell'Accordo TRIPs. Si tratta del 15 U.S. Code § 1052(a), specificamente dedicato ai vini, che proibisce in modo assoluto la registrazione di un marchio che consista in un'indicazione geografica usata con riferimento a vini ottenuti in una zona diversa da quella indicata. Al contempo, si dispone che il suddetto divieto non valga per i marchi utilizzati prima del 1° gennaio 1996⁴⁷⁷.

Diversamente da quanto appena esposto a proposito del marchio individuale, l'ordinamento americano ammette la registrazione di marchi a dimensione collettiva costituiti, anche esclusivamente, da indicazioni o segni geografici. Due sono le tipologie di marchi previsti: i *certification marks* e i *collective marks*⁴⁷⁸.

La disciplina dei *certification marks* prevede che il titolare del marchio sia un soggetto distinto dal produttore che appone il segno sui propri prodotti. I *collective marks*, al contrario, sono marchi posseduti da una cooperativa, un'associazione, o altri gruppi collettivi od organizzazioni (pubbliche o private), e sono utilizzati solo dai membri di tali gruppi. Inoltre, costituisce altro elemento di differenziazione il fatto che solo i primi sono idonei a comunicare qualità, modi di produzione, materie prime o altre caratteristiche del prodotto certificato, mentre i secondi si limitano a indicarne la provenienza, senza alcun necessario riferimento a determinate qualità o a elementi di altra natura⁴⁷⁹. In quest'ultimo caso, sarà il gruppo titolare del marchio a dettare le regole per farne parte e,

⁴⁷⁶ LIBERTINI, *op. cit.*, p. 290.

⁴⁷⁷ Per un'analisi di 15 U.S. Code § 1052(a) in relazione a quanto disposto dall'Accordo TRIPs, si veda il par. 2.7 del presente Capitolo.

⁴⁷⁸ 15 U.S. Code § 1054.

⁴⁷⁹ KEMP, FORSYTHE, *Trademarks and Geographical Indications: A Case of California Champagne*, in 10 *Chap. L. Rev.* 257 (2006), p. 270.

conseguentemente, i suoi membri potranno utilizzare il corrispondente segno. Con riferimento al *certification mark*, invece, il proprietario del marchio (che potrà essere una società privata così come un ente pubblico) stabilirà gli *standards* che i produttori dovranno rispettare per poter apporre sui propri prodotti il segno qualitativo e dovrà consentire l'utilizzo del *certification mark* a tutti coloro che dimostrino di essere conformi ai dettami imposti, senza discriminazione alcuna⁴⁸⁰.

Tra le indicazioni geografiche come segno *sui generis* (si pensi alle DOP/IGP europee⁴⁸¹) e i *certification marks/collective marks* permangono delle significative differenze. Il Consorzio di tutela che volesse registrare un'indicazione geografica negli Stati Uniti, dovrebbe infatti sostenere costi di registrazione e di rinnovo (senza contare quelli derivanti da eventuali campagne pubblicitarie) tipici di quello strumento privatistico che è il marchio. Non solo: la protezione contro eventuali comportamenti commerciali lesivi del *certification mark/collective mark*, sarebbe rimessa unicamente all'iniziativa privata dell'organizzazione titolare del segno⁴⁸².

Nella prassi sono numerosi i casi in cui le indicazioni geografiche europee non hanno potuto essere registrate negli Stati Uniti, in quanto già contenute in marchi preesistenti o perché considerate generiche⁴⁸³.

Come si è già avuto modo di sottolineare⁴⁸⁴, le indicazioni geografiche dei prodotti vitivinicoli ricevono, nell'Accordo TRIPs (art. 23), una protezione più intensa rispetto alle omologhe indicazioni riguardanti gli altri alimenti. Tuttavia, l'art. 24, 4° paragrafo, del sopracitato Accordo introduce un'importante eccezione alla tutela accordata dall'art. 23. Tale disposizione ammette che le etichette dei vini (e degli altri alcolici) ottenuti al di fuori

⁴⁸⁰ SCHÜBLER, *Protecting 'Single-Origin Coffee' within the Global Coffee Market: The Role of Geographical Indications and Trademarks*, in *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, Vol. 10, n. 1, 2009, p. 154.

⁴⁸¹ A tale proposito, si veda, diffusamente, il Capitolo I.

⁴⁸² REVIRON, *Geographical Indications: creation and distribution of economic value in developing countries*, March 2009, Working Paper No 2009/14, NCCR Trade regulation – Swiss national centre of competence in research, p. 24.

⁴⁸³ DORDI, *op. cit.*, p. 253.

⁴⁸⁴ Si veda il par. 2.2 del presente Capitolo.

dell'area delimitata da una particolare indicazione geografica protetta possano ugualmente contenere il riferimento alla suddetta denominazione d'origine purché siano soddisfatte alternativamente due condizioni. È infatti necessario che l'indicazione geografica in questione sia stata utilizzata in modo continuativo per almeno 10 anni prima del 15 aprile 1994 (data di adozione dell'Accordo TRIPs), nell'ambito territoriale in cui si fa valere l'eccezione di cui all'art. 24, 4° paragrafo, TRIPs; oppure, che l'indicazione geografica sia stata impiegata in buona fede prima della data sopra riportata.

Oltre alla *grandfather clause*, che si è appena brevemente esposta, l'art. 24 TRIPs, questa volta al suo 6° paragrafo, afferma come gli Stati firmatari siano liberi, sul loro territorio, di negare protezione ad una indicazione geografica riconosciuta e tutelata dall'ordinamento di un altro Stato membro, a motivo della sua presunta genericità⁴⁸⁵. In altri termini, ogni singolo Stato valuta al suo interno se una denominazione riferita al territorio di provenienza di un particolare prodotto, sia divenuta, nel linguaggio corrente, la denominazione comune atta a designare qualsiasi tipo di prodotto avente analoghe caratteristiche, con totale perdita dell'originario rapporto prodotto-territorio espresso dalla denominazione stessa. Il problema si pone in quanto il meccanismo appena descritto opera in via unilaterale, come conseguenza del fatto che quanto viene considerato "generico" in un territorio statale, potrebbe non esserlo altrove ed esprimere, invece, una carica distintiva. Ne deriva che, per "neutralizzare" la tutela prevista dall'art. 23 TRIPs, è sufficiente che uno Stato consideri un'indicazione geografica estera, protetta nel suo territorio di appartenenza, come termine generico riferibile ad un'intera categoria di prodotti, ponendo del tutto in non cale la loro provenienza.

Dalla disamina dei paragrafi 4 e 6 dell'art. 24 TRIPs, ben si comprendono le difficoltà che incontrano i vini a denominazione d'origine (europei e non solo) a mantenere negli USA il valore commerciale che viene loro riconosciuto in altri contesti normativi (Unione europea *in primis*). Infatti, come abbiamo avuto modo di precisare sinteticamente, non essendovi Oltreoceano un sistema *ad hoc* di protezione delle indicazioni geografiche, i produttori

⁴⁸⁵ L'art. 24, par. 6, TRIPs prosegue affermando che ogni Stato membro possa negare protezione all'indicazione geografica di un vino che coincida con la denominazione comune di una varietà d'uva esistente nel territorio di detto Stato membro all'entrata in vigore dell'Accordo.

vitivinicoli stranieri, che abbiano interesse a sfruttare il potere evocativo e quindi economico del territorio di produzione, avranno a disposizione unicamente la strada del marchio. Fin qui, sembrerebbe *nulla quaestio* o quasi: infatti, a ben vedere, i costi legati alla registrazione e, soprattutto, al mantenimento di un marchio (adeguata pubblicizzazione, “vigilanza” sul mercato al fine di individuare eventuali abusi e azioni legali a tutela dei propri diritti esclusivi, per citarne solo alcuni) potrebbero “tagliar fuori” i soggetti economicamente meno solidi. Peraltro, ben può accadere che anche quei soggetti che nel mondo vitivinicolo avrebbero la forza economica per ricorrere agli strumenti sopra accennati, non possano, di fatto, registrare negli USA un marchio contenente l’indicazione geografica che desiderano proteggere, in quanto la medesima denominazione sia già stata da altri registrata o utilizzata in buona fede come marchio, in ottemperanza a quanto disposto dall’art. 24, par. 4, TRIPs. E quand’anche non vi fosse un precedente marchio registrato, i soggetti esteri che operano con vini portanti un’indicazione geografica potrebbero venire ugualmente ostacolati dall’affermazione di genericità opposta dalle competenti autorità statunitensi, più volte richiamate.

È proprio sulla questione della volgarizzazione⁴⁸⁶ (o *genericide*, termine spesso utilizzato dalla dottrina anglofona⁴⁸⁷) che preme brevemente soffermarsi. Come si è notato, si tratta del processo mediante il quale un’indicazione geografica viene utilizzata talmente spesso per indicare un’intera categoria di prodotti che i consumatori cominciano ad associare il termine geografico a tutti gli alimenti aventi caratteristiche analoghe, così da dissipare qualsiasi collegamento con uno specifico luogo di origine⁴⁸⁸. Chiarito cosa si intenda per “genericizzazione”, al fine di calare tale fenomeno nel contesto mercantile e normativo

⁴⁸⁶ Si tratta di un fenomeno che può riguardare anche il marchio, allorché esso venga utilizzato come denominazione generica e non più per designare un particolare prodotto o servizio proveniente da una determinata impresa, perdendo così il requisito della specificità: si veda ARE, voce *Marchio (dir.priv.)*, in *Enc. Dir.*, XXV, Milano, 1975; Cfr. VANZETTI, *Note in tema di volgarizzazione del marchio (una riesumazione?)*, in *Riv. dir. ind.*, 2009, I, p. 279 e ss., per un commento a Cass., 17 dicembre 2008, n. 29522, in cui la Suprema Corte si è espressa in materia di volgarizzazione del marchio.

⁴⁸⁷ JURCA, *What's in a Name?: Geographical Indicators, Legal Protection, and the Vulnerability of Zinfandel*, in *Indiana Journal of Global Legal Studies*, 2013, Volume 20, Issue 2, p. 1445.

⁴⁸⁸ ZACHER, *op. cit.*, p. 436.

statunitense, occorre dare atto della triplice classificazione in cui vengono divise le denominazioni dei vini negli USA.

Il *Code of Federal Regulations* (CFR) opera una distinzione tra i segni di rilevanza geografica, suddividendoli in “generici”, “semi-generici” e “non-generici”⁴⁸⁹. A seconda della classe attribuita, il livello di tutela ottenibile per la corrispondente denominazione geografica varia significativamente. Siffatto potere di classificazione è attribuito, oggi⁴⁹⁰, all’agenzia del Ministero del Tesoro, competente in materia di etichettatura e pubblicità dei prodotti vinicoli: trattasi del *Alcohol, Tobacco Tax and Trade Bureau* (TTB)⁴⁹¹.

Denominazioni di vini, che una volta rimandavano ad un preciso luogo di produzione, diventano col tempo atte a designare qualsiasi prodotto vitivinicolo che rispetti un determinato metodo di produzione, indipendentemente dalla sua origine. E’, questa, la caratteristica dei termini considerati generici dal TTB, tra i quali rientra, ad esempio, fuori dal settore vitivinicolo, il *Sake*⁴⁹², prodotto ottenuto dalla fermentazione del riso e che ha perso, stando alla classificazione statunitense, qualsiasi collegamento con il suo luogo d’origine (nella specie, il Giappone). Pertanto, chiunque rispetti gli *standards* di produzione (spesso non così stringenti) previsti per poter impiegare un termine avente significato geografico ma considerato generico, potrà etichettare il suo prodotto utilizzando la relativa denominazione, senza necessità di alcuna ulteriore specificazione. Sul versante opposto

⁴⁸⁹ 27 CFR § 4.24.

⁴⁹⁰ Fino al 2003, il compito di applicare la normativa sulle indicazioni geografiche, statunitensi e straniere, era demandato al *Bureau of Alcohol, Tobacco and Firearms* (BATF). Nel gennaio del 2003, per effetto dell’*Homeland Security Act*, è stato creato l’*Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau* (TTB). È quest’ultima agenzia del Dipartimento del Tesoro a occuparsi, oggi, tra le altre cose, della classificazione dei termini aventi rilievo geografico in generici, semi-generici e non-generici e del riconoscimento delle *American Viticultural Areas* (AVA), che formeranno oggetto del par. 2.4.1 del presente Capitolo: cfr. <https://www.atf.gov/alcohol-tobacco> e <https://www.ttb.gov/about/history.shtml>.

⁴⁹¹ APPIANO, *Le pratiche enologiche e la tutela delle indicazioni di qualità nell’accordo UE/USA sul commercio del vino ed in altri trattati della Comunità*, in UBERTAZZI e MUNIZ-ESPADA (a cura di), *Le indicazioni di qualità degli alimenti. Diritto internazionale ed europeo*, cit., p. 379.

⁴⁹² JOSEL, *New Wine in Old Bottles: The Protection of France's Wine Classification System beyond Its Borders*, in 12 *B.U. Int'l L. J.* (1994), p. 475.

rispetto ai nomi generici, stanno quei termini – classificati, appunto, come non-generici – che ricevono la massima protezione in quanto possono essere adoperati unicamente per designare vini effettivamente ottenuti nel luogo cui essi rimandano. La ragione che sta dietro questo regime di particolare favore risiede nella convinzione (corretta, dal punto di vista del legislatore e dei produttori europei, ma che andrebbe tuttavia estesa anche ad altre denominazioni non rientranti, secondo la classificazione operata dal TTB, in questa categoria “privilegiata”) che si tratti di vini le cui caratteristiche denotino una certa unicità, dovuta proprio al loro luogo di origine. Si potrebbe dire, forse con una certa forzatura, che limitatamente ai vini (*rectius* denominazioni) inseriti tra i termini non-generici, anche Oltreoceano si apprezzi la portata del concetto di *terroir*⁴⁹³.

Occorre ulteriormente distinguere tra i nomi non-generici e non-distintivi, facenti riferimento a zone geografiche piuttosto ampie, come “New York State” e “French”, ma comunque riservati in modo esclusivo alle etichette dei vini provenienti da tali zone, e i nomi non-generici e distintivi. In quest’ultima categoria rientrano tutte quelle indicazioni geografiche relative a vini provenienti da aree alquanto specifiche e ristrette, tra cui rientra, ad esempio, la D.O.P. *Saint Julien*, Comune francese del *Médoc*, nella regione di *Bordeaux*⁴⁹⁴.

Esiste, poi, come detto, una terza categoria che raggruppa i nomi “semi-generici”. Si tratta di termini che hanno effettivamente una portata geografica ma che, non essendo riservati in via esclusiva ai produttori della zona cui il termine rimanda, possono essere impiegati da chiunque, purché l’etichetta indichi altresì il vero luogo di origine del vino⁴⁹⁵ e quest’ultimo sia conforme agli *standards* di produzione richiesti per poter impiegare la specifica denominazione “semi-generica”. Prima della firma dell’Accordo del 2006 sul commercio del vino con l’Unione europea⁴⁹⁶, la denominazione d’origine *Champagne* era considerata negli USA come termine “semi-generico”. Pertanto, un produttore di vino californiano avrebbe ben potuto, del tutto legittimamente, etichettare e vendere il proprio

⁴⁹³ Su cui si veda, più diffusamente, il par. 1.3 del Capitolo I.

⁴⁹⁴ JOSEL, *op. cit.*, p. 482.

⁴⁹⁵ JURCA, *op. cit.*, p. 1450.

⁴⁹⁶ Si veda, a tale proposito, il par. 2.5 del presente Capitolo.

prodotto come “*California Champagne*”. Si delinea, allora, una parziale analogia con quanto disposto dall’Accordo TRIPs, all’art. 22, per le indicazioni geografiche dei prodotti alimentari diversi da vini e bevande alcoliche, relativamente alle quali si configura come impiego *legittimo* l’utilizzo di tali termini da parte di produttori “estranei” alla zona delimitata, purché compaia altresì l’indicazione circa l’effettivo luogo di produzione (es. *Parmesan made in Alabama*⁴⁹⁷).

È proprio in questa considerazione che si annida un profilo di potenziale contrasto della normativa statunitense con l’Accordo TRIPs⁴⁹⁸, il quale non contempla la categoria dei termini semi-generici. Con riguardo ai prodotti vitivinicoli, infatti, l’art. 23 TRIPs⁴⁹⁹ è molto chiaro nello stabilire una protezione estesa anche ai casi in cui l’indicazione geografica venga tradotta, accompagnata dalla specificazione del reale luogo di origine del vino o affiancata da espressioni quali “tipo”, “genere”, “imitazione di ...”, ecc. Nei suddetti casi, quindi, gli Stati membri dovrebbero impedire l’utilizzo dell’indicazione geografica per prodotti non ottenuti nel luogo comunicato. A tale proposito, l’unica eccezione contemplata dall’Accordo TRIPs (e, segnatamente, dall’art. 24, par. 6) concerne i casi in cui, nel territorio in cui viene chiesta protezione, l’indicazione geografica si sia “volgarizzata”, sia considerata termine *generico*. Non vi sono categorie “mediane” nell’Accordo TRIPs, quale potrebbe essere definita la classe dei nomi “semi-generici”, frutto dell’inventiva del

⁴⁹⁷ Per completezza, occorre rammentare come l’art. 22 TRIPs disponga ulteriormente che si utilizzino espressioni (quali “stile”, “tipo”, “imitazione” ecc.) atte a indicare che il prodotto in questione rappresenti “un’imitazione dell’originale”, volgarmente parlando. Questa accortezza non si rende necessaria per le indicazioni geografiche vitivinicole ritenute semi-generiche in quanto esse sono considerate sì, indicazioni relative a vini con determinate caratteristiche e provenienti da un dato territorio, ma *anche* termini riferibili a vini ovunque prodotti, purché con determinate caratteristiche. In altre parole, ciò che sostiene il diritto statunitense è che nessuno possa negare che lo *Champagne* sia abbastanza rinomato da essere conosciuto da tutti come vino proveniente dalla Francia ma che, al contempo, tale nome geografico denoti ormai una *tipologia di vino* ben precisa e riproducibile altrove. Infatti, nel caso in cui lo Champagne non venga prodotto rispettando gli *standards* dettati dalla normativa statunitense (ad esempio, non venga utilizzato il *méthode champenoise*) dovrà essere etichettato come “*champagne style*” e similari, in modo tale da comunicare ai consumatori che si tratta di un’imitazione della nota *tipologia di vino*: cfr. 27 CFR § 4.21(b)(3)(i).

⁴⁹⁸ Su cui si veda, più diffusamente, il par. 2.7 del presente Capitolo.

⁴⁹⁹ Su cui si veda il par. 2.2 del presente Capitolo.

legislatore statunitense⁵⁰⁰. Neppure può dirsi rispettata l'altra eccezione all'operatività dell'art. 23, par. 1, TRIPs, che è quella di cui all'art. 24, par. 4, che, come si è già avuto modo di specificare, introduce una *grandfather clause* che consente di continuare a utilizzare un'indicazione geografica per vini non provenienti dalla zona cui essa si riferisce. Orbene, la possibilità di impiegare un nome semi-generico negli Stati Uniti non è condizionata ad alcun termine temporale⁵⁰¹.

È interessante notare come in questo terzo “raggruppamento” rientrassero (e in parte rientrino tutt'ora) denominazioni d'origine e indicazioni geografiche tra le più note del mercato europeo. Lo stesso *Chianti* era considerato termine semi-generico, così come *Burgundy*, *Chablis*, *Marsala*, *Sherry*, *Tokaj* e altri. La ragione di questo fenomeno è in realtà alquanto banale: più un vino è rinomato, maggiori sono gli interessi alla sua “imitazione” e, conseguentemente, maggiori sono le probabilità che si “volgarizzi”⁵⁰².

Alla luce di quanto appena esposto, appare di tutta evidenza che la categoria dei nomi non-generici sia quella cui anelano i produttori di vini connotati da un forte legame tra le caratteristiche intrinseche (o la “semplice” reputazione) e il territorio di produzione. Tuttavia, per far ricadere un nome geografico all'interno della specifica classe dei nomi non-generici e distintivi, è necessario dimostrare (mediante un'apposita domanda inoltrata al TTB⁵⁰³) che ad una certa denominazione i consumatori americani ricolleghino un particolare vino – con caratteristiche distinguibili e non mutuabili – e il territorio da cui esso proviene. In altre parole, occorre provare la “capacità distintiva” di una determinata indicazione geografica⁵⁰⁴. Il diritto statunitense in materia di indicazioni geografiche vitivinicole, quindi, sembra attribuire rilievo preminente non tanto al binomio (più o meno oggettivamente valutabile) tra le qualità o le caratteristiche intrinseche del prodotto e il

⁵⁰⁰ RITZERT, *Champagne is from Champagne: An Economic Justification for Extending Trademark-Level Protection to Wine-Related Geographical Indicators*, in 37 *AIPLA Q. J.* (2009), p. 222.

⁵⁰¹ TORSÉN, *Apples and Oranges: French and American Models of Geographic Indications Policies Demonstrate an International Lack of Consensus*, in 95 *Trademark Rep.* (2005), p. 1432.

⁵⁰² CHEN, *op. cit.*, p. 52.

⁵⁰³ 27 CFR § 12.3.

⁵⁰⁴ APPIANO, *Le pratiche enologiche e la tutela delle indicazioni di qualità nell'accordo UE/USA sul commercio del vino ed in altri trattati della Comunità*, cit., p. 380.

territorio di produzione, quanto alla reputazione di cui il vino gode – sempre in virtù della sua specifica provenienza – presso i consumatori americani. Corollario di tale considerazione è che un termine geograficamente connotato viene considerato generico (o semi-generico) nella misura in cui abbia perso (o non abbia mai avuto) agli occhi del consumatore americano medio quella forza evocativa di una data reputazione collegata al territorio di origine e, presuntivamente, a determinate peculiari caratteristiche. Si tratta, evidentemente, di una valutazione assai complessa, in cui assume rilievo centrale la “percezione” dei consumatori⁵⁰⁵.

Niente di nuovo sotto la luce del sole, almeno fino a questo punto e fatte salve le considerazioni svolte circa la categoria dei nomi semi-generici. Infatti, nessuno può stupirsi del fatto che termini considerati generici non ricevano alcuna protezione. È quanto stabilito dallo stesso Accordo TRIPs ed è, inoltre, perfettamente in linea con l’approccio adottato dallo stesso legislatore europeo. Allo stesso modo, nei termini che il TTB qualifica come non-generici rientrano a pieno titolo le indicazioni geografiche come definite dallo stesso TRIPs, ovverosia quelle denominazioni (nel caso di specie vitivinicole) che esprimono un collegamento tra le caratteristiche, le qualità o la reputazione del vino ed il luogo in cui è avvenuta la sua produzione⁵⁰⁶. Ne consegue, linearmente, che solamente i produttori vitivinicoli della zona delimitata potranno impiegare legittimamente la relativa denominazione nell’etichettare o comunque presentare il proprio vino. Dunque, ciò che divide l’approccio europeo da quello statunitense non è la disciplina prevista a seconda che un’indicazione rientri nel novero dei termini generici o non-generici (che, come si è appena sottolineato, risulta coerente con quanto previsto a livello internazionale e con le soluzioni normative adottate altrove, come nell’Unione europea), ma è, piuttosto, cosa debba essere considerato generico e cosa no. Evidentemente, denominazioni d’origine o indicazioni geografiche europee, pacificamente riconosciute come tali e quindi non generiche, vengono all’opposto considerate negli USA come indicanti qualsiasi vino con caratteristiche più o meno analoghe. Questa discrepanza è resa possibile dall’art. 24, par. 6, del TRIPs, come si

⁵⁰⁵ ZANZIG, *The Perfect Pairing: Protecting U.S. Geographical Indications with a Sino-American Wine Registry*, in 88 *Wash. L. Rev.* (2013), p. 731.

⁵⁰⁶ Si veda l’art. 22, par. 1, TRIPs, di cui si è brevemente discusso al par. 2.2 del presente Capitolo.

è detto poco sopra, e trova la sua ragione nel fatto che gli emigrati Oltreoceano hanno da sempre utilizzato le denominazioni dei loro luoghi di origine per designare i prodotti che essi realizzavano⁵⁰⁷. A ciò si aggiunga una scarsa adesione al concetto di *terroir*⁵⁰⁸ o, per meglio dire, al riconoscimento di diritti di esclusiva ad esso connessi.

A dimostrazione di ciò, si veda come il *Code of Federal Regulation* (C.F.R.) definisca (in modo alquanto ampio) lo *Champagne*: “Champagne is a type of sparkling light wine which derives its effervescence solely from the secondary fermentation of the wine within glass containers of not greater than one gallon capacity, and which possesses the taste, aroma, and other characteristics attributed to champagne as made in the Champagne district of France”⁵⁰⁹. Se ne deduce che lo *Champagne* prodotto rispettando i dettami del C.F.R. vanterà il gusto, l’aroma e, in generale, le caratteristiche rinvenibili nell’omonimo prodotto realizzato nella specifica regione francese. È quanto di più lontano vi possa essere rispetto alla nozione di *terroir*, secondo la quale il vino – in modo preponderante rispetto agli altri prodotti alimentari portanti una indicazione geografica – deriverebbe le sue caratteristiche proprio dal territorio in cui è ottenuto, il quale, grazie alle sue proprietà e specificità (e ai saperi delle genti che vi abitano⁵¹⁰) imprime un’impronta inconfondibile al vino in questione. Cambiando territorio di produzione, non si avrebbe più il medesimo prodotto. Negli USA si è sempre preferito far leva sul marchio, sul *brand*, piuttosto che sul luogo di produzione⁵¹¹. Ne è conferma la vicenda⁵¹² che nel 1992 ha interessato la denominazione

⁵⁰⁷ HERMANN, *The Fifty States of Sway & the European Cheese Union: Why the United States and the European Union Struggle with the Implementation of Geographical Indications in their TTIP Neogotiations*, in *7 Am. U. Intell. Prop. Brief* (2015), p. 49.

⁵⁰⁸ Su cui si veda, più diffusamente, il par. 1.3 del Capitolo I.

⁵⁰⁹ 27 C.F.R. § 4.21(b)(2). Si veda, a tal proposito, JURCA, *op. cit.*, p. 1450.

⁵¹⁰ Si veda GERMANÒ, *Le indicazioni geografiche nell’accordo TRIPS*, cit., p. 413, il quale, con riferimento al fattore umano insito nel concetto di indicazione geografica, utilizza l’espressione «invenzione collettiva» per indicare l’insieme dei metodi e procedimenti necessari per «ottenere quel prodotto che, nel giudizio dei consumatori, è l’immagine di una terra e della sua *gente* (enfasi aggiunta)».

⁵¹¹ Si veda, a tal proposito, КИИНА, *Trade protectionism of wine brand names at the expense of American Viticultural Areas: arbitrary protection of “big liquor” at the expense of small vineyards*, in *9 Drake Journal of Agricultural Law* (2004), p. 157 e ss.

geografica *Chablis* e che ha visto contrapposti l'*Institut National des Appellations d'Origine* (INAO⁵¹³) e *Vintners International Co.* Il *Patent and Trademark Office*⁵¹⁴ degli Stati Uniti permise alla *Vintners International Co.*, una società americana fondata nel 1987, di registrare un marchio contenente il termine geografico Chablis (nello specifico “*Chablis with a twist*”). I relativi prodotti sarebbero stati ulteriormente etichettati con la specificazione “*California White Wine with Natural Citrus*”⁵¹⁵. L’etichetta così predisposta dalla *Vintners* aveva positivamente superato le valutazioni operate dal BATF⁵¹⁶, in quanto perfettamente rispondente alle regole in materia di etichettatura. L’INAO aveva quindi presentato opposizione alla registrazione, sostenendo la violazione del *Lanham Act*, 15 U.S. Code § 1052, (e)(3) e (a). Innanzitutto, 15 U.S. Code § 1052(e)(3) proibisce la registrazione di un marchio il cui uso sia «*primarily geographically...deceptively misdescriptive*⁵¹⁷». Affinché ciò si verifichi, devono realizzarsi due condizioni. È infatti necessario che il significato primario del marchio consista in un luogo geografico generalmente conosciuto e che i consumatori associno quel luogo ad un determinato prodotto, così da ritenere che i beni contrassegnati dal marchio in questione siano stati ivi realizzati.

La chiave di volta risiede nell’avverbio “*primarily*”. Non vi sono pertanto motivi che ostino alla registrazione di un marchio la cui valenza geografica sia minoritaria, remota, trascurabile o del tutto indipendente rispetto ad un particolare prodotto⁵¹⁸. Inoltre, per sostenere pienamente la violazione della sezione 2(a) del *Lanham Act*, l’INAO avrebbe dovuto dimostrare non solo l’associazione toponimo-prodotto ma anche che tale binomio fosse determinante nella scelta d’acquisto da parte dei consumatori. L’INAO, a giudizio

⁵¹² Si veda *Institut National des Appellations d'Origine v. Vintners Int'l Co.*, 958 F.2d 1574 (Fed. Cir. 1992).

⁵¹³ Per maggiori riferimenti all’INAO, si veda la nota 119.

⁵¹⁴ Il *United States Patent and Trademark Office* (USPTO) è l’agenzia federale statunitense incaricata di registrare brevetti e marchi; svolge altresì compiti di consulenza, di cui si avvalgono le competenti autorità pubbliche, in relazione all’elaborazione della normativa in materia di proprietà intellettuale: <https://www.uspto.gov/>.

⁵¹⁵ CHEN, *op. cit.*, p. 50.

⁵¹⁶ Tale compito sarebbe, oggi, svolto dal TTB, come precisato in nota 490.

⁵¹⁷ 15 U.S.C. par. 1152(e)(3).

⁵¹⁸ CHEN, *op. cit.*, p. 51.

della Corte federale, non era riuscita a provare efficacemente nessuno dei due fattori determinanti per poter affermare una violazione del *Lanham Act*⁵¹⁹. Pertanto, il marchio “*Chablis with a Twist*” era pienamente legittimo. A motivo di tale pronuncia la Corte ha confermato il carattere generico (a bene vedere, semi-generico) del termine, in quanto idoneo ad indicare un’intera *classe* di vini, prescindendo dal luogo di produzione⁵²⁰ (che, comunque, nel caso di specie, veniva indicato in etichetta, in ossequio al regime previsto per le denominazioni semi-generiche).

La crescita dell’apprezzamento dei vini prodotti Oltreoceano, espone la stessa produzione vitivinicola statunitense al rischio di genericizzazione. Come si avrà modo di precisare in seguito, gli stessi produttori e le loro associazioni, così come le organizzazioni impegnate nella promozione e divulgazione del patrimonio vitivinicolo statunitense, sembrano consapevolmente preoccupati di una simile eventualità. Si pensi allo *Zinfandel*⁵²¹, famoso vitigno Californiano. Si tratta di una varietà di vite geneticamente simile all’italiano Primitivo, ma con qualche piccola differenza clonale che si riflette nelle caratteristiche dei vini ottenuti a partire dall’uno o dall’altro vitigno, differenziandoli sensibilmente.

Si consideri che lo *Zinfandel* gode dello *status* di “America’s Heritage Wine” e vanta una tradizione produttiva che gli ha permesso di competere nei mercati internazionali sin dal 1880. Questo patrimonio storico ha fatto sì che ai vini ottenuti da alcuni vitigni di *Zinfandel* particolarmente longevi, venisse affibbiata l’espressione “*old vine wines*”. The *Association of Zinfandel Advocates and Producers* (ZAP)⁵²², un’organizzazione senza scopo di lucro con sede in California e protesa a divulgare il prestigio dello *Zinfandel* e a educare i consumatori verso tale vino varietale, ci tiene a rimarcare come lo *Zinfandel* costituisca un vitigno fortemente legato al suo territorio (la California, appunto), tale da presentare le

⁵¹⁹ SPIVEY, *Multiple-Regulation of American Appellations of Origin for Wines*, in 15 *IPL Newsl.* (1997), p. 15.

⁵²⁰ MOSCA, *The Battle between the Cheeses Signifies the Ongoing Struggle to Protect Designations of Origin within the European Community and in the United States in Consorzio per la Tutela del Formaggio Gorgonzola v. Kaserei Champignon Hofmeister GmbH & Co. KG*, in 8 *Tul. J. Int’l & Comp. L.* (2000), pp. 593 e 594.

⁵²¹ Sulla questione dello *Zinfandel*, si veda JURCA, *op. cit.*, pp. 1465-1470.

⁵²² Si veda il seguente indirizzo <https://zinfandel.org/>.

caratteristiche che lo contraddistinguono proprio in quanto autoctono di tale zona geografica, con il particolare microclima che la caratterizza. Parrebbe, quindi, che lo *Zinfandel* abbia un suo *terroir* e che la promozione dello stesso e la sua difesa contro eventuali abusi rientri negli scopi di un'organizzazione senza scopo di lucro, quale la ZAP. Orbene, nonostante ciò, l'Allegato al Regolamento della Commissione n. 2770 del 1998⁵²³ autorizzava l'utilizzo, nella presentazione del vino Primitivo, come sinonimo di tale vitigno, del termine *Zinfandel*.

Casi simili a quello appena brevemente esposto, dimostrano come, almeno nel settore vitivinicolo, vi siano effettivamente delle situazioni che dovrebbero incentivare la normativa federale a riconoscere maggiormente il ruolo delle indicazioni geografiche, in linea con quanto ha già cominciato a fare il mondo produttivo.

Va sottolineato, tuttavia, che lo *Zinfandel* costituisce una varietà di vite. In effetti, all'attenzione che in Europa si pone sull'origine geografica dei vini si è da sempre opposto l'atteggiamento dei “nuovi” produttori di vino (Stati Uniti e Australia, per citarne alcuni) che, al fine di guadagnarsi il riconoscimento dei consumatori e non potendo vantare luoghi così tradizionalmente associati alla produzione di vino come i concorrenti del Vecchio continente, preferivano fare leva sulla valorizzazione del vitigno. Tuttavia, ormai anche negli USA, si registra la tendenza, da parte dei consumatori, a preferire vini geograficamente connotati, i cui tratti peculiari derivino dal territorio di origine, a scapito della ben nota e ampiamente sfruttata pratica di designare i vini ricorrendo al relativo vitigno, che ormai si rivela sempre meno accattivante per le mutate esigenze del mercato⁵²⁴.

⁵²³ Si tratta del Regolamento (CE), non più in vigore, n. 2770/98 della Commissione del 21 dicembre 1998 che modifica il regolamento (CEE) n. 3201/90 recante modalità di applicazione per la designazione e la presentazione dei vini e dei mosti di uve (GUUE n. L 346 del 22 dicembre 1998, p. 25).

⁵²⁴ CHANG, CAMPBELL, SNIKERS, *Assessing the Use of Geographical Indications for the New England Wine Region in NSW*, Paper presented to 51st AARES Annual Conference 2007, Queenstown, New Zealand, 13-16 February 2007, p. 7.

2.4.1 Elementi di analogia: le *American Viticultural Areas*

Anche sulla scorta di quanto appena esposto, è stato predisposto negli USA un sistema di riconoscimento e tutela delle indicazioni geografiche vitivinicole, al fine di consentire ai produttori statunitensi di trarre vantaggio dall'utilizzo del toponimo "rinomato". In campo vitivinicolo, infatti, gli Stati Uniti – essendo divenuti, nel tempo, rinomati produttori di vino – hanno interessi da salvaguardare che, in certa misura, coincidono con quelli europei⁵²⁵.

Nel 1935 il Congresso emanò il *Federal Alcohol Administration Act* (FAAA) al fine di colmare il vuoto normativo creato da anni di Proibizionismo. L'FAAA disciplina, fra gli altri, l'imbottigliamento, la presentazione e l'etichettatura dei vini e delle altre bevande alcoliche. Al BATF venne conferita autorizzazione in via esclusiva ad amministrare l'FAAA e ad emanare la normativa ulteriore che ne fosse espressione⁵²⁶; come sappiamo⁵²⁷, dal 2003, tali funzioni sono svolte dal TTB.

Il TTB disciplina altresì quelle che vengono chiamate "*appellations of origin*"⁵²⁸. Esse si distinguono in denominazioni che si riferiscono a distretti, suddivisioni amministrative (cc.dd. *political subdivisions*), come può essere uno Stato o una contea (*county*, secondo la ripartizione amministrativa degli Stati Uniti), e denominazioni che indicano una "*American Viticultural Area*" (AVA).

Le *appellations of origin* del primo tipo impongono requisiti alquanto lassi. Affinché l'etichetta di un vino possa legittimamente menzionare un determinato distretto amministrativo, è sufficiente che almeno il 75% del vino sia il prodotto di uve cresciute nella zona geografica indicata, mentre non si richiede alcuna prova circa le caratteristiche viticole della stessa. In altre parole, una bottiglia contenente per il 75% uve cresciute in Georgia può a buon diritto essere etichettata come "vino della Georgia" anche se il clima della Georgia non è adatto alla produzione di vino e non vi è una tradizione produttiva in tal

⁵²⁵ FERRARI, *Il nesso fra origine geografica e qualità dei prodotti agroalimentari: i diversi modelli di tutela europei e nordamericani*, cit., p. 167.

⁵²⁶ KIIHA, *op. cit.*, pp. 160 e 161.

⁵²⁷ Si veda il paragrafo precedente.

⁵²⁸ 27 CFR § 4.25(a)(1).

senso⁵²⁹. Si precisa che una *appellation of origin* riferita a due o più *county* del medesimo Stato richiede che tutto l'uvaggio utilizzato per produrre un determinato vino provenga dalle zone indicate e che l'etichetta indichi in quale percentuale ciascuna *county* contribuisca al prodotto finale⁵³⁰. È possibile altresì utilizzare una *appellation of origin* riferita a due o tre Stati, purché tra loro contigui⁵³¹.

Il TTB prevede requisiti più stringenti per le *appellations of origin* che si riferiscano ad una specifica “*viticultural area*”⁵³². Ogni vino così designato deve derivare almeno l'85% del suo volume da uve coltivate nell'area indicata⁵³³. Una *American Viticultural Area* (AVA) consiste in un'area geografica delimitata, vocata alla produzione di uva da vino, e che presenta peculiari caratteristiche atte a distinguerla rispetto ad altre zone. La procedura prevista dal TTB per il riconoscimento di un'AVA⁵³⁴ prevede, tra le altre cose, che vengano fornite prove circa il fatto che il toponimo in questione corrisponda effettivamente ad un termine conosciuto, a livello locale o statale, per essere il nome di una specifica area geografica; è inoltre necessario dimostrare quali siano i confini precisi della zona considerata; infine, si richiede di provare quali siano le caratteristiche geografiche (come il clima, la composizione del suolo, la sua altitudine e le caratteristiche morfologiche) idonee a differenziare l'area in questione rispetto ad altre limitrofe, conferendole una particolare reputazione per quanto concerne la produzione di vino⁵³⁵.

I vini che vengono presentati o etichettati con una *appellation of origin* devono rispettare le prescrizioni imposte da eventuali leggi statali, oltre che dalla normativa federale e devono essere interamente prodotti, in tutte le loro fasi, nella zona geografica indicata (eccettuato il caso in cui l'*appellation of origin* riguardi più contee)⁵³⁶. Quest'ultimo aspetto rappresenta

⁵²⁹ CHEN, *op. cit.*, p. 43.

⁵³⁰ 27 CFR § 4.25(c).

⁵³¹ 27 CFR § 4.25(d).

⁵³² 27 CFR § 4.25(e)(1) e (3).

⁵³³ ZANZIG, *op. cit.*, p. 741.

⁵³⁴ HUGHES, *Champagne, Feta, and Bourbon: The Spirited Debate about Geographical Indications*, in 58 *Hastings L.J.* (2006), p. 333.

⁵³⁵ CHEN, *op. cit.*, p. 44.

⁵³⁶ 27 CFR § 4.25(b)(1)(i).

l'unico passaggio della normativa amministrata dal TTB in cui è possibile scorgere un lieve riferimento (e per giunta implicito) ai “fattori umani”, espressamente considerati dai regolamenti europei in materia di DOP e IGP. Per il resto, la disciplina dei “fattori umani” (come i controlli qualitativi o la gestione della produzione) viene relegato ad eventuali regolamentazioni statali con effetti territorialmente limitati⁵³⁷.

La domanda verso vini di qualità è cresciuta esponenzialmente negli ultimi anni e ha interessato anche il mercato statunitense. Ne deriva che i consumatori del “Nuovo Mondo” sono disposti a pagare prezzi più elevati per acquistare vini territorialmente connotati. A tale scopo, le AVA si rivelano uno strumento particolarmente utile per comunicare alla platea degli acquirenti una specifica origine geografica, cui viene ricollegata una particolare reputazione qualitativa dei vini ivi prodotti⁵³⁸.

La prima AVA riconosciuta e autorizzata dal BATF è stata quella di Augusta, in Missouri, nel 1980; la seconda, nel 1981, fu quella della Napa Valley, in California⁵³⁹.

Tuttavia, la normativa federale, ponendo come unico requisito che l'85% delle uve utilizzate per realizzare i vini portanti la denominazione di un'AVA provenga dai suoi confini, si rivela decisamente meno rigorosa rispetto a quella maggiormente dettagliata vigente sul territorio europeo per i vini con una DOP o una IGP⁵⁴⁰. Un eventuale irrigidimento della disciplina delle AVA è quindi demandato alle singole leggi statali. Tale operazione, laddove sperimentata, si è rivelata particolarmente utile per conseguire un effettivo vantaggio di mercato e sfruttare a pieno le potenzialità connesse alla comunicazione del territorio. Si pensi, tra gli altri, al caso dell'AVA delle *Shawnee Hills*⁵⁴¹, in Illinois, dove la legge statale ha dettato regole ulteriori rispetto alla normativa federale,

⁵³⁷ CHEN, *op. cit.*, p. 45.

⁵³⁸ Si veda RENDLEMAN, HOEMMEN, ALTMAN, TAYLOR, MOON, SMITH, *Wine Industry Competitiveness: A survey of the Shawnee Hills American Viticultural Area*, in *Wine Economics and Policy*, vol. 5, issue 1, 2016, pp. 4 – 13.

⁵³⁹ ATKIN, WILSONN, THACH, OLSEN, *Analyzing the impact of conjunctive labeling as part of a regional wine branding strategy*, in *Wine Economics and Policy*, vol. 6, issue 2, 2017, p. 156.

⁵⁴⁰ Si veda, a tal proposito, il Reg. (UE) n. 1308/2013, ampiamente trattato nel corso del Capitolo I.

⁵⁴¹ Si tratta di un'AVA approvata dal TTB (*Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau*) nel 2006, cfr. RENDLEMAN, HOEMMEN, ALTMAN, TAYLOR, MOON, SMITH, *op. cit.*, p. 4.

riguardanti, tra le altre cose, i controlli qualitativi e la gestione della produzione vitivinicola, regole che si sono dimostrate fondamentali per il successo dei vini ivi prodotti. Dal momento che la normativa federale non disciplina gli aspetti qualitativi e che la reputazione di ogni singola AVA si fonda sulla percezione dei consumatori, le AVA di maggior successo sono quelle collocate in Stati che si sono autonomamente dotati di programmi qualitativi regionali e di un forte apparato regolatorio. La predisposizione di propri ulteriori *standards*, infatti, sebbene comporti un aumento dei costi di produzione, induce i consumatori a ritenere di acquistare un vino qualitativamente elevato⁵⁴².

Le AVA hanno la funzione di informare i consumatori che le uve utilizzate nella produzione del prodotto finale sono state coltivate in un territorio caratterizzato da particolari condizioni microclimatiche e riconosciuto come luogo di produzione di vini di qualità superiore. Ulteriormente, le AVA consentono ai produttori vitivinicoli di identificare l'origine geografica della materia prima impiegata e mirano a evitare che produttori collocati al di fuori dei confini dell'AVA forniscano informazioni ingannevoli circa la natura e la provenienza dei loro vini⁵⁴³.

Tutti i vini commercializzati nel territorio degli Stati Uniti a livello interstatale devono essere muniti di un certificato di approvazione dell'etichetta (*certificate of label approval – COLA*), per ottenere il quale è necessario rivolgersi al TTB. Trascorsi novanta giorni dall'invio della relativa domanda, il TTB, dopo aver valutato l'etichetta in relazione alla sua conformità alla normativa di riferimento, deciderà se concedere o no l'autorizzazione di cui sopra. In caso di rifiuto al rilascio del COLA, il soggetto interessato potrà presentare opposizione.

Per poter ottenere il certificato COLA, le informazioni contenute in etichetta devono essere totalmente rispettose delle leggi e regolamentazioni esistenti in materia di etichettatura e presentazione dei prodotti vitivinicoli e non devono esservi affermazioni false o

⁵⁴² HOEMMEN, RENDLEMAN, TAYLOR, ALTMANN, HAND, *Analysis of structural changes on grape grower's return per ton: A case study of developing American Viticultural Areas*, in *Wine Economics and Policy*, vol. 2, issue 2, 2013, p. 73.

⁵⁴³ ID, p. 68.

ingannevoli⁵⁴⁴. A tale proposito vi sono dei requisiti di etichettatura piuttosto stringenti che mirano a proteggere i consumatori evitando che i produttori vitivinicoli possano utilizzare un *brand name*, un marchio, che sia ingannevole o che abbia un effetto confusorio rispetto ad un'AVA esistente. Di conseguenza, un'azienda vitivinicola con sede in *Grand Junction*, Colorado, non riceverà il certificato COLA per utilizzare un *brand name* come “*Napa Heights*” che può confondere circa la reale provenienza delle uve utilizzate, inducendo i consumatori a credere che provengano dall'AVA Napa Valley, California⁵⁴⁵. Ovviamente, quanto detto non vale nel caso in cui il *brand name* venga apposto su vini che, effettivamente, presentino le caratteristiche richieste per la specifica AVA richiamata.

Esiste, tuttavia, un'eccezione, una *grandfather clause*, per i marchi registrati prima del 7 luglio 1986. Questi *brand name* potranno essere legalmente utilizzati nonostante abbiano un significato potenzialmente confusorio con un'AVA, purché, nell'etichetta del vino cui si riferiscono, sia del pari indicata la reale origine geografica dello stesso. Pertanto, l'esistenza della *grandfather clause* fa sì che un vino possa essere presentato ai consumatori con un marchio che faccia riferimento ad un'AVA pur non essendo prodotto con uve coltivate nella zona delimitata, purché il vino così etichettato riporti un'*appellation of origin* di cui effettivamente rispetti i requisiti o altra indicazione giudicata dal TTB parimenti idonea a eliminare qualsiasi rischio di confusione circa la reale origine della materia prima utilizzata. Occorre considerare che il certificato COLA è potenzialmente senza scadenza e ha, quindi, una durata illimitata. Questa circostanza fa sì che i *brand names* che richiamano un'AVA e che sono stati registrati prima del 7 luglio 1986 possano essere venduti dai loro proprietari e acquistati da aziende che non siano collocate entro i confini dell'AVA richiamata. Tale fenomeno penalizza soprattutto le AVA particolarmente rinomate e pertanto maggiormente esposte a fenomeni di “usurpazione” da parte di soggetti in grado di produrre con minori costi e interessati a sfruttare la reputazione di zone degli Stati Uniti apprezzate dai consumatori per essere vocate alla produzione di vini di qualità⁵⁴⁶.

⁵⁴⁴ KIIHA, *op. cit.*, p. 164.

⁵⁴⁵ ID, p. 165.

⁵⁴⁶ ID, p. 168.

Tra queste, rientra senza dubbio la Napa Valley, situata in California⁵⁴⁷. Nel 2000 lo Stato della California emanò una legge statale volta a proibire l'utilizzo di marchi con valenza vitivinicola, tentando così di arginare il problema causato dalla *grandfather clause*, che, come sopra brevemente esposto, consente l'utilizzo di *brand names* potenzialmente decettivi se registrati prima del 7 luglio 1986⁵⁴⁸. In effetti, la suddetta legge si rivelò efficace allo scopo, come dimostra il caso che ha visto contrapposte la *Napa Valley Vintners Association*⁵⁴⁹ e la *Bronco Wine Company*, un'azienda vinicola situata in California e fondata nel 1973 dalla famiglia Franzia⁵⁵⁰. Dai primi anni '90, Fred Franzia diede inizio a una notevole opera di espansione dell'azienda, che incluse l'acquisto di famosi *brands* come Rutherford Vineyards, Napa Creek Winery, and Napa Ridge. Si pensi che solamente il *brand* "Napa Ridge" costò alla Bronco più di 40 milioni di dollari⁵⁵¹. La Bronco decise di ammodernare i vigneti acquistati, investendo capitale per migliorare gli impianti di produzione e di imbottigliamento e, scelta che si rivelò fatale, inglobò i suddetti vigneti nel complesso sistema di produzione e distribuzione delle uve già implementato per gli altri vini prodotti dall'azienda. Ne conseguì che, per la produzione dei vini etichettati con i *brands* sopra menzionati, le uve effettivamente provenienti dalla Napa Valley vennero combinate con uve ottenute altrove (principalmente a Lodi, situata anch'essa in California)⁵⁵².

⁵⁴⁷ Le caratteristiche morfologiche e la composizione del terreno di questa zona la rendono particolarmente adatta alla produzione vitivinicola: a tal proposito, si veda WELLS, *In Vino Veritas: Grapes, Greed, and Lawsuits in the Napa Valley*, in 16 *Hastings W.-Nw. J. Env't L. & Pol'y* (2010), pp. 516-518.

⁵⁴⁸ KIIHA, *op. cit.*, p. 169.

⁵⁴⁹ La *Napa Valley Vintners Association* è un'associazione, fondata nel 1944, che si occupa della promozione dei vini della Napa Valley: <https://napavintners.com/>.

⁵⁵⁰ <https://broncowine.com/>.

⁵⁵¹ BRONCO WINE COMPANY et al., Petitioners, v. Jerry R. JOLLY, as Director, etc., et al., Respondents; Napa Valley Vintners Association, Intervener, Supreme Court of California, No. S113136, Decided: August 05, 2004; REEVES, *Protecting Our Barefoots: Policy Problems in the International Wine Market*, in 27 *Ariz. J. Int'l & Comp. L.* (2010), p. 838.

⁵⁵² REEVES, *op.cit.*, p. 839.

A ben vedere, le etichette dei vini così prodotti dalla Bronco rispettavano tanto le leggi statali e quanto quelle federali: benché il nome “Napa” figurasse in modo ben visibile in etichetta, la stessa riportava altresì, ma in caratteri più piccoli, l’indicazione che la maggior parte delle uve utilizzate nella produzione non provenivano dalla Napa Valley.

Se non fosse che nel 2000 lo Stato della California, piegandosi alle pressioni dei produttori vitivinicoli, emanò la legge statale di cui si è già dato brevemente atto, volta a impedire l’utilizzo del termine Napa (o di altre zone vitivinicole collocate entro i confini della Napa Valley) per i vini che non rispettassero il requisito posto dalla legge federale, che richiedeva che almeno il 75% delle uve utilizzate fosse stato coltivato nell’area geografica indicata in etichetta. Bronco aveva precedentemente beneficiato della *grandfather clause* che gli consentiva di eludere la soglia del 75%⁵⁵³. Si sottolinea che i *brands* acquistati da Bronco a partire dai primi anni ’90, erano già in uso al 7 luglio 1986. Ai fini dell’applicazione della *grandfather clause*, infatti, è necessario che i *brands* potenzialmente decettivi siano stati registrati prima della suddetta data, rimanendo irrilevanti le successive vicende e passaggi di proprietà a essi collegati.

La controversia tra la Bronco Wine Company e i produttori della Napa Valley si protrasse a lungo e nel 2005 si concluse con la vittoria dei secondi. In *Bronco Wine Co. v. Jolly*⁵⁵⁴, i giudici della *California Court of Appeal* decisero che, con riferimento all’etichettatura dei vini, la normativa statale ben possa prevalere su quella federale (nel nostro caso, togliendo sostanzialmente ogni spazio di operatività alla *grandfather clause*), ulteriormente statuendo che qualora un marchio sia idoneo a confondere i consumatori, i produttori vitivinicoli dovrebbero cessarne l’utilizzo. Quest’ultima affermazione fa leva sull’interpretazione del concetto di “rappresentazione fuorviante” («*misrepresentation*») impiegato dal paragrafo 1125⁵⁵⁵ di quella parte dello U.S. Code che viene definito “*federal dilution statute*”⁵⁵⁶. Mentre, la prima parte del § 1125, affronta la più netta situazione di “inganno” del consumatore (ipotesi non ravvisabile nel caso di specie, dal momento che nelle etichette

⁵⁵³ IBIDEM.

⁵⁵⁴ *Bronco Wine Co. v. Jolly*, 129 Cal. App. 4th 988 (Cal. Ct. App. 2005).

⁵⁵⁵ 15 U.S. Code § 1125.

⁵⁵⁶ REEVES, *op.cit.*, p. 837.

dalla Bronco Wine Company figurava, sebbene in modo non lampante, il reale luogo di origine delle uve), la seconda concerne l'utilizzo in commercio di «any word, term, name, symbol, or device, or any combination thereof, or any false designation of origin, false or misleading description of fact, or false or misleading representation of fact, which [...] in commercial advertising or promotion, *misrepresents* (enfasi aggiunta) the nature, characteristics, qualities, or geographic origin of his or her or another person's goods, services, or commercial activities»⁵⁵⁷.

2.5 Le indicazioni geografiche nell'Accordo del 2006 tra gli Stati Uniti e l'Unione europea sul commercio del vino

Si è visto⁵⁵⁸ come l'Accordo TRIPs si limiti a dettare uno *standard* minimo di tutela delle indicazioni geografiche, lasciando liberi gli Stati membri di darvi attuazione nei rispettivi ordinamenti con i mezzi giuridici ritenuti più adeguati allo scopo⁵⁵⁹. Pertanto, oggi, nel mondo, vi sono strumenti di protezione delle indicazioni geografiche profondamente diversi tra loro. Questa eterogeneità “normativa” è il portato dell'eterogeneità degli interessi tra i Paesi membri dell'OMC: è diversa, infatti, l'attrattiva esercitata da un'efficace protezione delle indicazioni geografiche, a seconda di come, all'interno dei singoli Stati, vengano percepiti i concetti di “tradizione” e “autenticità”⁵⁶⁰. Allorché si tratti delle indicazioni geografiche, la contrapposizione non si configura tra Paesi sviluppati e Paesi in via di sviluppo o sottosviluppati, come solitamente accade, bensì tra “Vecchio” e “Nuovo” Mondo. Infatti, le discussioni in sede OMC, per una possibile implementazione della normativa internazionale sulle indicazioni geografiche, sono polarizzate tra l'Unione europea, portavoce, altresì, di alcuni Paesi in via di sviluppo (che vedono nelle indicazioni

⁵⁵⁷ 15 U.S. Code § 1125, sezione (a)(1)(B).

⁵⁵⁸ Par. 2.2 del presente Capitolo.

⁵⁵⁹ MONTEN, *Geographical Indications of Origin: Should They Be Protected and Why - An Analysis of the Issue from the U.S. and EU Perspectives*, in 22 *Santa Clara Computer & High Tech. L.J.* (2006), p. 315.

⁵⁶⁰ CALBOLI, *Time to Say Local Cheese and Smile at Geographical Indications of Origin - International Trade and Local Development in the United States*, in 53 *Hous. L. Rev.* (2015), p. 399.

geografiche un potenziale strumento di crescita) e gli Stati Uniti, esponenti di punta del fronte rappresentato dagli Stati del Nuovo Mondo, caratterizzati da un minor interesse, anche per ragioni storico-culturali, verso la protezione del legame prodotto-territorio.

Lo stallo in cui si è arenato il negoziato di Doha, di cui è dato atto⁵⁶¹, evidenzia la solidità delle rispettive posizioni. Comporre le divergenze di vedute sulle indicazioni geografiche in sede multilaterale, OMC, pare, oggi, impresa ardua⁵⁶². Per questo motivo gli Stati intraprendono la strada degli Accordi bilaterali, che assumono il nome di “*TRIPs Plus*”⁵⁶³ proprio in quanto il loro scopo risiede nel migliorare il livello di tutela delle indicazioni geografiche in esso previsto. L’Unione europea, tra gli altri, ha deciso di far propria questa “strategia”, siglando molteplici Accordi bilaterali aventi a oggetto (unicamente o anche) le indicazioni geografiche⁵⁶⁴. Infatti, con lo strumento del negoziato bilaterale, la trattativa – e le reciproche concessioni che ne costituiscono il precipitato – è resa più agevole e “schietta”, rendendo così possibile il raggiungimento di una soluzione di compromesso anche con i più irriducibili detrattori di tali (peculiari) strumenti della proprietà intellettuale. È così che il 10 marzo 2006 è entrato in vigore l’Accordo tra gli Stati Uniti e l’Unione europea avente l’obiettivo di agevolare il commercio del vino tra i Contraenti⁵⁶⁵. Tale Accordo pone fine a lunghe e agguerrite trattative tra le Parti e affronta, tra le altre cose, la questione delle pratiche enologiche e delle indicazioni geografiche. Nonostante ciò,

⁵⁶¹ Si veda il par. 2.3 del presente Capitolo.

⁵⁶² Si veda l’Editoriale di COSTATO, *Protezionismo e accordi bilaterali: l’emergere di nuovi modelli di regolazione nel commercio internazionale dei prodotti alimentari*, in *Riv. dir. alim.*, 1/2017, pp. 1 e 2.

⁵⁶³ ZANZIG, *op. cit.*, p. 728.

⁵⁶⁴ Si veda, a tale proposito, il contributo di O’CONNOR, RICHARDSON, *The legal protection of Geographical Indications in the EU’s Bilateral Trade Agreements: moving beyond TRIPS*, in *Riv. dir. alim.*, 4/2012, p. 39 e ss.

⁵⁶⁵ Accordo tra la Comunità europea e gli Stati Uniti d’America sul commercio del vino, pubblicato in *GUUE* L 87 del 24 marzo 2006 p. 2. L’Accordo è stato adottato con Decisione del Consiglio n. 2006/232/CE del 20 dicembre 2005, *relativa alla conclusione dell’accordo tra la Comunità europea e gli Stati Uniti d’America sul commercio del vino*, pubblicato in *GUUE* L 87 del 24 marzo 2006 p. 1.

permane una certa distanza tra Unione europea e Stati Uniti su questi temi, a dimostrazione di quanto siano granitiche le rispettive posizioni in materia⁵⁶⁶.

Già nel 1983, l'Unione europea e gli Stati Uniti avevano concluso un accordo bilaterale⁵⁶⁷ che si occupava di una serie di temi cruciali per il commercio del vino tra le due Parti e affrontava, seppure in minima parte, anche la questione relativa alle indicazioni geografiche vitivinicole⁵⁶⁸.

A ben vedere, l'obiettivo principale dell'accordo del 1983 consisteva nel facilitare le importazioni di vino statunitense all'interno dell'Unione europea⁵⁶⁹. L'Unione europea, infatti, acconsentiva all'immissione in commercio, sul suo territorio, di vini prodotti Oltreoceano e trattati mediante il ricorso a sostanze e additivi approvati in quanto inseriti in un'apposita lista all'interno dell'accordo stesso⁵⁷⁰. Inoltre, Bruxelles si impegnava a rivedere gli adempimenti burocratici e certificativi richiesti per i vini importati dagli USA, evidentemente in un'ottica di semplificazione e di adeguamento rispetto alla

⁵⁶⁶ ROSE, *op. cit.*, p. 732.

⁵⁶⁷ L'Accordo del 1983 sul commercio del vino tra Unione europea e Stati Uniti ha la forma di uno "scambio di lettere". I contenuti dell'Accordo del 1983 sono dettagliati in una lettera inviata dal Dipartimento del Tesoro Statunitense all'allora Commissario europeo per le relazioni esterne, Leslie Fielding (in risposta a una precedente lettera da quest'ultimo inviata, in cui veniva richiesto agli Stati Uniti di confermare l'intesa raggiunta): si veda *Letter from John M. Walker, Jr., U.S. Treasury Department, and Stephen E. Higgins, Bureau of Alcohol, Tobacco and Firearms, to Leslie Fielding, Commission of the European Communities (July 26, 1983)*, <https://tcc.export.gov/>.

⁵⁶⁸ Per una disamina completa dell'Accordo del 1983, si veda MOUNTEER, *Brighter Prospects for United States Wine Exports: The 1983 Exchange of Letters of Understanding with the European Economic Community*, in 7 *Loy. L.A. Int'l & Comp. L.J.* (1984), pp. 227 e ss.

⁵⁶⁹ LINDQUIST, *champagne or Champagne? An Examination of U.S. Failure to Comply with the Geographical Provisions of the TRIPS Agreement*, in 27 *Georgia Journal of International and Comparative Law* (1999), p. 324.

⁵⁷⁰ Si trattava, tuttavia, di un riconoscimento dotato di una certa provvisorietà in quanto legato alle sorti dell'intesa stessa la cui validità, come si vedrà nel corso del presente paragrafo, veniva temporalmente limitata al 1988. L'accettazione, da parte europea, delle pratiche enologiche vigenti in territorio statunitense e inserite nella lista concordata nel 1983, venne poi prorogata, di volta in volta, fino al 2005: si veda il par. 2.6.1 del presente Capitolo.

documentazione imposta dalla normativa statunitense per i vini destinati all'esportazione verso l'Unione europea. Infine, con riferimento alla questione dell'origine dei vini, l'UE riconosceva numerose AVA statunitensi e gli USA, da parte loro, accettavano di adoperarsi per prevenire l'erosione e la volgarizzazione delle indicazioni geografiche europee classificate come non-generiche dalla loro normativa interna⁵⁷¹. Veniva, poi, riconosciuta l'opportunità di instaurare un dialogo al fine di armonizzare il più possibile le regole in materia di etichettatura rispettivamente vigenti nei due ordinamenti considerati.

Sebbene in origine l'accordo del 1983 avrebbe dovuto cessare la sua vigenza nel 1988, è stato continuamente prorogato fino al 2005 e ciò allo scopo di agevolare i negoziati che si erano nel frattempo instaurati tra le Parti per addivenire a un nuovo e più completo testo condiviso in tema di commercio di vino⁵⁷². Il nuovo Accordo avrebbe dovuto affrontare le seguenti tematiche (rimaste totalmente o parzialmente irrisolte dall'intesa raggiunta nel 1983): l'impegno degli Stati Uniti per limitare l'utilizzo dei termini semi-generici e contenere, così, la loro erosione; lo stabile riconoscimento, da parte dell'UE, delle pratiche enologiche ammesse negli USA; la riduzione delle tariffe applicate ai vini facenti ingresso nel territorio doganale europeo⁵⁷³.

Le trattative per la firma dell'Accordo del 2006 durarono a lungo e vennero a più riprese ostacolate dagli Stati Uniti che "minacciavano" l'Unione europea di intraprendere iniziative legislative che avrebbero penalizzato i produttori e gli esportatori di vino europei, allo scopo di indurre i negozianti di Bruxelles ad accettare le istanze statunitensi⁵⁷⁴.

A dispetto delle strategie adottate da entrambe le Parti per spuntare condizioni favorevoli alla propria industria vitivinicola, lo scenario internazionale caratterizzato da uno spiccato mutamento delle tendenze registrate fino a quel momento nel mercato mondiale del vino, ha rappresentato un valido incentivo per individuare comunque, malgrado l'irrigidimento delle trattative, un terreno comune su alcune questioni salienti. Da un lato, l'Unione europea era interessata a mantenere una posizione di rilievo all'interno del mercato

⁵⁷¹ MOUNTEER, *op. cit.*, p. 230.

⁵⁷² LINDQUIST, *op. cit.*, p. 325.

⁵⁷³ ROSE, *op. cit.*, p. 758.

⁵⁷⁴ LINDQUIST, *op. cit.*, p. 325.

statunitense, messa in pericolo dall'emergere di nuovi attori della produzione vitivinicola (si pensi, a titolo di esempio, all'Australia), dall'altro, gli Stati Uniti, sempre più apprezzati anche nel Vecchio Continente come produttori di vino di qualità, miravano a ottenere condizioni di importazione che rendessero più agevole la penetrazione del mercato europeo e consentissero loro di sfruttarne a pieno le potenzialità⁵⁷⁵.

È in questo contesto che il 10 marzo 2006 entrò in vigore l'Accordo tra l'Unione europea (l'allora "Comunità") e gli Stati Uniti sul commercio del vino (in seguito: l'Accordo del 2006)⁵⁷⁶. Occorre anzitutto circoscrivere l'ambito di applicazione dell'Accordo al *vino* inteso come «bevanda ottenuta esclusivamente dalla fermentazione alcolica totale o parziale di uve fresche, pigiate o no, o di mosti di uve, eventualmente addizionata di una qualsiasi delle componenti delle uve fresche autorizzate nella parte produttrice», prodotta conformemente alle pratiche enologiche autorizzate all'interno del territorio (europeo o statunitense) di produzione e che rispetti due ulteriori condizioni: *a*) presenti un titolo alcolometrico volumico effettivo non inferiore a 7 % e non superiore a 22 % vol.; *b*) non contenga coloranti artificiali, né aromatizzanti, né aggiunta di acqua oltre a quanto necessario per esigenze tecniche⁵⁷⁷.

L'Accordo del 2006 ha per oggetto diverse questioni cruciali per gli scambi di vino tra le Parti contraenti, quali le pratiche di cantina⁵⁷⁸, l'etichettatura, la certificazione del prodotto⁵⁷⁹, le modalità di espletamento dei vari adempimenti burocratici⁵⁸⁰ e, per quel che maggiormente interessa in questa sede, le indicazioni geografiche. A tale ultimo proposito, gli USA si impegnano a modificare lo *status* giuridico di un gruppo di termini⁵⁸¹, riportati nell'Allegato II all'Accordo del 2006, che da semi-generici diventano, quindi, non-generici

⁵⁷⁵ ROSE, *op. cit.*, p. 742.

⁵⁷⁶ Si veda la nota 565 per maggiori riferimenti a tale Accordo.

⁵⁷⁷ Art. 3, par. 1, Accordo del 2006.

⁵⁷⁸ Sulle pratiche di cantina si tornerà nei parr. 2.6 e 2.6.1 del presente Capitolo.

⁵⁷⁹ V. art. 9, Accordo del 2006.

⁵⁸⁰ Si veda, a tale proposito, l'Allegato III all'Accordo del 2006.

⁵⁸¹ Si tratta dei seguenti termini: *Burgundy*, *Chablis*, *Champagne*, *Chianti*, *Claret*, *Haut Sauterne*, *Hock*, *Madeira*, *Malaga*, *Marsala*, *Moselle*, *Port*, *Retsina*, *Rhine*, *Sauterne*, *Sherry* e *Tokay*.

(ma, comunque, non distintivi)⁵⁸². Ciò significa, concretamente, che l'utilizzo di tali nomi viene riservato ai vini effettivamente provenienti dal territorio (europeo) cui rimandano, purché, ovviamente, l'etichetta rispetti le norme previste dal diritto statunitense e riceva, perciò, il necessario certificato COLA⁵⁸³. Gli USA, peraltro, si adoperano affinché non vengano immessi in commercio (o vengano ritirati dal mercato) i vini che non rispettano la suddetta riserva d'uso⁵⁸⁴.

L'Accordo del 2006⁵⁸⁵, tuttavia, inserisce una *grandfather clause*: tale riserva non si applica, infatti, ai vini statunitensi che impiegavano i termini di cui all'Allegato II anteriormente alla firma dell'Accordo (ovverosia prima del 10 marzo 2006) e che risultano muniti di certificato COLA volto ad autorizzare la relativa etichetta. Tali, vini, pertanto, potranno continuare a essere designati con le denominazioni europee elencate all'Allegato II, pur non provenendo dal territorio di riferimento, a patto che, in linea con la disciplina prevista per i termini semi-generici, in etichetta venga altresì indicato il reale luogo di ottenimento del vino in questione⁵⁸⁶. Appare evidente come l'inserimento dell'appena citata *grandfather clause* raggiunga perfettamente lo scopo degli Stati Uniti, consistente nel confermare sostanzialmente lo *status quo*, senza intaccare minimamente i diritti acquisiti dai produttori vitivinicoli statunitensi che da tempo utilizzano rinomate indicazioni geografiche europee per presentare i propri vini e che potranno continuare indisturbati a farlo anche dopo la firma dell'Accordo del 2006. La soglia temporale del 10 marzo 2006 non sembra particolarmente vantaggiosa per gli interessi europei. Si consideri, infatti, che i termini di cui all'Allegato II sono proprio quelli maggiormente impiegati Oltreoceano e su cui la grande industria vitivinicola americana (più ancora che i piccoli produttori) aveva da tempo “messo le mani”. Al contempo, essendo la domanda da parte dei consumatori degli USA sempre più orientata verso vini qualitativamente elevati, i produttori di vino tendono

⁵⁸² V. art. 6, par. 1, dell'Accordo del 2006.

⁵⁸³ Si veda, a tal proposito, il par. 2.4.1 del presente Capitolo.

⁵⁸⁴ V. art. 6, par. 4, e art. 7, par. 3, dell'Accordo del 2006.

⁵⁸⁵ V. art. 6, par. 2, dell'Accordo.

⁵⁸⁶ Per la normativa riguardante la tripartizione tra nomi generici, semi-generici e non-generici, si veda il par. 2.4 del presente Capitolo.

oggi maggiormente a far leva sulla rinomanza del vitigno e sulle caratteristiche del reale luogo di produzione, piuttosto che sull'agganciamento ai ben noti territori del Vecchio Continente⁵⁸⁷. In altri termini, una volta salvaguardato lo *status quo* mediante la previsione della *grandfather clause*, l'esclusiva accordata ai produttori europei sui nomi di cui all'Allegato II, in quanto valida *pro futuro*, non pare rappresentare un così indigesto sacrificio per gli USA⁵⁸⁸.

Il quadro viene completato con l'assunzione di un ulteriore obbligo in capo agli Stati Uniti, concernente i nomi indicati all'Allegato IV all'Accordo del 2006, riservati esclusivamente ai vini effettivamente originari del territorio cui rimandano le relative denominazioni europee. In sostanza, se l'Allegato II ha la funzione specifica di travasare alcuni termini prima rientranti nella categoria dei nomi semi-generici, secondo la classificazione del BAFT (ora TTB), in quella dei nomi non-generici – con il mutamento di disciplina che ne consegue – l'Allegato IV finisce sostanzialmente per ampliare la classe dei nomi non-generici mediante l'inclusione delle denominazioni d'origine e indicazioni geografiche europee elencate nel suddetto Allegato⁵⁸⁹. Inoltre, gli Stati Uniti dichiarano comunque ferma la disciplina dei nomi non-generici e distintivi⁵⁹⁰.

Gli impegni assunti per parte americana, in altri termini, hanno lo scopo di evitare che i termini elencati all'Allegato IV degradino nel tempo a termini semi-generici o generici. Come contropartita di ciò, l'Unione europea si impegna a riservare ai vini statunitensi l'utilizzo di alcuni «nomi significativi sotto il profilo della viticoltura»⁵⁹¹ indicati nell'Allegato V. A siffatto obbligo l'Unione ha già adempiuto mediante il Regolamento (CE) della Commissione n. 1416 del 26 settembre 2006⁵⁹².

⁵⁸⁷ ROSE, *op. cit.*, pp. 768 e 769.

⁵⁸⁸ ZANZIG, *op. cit.*, p. 737.

⁵⁸⁹ V. art. 7, par. 1, dell'Accordo.

⁵⁹⁰ V. art. 7, par. 4, dell'Accordo.

⁵⁹¹ V. art. 7, par. 2, dell'Accordo.

⁵⁹² Regolamento CE n.1416/2006 della Commissione del 26 settembre 2006, recante modalità di applicazione dell'articolo 7, paragrafo 2, dell'accordo tra la Comunità europea e gli Stati Uniti d'America sul commercio del vino riguardo alla protezione dei nomi di origine statunitensi nella Comunità (GUUE L 267 del 27

È interessante notare come le disposizioni dell'Accordo del 2006 relative alle indicazioni geografiche non facciano mai ricorso, in realtà, a tale espressione, ma si riferiscano alternativamente a «termini» o «nomi di origine». Coerentemente con tale scelta lessicale, l'art. 12, par. 4, dell'Accordo del 2006 puntualizza che le Parti firmatarie non intendono classificare i termini presi in considerazione negli Allegati come indicazioni geografiche, sebbene non si escluda, al contempo, che essi costituiscano proprio delle indicazioni geografiche. Ciò che si vuole chiarire con tale disposizione è la presa di distanza dell'Accordo del 2006 rispetto alle modalità di individuazione e ai caratteri definitivi delle indicazioni geografiche, di cui l'Accordo, piuttosto paradossalmente, dichiara di non volersi occupare. Tale decisione è, probabilmente, dettata dalla volontà di sottrarre il risultato dei negoziati tra Unione europea e Stati Uniti dal vivace e divisivo dibattito acceso in sede WTO in relazione alla possibile implementazione del TRIPs e di ribadire come l'Accordo del 2006 operi all'interno del sistema instaurato dal *Code of Federal Regulation*⁵⁹³ degli Stati Uniti che non cita mai espressamente le indicazioni geografiche e non le riconosce come autonomi diritti di proprietà intellettuale meritevoli di una protezione *sui generis*.

L'articolo 8 dell'Accordo UE-USA del 2006 si occupa, assai sinteticamente, dell'etichettatura del vino, disponendo, in linea con l'Accordo TRIPs, che ciascuna Parte si impegni a evitare che i vini venduti sul proprio territorio contengano «informazioni false o ingannevoli, in particolare in relazione al carattere, alla composizione e all'origine del prodotto»⁵⁹⁴. Inoltre, le Parti si accordano affinché non venga reciprocamente imposto di indicare in etichetta informazioni relative ai processi, trattamenti o tecniche usate nella vinificazione⁵⁹⁵.

All'art. 8, par. 3, le Parti ammettono che nell'etichettatura del vino possano essere inserite «indicazioni facoltative o informazioni supplementari», rimandando, in relazione a questi

settembre 2006, p. 22): cfr. APPIANO, *Le pratiche enologiche e la tutela delle indicazioni di qualità nell'accordo UE/USA sul commercio del vino ed in altri trattati della Comunità*, cit., p. 385.

⁵⁹³ ID, p. 383.

⁵⁹⁴ Art. 8, par. 1, Accordo UE-USA del 2006.

⁵⁹⁵ Art. 8, par. 3, Accordo UE-USA del 2006.

aspetti, a uno specifico Protocollo sull'etichettatura del vino, allegato in calce al testo dell'Accordo del 2006. Il Protocollo distingue tra le indicazioni facoltative ammesse provvisoriamente (come si vedrà) sui vini statunitensi importati in Europa⁵⁹⁶ e indicazioni facoltative relative ai vini europei commercializzati negli USA⁵⁹⁷. Con riguardo a questo ultimo aspetto, tra le informazioni che possono essere fornite in etichetta su base volontaria, figurano anche le menzioni tradizionali complementari⁵⁹⁸. Ai tempi della firma dell'Accordo con gli Stati Uniti, l'impiego di tali menzioni era regolamentato, nell'ordinamento europeo, dal Reg. (CE) n. 1493/1999 del Consiglio⁵⁹⁹ e dal Reg. (CE) n. 753/2002 della Commissione⁶⁰⁰ (entrambi abrogati e sostituiti da nuovi Regolamenti⁶⁰¹), che ne fissava alcune modalità di applicazione. Si tratta di menzioni che possono essere utilizzate unicamente sui vini portanti un'indicazione geografica⁶⁰² e che si riferiscano ad un «metodo di produzione, di elaborazione o di invecchiamento oppure alla qualità, al colore o al tipo di luogo o ad un evento connesso alla storia del vino».

⁵⁹⁶ Parte A, Protocollo.

⁵⁹⁷ Parte B, Protocollo.

⁵⁹⁸ Su cui si veda, più diffusamente, par. 1.2.1 del Capitolo I.

⁵⁹⁹ Cit. in nota 23.

⁶⁰⁰ Regolamento (CE) n. 753/2002 della Commissione del 29 aprile 2002 che fissa talune modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 1493/1999 del Consiglio per quanto riguarda la designazione, la denominazione, la presentazione e la protezione di taluni prodotti vitivinicoli, pubblicato in G.U.C.E. L 118 il 4 maggio 2002, p. 1.

⁶⁰¹ Regolamenti abrogati, rispettivamente, dal Regolamento (CE) n. 479/2008 del Consiglio, del 29 aprile 2008, relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo (GUUE L 148 del 6 giugno 2008, p. 1) e dal Regolamento (CE) n. 607/2009 della Commissione, del 14 luglio 2009, recante modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 479/2008 del Consiglio per quanto riguarda le denominazioni di origine protette e le indicazioni geografiche protette, le menzioni tradizionali, l'etichettatura e la presentazione di determinati prodotti vitivinicoli (GUUE L 193 del 24 luglio 2009, p. 60). A loro volta, anche tali Regolamenti sono stati abrogati e sostituiti, rispettivamente, dai vigenti Reg. (CE) n. 491/2009 e Reg. delegato (UE) 2019/33 della Commissione, relativamente ai quali si veda il par. 1.3 del Capitolo I.

⁶⁰² Più precisamente, l'art. 23 del Reg. (CE) n. 753/2002 si riferisce, coerentemente con il sistema allora vigente all'interno della Comunità europea, ai vini da tavola con indicazione geografica e ai vini di qualità prodotti in regioni determinate (v.q.p.r.d.), cui è dedicato il Titolo IV di cui fa parte il citato art. 23.

Tornando al Protocollo posto in calce all'Accordo del 2006, gli Stati Uniti ammettono l'utilizzo sui vini provenienti dal territorio dell'Unione europea delle indicazioni facoltative previste e disciplinate dai sopra citati Regolamenti europei ma aggiunge due ulteriori condizioni. Innanzitutto, viene richiamata la normativa di cui al *Code of Federal Regulation*⁶⁰³, richiedendosi che le informazioni aggiuntive poste in etichetta siano a essa conformi, al fine di evitare il superamento dei divieti e degli obblighi dettati in materia dal legislatore statunitense⁶⁰⁴, specie con riguardo alle indicazioni obbligatorie. In secondo luogo, precisa che le indicazioni supplementari debbano essere veritiere, precise, specifiche, non denigratorie né fuorvianti⁶⁰⁵.

La Parte A del Protocollo si occupa delle indicazioni facoltative apponibili sulle etichette dei vini prodotti Oltreoceano e importati in suolo europeo. Si tratta, tra le altre, dell'anno della vendemmia, del luogo di imbottigliamento, di riferimenti a premi, medaglie o concorsi, della menzione "*Estate bottled*" (imbottigliato all'origine), del nome di una o più varietà di vite⁶⁰⁶. Le informazioni complementari, si specifica al punto 3.5., non possono coincidere né comprendere termini consistenti in nomi di origine protetti nell'allora Comunità e indicati, come si è avuto modo di precisare sopra, nell'Allegato IV dell'Accordo, stabilendo, così, in modo espresso, un limite invalicabile al loro utilizzo. In questo modo, i termini che in virtù della firma dell'Accordo del 2006 sono stati riconosciuti come non-generici (e non-distintivi) vengono posti al riparo da eventuali usurpazioni

⁶⁰³ Viene in particolare richiamato il titolo 27 del C.F.R., sezione 4.38, lett. f), che dispone quanto segue: «**Additional information on labels.** Labels may contain information other than the mandatory label information required by §§ 4.30 through 4.39, if such information complies with the requirements of such sections and does not conflict with, nor in any manner qualify statements required by this part. In addition, information which is truthful, accurate, and specific, and which is neither disparaging nor misleading may appear on [wine](#) labels».

⁶⁰⁴ Sul punto, cfr. APPIANO, *Le pratiche enologiche e la tutela delle indicazioni di qualità nell'accordo UE/USA sul commercio del vino ed in altri trattati della Comunità*, cit., p. 388.

⁶⁰⁵ Si veda il Protocollo, Parte B, par. 2.

⁶⁰⁶ A tale proposito, il par. 3.7. del Protocollo precisa che possa essere indicata un'unica varietà di vite purché il 75% del vino sia ottenuto da uve di quella varietà, percentuale che si innalza al 100% nel caso in cui vengano indicate due o più varietà di vite.

perpetrare per il tramite della mole di indicazioni che facoltativamente possono essere comunicate nell'etichetta e nella presentazione dei vini.

Tra le indicazioni facoltative elencate nella Parte A del Protocollo, figurano anche le menzioni tradizionali complementari. L'allora Comunità europea si impegnava ad accettare nel mercato interno vini prodotti Oltreoceano – ovviamente muniti del relativo certificato COLA che autorizzasse la specifica etichetta in quanto conforme alle disposizioni statunitensi – che recassero le seguenti menzioni: *chateau, classic, clos, cream, crusted/crusting, fine, late bottled vintage, noble, ruby, superior, sur lie, tawny, vintage e vintage character*⁶⁰⁷. Si trattava, tuttavia, di un impegno dotato di una certa provvisorietà, come puntualizzato dallo stesso Protocollo, valido per tre anni dalla firma dell'Accordo e rinnovabile per periodi di due anni⁶⁰⁸.

In effetti, l'Unione europea ha deciso di non prolungare il suo impegno ad accettare sul proprio territorio le suddette menzioni per i vini statunitensi, vietandone l'utilizzo con il Reg. (CE) n. 113/2009 della Commissione⁶⁰⁹, ancora oggi in vigore, probabilmente al fine di incentivare gli USA a intavolare nuovi negoziati sul tema, ad oggi non ancora iniziati. Si consideri, a tale proposito, che l'art. 10 dell'Accordo del 2006, impegnava le Parti ad avviare un tavolo di trattativa (entro 90 giorni dalla firma dell'Accordo stesso) con lo scopo di giungere a un più comprensivo Accordo sul commercio del vino tra USA e UE da concludersi entro due anni dall'entrata in vigore di quello del 2006. Evidentemente, tale disposizione è rimasta lettera morta, nonostante venga esplicitamente ripresa dalle «Dichiarazioni congiunte» poste in calce al testo dell'Accordo del 2006. In tale sede le Parti affermano la necessità di instaurare dialoghi futuri su qualsiasi tema sia di interesse per ciascuna di esse, annoverando espressamente, tra gli altri, le pratiche enologiche (benché affrontate dall'Accordo del 2006), le indicazioni geografiche (qui esplicitamente invocate, a conferma ulteriore di come l'Accordo del 2006, paradossalmente, non intenda

⁶⁰⁷ Si veda l'Appendice I, par.1, al Protocollo.

⁶⁰⁸ *Ivi*, par. 5.

⁶⁰⁹ Regolamento (CE) n. 113/2009 della Commissione del 6 febbraio 2009 relativo all'uso di alcune menzioni tradizionali sulle etichette dei vini importati dagli Stati Uniti d'America, pubblicato in G.U.C.E. L 38 il 7 febbraio 2009, p. 25.

occuparsene)⁶¹⁰ e le menzioni tradizionali complementari, come definite dal sopracitato Reg. (CE) n. 753/2002 della Commissione, pur precisando che esse non devono costituire né creare una nuova forma di proprietà intellettuale.

2.6 Le pratiche enologiche: l'incidenza sul profilo qualitativo e la loro rilevanza per gli scambi mondiali di vino

Le pratiche enologiche (altrimenti dette tecniche di cantina) rappresentano le modalità con cui viene prodotto il vino, spesso comportanti l'utilizzo di additivi, talora suscettibili di lasciare residui nella bevanda finale (uno per tutti, l'anidride solforosa utilizzata come conservante). Si consideri che la qualità di un vino discende, in notevole misura, dall'insieme dei trattamenti somministrati durante la sua lavorazione, potendo giungere sino al punto di dissipare o rendere molto labile il collegamento con le caratteristiche dell'uva pigiata, con il conseguente rischio per il consumatore di essere tratto in inganno sulle reali qualità del prodotto acquistato. La legislazione su tale materia persegue, allora, una duplice finalità: tutelare sia la salute, sia l'interesse economico del consumatore⁶¹¹. Pertanto, per la produzione e la conservazione del vino è ammesso unicamente il ricorso a prodotti e trattamenti che non arrivino al punto di fuorviare la sensazione del consumatore sulle qualità organolettiche del prodotto finale, creando un vino in cui non sia più riconoscibile il «carattere» conferitogli dalle uve da cui trae origine⁶¹².

Tuttavia, regolamentare le tecniche di cantina comporta fissare specifiche di produzione foriere di creare barriere agli scambi (rallentandoli con gravose incombenze burocratiche ovvero impedendoli) tra l'Unione europea e gli Stati terzi, qualora il Paese importatore ponga limiti o ancor più non ammetta *tout court* il ricorso ad una determinata pratica, normalmente utilizzata nel Paese di produzione⁶¹³.

⁶¹⁰ TORSÉN, *op. cit.*, p. 1445.

⁶¹¹ APPIANO, *Le pratiche enologiche e la tutela delle indicazioni di qualità nell'accordo UE/USA sul commercio del vino ed in altri trattati della Comunità*, cit., p. 350.

⁶¹² ID, p. 351.

⁶¹³ ID, p. 350.

A questo proposito, pare opportuno tener conto dell'opera armonizzatrice svolta a livello internazionale dall'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino (OIV)⁶¹⁴, organismo intergovernativo di tipo scientifico e tecnico – con competenza riconosciuta nell'ambito della vigna, del vino, delle bevande a base di vino, delle uve da tavola, delle uve passa e degli altri prodotti della vigna⁶¹⁵ – cui prendono parte, tra gli altri, alcuni Stati membri dell'Unione europea, ma non l'Unione stessa⁶¹⁶.

Obiettivi dell'OIV sono indicare ai propri membri le misure per tener conto delle esigenze dei produttori, dei consumatori e degli altri operatori del settore; sostenere le altre organizzazioni internazionali intergovernative e non che svolgono attività normativa; contribuire all'armonizzazione internazionale delle pratiche e delle norme esistenti ed elaborare nuove norme internazionali atte a migliorare la produzione e la commercializzazione dei prodotti vitivinicoli⁶¹⁷.

Una manifestazione del peso dell'attività dell'OIV a livello internazionale, la si rinviene nell'Accordo del 2009 sul commercio del vino siglato dall'Unione europea e dall'Australia⁶¹⁸. L'art. 9, par. 2, del suddetto Accordo, infatti, stabilisce che qualora tra le Parti sorgano delle divergenze circa il riconoscimento di una nuova pratica enologica, introdotta nel territorio di una di esse, queste possano ricorrere all'OIV affinché tale

⁶¹⁴ Si veda l'Accordo che istituisce l'Organizzazione internazionale della vigna e del vino, concluso a Parigi il 3 aprile 2001 e disponibile all'indirizzo <http://www.oiv.int>. L'OIV sostituisce l'Ufficio internazionale del vino, fondato con Accordo internazionale del 29 novembre 1924 e divenuto, nel 1958, Ufficio internazionale della vigna e del vino.

⁶¹⁵ Art. 1, Accordo di Parigi del 2001 (v. nota 30); <http://www.oiv.int/it/organizzazione-internazionale-della-vigna-e-del-vino>.

⁶¹⁶ Attualmente, gli Stati membri dell'OIV sono 47. L'Unione europea non fa nemmeno parte di quelle organizzazioni che sono ammesse a partecipare ai lavori OIV in qualità di "osservatori"; beneficia, infatti, di uno statuto speciale che le consente di prendere parte alle riunioni dell'OIV in veste di "ospite", previo accordo con il comitato esecutivo. *Cfr.* <http://www.oiv.int/it/organizzazione-internazionale-della-vigna-e-del-vino/stati-membri-e-osservatori>.

⁶¹⁷ Art. 2, par. 1, Accordo di Parigi del 2001 (v. nota 30).

⁶¹⁸ Accordo tra la Comunità europea e l'Australia sul commercio del vino, approvato dal Consiglio con decisione 2009/48/CE del 28 novembre 2008 (GUUE L 28 del 30 gennaio 2009, p.1).

organizzazione emani un parere, non vincolante, in merito alla questione controversa⁶¹⁹. Si consideri che tra le mansioni svolte dall'OIV per il raggiungimento dei suoi obiettivi figura anche l'agevolazione del riconoscimento reciproco, tra Stati, delle pratiche sulla produzione e sul commercio del vino vigenti nei rispettivi ordinamenti, comprese le pratiche enologiche⁶²⁰.

Al fine di svolgere compiutamente la funzione armonizzatrice che le è propria, l'OIV elabora raccomandazioni su vari aspetti legati alla produzione e al commercio di vini⁶²¹, tra cui, per quel che qui interessa, le pratiche enologiche. Almeno formalmente, tali raccomandazioni, in quanto tali, non sarebbero idonee a produrre effetti vincolanti all'interno degli ordinamenti che aderiscono all'OIV. Tuttavia, esse esercitano una funzione di garanzia di esigenze fondamentali – quali la tutela della salute e la lealtà degli scambi commerciali – che, *de facto*, difficilmente consentirà agli Stati membri di discostarsene.

L'efficacia giuridica delle raccomandazioni dell'OIV in tema di pratiche enologiche all'interno dell'Unione europea è stata oggetto di una pronuncia della Corte di Giustizia nel 2014⁶²². Sono molteplici le questioni affrontate in quella sede dai Giudici di Lussemburgo. Preme, qui, soffermarsi sul valore del richiamo operato dai Regolamenti europei sulla OCM unica alle raccomandazioni elaborate dall'OIV. Già il Regolamento del 2007 sull'OCM

⁶¹⁹ Analoga disposizione non si rinviene nell'Accordo del 2006 sul commercio del vino tra Unione europea e Stati Uniti, che sarà oggetto di approfondimento, in relazione alle pratiche enologiche, nel prossimo paragrafo; basti qui sottolineare che gli Stati Uniti non sono membri dell'OIV, a differenza dell'Australia.

⁶²⁰ Si veda l'art. 2, par. 2, Accordo di Parigi del 2001 (v. nota 30).

⁶²¹ Si pensi alle condizioni della produzione vinicola, alla definizione e/o descrizione di prodotti, all'etichettatura e alle condizioni di commercializzazione, ai metodi di analisi e valutazione dei prodotti: *cfr.* art. 2, par. 2, Accordo di Parigi del 2001 (v. nota 30).

⁶²² Sentenza della Corte di Giustizia (Grande Sezione) del 7 ottobre 2014, causa C-399/12. Per un commento approfondito alla presente pronuncia, si veda COSTANTINO, *Istituzioni europee, Stati membri ed organizzazioni internazionali: quale rapporto nel processo di creazione delle regole sul vino?*, in *Riv. dir. alim.*, 3/2015, pp. 45 e ss.; TONUT, *L'appartenenza di una materia all'ambito di applicazione dell'art. 43 TFUE e, più in generale, ad una sfera di competenza dell'UE legittima il legislatore europeo ad applicare l'art. 218, par. 9, TFUE, anche se l'unione non è parte dell'accordo internazionale? La pronuncia della Corte di giustizia in merito alle raccomandazioni dell'organizzazione internazionale della vigna e del vino*, in *Riv. dir. agr.*, 2015, II, pp. 116 e ss.

unica ⁶²³, all'art. 120-septies, disponeva che la Commissione, per procedere all'autorizzazione di pratiche enologiche, si basasse sulle pratiche enologiche raccomandate e pubblicate dall'Organizzazione internazionale della vigna e del vino (OIV), oltre che su altri aspetti. L'attuale Regolamento (UE) n. 1308/2013⁶²⁴, sulla nuova OCM unica, è ancora più esplicito laddove, al considerando n. 80, espressamente prevede che la Commissione «tenga conto delle pratiche enologiche raccomandate dall'Organizzazione internazionale della vigna e del vino (OIV)». Si aggiunga quanto disposto all'art. 80, par. 3, del Reg. (UE) n. 1308/2013, in cui si precisa che nell'autorizzare le pratiche enologiche e i metodi di analisi ammessi nell'Unione europea, la Commissione tenga conto (anche) delle raccomandazioni dell'OIV. L'esame delle suddette disposizioni ha indotto i Giudici della Corte di Giustizia a concludere che i rinvii dinamici formulati dal legislatore dell'Unione sarebbero sufficienti ad assimilare le disposizioni dell'OIV alle norme di diritto dell'Unione; norme di per sé prive di effetti giuridici, acquisirebbero tale portata in modo derivato, in quanto richiamate da una normativa europea.

La *ratio* sottesa al richiamo operato dal Regolamento del 2013 alle raccomandazioni OIV risiede nella volontà del legislatore europeo di allineare il più possibile le tecniche di cantina ammesse sul suo territorio con quelle approvate da Stati extraeuropei, così da evitare ingiustificati ostacoli agli scambi mondiali di vino. Allo stesso modo, l'Unione europea pretende che le pratiche concordate a livello internazionale siano applicate anche ai vini di Paesi terzi. A tale riguardo, il Regolamento del 2013 all'art. 90, par. 2, condiziona l'importazione sul mercato europeo dei vini prodotti in Stati terzi al rispetto degli *standards* elaborati in sede OIV; viene fatta salva l'applicazione di eventuali diverse disposizioni contenute in Trattati internazionali di cui l'Unione europea sia parte (si pensi all'Accordo

⁶²³ Regolamento (CE) n. 1234/2007 del Consiglio, del 22 ottobre 2007, recante organizzazione comune dei mercati agricoli e disposizioni specifiche per taluni prodotti agricoli (regolamento unico OCM), abrogato dall'articolo 230 del regolamento (UE) 17 dicembre 2013, n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, recante organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli.

⁶²⁴ Regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, recante organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli e che abroga i regolamenti (CEE) n. 922/72, (CEE) n. 234/79, (CE) n. 1037/2001 e (CE) n. 1234/2007 del Consiglio, pubblicato in GUUE L 347 del 20 dicembre 2013, p. 671.

del 2006 sul commercio del vino concluso con gli Stati Uniti – su cui si tornerà nel prossimo paragrafo – i quali non figurano tra i membri OIV).

Prima di esaminare, sinteticamente, la normativa europea, si vuole chiarire che disciplinare le tecniche di cantina significa incidere, seppur indirettamente, su profili strettamente qualitativi legati alla produzione di vino.

In via generale, si noti come l'Unione europea abbia deciso di individuare essa stessa, mediante la tecnica dell'elencazione positiva, i trattamenti enologici autorizzati all'interno del territorio europeo, sì da togliere spazio di intervento agli Stati membri in materia, se non con specifiche tecniche più restrittive rispetto a quelle dettate a Bruxelles. Infatti, le sole pratiche enologiche ammesse all'interno dell'Unione europea sono quelle indicate all'allegato VIII del Reg. (UE) n. 1308/2013⁶²⁵, ove sono elencati le aggiunte e i trattamenti autorizzati, stabilendo altresì i limiti e le condizioni per alcune pratiche enologiche, salva la possibilità per gli Stati membri di applicare disposizioni più restrittive per i vini prodotti sul proprio territorio⁶²⁶. Le pratiche enologiche elencate all'allegato VIII non si applicano al succo di uve, al succo di uve concentrato, al mosto di uve e al mosto di uve concentrato destinati alla preparazione di succo di uve⁶²⁷. I prodotti sottoposti a trattamenti non autorizzati o che non abbiano rispettato le modalità prescritte nell'allegato VIII non possono essere commercializzati e devono essere distrutti oppure, a discrezione degli Stati membri, possono essere «impiegati nelle distillerie, nelle fabbriche di aceto o a fini industriali» [art. 80, par. 2, Reg. (UE) n. 1308/13].

Rispetto al passato⁶²⁸, l'approccio del legislatore europeo in materia di pratiche enologiche sembra oggi caratterizzato da una maggiore attenzione alla tutela della qualità⁶²⁹, chiarendo

⁶²⁵ A ciò si aggiunga il tutt'ora vigente Regolamento (CE) n. 606/2009 della Commissione del 10 luglio 2009 recante alcune modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 479/2008 del Consiglio per quanto riguarda le categorie di prodotti vitivinicoli, le pratiche enologiche e le relative restrizioni, pubblicato in GUUE L 193 del 24 luglio 2009, p. 1.

⁶²⁶ Si veda il considerando n. 83 e l'art. 83, par. 2, Reg. (UE) n. 1308/2013.

⁶²⁷ Art. 80, par.1, Reg. (UE) n. 1308/2013.

⁶²⁸ Ci si riferisce, in particolare, al Regolamento del Consiglio n. 1493/1999, relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, i cui allegati IV e V individuavano i trattamenti enologici autorizzati nella Comunità e al Regolamento di attuazione n. 1622/2000 della Commissione, noto come Codice comunitario

che la Commissione potrà autorizzare solamente le tecniche di cantina che consentano di «preservare le caratteristiche naturali ed essenziali dei prodotti e di evitare che la composizione del prodotto subisca modifiche sostanziali»⁶³⁰. Infatti, le pratiche enologiche rispondono esclusivamente al ragionevole bisogno dei produttori di conseguire una buona vinificazione, una buona conservazione o un buon affinamento dei prodotti⁶³¹. In altre parole, ciò che si vuole scongiurare è che il ricorso alle tecniche di cantina possa mutare le caratteristiche sostanziali dei vini al punto da indurre i consumatori in errore rispetto alle loro aspettative⁶³². Si segnali, al contempo, la necessità primaria di tenere in debito conto la protezione della salute umana, come emerge dalla lettera dell'art. 80, par. 3, lett. b), del Reg. (UE) n. 1308/2013⁶³³.

È interessante notare come per i vini DOP o IGP le pratiche di cantina autorizzate siano solitamente sottoposte a condizioni più restrittive, variabili a seconda delle zone geografiche. Inoltre, agli Stati membri è data la possibilità di inasprire ulteriormente i “paletti” posti a livello europeo, al fine di garantire la conservazione delle caratteristiche essenziali dei vini con indicazione geografica prodotti sul loro territorio⁶³⁴. In Italia sono i

delle pratiche e dei trattamenti enologici. Come si avrà modo di approfondire nel prossimo paragrafo, l'Accordo del 2006 sul commercio del vino con gli Stati Uniti è stato firmato nella vigenza dei suddetti Regolamenti (oggi abrogati) e, di conseguenza, è ad essi che fa esplicito riferimento nel suo Allegato I.

⁶²⁹ Cfr. APPIANO, *Le pratiche enologiche e la tutela delle indicazioni di qualità nell'accordo UE/USA sul commercio del vino ed in altri trattati della Comunità*, cit., p. 357, il quale, in verità, riconosce questo mutato atteggiamento del legislatore europeo già nel Reg. (CE) 479/2008 del Consiglio, su cui si tornerà nel prossimo paragrafo.

⁶³⁰ Art. 75, par. 5, lett. f), Reg. (UE) n. 1308/2013.

⁶³¹ Art. 80, par. 1, Reg. (UE) n. 1308/2013.

⁶³² Art. 80, par. 3, lett. c), Reg. (UE) n. 1308/2013.

⁶³³ Alcuni trattamenti possono infatti presentare dei pericoli per la salute umana: si pensi, a titolo di esempio, ai soggetti allergici ai solfiti e ai limiti posti all'impiego di anidride solforosa, oltre che all'obbligo di indicarne la presenza in etichetta.

⁶³⁴ Art. 83, par. 2, Reg. (UE) n. 1308/2013: «Gli Stati membri possono limitare o vietare l'impiego di determinate pratiche enologiche e prevedere norme più restrittive per i vini prodotti sul loro territorio, autorizzate in virtù del diritto dell'Unione, al fine di rafforzare la preservazione delle caratteristiche essenziali

singoli disciplinari di produzione a dettare, eventualmente, specifiche tecniche più rigorose rispetto a quanto previsto in sede europea, cui deve volontariamente sottostare chi aspiri a commercializzare i propri vini indicando in etichetta una denominazione d'origine⁶³⁵. L'esigenza di evitare che le pratiche enologiche alterino le caratteristiche essenziali dei vini si fa, quindi, ancora più prestante nel caso di vini a indicazione geografica. Si vuole, in altri termini, preservare il collegamento con il *terroir*⁶³⁶.

Per completezza pare opportuno precisare che proprio le peculiarità che caratterizzano i vini a indicazione geografica giustificano, talvolta, delle deroghe verso l'alto⁶³⁷ rispetto a tetti generalmente imposti in tema di pratiche enologiche.

In definitiva, rispetto ai concorrenti di Stati terzi, i produttori europei si trovano a dover rispettare la più restrittiva e dettagliata normativa interna – europea e nazionale – concernente soprattutto i vini con denominazione di origine protetta. Ciò non toglie, tuttavia, che sia comunque vantaggioso per l'Unione europea procedere alla conclusione di Trattati internazionali aventi ad oggetto, tra le altre cose, il mutuo riconoscimento delle pratiche enologiche vigenti nei territori degli Stati di volta in volta considerati⁶³⁸. Tali Accordi, in linea di principio, hanno l'effetto di evitare l'applicazione delle norme sulle tecniche di cantina vigenti nel Paese di importazione e consentono, così, ai produttori

dei vini a denominazione di origine protetta o a indicazione geografica protetta, dei vini spumanti e dei vini liquorosi».

⁶³⁵ APPIANO, *Le pratiche enologiche e la tutela delle indicazioni di qualità nell'accordo UE/USA sul commercio del vino ed in altri trattati della Comunità*, cit., p. 355.

⁶³⁶ Secondo la definizione data dall'OIV (RISOLUZIONE OIV/VITI 333/2010), il *terroir* vitivinicolo «è un concetto che si riferisce a uno spazio nel quale si sviluppa una cultura collettiva delle interazioni tra un ambiente fisico e biologico identificabile, e le pratiche vitivinicole che vi sono applicate, che conferiscono caratteristiche distintive ai prodotti originari di questo spazio. Il “terroir” include caratteristiche specifiche del suolo, della topografia, del clima, del paesaggio e della biodiversità». Sulla portata del concetto di *terroir* in campo vitivinicolo si veda, più diffusamente, il par. 1.3 del Capitolo I.

⁶³⁷ APPIANO, *Le pratiche enologiche e la tutela delle indicazioni di qualità nell'accordo UE/USA sul commercio del vino ed in altri trattati della Comunità*, cit., p. 367.

⁶³⁸ Si pensi, a titolo di esempio, a quello, già citato, con l'Australia (v. nota 618), all'Accordo, oggetto del prossimo paragrafo, con gli USA o, ancora, all'Accordo tra la Comunità europea e il Canada sul commercio di vini e bevande spiritose, firmato nel settembre del 2003 (GUUE L 35 del 6 febbraio 2004 p. 3).

europei di beneficiare dell'eliminazione degli ostacoli alle esportazioni dell'Unione europea verso Stati terzi. Forse il rovescio della medaglia è rappresentato dai contraccolpi che potrebbero subire i piccoli produttori europei che servono solo il mercato interno, cui accadrà più spesso di confrontarsi con nuovi concorrenti di Paesi terzi, spesso di dimensioni ben maggiori⁶³⁹.

2.6.1 Le pratiche enologiche nell'Accordo del 2006 tra Stati Uniti ed Unione europea sul commercio del vino

Come si è avuto modo di sottolineare⁶⁴⁰, già nel 1983, l'Unione europea e gli Stati Uniti avevano concluso un accordo bilaterale il cui obiettivo principale, a ben vedere, consisteva nel facilitare le importazioni di vino statunitense all'interno dell'Unione europea. L'Unione europea, infatti, acconsentiva all'importazione di vini prodotti Oltreoceano e trattati mediante il ricorso a sostanze e additivi approvati in quanto inseriti in un'apposita lista all'interno dell'accordo stesso. Tuttavia, trattavasi di un riconoscimento puramente provvisorio, in quanto legato alle sorti dell'intesa stessa, la cui validità veniva temporalmente limitata al 1988. L'accettazione, da parte europea, delle pratiche enologiche vigenti in territorio statunitense e inserite nella lista concordata nel 1983, venne poi prorogata, di volta in volta, fino al 2005, allo scopo di agevolare i negoziati che si erano nel frattempo instaurati tra le Parti per addivenire a un nuovo e più completo testo condiviso in tema di commercio di vino⁶⁴¹. Tale (nuovo) Accordo avrebbe dovuto realizzare, tra le altre cose, il riconoscimento in pianta stabile, da parte dell'Unione europea, delle tecniche di cantina applicate sul suolo statunitense⁶⁴².

Le stringenti prescrizioni europee in materia di pratiche enologiche venivano percepite dagli Stati Uniti come barriere tecniche ai flussi commerciali di vino. Infatti, i vini prodotti

⁶³⁹ APPIANO, *Le pratiche enologiche e la tutela delle indicazioni di qualità nell'accordo UE/USA sul commercio del vino ed in altri trattati della Comunità*, cit., p. 368.

⁶⁴⁰ Si veda, a tal proposito, il par. 2.5 del presente Capitolo.

⁶⁴¹ LINDQUIST, *op. cit.*, p. 325.

⁶⁴² ROSE, *op. cit.*, p. 758.

Oltreoceano, per poter essere esportati verso l'Unione europea, avrebbero dovuto dimostrare la rispondenza alle specifiche tecniche imposte da Bruxelles, con tutto ciò che ne consegue in termini di costi e tempistiche. Si consideri, a tal proposito, che perfezionare l'applicazione di una determinata pratica, in modo tale da ottenere un prodotto finale che corrisponda all'effetto desiderato dal vinificatore, può richiedere tempo e sforzo economico⁶⁴³.

Le sopracitate proroghe hanno, pertanto, consentito ai vini prodotti negli Stati Uniti, conformemente alle pratiche enologiche ivi applicate e autorizzate da Bruxelles, di entrare più agevolmente nel mercato europeo. Il Consiglio riconobbe, a motivo della decisione di estendere il riconoscimento delle tecniche di cantina vigenti negli USA, la loro equivalenza rispetto a quelle approvate su suolo europeo⁶⁴⁴. Questa circostanza ha indotto gli Stati Uniti a credere che la decisione europea di non concedere un riconoscimento definitivo delle pratiche applicate Oltreoceano, rispondesse, più che alle dichiarate esigenze di protezione della salute e degli interessi dei consumatori, a occulte finalità protezionistiche⁶⁴⁵. Alla luce di ciò, le associazioni statunitensi di produttori di vino⁶⁴⁶ ventilavano la possibilità che gli Stati Uniti citassero l'Unione europea dinanzi al *Dispute Settlement Body* (DSB)⁶⁴⁷ della

⁶⁴³ CARROLL, *Exporting Wine Through the Barricades of Fortress Europe*, in 11 *Transnat'l Law*. (1998), p. 447.

⁶⁴⁴ Si veda, a tal proposito, il Regolamento (CEE) n. 1873/84 del Consiglio, del 28 giugno 1984, che autorizza l'offerta e la consegna per il consumo umano diretto di taluni vini importati che possono essere stati sottoposti a pratiche enologiche non previste dal regolamento (CEE) n. 337/79. Il quarto considerando del suddetto Regolamento riconosce espressamente che le pratiche enologiche statunitensi, provvisoriamente autorizzate sul territorio europeo, siano «allo stadio attuale delle conoscenze scientifiche [...] identiche o pressoché equivalenti alle pratiche enologiche ammesse nella Comunità».

⁶⁴⁵ CARROLL, *op. cit.*, p. 448.

⁶⁴⁶ Ci si riferisce, in particolare, al Wine Institute e al report del 1997 sulle barriere tecniche al commercio di vino: CLAWSON, ET AL., *Wine Institute International Trade Barriers Report*, 1997. Il Wine Institute è un'associazione che riunisce i produttori di vino della California: <https://www.wineinstitute.org/company>.

⁶⁴⁷ Si veda il *Dispute Settlement Understanding* (DSU), disponibile all'indirizzo https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/28-dsu_e.htm, che costituisce l'Accordo, tra i membri dell'OMC, sulla risoluzione delle controversie che dovessero eventualmente insorgere tra di essi in merito all'attuazione, negli ordinamenti nazionali, dei Trattati amministrati dall'OMC.

WTO per violazione dell'Accordo SPS⁶⁴⁸, il quale, sebbene non si occupi espressamente di pratiche enologiche, detta alcuni principi generali e procedure volte ad assicurare che misure nazionali poste a tutela della salute non si risolvano in ingiustificati ostacoli al commercio mondiale. In particolare, l'art. 3.3, Accordo SPS, ammette che i singoli Stati Membri dell'OMC possano adottare livelli di protezione sanitaria più elevati rispetto a quelli indicati a livello internazionale; tuttavia, come dimostra il rinvio operato dall'art. 3.3 all'art. 5.1, affinché l'esercizio della suddetta facoltà da parte dei Paesi Membri possa dirsi legittimo, è necessario che esso sia preceduto da una preventiva valutazione dei rischi, scientificamente fondata, per la vita o la salute umana, animale e vegetale, che giustifichi l'allontanamento dai normali *standards* internazionali.

Orbene, visto che la disciplina europea delle pratiche enologiche è dettata per tener conto di esigenze di sicurezza e di tutela della salute umana, oltre che qualitative, essa rientra nell'ambito di applicazione dell'Accordo SPS. Pertanto, se gli Stati Uniti avessero deciso di ricorrere al DSB dell'OMC, avrebbero dovuto dimostrare che il mancato riconoscimento, da parte dell'Unione europea, delle pratiche enologiche vigenti su suolo americano, fosse privo di una solida base scientifica e costituisse, quindi, una restrizione arbitraria all'importazione dei vini prodotti Oltreoceano⁶⁴⁹.

In ultimo, non fu questa la strada percorsa dagli Stati Uniti, che preferirono conseguire il risultato dello stabile riconoscimento delle proprie pratiche enologiche mediante la via del negoziato bilaterale con l'Unione europea. Le trattative per la firma dell'Accordo del 2006, tuttavia, durarono a lungo e l'atteggiamento delle Parti si rivelò particolarmente agguerrito. In particolare, per lo specifico tema oggetto del presente paragrafo, sono rilevanti le pressioni esercitate dagli Stati Uniti per indurre l'Unione europea ad aderire all'Accordo firmato a Toronto nel 2001⁶⁵⁰ tra gli Stati Uniti stessi, l'Australia, l'Argentina, il Canada, il

⁶⁴⁸ L'accordo SPS (*Agreement on the Application of Sanitary and Phytosanitary Measures*) costituisce l'allegato 1A del Trattato di Marrakech, firmato il 15 aprile 1994, istitutivo della Organizzazione mondiale del commercio (OMC).

⁶⁴⁹ CARROLL, *op. cit.*, p. 456.

⁶⁵⁰ Agreement on mutual acceptance of oenological practices, with annex. Done at Toronto December 18, 2001. Entered into force December 1, 2002, KAV 6110 - Temp. State Dept. No. 03-10.

Cile, la Nuova Zelanda e il Sudafrica, con il quale le Parti si impegnavano a riconoscere reciprocamente i trattamenti enologici praticati nei rispettivi territori (art. 5).

Venendo ora all'Accordo del 2006, il Titolo II si occupa specificamente di pratiche enologiche, intendendo per tali «un processo, un trattamento, una tecnica ovvero un materiale utilizzato per la produzione di vino»⁶⁵¹. In base a quanto concordato dai contraenti, devono essere ammesse solo le «buone pratiche enologiche», rientrando in quest'ultima categoria tutte le tecniche di cantina che, senza condurre alla realizzazione di un vino capace di generare «un'impressione erronea» sul suo carattere e sulla sua composizione, rispondano alla ragionevole esigenza del produttore di accrescere nel proprio vino la serbevolezza, la stabilità o altre qualità⁶⁵². Considerata l'ampiezza di quest'ultimo obiettivo, sembra che si possa ragionevolmente affermare che l'unico limite posto dall'Accordo del 2006 alle tecniche di cantina sia quello di non arrivare al punto di fuorviare la sensazione del consumatore sulle qualità organolettiche del prodotto finale, creando un vino in cui non sia più riconoscibile il «carattere» conferitogli dalle uve da cui trae origine. Le tecniche di cantina rilevano dunque nell'Accordo sotto il profilo della protezione del solo interesse economico del consumatore, esulando invece quello della tutela della sua salute. Tuttavia, a riprova di quanto tali due aspetti siano strettamente correlati, l'art. 3, par. 2, dell'Accordo del 2006 riconosce espressamente alle Parti la facoltà di adottare i più opportuni provvedimenti «ai fini della protezione della salute e della sicurezza umana», anche nei confronti dei vini prodotti nel rispetto delle «buone pratiche enologiche»⁶⁵³.

Venendo al dettaglio di quanto disposto dall'Accordo del 2006, viene operata una distinzione a seconda che sul territorio di una delle Parti una pratica enologica sia nota e già oggetto di regolamentazione ovvero risulti nuova e, come tale, non ancora autorizzata.

Quanto alla prima ipotesi, è introdotto il principio del mutuo riconoscimento delle norme in tema di «pratiche enologiche», rispettivamente vigenti sul territorio di ciascun contraente,

⁶⁵¹ Art. 2, lett. a), Accordo del 2006.

⁶⁵² Art. 4, par. 1, Accordo del 2006.

⁶⁵³ APPIANO, *Le pratiche enologiche e la tutela delle indicazioni di qualità nell'accordo UE/USA sul commercio del vino ed in altri trattati della Comunità*, cit., p. 351.

che risultano espressamente richiamate nell'Allegato I all'Accordo UE/USA. Precisamente, così dispone l'art. 4, par. 1, dell'Accordo del 2006: «Ciascuna parte riconosce che le disposizioni legislative e regolamentari e le prescrizioni dell'altra parte in materia di vinificazione soddisfano gli obiettivi delle proprie disposizioni legislative e regolamentari e delle proprie prescrizioni nella misura in cui autorizzano pratiche enologiche che non alterano, in maniera incompatibile con le buone pratiche enologiche, il carattere che il vino acquisisce dalle uve da cui trae origine». Le tecniche di cantina, così individuate, vengono reciprocamente considerate come «buone pratiche enologiche», ovverosia come interventi comportanti nel vino modificazioni comunque rispettose dell'impronta originariamente conferita al prodotto dalle uve da cui è composto.

Evidentemente, la reciproca accettazione delle pratiche enologiche autorizzate dalla Controparte in quanto “equivalenti” rispetto alle proprie, comporta che nessuna Parte possa applicare indebiti ostacoli e restrizioni all'importazione, alla commercializzazione o alla vendita sul proprio territorio dei vini prodotti conformemente alle pratiche enologiche contemplate nel citato Allegato I⁶⁵⁴, se non per esigenze di tutela della salute pubblica, come si è già avuto modo di precisare. Ulteriormente, occorre che il vino risponda ai requisiti fissati dall'art. 3 dell'Accordo del 2006 e cioè derivare esclusivamente «dalla fermentazione alcolica totale o parziale di uve fresche (della specie *vitis vinifera*⁶⁵⁵, *n.d.r.*), pigiate o meno, o di mosti di uve, eventualmente addizionata di una qualsiasi delle componenti delle uve fresche autorizzate dalla parte produttrice in conformità delle pratiche enologiche» previste nell'Allegato I; avere «un titolo alcolometrico volumico effettivo non inferiore a 7% e non superiore a 22%»; «non contenere coloranti artificiali, né aromatizzanti, né aggiunta di acqua oltre a quanto necessario per esigenze tecniche».

Passando ora al contenuto dell'Allegato I, ciascuna Parte riconosce la normativa vigente sul territorio dell'altra che si occupa di pratiche enologiche. Per quanto riguarda l'Unione europea, l'Allegato I richiama gli Allegati IV e V del Regolamento (CE) n. 1493/1999⁶⁵⁶ e

⁶⁵⁴ Art. 4, par. 2, Accordo del 2006.

⁶⁵⁵ Come specificato dall'Allegato I, lett. a), par. 1, all'Accordo del 2006.

⁶⁵⁶ Cit. in nota 23.

il Regolamento di attuazione della Commissione n. 1622/2000⁶⁵⁷, noto come Codice comunitario delle pratiche e dei trattamenti enologici. Erano questi, infatti, gli strumenti normativi che affrontavano il tema delle tecniche di cantina all'interno dell'allora Comunità europea al momento della firma dell'Accordo del 2006⁶⁵⁸.

A sua volta, l'Unione europea riconosce quelle parti della normativa federale americana che si occupano di disciplinare le pratiche di cantina. In primo luogo, occorre evidenziare la portata più ampia ed eterogenea dei testi normativi statunitensi richiamati all'Allegato I, rispetto a quelli europei, non essendo, i primi, specificamente dedicati al settore vitivinicolo e appuntandosi, principalmente, su questioni di natura fiscale⁶⁵⁹. Inoltre, le tecniche di cantina di cui alle disposizioni americane, si applicano anche a prodotti diversi dal "vino", così come definito dall'art. 3 dell'Accordo del 2006. A ben vedere, allora, beneficia del

⁶⁵⁷ Cit. in nota 628.

⁶⁵⁸ Poco dopo la firma dell'Accordo del 2006 i due regolamenti richiamati sono stati sostituiti, rispettivamente, dal Regolamento (CE) n. 479/2008 del Consiglio, del 29 aprile 2008 relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, che modifica i regolamenti (CE) n. 1493/1999, (CE) n. 1782/2003, (CE) n. 1290/2005 e (CE) n. 3/2008 e abroga i regolamenti (CEE) n. 2392/86 e (CE) n. 1493/1999 (pubblicato in GUUE L 148 del 6 giugno 2008, p. 1) e dal Regolamento (CE) n. 423/2008 della Commissione, dell'8 maggio 2008, che fissa talune modalità d'applicazione del regolamento (CE) n. 1493/1999 del Consiglio che istituisce un codice comunitario delle pratiche e dei trattamenti enologici (pubblicato in GUUE L 127 del 15 maggio 2008, p. 13). Si noti che quest'ultimo Regolamento continua a far riferimento al precedente Regolamento del Consiglio del 1999, in quanto il Regolamento (CE) n. 479/2008 del Consiglio sarà applicabile (per espressa previsione di cui all'art. 129) dal 1° agosto 2008. Ciò che preme qui sottolineare è l'irrilevanza di tali vicende normative per l'Accordo del 2006, il quale contemplerebbe, all'Allegato I, un rinvio non recettizio alle fonti europee che si occupano di pratiche enologiche. Ne consegue che la speciale procedura di cui all'art. 5 dell'Accordo del 2006 (su cui *infra*) dovrà essere azionata solamente nel caso in cui vengano introdotte nel territorio delle Parti nuove pratiche enologiche rispetto a quelle attualmente autorizzate, o si voglia procedere a modifiche sostanziali delle stesse: *cfr.* APPIANO, *Le pratiche enologiche e la tutela delle indicazioni di qualità nell'accordo UE/USA sul commercio del vino ed in altri trattati della Comunità*, cit., p. 353.

⁶⁵⁹ ID, p. 356.

mutuo riconoscimento sancito dall'Accordo solo quello che viene definito, dalla normativa statunitense, «*natural grape wine*»⁶⁶⁰, anche nella versione «*specially sweetened*»⁶⁶¹.

Le disposizioni statunitensi sulle tecniche di cantina sono sostanzialmente ispirate al principio di garantire la produzione di bevande «*acceptable in good commercial practice*»⁶⁶², ponendo così l'accento sulla finalità mercantile. L'approccio europeo – desumibile dai Regolamenti vigenti al momento della firma dell'Accordo e, ad oggi, ancora richiamati dall'Allegato I – non pare troppo dissimile, se si considera il divieto di offrire o avviare al consumo umano, nel territorio dell'Unione europea, vini che non siano di «qualità sana, leale o mercantile»⁶⁶³. Diversamente, prendendo in considerazione i successivi regolamenti europei che si sono occupati di pratiche enologiche, fino ad arrivare al vigente Reg. (UE) n. 1308/2013, si nota una maggior attenzione ai profili qualitativi⁶⁶⁴, piuttosto che a quelli commerciali⁶⁶⁵, come si è già avuto modo di sottolineare nel paragrafo precedente.

Venendo al contenuto della normativa statunitense “riconosciuta” da Bruxelles, emerge come le pratiche enologiche così regolamentate siano, in linea di principio⁶⁶⁶, sostanzialmente analoghe a quelle europee, sebbene la loro disciplina sia caratterizzata da

⁶⁶⁰ 26 U.S. Code § 5381: «Natural wine is the product of the juice or must of sound, ripe grapes or other sound, ripe fruit, made with such cellar treatment as may be authorized under section 5382 and containing not more than 21 percent by weight of total solids. Any wine conforming to such definition except for having become substandard by reason of its condition shall be deemed not to be natural wine, unless the condition is corrected».

⁶⁶¹ 26 U.S. Code § 5385(a): «Specially sweetened natural wine is the product made by adding to natural wine of the winemaker's own production a sufficient quantity of pure dry sugar, or juice or concentrated juice from the same kind of fruit, separately or in combination, to produce a finished product having a total solids content in excess of 17 percent by weight and an alcoholic content of not more than 14 percent by volume, and shall include extra sweet kosher wine and similarly heavily sweetened wines».

⁶⁶² 26 U.S. Code § 5382 (a)(1)(A).

⁶⁶³ Art. 45, par. 1, lettera b), Reg. (CE) n. 1493/1999 del Consiglio.

⁶⁶⁴ Si veda l'art. 75, par. 5, lett. f), Reg. (UE) n. 1308/2013.

⁶⁶⁵ APPIANO, *Le pratiche enologiche e la tutela delle indicazioni di qualità nell'accordo UE/USA sul commercio del vino ed in altri trattati della Comunità*, cit., p. 357.

⁶⁶⁶ Permangono, tuttavia, delle differenze: cfr. ID, pp. 360-362.

un minor grado di meticolosità, specie se confrontata alle specifiche dettate dal legislatore europeo per i vini con denominazione di origine protetta. Probabilmente, è proprio la minor rigidità della normativa americana ad aver determinato, almeno in parte, il successo dei vini prodotti Oltreoceano. Regole di produzione stringenti e penetranti controlli di qualità hanno sicuramente permesso ai vini europei di mantenere il loro primato qualitativo e prezzi elevati nel mercato globale, ma hanno forse frenato eventuali “spinte innovative”. Al contrario, il contesto normativo degli Stati Uniti, caratterizzato da regole più lasse rispetto a quelle dettate dal legislatore europeo, ha incentivato una maggiore propensione per l’innovazione e la sperimentazione, anche in campo enologico, consentendo ai vini così prodotti di rispondere in modo più efficace alle esigenze di quei consumatori che ricercano, sì, vini di qualità ma a prezzi più accessibili⁶⁶⁷.

Chiarita la situazione con riferimento alle pratiche enologiche esistenti⁶⁶⁸, l’art. 5 dell’Accordo UE/USA del 2006 si occupa, invece, delle tecniche di cantina “nuove”, non contemplate dalle Parti al momento della stipula dell’Accordo del 2006 e affermatesi successivamente per effetto dei progressi scientifici e tecnologici. In relazione a tali innovazioni, l’art. 5 detta una specifica procedura che deve essere attivata dalla Parte che intenda modificare il contenuto delle norme vigenti sul proprio territorio e richiamate dalla versione originaria dell’Allegato I. Il contraente “passivo” deve, infatti, essere avvisato in via preventiva e beneficiare di un termine ragionevole per presentare osservazioni. Se la nuova pratica enologica viene, poi, effettivamente autorizzata, nel territorio del contraente “attivo”, decorrono 60 giorni da tale momento per eseguire una nuova notifica alla controparte. Una volta ricevuta quest’ultima comunicazione, il contraente “passivo” avrà a disposizione un ulteriore termine di 90 giorni per opporsi al riconoscimento della “nuova” (o “modificata”) tecnica di cantina, perché non rientrante nel concetto di «buona pratica enologica» di cui all’art. 4, par. 1, dell’Accordo UE/USA del 2006⁶⁶⁹. Qualora non vi siano

⁶⁶⁷ FANDL, *Regulatory Policy and Innovation in the Wine Industry: A Comparative Analysis of Old and New World Wine Regulations*, in 34 *Am. U. Int'l L. Rev.* (2018), pp. 280 e 281.

⁶⁶⁸ Art. 4, Accordo UE/USA del 2006.

⁶⁶⁹ Il quadro va ulteriormente completato con l’art. 11 dell’Accordo UE/USA del 2006 che, qualora si profili lo scenario appena ipotizzato, prevede che venga attivato un meccanismo di gestione dell’Accordo e

opposizioni (o queste vengano positivamente superate) sarà possibile estendere il mutuo riconoscimento alle nuove tecniche di cantina e procedere, eventualmente, alla modifica dell'Allegato I⁶⁷⁰.

Va, tuttavia, segnalata l'indeterminatezza che caratterizza la definizione di «buone pratiche enologiche» la quale potrebbe prestarsi a interpretazioni pretestuose da parte dei contraenti per giungere a negare, in ipotesi specifiche, il reciproco riconoscimento. A ciò si aggiunga l'oggettiva difficoltà insita nella valutazione circa l'idoneità della singola tecnica ad alterare il «carattere» originariamente conferito al vino dalle uve di cui è composto⁶⁷¹. A tale scopo, confrontare la nuova pratica alla luce di quelle già autorizzate (i cui effetti sono stati, quindi, considerati "accettabili" dalle Parti), potrebbe risultare di una qualche utilità⁶⁷².

Come si è già precisato⁶⁷³, l'art. 10 dell'Accordo UE/USA del 2006 prevede l'avvio di futuri negoziati che, benché non ancora cominciati, presumibilmente affronteranno nuovamente e in modo più completo il tema delle pratiche enologiche. Una delle questioni che meriterebbe di essere risolta in quella sede concerne l'inclusione, nell'Allegato I dell'Accordo UE/USA del 2006, della disposizione del *Code of Federal Regulation* che considera legittime, sul piano interno, le tecniche di cantina "tradizionali", affermatesi nella prassi commerciale statunitense, benché non disciplinate dal alcun provvedimento legislativo o regolamentare⁶⁷⁴. La ragione di tale richiamo rimane, tutt'ora, una questione aperta. Secondo una prima interpretazione, includendo tale norma nell'Allegato I, l'Unione europea avrebbe accettato di lasciare una porta aperta in favore delle pratiche enologiche statunitensi mai regolamentate, in quanto "tradizionali", con l'unico limite, di cui si è già

cooperazione: cfr. APPIANO, *Le pratiche enologiche e la tutela delle indicazioni di qualità nell'accordo UE/USA sul commercio del vino ed in altri trattati della Comunità*, cit., p. 362.

⁶⁷⁰ ID, pp. 362 e 363, ove si specifica che tale modifica si renderà necessaria qualora tali nuove pratiche siano contenute in provvedimenti normativi introdotti allo scopo e, pertanto, non contemplati nell'Allegato I.

⁶⁷¹ Si veda l'art. 4, par. 1, dell'Accordo UE/USA del 2006.

⁶⁷² APPIANO, *Le pratiche enologiche e la tutela delle indicazioni di qualità nell'accordo UE/USA sul commercio del vino ed in altri trattati della Comunità*, cit., p. 363.

⁶⁷³ Si veda il par. 2.5 del presente Capitolo.

⁶⁷⁴ 26 U.S. Code § 5382 (a)(2).

dato conto, della tutela della salute. A tale tesi si contrappone una seconda chiave di lettura, forse più appropriata, che fa perno sulla volontà delle Parti di individuare in modo puntuale le «pratiche enologiche» oggetto del mutuo riconoscimento, il che sarebbe incompatibile con l'esistenza di un meccanismo di legittimazione quale quello discendente dalla norma americana in questione⁶⁷⁵.

Le disposizioni dell'Accordo del 2006 sulle pratiche enologiche giovano soprattutto agli Stati Uniti che, grazie al mutuo riconoscimento, potranno introdurre all'interno dell'Unione europea vini trattati con pratiche qui vietate⁶⁷⁶. Si consideri, poi, che l'Accordo del 2006, che in questo modo rende più agevole l'ingresso in Europa di vini prodotti Oltreoceano, si colloca in uno scenario vitivinicolo globale che vede gli Stati Uniti sperimentare una crescita, fino a quel momento inedita, dell'apprezzamento dei loro vini da parte dei consumatori del Vecchio Mondo. Alla luce di quanto detto, non è difficile comprendere le ragioni dei produttori europei che hanno fortemente criticato l'Accordo del 2006, sostenendo che l'Unione europea avesse elargito più di quanto avrebbe ricevuto nel lungo periodo⁶⁷⁷. Nel mirino dei produttori, da un lato, il riconoscimento da parte europea delle pratiche enologiche statunitensi, dall'altro, l'accettazione della *grandfather clause*⁶⁷⁸ che, sostanzialmente, autorizza i produttori d'Oltreoceano a perseverare nell'utilizzo dei termini semi-generici. In questo modo, infatti, i negoziatori europei avrebbero ceduto due importanti pedine di scambio, il riconoscimento delle pratiche enologiche e l'allentamento dei requisiti di certificazione⁶⁷⁹, che avrebbero potuto fungere da leva per costringere gli Stati Uniti a riformare la propria normativa in materia di indicazioni geografiche in modo maggiormente conforme a quanto disposto dall'Accordo TRIPs⁶⁸⁰.

⁶⁷⁵ APPIANO, *Le pratiche enologiche e la tutela delle indicazioni di qualità nell'accordo UE/USA sul commercio del vino ed in altri trattati della Comunità*, cit., p. 358.

⁶⁷⁶ Cfr. ROBERTSON, *The Sparkling Wine War: Pitting Trademark Rights Against Geographic Indications*, in 18 *Bus. L. TODAY* 19, 21 (2009), n° 5, disponibile al seguente indirizzo <https://apps.americanbar.org/buslaw/blt/2009-05-06/robertson.shtml>.

⁶⁷⁷ ROSE, *op. cit.*, p. 769.

⁶⁷⁸ Si veda, a tal proposito, il par. 2.5 del presente Capitolo.

⁶⁷⁹ Si veda, a tale ultimo proposito, l'art. 9 dell'Accordo del 2006.

⁶⁸⁰ ROSE, *op. cit.*, p. 767.

2.7 Il rispetto dell'Accordo TRIPs da parte della normativa statunitense

L'Accordo TRIPs, agli artt. 22-24, detta uno *standard* minimo di tutela delle indicazioni geografiche lasciando, tuttavia, come notato, gli Stati membri liberi di scegliere quali strumenti predisporre al proprio interno per darvi attuazione. Così, se l'Unione europea ha implementato un sistema *sui generis* per il riconoscimento e la protezione delle indicazioni geografiche, concepite come autonomo diritto di proprietà intellettuale, negli Stati Uniti la relativa disciplina è contenuta nel *Lanham Act* e nella specifica normativa sull'etichettatura dei vini amministrata dal TTB. Con riguardo a quest'ultima, si è già evidenziata la peculiarità della categoria dei nomi semi-generici, che non troverebbe alcun riscontro nella Sezione 3, Parte II, dell'Accordo TRIPs⁶⁸¹.

Venendo alle disposizioni del *Lanham Act*, gli Stati Uniti ritengono che la disciplina dei marchi prevista nel loro ordinamento sia uno strumento idoneo per ottemperare agli obblighi di cui all'accordo TRIPs, sostenendo i numerosi vantaggi di tale sistema di protezione delle indicazioni geografiche, tra cui il fatto che esso non richieda procedure amministrative costose (essendo possibile avvalersi delle risorse già messe a disposizione per i marchi) e che si tratti di una disciplina con cui il mondo del commercio ha già una certa familiarità⁶⁸². A ben vedere, vi sarebbe più di un profilo di potenziale contrasto tra la normativa federale statunitense e l'Accordo TRIPs.

Innanzitutto, si consideri la definizione di indicazione geografica accettata in sede OMC. Ai sensi dell'art. 22, par. 1, TRIPs, «Geographical indications are [...] 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* (enfasi aggiunta) to its geographical origin». Pertanto, per aversi un'indicazione geografica, come tale suscettibile di tutela, è necessario che una particolare qualità, la notorietà o altre caratteristiche del prodotto siano dovute *essenzialmente* al luogo in cui è stato realizzato. Il sistema regolatorio previsto per i marchi non parrebbe imporre

⁶⁸¹ Sul punto, si veda il par. 2.4 del presente Capitolo.

⁶⁸² O'CONNOR, *Indicazioni Geografiche: alcune riflessioni sulla prassi dell'Ufficio Marchio e Brevetti degli Stati Uniti e l'accordo TRIPs*, cit., p. 41.

alcuna verifica di questo tipo⁶⁸³, che dovrebbe, invece, costituire condizione necessaria per registrare validamente un termine di rilevanza geografica come marchio. Tale questione non è stata risolta neppure con l'Accordo del 2006 tra Unione europea e Stati Uniti sul commercio del vino⁶⁸⁴, il quale, radicalmente, esclude di volersi occupare di indicazioni geografiche e si riferisce, a tale scopo, alternativamente a “termini” o “nomi di origine”⁶⁸⁵. Si consideri, ora, quanto disposto da 15 U.S. Code § 1052(a), così come modificato dagli Stati Uniti in seguito alla firma dell'Accordo TRIPs⁶⁸⁶. Tale norma introduce una preclusione totale⁶⁸⁷ alla possibilità di registrare un marchio coincidente con una indicazione geografica vitivinicola dopo il 1° gennaio 1996⁶⁸⁸. Ciò significa che, prima di tale data, coloro i quali facevano uso di un termine avente rilevanza geografica in

⁶⁸³ Si parla, a tal proposito, di mancanza di un «*essentially attributable test*»: cfr. O'CONNOR, *Geographical Indications in CETA, the comprehensive economic and trade agreement between Canada and the EU*, (2014) NCTM, p. 3.

⁶⁸⁴ Si veda il par. 2.5 del presente Capitolo.

⁶⁸⁵ Diversamente, nell'Accordo tra l'Unione europea e l'Australia sul commercio del vino del 2008 (si veda, per maggiori riferimenti, la nota 618), all'art. 3, lett. b), viene espressamente richiamata la definizione di indicazione geografica di cui all'Accordo TRIPs. Addirittura, nell'Accordo tra l'Unione europea, il Perù e la Colombia (Trade Agreement between the European Union and its Member States, of the one part, and Colombia and Peru, of the other part, GUUE L 354 del 21 dicembre 2012, p. 3), all'art. 207(a) viene concordata una definizione di indicazione geografica più simile a quella dettata per le denominazioni di origine dal diritto europeo, implicante, ovviamente, il c.d. «*essentially attributable test*»: si veda O'CONNOR, RICHARDSON, *op. cit.*, p. 45.

⁶⁸⁶ PUBLIC LAW 103-465—DEC. 8, 1994, *An Act to approve and implement the trade agreements concluded in the Uruguay Round of multilateral trade negotiations*, Sec. 522: si veda, a tale proposito, MELTZER, *Wine & (and) Spirits, with Abandonment - GATT's Impact on U.S. Trademark Law*, in 78 *J. Pat. & Trademark Off. Soc'y* (1996), pp. 69 e ss.

⁶⁸⁷ Al contrario, si è visto come 15 U.S. Code § 1052(f) consenta di registrare un marchio coincidente con una indicazione geografica per *prodotti* non originari del luogo indicato [«*primarily geographically deceptively misdescriptive*», secondo la terminologia utilizzata da 15 U.S. Code § 1052(e)(3)], purché sia divenuto distintivo prima dell'8 dicembre 1993: si veda il par. 2.4 del presente Capitolo.

⁶⁸⁸ Le modifiche apportate alle disposizioni sui marchi contenute nel *Trademark Act*, in seguito alla firma dell'Accordo TRIPs, avranno effetto trascorso un anno dal 1° gennaio 1995, data di entrata in vigore del suddetto Accordo negli Stati Uniti.

connessione con *vini* (o *alcolici*) non provenienti dal luogo indicato, potranno continuare a farlo. Diversamente, l'art. 24, par. 4, TRIPs, consente di perpetrare nell'uso di un'indicazione geografica relativa a vini o alcolici, per prodotti non ottenuti nel luogo così indicato, a coloro che l'abbiano impiegata *in modo continuativo* per dieci anni prima del 15 aprile 1994, oppure *in buona fede* prima della medesima data. Innanzitutto, è evidente come, rispetto al 15 aprile 1994, data indicata dall'Accordo TRIPs, 15 U.S. Code § 1052(a) spostati in avanti l'asticella temporale (precisamente, al 1° gennaio 1996) fino alla quale opera la *grandfather clause*⁶⁸⁹. Inoltre, non si scorge alcun riferimento all'uso continuativo né al requisito della buona fede⁶⁹⁰.

Si aggiunga che mentre l'art. 23, par. 1, dell'Accordo TRIPs ingiunge agli Stati di predisporre, al proprio interno, i mezzi legali volti a consentire a ogni soggetto interessato di contrastare l'utilizzo illegittimo di un'indicazione geografica vitivinicola, 15 U.S. Code § 1125(a)(1)⁶⁹¹ individua, a tale scopo, come legittimato a intraprendere azione civile «any person who believes that he or she is or is *likely to be damaged* (enfasi aggiunta) by such act». Di conseguenza, il ricorrente dovrà dimostrare che l'impiego illegittimo dell'indicazione geografica sia idoneo a cagionargli un danno commerciale o competitivo⁶⁹².

L'Accordo del 2006 tra Stati Uniti e Unione europea sul commercio del vino⁶⁹³ costituisce attuazione dell'art. 24, par. 1, TRIPs, ai sensi del quale gli Stati membri avviano negoziati allo scopo di migliorare il livello di protezione di singole indicazioni geografiche ai sensi dell'art. 23 TRIPs. A ben vedere, come si è già avuto modo di sottolineare⁶⁹⁴, l'Accordo del 2006, all'art. 6, par. 1, muta lo *status* di alcuni termini (indicati nell'Allegato II) considerati dal TTB come semi-generici in non-generici, riservandone l'uso ai produttori europei, ma

⁶⁸⁹ RITZERT, *op. cit.*, p. 201.

⁶⁹⁰ FARLEY, *op. cit.*, p. 81.

⁶⁹¹ Per un'applicazione di tale disposizione si veda il par. 2.4.1 del presente Capitolo, in relazione a Bronco Wine Co. v. Jolly, 129 Cal. App. 4th 988 (Cal. Ct. App. 2005).

⁶⁹² FARLEY, *op. cit.*, p. 83.

⁶⁹³ Per una disamina dell'Accordo del 2006 si veda il par. 2.5 e il par. 2.6.1 del presente Capitolo.

⁶⁹⁴ Par. 2.5 del presente Capitolo.

introduce, nel par. 2 del medesimo articolo, una *grandfather clause* a favore dei produttori statunitensi che abbiano ricevuto un certificato COLA prima del 10 marzo 2006. Così, l'Accordo del 2006, oltre a convalidare la categoria dei nomi semi-generici – benché, come si è già chiarito, risulti estranea all'impianto dell'Accordo TRIPs – fissa un requisito per continuare a utilizzare indicazioni geografiche per prodotti aventi diversa provenienza (nella specie, l'ottenimento del COLA prima del 10 marzo 2006⁶⁹⁵) che risulta decisamente meno rigoroso rispetto alla *grandfather clause* di cui all'art. 24, par. 4, TRIPs (che ancora la possibilità di perseverare nell'impiego di un'indicazione geografica in deroga all'art. 23, par. 1, al suo utilizzo continuativo per almeno 10 anni prima del 13 aprile 1994 o, più semplicemente, se presente la buona fede, prima del 13 aprile 1994). Se elementi essenziali dell'Accordo TRIPs, come quello appena esposto, possono essere oggetto di rinegoziazione, così da diminuire lo *standard* “minimo” di tutela in esso predisposto, l'efficacia e la portata dell'intero Accordo sono in pericolo⁶⁹⁶.

In occasione delle trattative per la firma del *Transatlantic Trade and Investment Partnership* (TTIP)⁶⁹⁷, tra gli obiettivi dichiarati dall'Unione europea vi era anche la volontà di ottenere protezione esclusiva per i termini di cui all'Allegato II dell'Accordo del 2006, eliminando, quindi, la *grandfather clause* stabilita dal suo art. 6, par. 2⁶⁹⁸. Evidentemente, Bruxelles avrebbe dovuto conferire qualcosa in cambio, come accadde, appunto, nel 2006, con il riconoscimento in pianta stabile delle pratiche enologiche statunitensi. Nel frattempo, le trattative per il TTIP si sono arenate ma ciò non toglie che l'art. 10 dell'Accordo del 2006 (e la Dichiarazione congiunta posta in calce ad esso⁶⁹⁹)

⁶⁹⁵ Si veda, a tale proposito, 26 U.S. Code § 5388(c)(3)(B)(iii).

⁶⁹⁶ ROSE, *op. cit.*, p. 765.

⁶⁹⁷ Il *Transatlantic Trade and Investment Partnership* (TTIP) avrebbe dovuto rappresentare un accordo di libero scambio tra Stati Uniti e Unione europea, i cui negoziati cominciarono ufficialmente nel Febbraio del 2013 e si interruppero in occasione del passaggio dall'amministrazione Obama a quella Trump nel 2017: cfr., fra gli altri, CREMONA, *Negotiating the Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP)*, in *Common Market Law Review*, 2015, pp. 351 e ss.

⁶⁹⁸ CALBOLI, *op. cit.*, p. 409.

⁶⁹⁹ Si veda, a tal proposito, il par. 2.5 del presente Capitolo.

contenga un'esplicita assunzione di impegno da parte dei Contraenti per iniziare nuovi dialoghi volti a migliorare le condizioni del commercio del vino tra di essi.

Probabilmente, allora, un futuro Accordo sul vino tra Stati Uniti e Unione europea dovrebbe rinnegare nettamente la categoria dei nomi semi-generici ed eliminare qualsiasi *grandfather clause*⁷⁰⁰. Così, termini considerati semi-generici diverrebbero, definitivamente, non-generici e riservati ai produttori che operano nella zona geografica indicata. Al contempo, mutuando quanto previsto nell'Accordo con l'Australia del 2008⁷⁰¹, sarebbe opportuno introdurre un periodo transitorio, eventualmente differenziato a seconda delle singole indicazioni geografiche⁷⁰², funzionale ai produttori e ai consumatori statunitensi per adattarsi ai cambiamenti introdotti. Infatti, una delle preoccupazioni che vengono sollevate a gran voce allorché si paventa la possibilità di “riappropriarsi” di termini divenuti generici o semi-generici, consiste nei costi derivanti dalla ri-etichettatura dei prodotti che fino a quel momento facevano ricorso a indicazioni geografiche e come tali erano conosciuti dai consumatori⁷⁰³.

Un risultato del genere presupporrebbe un cambiamento di approccio da parte del legislatore statunitense, cosa che non pare, per il momento, all'orizzonte. Le lacune del sistema statunitense di protezione delle indicazioni geografiche non sono dovute a una scarsa esperienza normativa con riferimento ai temi della proprietà intellettuale, come potrebbe sostenersi relativamente ad alcuni Paesi in via di sviluppo, bensì a una mancanza di interesse degli Stati Uniti in tal senso. E allora, una soluzione di compromesso potrà essere raggiunta solamente nella misura in cui gli Stati Uniti percepiscano che ciò convenga anche a loro⁷⁰⁴. A tale proposito, è interessante porre l'accento su come il mondo produttivo paia essere più lungimirante rispetto ai suoi stessi governanti e si riveli, come notato,

⁷⁰⁰ ZAHN, *Australia Corked Its Champagne and So Should We: Enforcing Stricter Protection for Semi-Generic Wines in the United States*, in 21 *Transnat'l L. & Contemp. Probs.* (2012), p. 506.

⁷⁰¹ Si veda l'art. 15 dell'Accordo sul commercio del vino tra Unione europea e Australia del 2008 (maggiori riferimenti all'Accordo in nota 618). Soluzione affine è stata adottata anche nell'Accordo con il Giappone, come si avrà modo di precisare nel prossimo paragrafo di questo stesso Capitolo.

⁷⁰² ZAHN, *op. cit.*, p. 500.

⁷⁰³ MONTEN, *op. cit.*, pp. 337 e ss.

⁷⁰⁴ ZANZIG, *op. cit.*, pp. 750 e ss.

portatore di interessi che, almeno con riferimento al settore vitivinicolo, convergono più di quanto non si pensi con quelli del Vecchio Continente.

2.8 L’approccio europeo alla tutela delle indicazioni geografiche negli Accordi bilaterali, con particolare riguardo al CETA e all’Accordo con il Giappone: fallimenti e successi

Come si è visto, esaminando le disposizioni dell’Accordo sul vino con gli Stati Uniti, del 2006, non mancano le occasioni per muovere delle critiche al negoziatore europeo. Già nel documento della DG Agri del 2012, sui profili internazionali della tutela delle indicazioni geografiche⁷⁰⁵, tra gli obiettivi che l’Unione europea si prefissava di conseguire mediante la conclusione di Accordi bilaterali, vi era il raggiungimento di un’intesa su una “lista” di DOP e IGP europee da proteggere nel territorio della controparte di volta in volta considerata. Si tratta, a ben vedere, di un proponimento alquanto modesto. Piuttosto, a livello internazionale, sarebbe opportuno che si puntasse al riconoscimento, in Paesi a ciò ancora ostili, delle indicazioni geografiche come segno della proprietà intellettuale autonomo e di pari dignità rispetto ai marchi. Di tal guisa, si otterrebbe piena tutela per tutte le indicazioni geografiche europee e non solamente per un numero limitato di esse. Più precisamente, sarebbe auspicabile che l’Unione europea si battesse per degli obiettivi più ambiziosi, quali: l’implementazione di un sistema *sui generis* per la registrazione e la salvaguardia delle indicazioni geografiche, in Stati in cui si fa ricorso allo strumento del marchio o si applica unicamente la normativa in materia di concorrenza sleale; l’intesa sull’applicazione del regime di “coesistenza” con i marchi anteriori, che consentirebbe di utilizzare e proteggere, *pro futuro*, le indicazioni geografiche, facendo salvi, al contempo, i diritti quesiti; la definizione di regole chiare sul tema della “genericità”, al fine di dipanare quelle situazioni in cui un nome, riconosciuto come indicazione geografica in uno Stato,

⁷⁰⁵ DG AGRI working document on international protection of EU Geographical Indications: objectives, outcome and challenges, Advisory Group International Aspect of Agriculture, 25 June 2012, Ref. Ares(2012)669394, p. 8.

sia, all'opposto, considerato "termine comune" atto ad identificare un'intera categoria di prodotti, in un altro.

Quanto detto, non costituisce motivo di disappunto solamente con riguardo ai rapporti tra Unione europea e Stati Uniti. Infatti, se si guarda al testo del CETA (*Comprehensive Economic and Trade Agreement*)⁷⁰⁶ – concluso tra l'Unione europea e il Canada ed entrato in vigore, seppur in via provvisoria, il 21 settembre 2017⁷⁰⁷ – non parrebbe che i risultati sopra auspicati siano stati raggiunti in misura soddisfacente.

Un primo elemento che differenzia positivamente il CETA, rispetto all'Accordo con gli Stati Uniti⁷⁰⁸, è dato dal fatto che si parla esplicitamente di indicazioni geografiche, dettandone una definizione che ricalca quella di cui all'art. 22, par. 1, dell'Accordo TRIPS⁷⁰⁹. Tuttavia, al momento delle negoziazioni sul testo del CETA⁷¹⁰, il Canada tutelava, a livello federale, le indicazioni geografiche mediante lo strumento del marchio

⁷⁰⁶ Si specifica che il CETA non prende in considerazione le indicazioni geografiche vitivinicole, essendo, queste, già riguardate dal precedente Accordo sul vino del 2003, cit. (nota 638). L'esame che verrà qui brevemente condotto sulle disposizioni del CETA è funzionale alla disamina dell'approccio adottato dal negoziatore europeo nelle trattative per la stipulazione di Accordi bilaterali aventi ad oggetto (anche) le indicazioni geografiche. Si segnala che l'Accordo è stato firmato il 30 ottobre 2016: cfr. Decisione (UE) 2017/37 del Consiglio, del 28 ottobre 2016, relativa alla firma, a nome dell'Unione europea, dell'accordo economico e commerciale globale (CETA) tra il Canada, da una parte, e l'Unione europea e i suoi Stati membri, dall'altra (G.U.U.E. L 11 del 14 gennaio 2017, p. 1)

⁷⁰⁷ Decisione (UE) 2017/38 del Consiglio, del 28 ottobre 2016, relativa all'applicazione provvisoria dell'accordo economico e commerciale globale (CETA) tra il Canada, da una parte, e l'Unione europea e i suoi Stati membri, dall'altra (G.U.U.E. L 11 del 14 gennaio 2017, p. 1080); si veda, inoltre, l'Avviso concernente l'applicazione provvisoria dell'accordo economico e commerciale globale (CETA) tra il Canada, da una parte, e l'Unione europea e i suoi Stati membri, dall'altra, pubblicato in G.U.U.E. L 238 del 16 settembre 2017, p. 9.

⁷⁰⁸ L'Accordo con gli Stati Uniti del 2006 omette scientemente di utilizzare il termine "indicazione geografica", che viene, così, a rappresentare un vero e proprio *tabù*: sul punto, si veda il par. 2.5 del presente Capitolo.

⁷⁰⁹ Si veda l'art. 20.16 del CETA. Per un esame delle disposizioni dell'Accordo TRIPS, limitatamente a quelle che riguardano le indicazioni geografiche, si rimanda al par. 2.2 del presente Capitolo.

⁷¹⁰ Il quadro giuridico canadese di riferimento per le indicazioni geografiche è, nel frattempo, mutato, come si avrà modo di specificare *infra*, in questo stesso paragrafo.

(geografico) di certificazione, similmente a quanto accade, tutt'ora, negli Stati Uniti⁷¹¹. Pertanto, il CETA, pur occupandosi esplicitamente di indicazioni geografiche, lasciava irrisolto un quesito: come avrebbe potuto, il Canada, assicurare l'espletamento del cosiddetto "essentially attributable test", necessario per verificare l'esistenza del legame tra le peculiari caratteristiche del prodotto (o la sua reputazione) e il territorio di provenienza? Si è già visto, con riguardo agli Stati Uniti, che il sistema privatistico dei marchi di certificazione e collettivi non attribuisce ad alcun ente pubblico il potere di svolgere un simile esame in via preventiva rispetto alla registrazione del nome⁷¹².

La suddetta problematica non riguardava, a ben vedere, le indicazioni geografiche vitivinicole, per le quali era già attivo, in Canada, un sistema di riconoscimento *sui generis*, benché, a livello federale, risultasse piuttosto scarso. Il *Trademarks Act*⁷¹³, infatti, era sostanzialmente proteso ad attribuire tutela, in territorio canadese, alle indicazioni geografiche vitivinicole già protette in Paesi terzi e, per quanto riguardava quelle canadesi, si limitava ad estendere, a livello federale, la protezione accordata dalle singole leggi provinciali. A quest'ultimo proposito, è interessante notare come il *Trademarks Act* non dettasse alcuna procedura di registrazione delle indicazioni geografiche vitivinicole; erano, quindi, le Province stesse a disciplinare i vari passaggi amministrativi necessari per registrare i termini relativi ai loro vini e verificare il legame prodotto-territorio⁷¹⁴.

Tornando ad occuparci del CETA, si nota il ricorso alla (già criticata) tecnica dell'elencazione. In altri termini, il Canada si impegna a riservare un livello di protezione pari a quello che l'Accordo TRIPs detta, all'art. 23, con riguardo ai vini, solamente a quelle

⁷¹¹ A ben vedere, la provincia del Québec aveva introdotto una normativa sui generis alquanto simile a quella prevista per le DOP e le IGP europee. Sul punto e per un'analisi del "certification mark" canadese, si veda FERRARI, *La dimensione proprietaria delle indicazioni geografiche: uno studio di diritto comparato*, cit., pp. 41 e ss.

⁷¹² Si vedano, a tal proposito, i parr. 2.4 e 2.7 del presente Capitolo.

⁷¹³ Trademarks Act, R.S.C., 1985, c. T-13.

⁷¹⁴ Per un'analisi della disciplina canadese delle indicazioni geografiche vitivinicole, condotta tanto a livello federale, quanto a livello provinciale, si veda FERRARI, *La dimensione proprietaria delle indicazioni geografiche: uno studio di diritto comparato*, cit., pp. 100 e ss., il quale si occupa, in particolare, di due province canadesi: Ontario e British Columbia.

indicazioni geografiche europee di cui alla Parte A dell'Allegato 20-A⁷¹⁵. Si tratta, evidentemente, di un numero ben più ristretto rispetto a tutte le DOP e le IGP riconosciute su suolo europeo⁷¹⁶. A ciò si aggiunga che le indicazioni geografiche provenienti dall'Unione europea e (già) protette al momento della conclusione dell'Accordo, ma non contemplate dal testo finale, non potranno, in linea di principio, essere inserite, in seconda battuta, nella lista di cui all'Allegato sopra citato, mediante modifica dello stesso⁷¹⁷.

Al contempo, va riconosciuto che la lista di cui alla Parte A dell'Allegato 20-A contiene proprio quelle DOP e IGP europee economicamente più rilevanti per le esportazioni in Canada⁷¹⁸. Inoltre, l'estensione, a queste indicazioni geografiche, dello *standard* di protezione (più elevato) che l'Accordo TRIPs attribuisce unicamente ai vini, rappresenta, senza dubbio, un successo per l'Unione europea⁷¹⁹. Ne consegue, concretamente, che le DOP e le IGP europee elencate nel sopra citato Allegato verranno tutelate contro illecite appropriazioni, da parte di operatori attivi in Canada, indipendentemente dalla necessità di dimostrare un'induzione in errore dei consumatori, anche qualora venga svelata la vera origine del prodotto, l'indicazione in questione venga tradotta o accompagnata da espressioni atte a specificarne la natura di "imitazione dell'originale"⁷²⁰.

Purtroppo, però, la protezione delle indicazioni geografiche europee assume pienezza di contenuto, nei termini sopra esposti, solamente con riguardo ad un sottoinsieme di quelle elencate nella Parte A dell'Allegato 20-A. Sono molteplici, infatti, le eccezioni contemplate dal CETA al fine di mantenere lo *status quo* con riferimento a termini considerati, in territorio canadese, generici e che potranno, pertanto, continuare ad essere utilizzati anche

⁷¹⁵ Si vedano gli artt. 20.18 e 20.19 del CETA. Si specifica, per completezza, che la stessa protezione dovrà essere assicurata dall'Unione europea alle indicazioni geografiche canadesi elencate nella parte B dell'Allegato 20-A.

⁷¹⁶ Sono 171 le DOP e le IGP europee riguardate dal CETA; di queste, 41 sono italiane.

⁷¹⁷ L'art. 20.22 del CETA parrebbe, infatti, limitare le "aggiunte" alla lista delle indicazioni geografiche europee protette su suolo canadese unicamente a quelle registrate *dopo* la firma dell'Accordo stesso.

⁷¹⁸ O'CONNOR, *Geographical Indications in CETA, the comprehensive economic and trade agreement between Canada and the EU*, in *Riv. dir. alim.*, 2/2015, p. 65.

⁷¹⁹ ID, p. 64.

⁷²⁰ Cfr. art. 20.19, par. 3, CETA.

per prodotti che nulla hanno a che vedere con le rinomate indicazioni geografiche europee⁷²¹.

Sempre con riguardo al livello di protezione delle indicazioni geografiche europee, non può che essere vista con favore la disposizione del CETA che proibisce la registrazione di marchi, che contengano o siano costituiti da una di quelle indicazioni geografiche europee elencate nell'Allegato 20-A, Parte A, per prodotti che non siano originari del luogo indicato⁷²². Se non fosse che, all'Allegato 20-B, Parte A, vengono elencati alcuni termini, tra cui "Parmesan", per i quali non opera il divieto sopra esposto e che, quindi, potranno ancora, nonostante il CETA, essere oggetto di appropriazione monopolistica tramite marchio⁷²³.

Infine, con riguardo ai marchi canadesi "anteriori" alla data di entrata in vigore del CETA – ovvero a quelli la cui registrazione sia stata richiesta od ottenuta in buona fede, o i cui diritti siano stati acquisiti mediante l'uso in buona fede – viene introdotta la tanto elogiata "coesistenza": essi potranno continuare ad essere utilizzati, senza, però, pregiudicare il diritto all'impiego della corrispondente indicazione geografica da parte dei produttori europei⁷²⁴. Al contempo, tuttavia, si precisa che non potranno essere inserite nell'elenco delle indicazioni geografiche europee tutelate dal CETA quelle DOP e IGP, registrate successivamente alla firma dell'Accordo in esame, che siano identiche a un marchio precedentemente registrato in territorio canadese (o i cui diritti siano già stati acquisiti mediante uso in buona fede)⁷²⁵, attribuendo, così, "priorità" a quest'ultimo segno distintivo. Risulta, pertanto, evidente che la soluzione della coesistenza tra marchio antecedente e indicazione geografica non venga assunta, dal Canada, come base di un approccio generale, ma sia limitata a quelle specifiche DOP e IGP europee sulle quali si era raggiunto un accordo al momento della firma del CETA⁷²⁶.

⁷²¹ Si veda, a tale proposito, l'art. 20.21 del CETA.

⁷²² Art. 20.19, par. 6, CETA.

⁷²³ Art. 20.21, par. 11, lett. a), CETA.

⁷²⁴ Cfr. art. 20.21, par. 5, CETA.

⁷²⁵ Art. 20.22, par. 3, lett. a), CETA.

⁷²⁶ O'CONNOR, *op. ult. cit.*, p. 64.

Se ci fermassimo all'analisi del testo del CETA dovremmo concludere che – benché l'ottenimento della protezione per un numero (limitato) di indicazioni geografiche europee, prima considerate generiche in Canada, segni un punto a favore dell'Unione europea – l'approccio basato su una logica contingente ed utilitaristica, a beneficio di quelle (poche) DOP e IGP che detengono, da sole, una parte rilevante dell'*export*, finisce per minare alle basi la stessa idea che le indicazioni geografiche debbano essere collocate sul medesimo piano dei marchi, in quanto costituiscano un diritto della proprietà intellettuale autonomo e meritevole di protezione.

Tuttavia, le valutazioni sin qui condotte sarebbero inficiate da una certa incompletezza, se ci si limitasse all'esame del testo del CETA. Invero, l'applicazione (provvisoria) del CETA è stata accompagnata, sul piano interno Canadese, da una sostanziale modifica del *Trademarks Act*⁷²⁷, consistente nell'introduzione di un sistema *sui generis* di protezione delle indicazioni geografiche generalmente intese, estendendo, così, a tutti i prodotti agro-alimentari quel regime di favore già previsto per i vini (di cui si è dato brevemente atto nelle righe che precedono) e, addirittura, implementandolo. A ben vedere, lo stesso CETA, all'art. 20.50, conteneva l'impegno delle Parti a cooperare per lo scambio di informazioni ed *esperienze* anche in materia di indicazioni geografiche. La nuova disciplina canadese delle indicazioni geografiche costituisce, allora, un clamoroso caso di *legal transplant* se si considera il contesto Nord-Americano in cui si inserisce, tradizionalmente ostile a modelli di protezione delle indicazioni geografiche *sui generis*⁷²⁸. Non è, questa, la sede per un'approfondita analisi delle novità contenute nel *Canadian Trademarks Act*. Basti qui considerare che, diversamente da quanto avveniva a livello federale, limitatamente ai

⁷²⁷ Le modifiche al *Trademarks Act* canadese sono entrate in vigore il 21 settembre 2017, lo stesso giorno in cui si è dato il via all'applicazione provvisoria del CETA: sul punto, cfr. OMACHI, *A Tale of Two Approaches: Analysis of Responses to EU's FTA Initiatives on Geographical Indications (GIS)*, in 18 *Chi.-Kent J. Intell. Prop.* (2019), p. 187.

⁷²⁸ Tale considerazione viene svolta da FERRARI, *La dimensione proprietaria delle indicazioni geografiche: uno studio di diritto comparato*, cit., p. 51, limitatamente allo schema normativo introdotto in *Québec*, in quanto fortemente assimilabile alla disciplina europea di protezione delle DOP e delle IGP, ma si ritiene che essa conservi tutta la sua validità con riguardo al nuovo sistema federale canadese di registrazione e tutela delle indicazioni geografiche.

vini, il “nuovo” *Trademarks Act* definisce dettagliatamente il procedimento per la registrazione delle indicazioni geografiche in Canada e introduce la verifica, svolta a livello Ministeriale, dell’esistenza del legame prodotto-territorio. In altri termini, in netta rottura rispetto al precedente regime basato sui marchi (geografici) di certificazione, un’autorità pubblica canadese è, oggi, incaricata di valutare che le indicazioni geografiche, di cui viene chiesta la registrazione, si riferiscano a prodotti agroalimentari (vini inclusi) le cui qualità e caratteristiche (o la cui “semplice” reputazione) siano dovute essenzialmente all’ambiente geografico di riferimento⁷²⁹. Il procedimento di registrazione delineato nel nuovo *Trademarks Act* può essere utilizzato anche per ottenere riconoscimento e protezione, su suolo canadese, di quelle indicazioni geografiche europee già registrate in Europa al momento della firma del CETA, ma non incluse nel relativo Allegato, più volte citato. Viene, così, superata la sostanziale preclusione imposta dal CETA, nel cui testo si specificava che, in linea di principio, sarebbe stato possibile aggiungere all’elenco di cui all’Allegato 20-A solamente “nuove” indicazioni geografiche⁷³⁰.

Spostandoci, ora, a Oriente, un altro sistema giuridico in cui è stato “esportato” il modello europeo⁷³¹ è rappresentato dal Giappone, dove le indicazioni geografiche trovano, oggi, riconoscimento mediante segni *ad hoc*⁷³². Anche in questo caso, come in Canada,

⁷²⁹ Si veda la sezione 11.12, sottosezione 3, lett. e), del *Trademarks Act Canadese*.

⁷³⁰ Cfr. art. 20.22 CETA.

⁷³¹ Permangono, evidentemente, delle differenze rispetto alla normativa europea delle DOP e delle IGP, ma non è questa la sede per procedere ad un esame esaustivo della nuova disciplina giapponese in materia di indicazioni geografiche.

⁷³² *The Act on Protection of the Names of Specific Agricultural, Forestry and Fishery Products and Foodstuffs [Geographical Indication (GI) Act]* è stato promulgato il 25 giugno 2014 (poco più di un anno dopo l’avvio dei negoziati con l’Unione europea) ed è entrato in vigore il 1° giugno 2015. Le indicazioni geografiche vitivinicole godevano già di un sistema di protezione *sui generis*, risalente al 1994 e adottato, evidentemente, per dare attuazione agli impegni assunti con l’Accordo TRIPs: *Standard for Indication in Relation to Geographical Indications, December 28, 1994*, adottato in conformità al paragrafo 1 dell’articolo 86-6 della *Law Concerning Liquor Business Associations and Measures for Securing Revenue from Liquor Tax (Law No. 7 of 1953)*. La nuova normativa sulle indicazioni geografiche, oltre ad estendere tali segni *ad hoc* ai prodotti agro-alimentari diversi dal vino, applica loro il medesimo livello di protezione che l’Accordo TRIPs riserva, all’art. 23, ai vini, innalzando notevolmente lo *standard* di tutela “minimo” imposto in sede

l'introduzione di un sistema *sui generis* di protezione del legame prodotto-territorio è conseguito all'avvio del dialogo, con l'Unione europea, per la firma di un Accordo bilaterale ed è stato funzionale all'implementazione dell'Accordo stesso. Ci si riferisce all'Accordo di partenariato economico tra Unione europea e Giappone, entrato in vigore il 1° febbraio 2019⁷³³.

A differenza del CETA, l'Accordo con il Giappone riguarda anche le indicazioni geografiche vitivinicole e, su altro piano ma parimenti rilevante, elimina completamente i dazi applicati ai vini europei ivi importati⁷³⁴.

Per quanto riguarda, invece, gli elementi di similitudine, anche nell'Accordo con il Giappone viene adottata la tecnica dell'elencazione, che garantisce protezione, su suolo giapponese, ad una lista di indicazioni geografiche europee di cui all'Allegato 14-B⁷³⁵. Inoltre, così come nel CETA, si applica a tutte le indicazioni geografiche la tutela che l'Accordo TRIPs riserva, al suo art. 23, ai vini. Ancora una volta, dunque, l'Unione europea riesce, per il tramite delle negoziazioni bilaterali, ad ottenere quel miglioramento della

internazionale. Per un'analisi della normativa giapponese in materia di indicazioni geografiche si veda il sito del Ministero dell'Agricoltura giapponese (http://www.maff.go.jp/e/policies/intel/gi_act/), OMACHI, *op. cit.*, pp. 196 e ss. e VAN UYTSEL, *When Geographical Indications Meet Intangible Cultural Heritage: The New Japanese Act on Geographical Indications*, in *Geographical Indications at the Crossroads of Trade, Development, and Culture: Focus on Asia-Pacific*, edited by IRENE CALBOLI e NG-LOY WEE LOON, Cambridge University Press, 2017, pp. 508 e ss.

⁷³³ Si tratta di un Accordo ampio che non si occupa solamente di indicazioni geografiche, di agricoltura e di proprietà intellettuale ma riguarda, altresì, il commercio e lo sviluppo sostenibile, i servizi finanziari, la protezione dei dati e via dicendo. Si veda il Comunicato stampa "Entra in vigore l'accordo commerciale UE-Giappone", Bruxelles, 31 gennaio 2019, disponibile all'indirizzo https://europa.eu/rapid/press-release_IP-19-785_it.htm.

⁷³⁴ Si consideri che l'esportazione di vini europei in Giappone vale, oggi, circa un miliardo di euro: cfr. *Key elements of the EU-Japan Economic Partnership Agreement*, Brussels, 12 December 2018, https://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-18-6784_en.htm.

⁷³⁵ Si precisa che, allo stesso modo, l'Unione europea si impegna a salvaguardare le indicazioni geografiche giapponesi di cui al medesimo all'Allegato: v. art. 14.22, par. 3, dell'Accordo con il Giappone.

protezione delle indicazioni geografiche che, come i risultati deludenti di Doha dimostrano, non era riuscita ad imporre in sede multilaterale⁷³⁶.

Venendo, ora, agli aspetti che segnano una netta distanza con il CETA e con l'Accordo con gli Stati Uniti sul commercio del vino, occorre, da subito, dare rilievo al fatto che, nel testo negoziato con il Giappone, le Parti riconoscono, esplicitamente, la necessità di *istituire* (evidentemente, nel caso del Giappone) e mantenere un sistema di riconoscimento e protezione delle indicazioni geografiche che sia basato, tra le altre cose, sulla messa a punto di una *procedura amministrativa* per verificare che le qualità, le caratteristiche o la reputazione del prodotto, di volta in volta considerato, siano *essenzialmente* attribuibili al particolare ambiente geografico di provenienza⁷³⁷. Si tratta, a ben vedere, di una dichiarazione che assume un respiro ben più largo rispetto all'assunzione del mero e circostanziato impegno di salvaguardia delle indicazioni geografiche europee inserite in un'apposita lista, in quanto si rivela sintomatica di una piena adesione al modello *sui generis*, da sempre proposto dall'Unione europea.

Inoltre, anche nell'Accordo con il Giappone, l'Unione europea riesce ad ottenere protezione per alcuni nomi che, precedentemente, erano considerati generici dalla Controparte orientale⁷³⁸, ma, questa volta, l'utilizzo di tali termini viene riservato ai produttori europei senza tutte quelle eccezioni formalizzate nel CETA⁷³⁹. Al più, al fine di

⁷³⁶ Sul punto, si rinvia al par. 2.3 del presente Capitolo.

⁷³⁷ Art. 14.23, par. 2, lett. b), dell'Accordo con il Giappone.

⁷³⁸ A titolo di esempio, per il settore vitivinicolo, verranno riservate ai produttori europei le indicazioni geografiche “Champagne”, “Chablis”, “Chianti”, “Chianti classico”, “Barolo”, “Brunello di Montalcino”, “Prosecco”, “Lambrusco di Sorbara” e via dicendo. Sono, in totale, venticinque le indicazioni geografiche protette – anche nella loro traduzione/traslitterazione in giapponese – relative a vini italiani; diciannove le indicazioni geografiche riferite a prodotti alimentari diversi dal vino, tra cui, “Aceto balsamico di Modena”, “Bresaola della Valtellina”, “Prosciutto di San Daniele” ecc.: cfr. Allegato 14-B.

⁷³⁹ A ben vedere, dall'esame dell'Allegato 14-B, emerge come *alcune* indicazioni geografiche – tra quelle relative ai prodotti alimentari diversi dal vino – siano protette solo nella loro formulazione completa mentre possano continuare ad essere impiegati da chiunque termini corrispondenti a parti di dette indicazioni o a loro traduzioni: è il caso, questo, dell'indicazione geografica “Parmigiano Reggiano” la cui tutela, tuttavia, non copre l'utilizzo (anche tramite marchio) del nome “Parmesan”, considerato termine generico atto a designare un qualsiasi “formaggio duro”: si veda l'All. 14-B, p. 10, nota 4. Come accennato, quanto detto non riguarda

consentire agli operatori giapponesi di adeguarsi al nuovo “ordine”, si prevede un periodo transitorio di sette anni, dalla firma dell’Accordo – che si riduce a cinque per le indicazioni geografiche vitivinicole – durante il quale chi faceva un uso anteriore del segno, benché improprio, potrà continuare a farlo⁷⁴⁰.

Infine, l’Unione europea e il Giappone sembrano affrontare la questione della “coesistenza” tra un (eventuale) marchio anteriore, coincidente con una indicazione geografica di cui all’Allegato 14-B, e l’indicazione geografica stessa, in modo più ampio e più stabile rispetto a quanto si fece con il Canada⁷⁴¹. Nell’Accordo con il Giappone, tra i motivi a sostegno di un’eventuale opposizione all’inserimento di una indicazione geografica nell’Allegato 14-B – mediante modifica dello stesso, in un momento successivo all’entrata in vigore dell’Accordo in esame – viene citata l’asserita “genericità” del termine in questione⁷⁴² ma non anche l’esistenza di un marchio “anteriore” confliggente⁷⁴³, che, dunque, non parrebbe rappresentare un ostacolo alla protezione di entrambi i segni.

In conclusione, se si considera che l’adozione di un sistema *sui generis* di tutela delle indicazioni geografiche è avvenuta – su impulso dei negoziati avviati con l’Unione europea per la stipula dei rispettivi Accordi bilaterali – in Canada e Giappone, due Paesi che, insieme agli Stati Uniti, si erano addirittura opposti all’introduzione delle indicazioni geografiche come tema da affrontare nel contesto delle negoziazioni per la firma

in alcun modo le indicazioni geografiche vitivinicole, protette tanto nella loro interezza, quanto in relazione ai singoli termini che le compongono, a (ennesima) dimostrazione del trattamento di maggior favore che i vini si vedono solitamente riconoscere a livello internazionale.

⁷⁴⁰ In questi casi, tuttavia, dovrà comunque essere indicata, in modo chiaro e visibile, la vera origine geografica del prodotto: cfr. art. 14.29, parr. 1 e 2, dell’Accordo con il Giappone.

⁷⁴¹ Più precisamente, mentre la richiesta di registrazione di un marchio coincidente con una indicazione geografica di cui all’Allegato 14-B, presentata successivamente all’entrata in vigore dell’Accordo, deve essere rifiutata dalle Parti (art. 14.27, par. 1), l’esistenza di un marchio *anteriore* confliggente «non preclude in toto» la protezione dell’indicazione geografica interessata, benché essa potrà, eventualmente, essere subordinata a specifiche condizioni (art. 14.27, parr. 4 e 5).

⁷⁴² Continua, dunque, a rimanere priva di soluzione la situazione, più volte affrontata, che vede, il medesimo termine, generico in uno Stato, protetto come indicazione geografica in un altro.

⁷⁴³ Cfr. art. 14.30, parr. 1 e 2, dell’Accordo con il Giappone.

dell'Accordo TRIPs⁷⁴⁴, e che il Canada, per giunta, si colloca nell'area giuridica nord-americana, non può non rilevarsi, a giudizio di chi scrive, il sostanziale isolamento cui probabilmente andranno incontro gli Stati Uniti nel mantenere posizioni ideologicamente ostili al riconoscimento delle indicazioni geografiche come segno *ad hoc* della proprietà intellettuale.

CAPITOLO III

INDICAZIONI GEOGRAFICHE VITIVINICOLE E LORO DEMATERIALIZZAZIONE

SOMMARIO: 3.1 Le indicazioni geografiche e i nomi di dominio; 3.1.1 La *Policy* di ICANN e il Centro di Arbitrato e Mediazione dell'OMPI; 3.1.2 Il caso del Lambrusco e dello Champagne: spunti per una riflessione sull'oggetto delle indicazioni geografiche; 3.1.3 La posizione dell'OMPI; 3.1.4 I nomi di dominio di primo livello generici: *.wine* e *.vin*; 3.2 La vendita di vini *online*: inquadramento del fenomeno; 3.2.1 Gli obblighi informativi, la composizione extra-giudiziale delle controversie, il termine di consegna e la garanzia legale di conformità; 3.2.2 Le limitazioni al diritto di recesso applicabili al commercio elettronico di alimenti e la fornitura delle informazioni obbligatorie *ex art. 14, Reg. (UE) n. 1169/2011*; 3.2.3 Le informazioni volontarie e il principio di "non ingannevolezza"; 3.2.4 La vendita diretta dei prodotti agro-alimentari tramite *Internet*; 3.3 La tutela delle indicazioni geografiche nel *web*; 3.3.1 I *Wine kit* e l'evocazione delle indicazioni geografiche su *Internet*; 3.3.2 I controlli dell'ICQRF sul *web*; 3.3.3 La collaborazione con i grandi *players* del commercio elettronico e la titolarità delle indicazioni geografiche.

3.1 Le indicazioni geografiche e i nomi di dominio

Lo strumento che più ha contribuito alla globalizzazione dei mercati è stato, certamente, Internet. Per registrare un dominio e avere, così, la possibilità di essere individuato in ogni punto del globo, da chiunque si connetta alla rete, è sufficiente sostenere una modica spesa:

⁷⁴⁴ Cfr. ZAHUR, *The Geographical Indication Act 2013: Protection of Traditional Knowledge in Bangladesh with Special Reference to Jamdani*, in *Geographical Indications at the Crossroads of Trade, Development,*

in questo modo, ogni definizione spaziale di mercato è minata alla base e non è possibile delimitare geograficamente l'ambito competitivo di un'azienda. Si comprende, allora, la rilevanza dell'attribuzione dei *domain names*. In particolare, sono molto ambiti i domini che corrispondono a marchi registrati o a nomi che, pur non potendo essere registrati come marchi, godono di grande rinomanza. Proprio in questi casi, si pongono i maggiori problemi nello stabilire chi sia l'effettivo titolare del diritto alla registrazione del nome su Internet e quali rimedi possano essere esperiti contro nomi di dominio "abusivi"⁷⁴⁵.

Innanzitutto, occorre chiarire che, nel sistema dei nomi di dominio, gli indirizzi si dividono nei *Top level domains* (TLDs), composti da due o tre lettere, collocati all'estrema destra dell'indirizzo Internet e nei *Second level domains*, che si trovano a sinistra del *top level domain* e sono espressioni liberamente scelte dall'utente: sono, questi ultimi, gli elementi distintivi dell'indirizzo Internet e, pertanto, sono quelli che giuridicamente pongono i maggiori problemi. I domini di primo livello (TLDs) possono, tra le altre cose, identificare la nazione del dominio (ad esempio, *.it*, per l'Italia, *.fr*, per la Francia), oppure la sua natura commerciale (*.com*), governativa (*.gov*), di organizzazione (*.org*). In questi ultimi casi, si parla anche di domini "generici" (gTLDs) per distinguerli da quelli riferiti ai singoli Paesi. Nei domini di primo livello, dal 2011, è possibile annoverare anche le estensioni *.wine* e *.vin*, che hanno sollevato non poche preoccupazioni tra i produttori di vino a indicazione geografica⁷⁴⁶.

Non è chiaro nemmeno oggi quale sia il reale impatto che l'impressionante sviluppo del commercio su Internet e il conseguente crescente numero di nomi di dominio delegati ha sulla protezione delle indicazioni geografiche. Si pone, ancora una volta, il problema della

and Culture: Focus on Asia-Pacific, edited by IRENE CALBOLI e NG-LOY WEE LOON, Cambridge University Press, 2017, p. 441; sul punto, si rinvia al par. 2.2 del presente Capitolo.

⁷⁴⁵ VALENTE, *Le controversie relative alla registrazione ed all'utilizzo del Domain Name: l'arbitrato obbligatorio disciplinato da ICANN*, in VACCÀ (a cura di), *Nomi di dominio, marchi e copyright: proprietà intellettuale ed industriale in internet*, Milano, 2005, pp. 148 e 149.

⁷⁴⁶ In argomento si veda la trattazione di COPPOLA, *Tutela delle indicazioni geografiche e scambi internazionali: fra nomi di dominio e free trade agreements*, in *Riv. dir. alim.*, n. 4/2013, p. 66.

mancanza di una visione realmente condivisa, a livello internazionale, circa la natura giuridica delle indicazioni geografiche.

3.1.1 La *Policy* di ICANN e il Centro di Arbitrato e Mediazione dell'OMPI

L'ICANN (*Internet Corporation for Assigned Names and Numbers*) è un ente privato, senza fini di lucro, con sede legale in California, a Marina del Rey. È stato creato nell'ottobre del 1998 e tra le sue aree di operatività rientra l'amministrazione del sistema dei nomi di dominio di primo livello e generico. Nell'atto costitutivo si specifica che l'ICANN opera a beneficio dell'insieme della comunità Internet, svolgendo le sue attività in conformità ai principi del diritto internazionale, alle convenzioni internazionali e alle leggi locali applicabili, attraverso processi aperti e trasparenti che consentano il libero svolgimento della concorrenza e il libero ingresso nei mercati connessi con Internet⁷⁴⁷. ICANN disciplina un servizio di risoluzione arbitrale delle controversie inerenti ai nomi di dominio. L'ipotesi tipica è quella di un dominio di secondo livello (la parte, dell'indirizzo Internet, che ha maggiore capacità "distintiva") che coincida – o, comunque, sia idoneo a creare confusione – con un marchio di cui è titolare persona diversa da chi abbia registrato e utilizzi il nome di dominio in questione. Il 24 ottobre del 1999, ICANN ha adottato la *Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy* (in seguito, la *Policy*)⁷⁴⁸. L'Organizzazione mondiale per la proprietà intellettuale (OMPI)⁷⁴⁹ è accreditata presso ICANN come *dispute-resolution service provider*⁷⁵⁰: in questa veste, il Centro di Arbitrato

⁷⁴⁷ ZICCARDI, VITIELLO, *La tutela giuridica del nome di dominio: il nome di dominio nell'ordinamento giuridico italiano, in Unione europea e nella normativa internazionale; la procedura per la risoluzione alternativa delle dispute afferenti i nomi di dominio prevista da ICANN*, Modena, 2000, p. 72.

⁷⁴⁸ Congiuntamente alla *Policy*, sono state adottate anche le *Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy*, ovvero le regole procedurali da seguirsi per la correttezza della procedura arbitrale; cfr. <https://www.icann.org/resources/pages/help/dndr/udrp-en>.

⁷⁴⁹ Per brevi cenni sull'OMPI, si veda il par. 2.3.1 del Capitolo II.

⁷⁵⁰ I *providers* accreditati presso l'ICANN sono indicati all'indirizzo www.icann.org/udrp/approved-providers.htm.

e Mediazione dell'OMPI amministra un sistema arbitrale di risoluzione delle controversie che opera seguendo la *Policy*.

La *Policy* fissa i termini e le condizioni per dirimere una controversia che possa sorgere relativamente alla registrazione e all'utilizzo di un nome di dominio. In particolare, le regole stabilite dalla *Policy* – che vengono accettate dal soggetto che chiede la registrazione di un nome di dominio all'atto della sottoscrizione del relativo contratto con il *Registrar*, ovvero la società che si occupa della registrazione – prevedono che il registrante debba sottomettersi a un procedimento arbitrale nel caso in cui una terza parte, il ricorrente, dichiari dinanzi al *Provider* scelto (ad esempio, l'OMPI): a) che il nome di dominio che è stato registrato è identico, o simile, a un marchio commerciale (o a un marchio di servizio) sul quale l'attore ha diritto; b) che il soggetto che ha registrato il nome di dominio non ha alcun diritto o interesse legittimo con riferimento ad esso; c) che il nome di dominio contestato è stato registrato e viene usato in mala fede⁷⁵¹. Durante il procedimento arbitrale, il ricorrente deve dimostrare che tutti e tre questi elementi sono presenti⁷⁵².

Investito di una controversia, il Centro di Arbitrato e Mediazione dell'OMPI nominerà il *Panel* che si occuperà di dirimerla (composto solitamente da un solo arbitro o, in determinati casi, da tre arbitri) e che, al termine del procedimento, pronuncerà un lodo. Gli unici provvedimenti che il ricorrente può ottenere sono la cancellazione del dominio registrato e utilizzato in mala fede o il trasferimento della registrazione del nome di dominio a proprio favore.

Il procedimento, che si è brevemente descritto, trae la sua efficacia dalla rapidità con cui si conclude. Basti pensare che, salvo casi eccezionali, di regola non è prevista l'audizione delle parti⁷⁵³. Di questo sistema di risoluzione delle controversie inerenti ai nomi di dominio, tuttavia, non possono beneficiare i titolari di indicazioni geografiche, le quali non sono contemplate dalla *Policy* come valido titolo legale, *di per sé*, per azionare la tutela arbitrale.

⁷⁵¹ ZICCARDI, VITIELLO, *op. cit.*, p. 78.

⁷⁵² Paragrafo 4 (a) della *Policy*.

⁷⁵³ Su questo punto, si veda VALENTE, *op. cit.*, pp. 147 e ss.

3.1.2 Il caso del Lambrusco e dello Champagne: spunti per una riflessione sull'oggetto delle indicazioni geografiche

Il 29 aprile 2016, il Centro di Arbitrato e Mediazione dell'OMPI ha emesso una decisione relativa al nome di dominio "*lambrusco.wine*"⁷⁵⁴. Il procedimento arbitrale si è, pertanto, svolto secondo la *Policy* implementata da ICANN.

Il nome di dominio controverso è stato registrato il 26 gennaio 2016 da un ente spagnolo. A seguito di ciò, il 5 febbraio 2016, le associazioni responsabili della gestione e della tutela dell'indicazione geografica "Lambrusco" – il "Consorzio Vini Mantovani", il "Consorzio per la Tutela dei Vini Reggiano e Colli di Scandiano e di Canossa" e il "Consorzio Tutela del Lambrusco di Modena" – hanno inoltrato un ricorso all'OMPI, chiedendo il trasferimento del nome di dominio "*lambrusco.wine*" al "Consorzio Tutela del Lambrusco di Modena".

Per le ragioni che si specificheranno, ai fini dell'accoglimento della domanda di trasferimento, è stata fondamentale la circostanza che il nome "Lambrusco" non fosse protetto *unicamente* come indicazione geografica ma, altresì, in quanto marchio collettivo dei Consorzi ricorrenti, oltre a essere stato riconosciuto come marchio in diverse giurisdizioni nazionali, tra cui quella spagnola⁷⁵⁵.

Con la decisione del 29 aprile, il *Panel* (composto da un unico arbitro) ha accolto le pretese dei ricorrenti e ha disposto il trasferimento del nome di dominio a favore del "Consorzio Tutela del Lambrusco di Modena", avendo ritenuto sufficientemente provata la ricorrenza

⁷⁵⁴ Case No. D2016-0381; il testo della decisione è disponibile all'indirizzo <http://www.wipo.int/amc/en/domains/search/text.jsp?case=D2016-0381>.

⁷⁵⁵ Si aggiunga, che il marchio collettivo "Lambrusco" è stato registrato anche presso il Trademark Clearinghouse (TMCH). Si tratta di un sistema, sviluppato da ICANN, che consente ai titolari di marchi registrati di inviare i dati a essi relativi in un unico database centralizzato, offrendo, così, maggiori garanzie di protezione contro eventuali condotte usurpative. Invero, un primo vantaggio consiste nel fatto che i titolari di marchi inseriti nel TMCH potranno registrare nomi di dominio a essi corrispondenti con priorità assoluta durante la fase di "pre-lancio", prima, cioè, che siano disponibili al pubblico. Inoltre, attraverso il servizio di notifica associato al TMCH, chi avrà inserito i dati del proprio marchio nel database, verrà avvisato in caso di registrazioni di nomi di dominio identici o confusamente simili a esso: cfr. <https://newgtlds.icann.org/en/about/trademark-clearinghouse>.

delle predette tre condizioni congiuntamente richieste dal paragrafo 4 (a) della *Policy*, e segnatamente: il carattere identico o confondibile del nome di dominio rispetto al marchio sul quale gli attori hanno diritto⁷⁵⁶; l'assenza di alcun diritto o interesse legittimo del soggetto che ha registrato il nome di dominio sullo stesso; la registrazione e l'utilizzazione del nome di dominio in mala fede.

Il *Panel* ha riscontrato la totale identità tra il dominio di secondo livello e il marchio dei Consorzi ricorrenti. L'unica differenza si riferisce al nome di dominio generico di primo livello “.wine”, che non è, comunque, a giudizio del *Panel*, sufficiente per evitare il rischio di confusione, ma, anzi, è idoneo a incrementarlo, considerando che si trova in stretta relazione con l'attività svolta dalle ricorrenti.

Con riguardo alla seconda e alla terza condizione, al *Panel* non risulta che il titolare del nome di dominio (il quale, peraltro, non ha mai contestato le allegazioni dei ricorrenti) possa vantare diritti di marchio sul termine “Lambrusco”, né che abbia la qualifica di licenziatario, distributore o rappresentante autorizzato dai Consorzi. Inoltre, il fatto che non sia stata effettuata alcuna offerta di prodotti o servizi in buona fede – dal momento che il sito corrispondente al nome di dominio contestato non risultava in uso prima dell'inizio della controversia – e che, successivamente alla notifica del ricorso, onde simulare la presenza di diritti o interessi legittimi sul nome di dominio, il contenuto del sito sia stato modificato⁷⁵⁷, denotano, secondo il *Panel*, una mala fede riscontrabile, non solo al momento della registrazione dello stesso, ma, altresì (come richiesto dalla *Policy*), nell'uso concreto che ne è stato fatto.

A sostegno della propria decisione di trasferire il nome di dominio al “Consorzio tutela del Lambrusco di Modena”, il *Panel* ha ricordato che la *Policy* ammette l'uso dei marchi collettivi come titolo valido per ottenere la tutela da essa prevista contro nomi di dominio

⁷⁵⁶ Più in generale, sulla giurisprudenza in materia di evocazione, anche con riguardo al conflitto tra indicazioni geografiche e nomi di dominio, cfr. GUALTIERI, VACCARI, CATIZZONE, *op. cit.*, pp. 29 e ss.

⁷⁵⁷ In particolare, alla data della decisione, il nome di dominio si riferiva a una pagina in corso di elaborazione, con titolo «LAMBRUCO WINE» (senza la lettera “s”) e un menù con tre opzioni che riproducevano testi copiati da Wikipedia relativi all'uva utilizzata per la produzione del Lambrusco, alla storia del Lambrusco e al vino Lambrusco, unitamente a varie foto.

illegittimi. Le indicazioni geografiche, invece, non sono di per sé contemplate dalla *Policy*. Il caso del nome di dominio “*lambrusco.wine*” ne è dimostrazione, in quanto i Consorzi ricorrenti hanno visto soddisfatte le proprie pretese poiché potevano fare affidamento su un marchio collettivo registrato.

A tal proposito, vi è un'altra decisione dell'OMPI, del 21 giugno 2011⁷⁵⁸, che torna utile richiamare in alcuni suoi punti, perché, specularmente rispetto alla decisione sul Lambrusco, si incentra sull'inidoneità delle indicazioni geografiche ad azionare la tutela prevista dalla *Policy*. Ricorrente, in questo caso, era il *Comité Interprofessionnel du vin de Champagne*, che si rivolgeva all'OMPI sostenendo l'illegittimità del nome di dominio “*champagne.co*”, allegando documenti comprovanti che l'indicazione geografica “Champagne” – per la sua reputazione strettamente collegata al territorio della regione omonima francese, per gli ingenti e numerosi investimenti finalizzati alla promozione del vino sostenuti dal Consorzio e, non da ultimo, per il riconoscimento e la tutela ad essa accordata dal diritto europeo come “vino a denominazione di origine protetta” – dovesse essere, a buon diritto, considerata un marchio di fatto, non registrato, di cui il Consorzio aveva la titolarità⁷⁵⁹.

Il *Panel*, in questo caso, ha rigettato il ricorso. Infatti, pur ammettendo l'esistenza di diritti sull'indicazione geografica “Champagne” a favore del *Comité*, ha, comunque, escluso che i diritti che sorgono in virtù del riconoscimento di una denominazione di origine siano sufficienti per azionare la tutela prevista dal paragrafo 4 (a) della *Policy*: è stato, quindi,

⁷⁵⁸ Case No. DCO2011-0026; il testo della decisione è disponibile all'indirizzo <http://www.wipo.int/amc/en/domains/search/text.jsp?case=DCO2011-0026>.

⁷⁵⁹ In particolare, il *Comité* ricorrente ha richiamato l'art. 118 *quaterdecies* del Reg. (CE) n. 491/2009, nella parte in cui stabilisce che «2. Le denominazioni di origine protette e le indicazioni geografiche protette e i vini che usano tali denominazioni protette in conformità del relativo disciplinare sono protette contro: a) qualsiasi uso commerciale diretto o indiretto di un nome protetto: [...] ii) nella misura in cui tale uso sfrutti la notorietà di una denominazione di origine o di una indicazione geografica». Il contenuto di tale articolo è il medesimo dell'art. 103 del Reg. (UE) n. 1308/2013, oggi vigente. Sull'evoluzione normativa in materia di DOP e IGP e sulla protezione accordata dal diritto europeo a tali segni distintivi, si vedano i parr. 1.2 – 1.3 e il par. 1.7 del Capitolo I.

nuovamente ribadito che le indicazioni geografiche, in quanto tali, esulano dal suo ambito applicativo.

Inoltre, il *Panel* ha ritenuto che, dall'indicazione geografica "Champagne", non si potesse dedurre l'esistenza di un marchio non registrato e dei relativi diritti. Il *Panel* muove dalla considerazione che le indicazioni geografiche non svolgono la fondamentale funzione del marchio, ovverosia quella di distinguere i prodotti o i servizi di un operatore da quelli di un altro: l'indicazione geografica "Champagne" non sarebbe idonea a distinguere il vino di un produttore di Champagne dal vino di un altro produttore di Champagne. Per quanto ogni indicazione geografica diventi, inevitabilmente, distintiva della reputazione e delle qualità associate a un prodotto, il *Panel* è persuaso che questa non sia il tipo di "capacità distintiva acquisita" richiesta al marchio per lo scopo della *Policy*.

Da quanto esposto risulta evidente che la riflessione sull'oggetto specifico delle indicazioni geografiche e, conseguentemente, sull'opportunità di darvi protezione, rappresenti una questione ancora irrisolta, che si pone su un piano addirittura precedente a quello normativo⁷⁶⁰.

La funzione primaria delle indicazioni geografiche è quella di proteggere e promuovere il *nesso* esistente tra le qualità, le caratteristiche o la reputazione del prodotto e la sua origine territoriale⁷⁶¹. Il territorio è elemento attivo, in grado di determinare la qualità, le caratteristiche o la reputazione di un prodotto, attraverso l'interazione dialogica dei fattori naturali e umani che vi operano. Così, l'oggetto delle indicazioni geografiche è rinvenibile nella relazione tra le caratteristiche fisiche, chimiche e, più genericamente, naturali, proprie di un certo luogo, e il prodotto che da quel luogo trae origine. Allo stesso tempo, le pratiche tradizionali, la cultura e valori locali vengono considerati fattori (umani) che contribuiscono in misura significativa a delineare l'oggetto di protezione delle indicazioni geografiche⁷⁶².

⁷⁶⁰ COPPOLA, *op. cit.*, p. 66.

⁷⁶¹ Per considerazioni più approfondite sul *terroir* e sul suo valore concorrenziale, si veda il par. 1.3 del Capitolo I.

⁷⁶² FERRARI, *Il nesso fra origine geografica e qualità dei prodotti agroalimentari: i diversi modelli di tutela europei e nordamericani*, cit., pp. 192 e 193.

Gli elementi che connotano le indicazioni geografiche – e che si sono, fin qui, sommariamente esposti – sono rinvenibili anche nell'Accordo TRIPs⁷⁶³, il quale attribuisce alle indicazioni geografiche meritevolezza di protezione in quanto diritti di proprietà intellettuale autonomi rispetto agli altri, marchi compresi.

Diversamente, come si è già avuto modo di precisare, la *Policy* di ICANN ignora le indicazioni geografiche nella loro veste di segni distintivi: di conseguenza, chi desidera far valere il nesso qualità-origine e i diritti che questo legame con il territorio fa sorgere, dovrà ricorrere allo strumento del marchio. Si percepisce, *ictu oculi*, l'analogia con l'impostazione statunitense⁷⁶⁴, dove non si rinviene alcun riconoscimento dell'indicazione geografica come segno distintivo *sui generis*, ma essa viene tutelata attraverso il marchio⁷⁶⁵.

3.1.3 La posizione dell'OMPI

In base al paragrafo 4 (a) della *Policy* di ICANN, il sistema di risoluzione delle controversie in via arbitrale è esperibile solo per domande basate su marchi i cui diritti siano sorti in un momento precedente alla registrazione del nome di dominio controverso. Di conseguenza, le indicazioni geografiche non possono essere invocate nel contesto della *Policy*, nonostante i nomi di dominio vengano, talvolta, registrati e utilizzati in maniera decettiva.

In una comunicazione del 18 marzo 2014, le Delegazioni della Repubblica Ceca, Germania, Ungheria, Italia, Repubblica della Moldavia e Svizzera, hanno trasmesso all'*International Bureau* dell'Organizzazione mondiale per la proprietà intellettuale una proposta riguardante

⁷⁶³ Ci si riferisce, in particolare, alla definizione di indicazione geografica di cui all'art. 22, par. 1, dell'Accordo TRIPs: sul punto, si rimanda al par. 2.2 del Capitolo II.

⁷⁶⁴ Per un esame degli strumenti predisposti dall'ordinamento statunitense per la protezione delle indicazioni geografiche, si veda il par. 2.4 del Capitolo II.

⁷⁶⁵ FERRARI, *Il nesso fra origine geografica e qualità dei prodotti agroalimentari: i diversi modelli di tutela europei e nordamericani*, cit., p. 145. È bene precisare che ICANN è, da sempre, esposto a critiche di parzialità per la forte influenza statunitense. Anche per questo motivo, è stato creato il GAC (*Government Advisory Committee*), un comitato consultivo composto dai governi di diversi Paesi (*infra*).

la protezione delle indicazioni geografiche e dei «*country names*» nel sistema dei nomi di dominio Internet (*Domain Name System*, DNS)⁷⁶⁶. Successivamente, hanno chiesto e ottenuto di essere inseriti fra i promotori della suddetta proposta la Francia, la Spagna, il Portogallo e la Polonia.

Gli Stati proponenti evidenziano la necessità di modificare la *Policy* di ICANN, estendendone l'ambito di applicazione ai casi di registrazione e uso di nomi di dominio a danno delle indicazioni geografiche. Infatti, in assenza di adeguati meccanismi di protezione nel sistema dei nomi di dominio, il rischio di violazioni di questi diritti di proprietà intellettuale aumenta considerevolmente. Per questi Paesi, dunque, sarebbe auspicabile il riconoscimento delle indicazioni geografiche come titolo valido, di per sé, per presentare ricorso dinanzi al Centro di Arbitrato e Mediazione dell'OMPI.

La proposta richiama alcune valutazioni effettuate nel corso del *Second WIPO Internet Domain Name Process*, il cui scopo consisteva nell'esaminare la problematica della registrazione e dell'utilizzo in mala fede di nomi di dominio consistenti in identificatori diversi dai marchi, tra cui le indicazioni geografiche⁷⁶⁷. Orbene, in quell'occasione, diversi commentatori hanno sottolineato come la limitatezza dello scopo della *Policy* sia di ostacolo alla tutela dei legittimi interessi degli aventi diritto su tali segni. Nonostante questa "presa di coscienza", il *Second WIPO Internet Domain Name Process* si è concluso senza che si ritenesse opportuna una raccomandazione circa l'estensione dell'ambito di

⁷⁶⁶ SCT/31/8 REV.5, MARCH 23, 2015, http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_35/sct_31_8_rev_5.pdf.

⁷⁶⁷ Il *Second WIPO Internet Domain Name Process* ha avuto ufficialmente inizio il 10 luglio 2000, per affrontare le questioni che non erano state discusse in occasione del *First WIPO Internet Domain Name Process* (il cui *Final Report* è stato pubblicato nell'aprile del 1999). Il *Second WIPO Internet Domain Name Process* ha avviato una serie di consultazioni con le parti interessate, che si sono svolte sia online, sia mediante l'organizzazione di riunioni e incontri dedicati; cfr. <http://www.wipo.int/amc/en/processes/process2/>.

applicazione della *Policy* alle indicazioni geografiche. Al riguardo, torna utile ripercorrere brevemente i profili principali della relazione finale⁷⁶⁸, pubblicata il 3 settembre 2001.

Il dibattito prende le mosse dall'esistenza acclarata di casi di illegittima registrazione e utilizzo di nomi di dominio, a detrimento dei diritti relativi alle indicazioni geografiche, da parte di soggetti che non avrebbero titolo per impiegare a scopi commerciali le denominazioni in questione. La possibilità di registrare le indicazioni geografiche come nomi di dominio discende direttamente dall'applicazione della regola "*first-come, first-served*", che non comporta adeguate verifiche sulle domande di registrazione in termini di una loro potenziale lesività verso terzi aventi diritto⁷⁶⁹.

Di rilievo per il settore vitivinicolo è la posizione espressa dall'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino (OIV)⁷⁷⁰, riproposta nella relazione dell'OMPI⁷⁷¹. L'OIV è intervenuta in occasione del *Second WIPO Internet Domain Name Process*, presentando uno studio che denunciava numerosi casi di appropriazione illegittima di indicazioni geografiche da parte di soggetti che, senza averne titolo, registrano nomi di dominio a queste corrispondenti. Alla luce di ciò, l'OIV auspica che alle indicazioni geografiche venga riconosciuta, nel sistema dei nomi di dominio, la stessa protezione pacificamente accordata ai marchi. A tal proposito, nella relazione stilata dall'OMPI, si ammette che i casi esemplari forniti dall'OIV rivelano l'esistenza di pratiche abusive, concernenti la registrazione di indicazioni geografiche come nomi di dominio, non dissimili da quelle che si sono potute osservare in relazione ai marchi e che hanno portato

⁷⁶⁸ *The recognition of rights and the use of names in the Internet Domain Name System* - Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, 3 September 2001 (in seguito: "La Relazione"); il testo della relazione è disponibile all'indirizzo <http://www.wipo.int/amc/en/processes/process2/report/html/report.html>.

⁷⁶⁹ Nel momento della richiesta di registrazione del nome di dominio, il registrante dichiara che il nome di dominio in questione non viola i diritti di una terza parte, non viene registrato con scopi illegali, né verrà utilizzato volontariamente in violazione dei diritti di altri soggetti (par. 2 della *Policy*). Di conseguenza, la responsabilità di determinare se la registrazione del nome di dominio viola i diritti di qualcun altro è lasciata a chi chiede la registrazione: cfr. ZICCARDI, VITIELLO, *op. cit.*, p. 76.

⁷⁷⁰ Per brevi cenni sull'OIV, si rimanda al par. 2.6 del Capitolo II.

⁷⁷¹ Punto 225 della Relazione.

all'adozione della *Policy*, proprio per risolvere situazioni di conflitto tra questi e i nomi di dominio⁷⁷².

Si tratta, in particolare: 1) della registrazione di un nome di dominio corrispondente a una indicazione geografica allo scopo principale di offrirlo, a un prezzo più elevato di quello della registrazione, a chi può vantare diritti su di essa (ad esempio, al Consorzio incaricato della sua gestione) e ottenere, così, un vantaggio economico; 2) dell'utilizzo di un nome di dominio corrispondente a una indicazione geografica in connessione a prodotti che non beneficiano dell'indicazione stessa, creando un rischio di confusione nei consumatori circa le qualità, le caratteristiche o la reputazione dei prodotti in questione; 3) dell'impiego di un nome di dominio corrispondente a una indicazione geografica allo scopo di attrarre utenti Internet al proprio sito *web*, il cui contenuto non ha nulla a che vedere con l'indicazione geografica usurpata; 4) della registrazione di un nome di dominio corrispondente a una indicazione geografica con l'obiettivo di impedire ad altri la registrazione del medesimo nome.

Nonostante riconosca che simili condotte dispiegano un potenziale lesivo, non solo per l'impianto delle indicazioni geografiche, ma anche per la stessa credibilità e affidabilità del sistema di gestione dei nomi di dominio⁷⁷³, la relazione in esame ritiene che non vi sia, nel diritto internazionale vigente, una solida e chiara base legale che possa essere applicata al sistema dei nomi di dominio Internet per garantire protezione alle indicazioni geografiche in questo contesto. Gli elementi di protezione delle indicazioni geografiche previsti negli Accordi multilaterali che si sono occupati della materia, non costituiscono un sistema completo, applicato in modo uniforme a livello mondiale.

A tal proposito, sono state richiamate le disposizioni contenute nella Parte II, Sezione III, dell'Accordo TRIPs, dedicata, appunto, alle indicazioni geografiche. Innanzitutto, nella relazione⁷⁷⁴ si osserva che queste regole riguardano il commercio delle merci e necessiterebbero degli opportuni adattamenti per trovare profittevole applicazione alle problematiche peculiari che si pongono in relazione all'utilizzo abusivo delle indicazioni

⁷⁷² Punto 227 della Relazione.

⁷⁷³ Punto 238 della Relazione.

⁷⁷⁴ Punto 240 della Relazione.

geografiche nell'ambito dei nomi di dominio Internet. Infatti, si obietta che, nei casi in cui non ci sia alcuna relazione tra il nome di dominio (corrispondente a una indicazione geografica) e il commercio di beni, la normativa vigente in ambito internazionale non si rivela di alcuna utilità e offre, pertanto, una soluzione soltanto parziale alla gamma degli abusi che si possono verificare a danno delle indicazioni geografiche nel sistema dei nomi di dominio.

Inoltre, le disposizioni sulle indicazioni geografiche di cui all'Accordo TRIPs – che dettano uno *standard* minimo di tutela, lasciando gli Stati liberi di scegliere i metodi ritenuti più appropriati per darvi effettività – sono state, in effetti, implementate dai singoli ordinamenti attraverso approcci normativi profondamente diversi tra loro, che comprendono: sistemi *sui generis*, con meccanismi di registrazione delle indicazioni geografiche; il ricorso a marchi collettivi o di certificazione; leggi contro la concorrenza sleale; *passing-off*; normative sulla protezione dei consumatori⁷⁷⁵. A livello internazionale, quindi, il tema che si impone è come questi diversi regimi interagiscono tra di loro, considerando che uno stesso termine potrebbe essere considerato specifico e distintivo in un sistema giuridico e, all'opposto, generico o meramente descrittivo in un altro⁷⁷⁶. In altre parole, stando alla relazione dell'OMPI, la difficoltà di individuare la legge applicabile pone significativi ostacoli all'applicazione della *Policy* nel settore delle indicazioni geografiche.

Per questi motivi, l'OMPI⁷⁷⁷ esclude che vi siano i presupposti per estendere lo scopo della *Policy* alle indicazioni geografiche e invita la Comunità internazionale ad avviare discussioni multilaterali per definire le circostanze in cui la registrazione di una indicazione geografica come nome di dominio dovrebbe essere vietata e individuare i meccanismi giuridici per realizzare un mutuo riconoscimento delle indicazioni geografiche protette, superando, così, le divergenze nelle normative adottate dai singoli Stati in relazione a questo particolare diritto della proprietà intellettuale. In altri termini, il precipitato del *Second WIPO Internet Domain Name Process* può essere sintetizzato come segue: fintanto

⁷⁷⁵ Punto 209 della relazione.

⁷⁷⁶ Il problema della genericità (o volgarizzazione) è stato ampiamente affrontato nel Capitolo II; si vedano, in particolare, i parr. 2.2 e 2.4 del Capitolo II.

⁷⁷⁷ Punto 244 della Relazione.

che, in ambito internazionale, non verrà adeguatamente implementata la disciplina delle indicazioni geografiche, non vi sono i presupposti per introdurre nuove regole nella *Policy* e ricomprenderle nel suo raggio d'azione.

Pertanto, *rebus sic stantibus*, i termini geografici potranno ricevere protezione ai sensi della *Policy* a condizione che il ricorrente dimostri di avere diritti sull'uso dell'indicazione geografica – in quanto precedentemente registrata come marchio, magari collettivo – o che il termine sia stato utilizzato come marchio di fatto, avendo acquisito capacità distintiva (c.d. *secondary meaning*)⁷⁷⁸. Tuttavia, per i Consorzi di tutela delle indicazioni geografiche, riuscire a provare l'esistenza di diritti su un marchio non registrato, potrebbe rivelarsi un'operazione problematica, attesa la difficoltà di sostenere un *secondary meaning* in relazione a termini che vengono, in alcuni ordinamenti, considerati meramente descrittivi, genericamente atti ad individuare un'intera categoria di prodotti e, quindi, privi di forza distintiva⁷⁷⁹.

I ricorrenti contro nomi di dominio usurpativi potranno, in ogni caso, esperire la via “tradizionale” del contenzioso giudiziale. In questa sede, i produttori di indicazioni geografiche e i Consorzi che li rappresentano, possono invocare le norme nazionali e internazionali che tutelano i loro legittimi interessi⁷⁸⁰. Va detto, tuttavia, che, in tema di nomi di dominio, il ricorso al processo giudiziale è, spesso, considerato “l'ultima spiaggia”, innanzitutto per via dei costi e delle tempistiche che comporta. A ciò si aggiunga, poi, la questione del foro⁷⁸¹ e della legge applicabile. Quest'ultimo aspetto rappresenta un nodo

⁷⁷⁸ Questione analoga ha riguardato il caso, sopra brevemente esaminato, del nome di dominio “*champagne.co*” (v. par. 3.1.2 del presente Capitolo).

⁷⁷⁹ *WIPO Overview of WIPO Panel Views on Selected UDRP Questions*, Second Edition (“WIPO Overview 2.0”), <http://www.wipo.int/amc/en/domains/search/overview2.0/>.

⁷⁸⁰ Per quanto riguarda il diritto europeo e, in particolare, le indicazioni geografiche vitivinicole, si potrà invocare l'art. 103 del Reg. (UE) n. 1308/2013, che detta il contenuto della protezione dei vini DOP/IGP: si veda il par. 1.7 del Capitolo I e, per la sua applicazione alle condotte perpetrate sul *web*, i parr. 3.3 e ss. di questo stesso Capitolo.

⁷⁸¹ Per determinare la corte competente (c.d. giurisdizione condivisa) si farà riferimento alla sede dell'ufficio principale del *Registrar* – a condizione che ciò sia previsto nel contratto di registrazione – oppure al luogo in

particolarmente sensibile per quanto concerne le indicazioni geografiche. Infatti, se le diverse normative nazionali in materia di marchi possono essere considerate, sostanzialmente, equivalenti tra di loro, lo stesso non può dirsi in relazione alle indicazioni geografiche, data la vasta gamma di approcci e soluzioni normative che gli Stati hanno adottato in attuazione delle (poco stringenti) disposizioni dell'Accordo TRIPs⁷⁸².

3.1.4 I nomi di dominio di primo livello generici: *.wine* e *.vin*

A questo punto, merita di essere brevemente approfondita la questione dei nomi di dominio di primo livello generici (in seguito: gTLD), *.wine* e *.vin*.

La decisione del *Panel* del Centro di Arbitrato e Mediazione dell'OMPI, investito della controversia avente a oggetto il nome di dominio "www.lambrusco.wine", si sofferma sul punto laddove, nell'effettuare la valutazione circa il carattere identico del nome di dominio con l'indicazione geografica "Lambrusco", individua nell'estensione *.wine* l'unica differenza riscontrabile tra i due segni. A giudizio dell'Arbitro, tuttavia, ciò non sarebbe sufficiente a scongiurare il rischio di confusione ma, al contrario, sarebbe idoneo a incrementarlo considerevolmente: il gTLD *.wine*, trovandosi in stretta relazione con l'attività svolta dai Consorzi ricorrenti, costituirebbe un'aggravante nel caso di specie.

Astraendo dalla vicenda in esame, la problematica che ruota attorno ai gTLD *.wine* e *.vin* trae origine dalla decisione dell'ICANN di lanciare, nel 2011, un programma per l'assegnazione di nuovi gTLD, con l'obiettivo di aumentare le possibilità di scelta

cui il titolare del nome di dominio dichiara di avere il proprio domicilio come indicato nel database *Who Is* tenuto dal *Registrar*: cfr. VALENTE, *op. cit.*, p. 155.

⁷⁸² GERIEN, PASSARELLI, *Challenges for Geographical Indications (GIs) in the context of the ICANN new generic Top-Level Domains (gTLDs)*, oriGIn – Organization for an International Geographical Indications Network, 2016, p. 36, http://www.origin-gi.com/images/stories/PDFs/English/oriGIn_Publications_2010/GI_gTLDs_JAN2016_WEB_VERSION.pdf. oriGIn (*Organization for an International Geographical Indications Network*) è un'organizzazione non governativa, fondata nel 2003, con sede a Ginevra, che si occupa di rappresentare gli interessi dei produttori di indicazioni geografiche e delle associazioni dedicate alla promozione e tutela di questo particolare segno della proprietà intellettuale: www.origin-gi.com.

all'interno del sistema dei nomi di dominio e, conseguentemente, di accrescere la concorrenza in questo ambito⁷⁸³. Infatti, lo sviluppo del commercio elettronico ha conferito ai nomi di dominio un ruolo fondamentale nell'attrarre gli utenti di Internet, consumatori "in potenza".

Nel 2012, tre società, estranee al settore del vino, hanno chiesto l'assegnazione di questi domini (.wine e .vin), creando non pochi contrasti tra l'ICANN, la cui posizione, fin da subito, è stata quella di non negarne la concessione, e le associazioni che tutelano gli interessi dei produttori di vini contrassegnati con un'indicazione geografica – europei in testa, ma anche californiani – preoccupate che il nuovo sistema potesse favorire la comparsa di siti fuorvianti per i consumatori.

In questa vicenda, è intervenuto anche il GAC (*Governmental Advisory Committee*), un comitato consultivo dell'ICANN, composto dai rappresentanti governativi di diversi Paesi e da organizzazioni internazionali, che fornisce regolarmente raccomandazioni e pareri circa l'opportunità di concedere o, eventualmente, rifiutare, l'assegnazione di un determinato gTLD. All'interno di questo consesso, si è registrata una profonda discordanza tra i governi degli Stati Uniti e dell'Australia, da una parte, e l'Unione europea (capofila di un gruppo di diversi Paesi), dall'altra, sul fatto che vi fossero o meno sufficienti garanzie di protezione per le indicazioni geografiche nel contesto dei nuovi gTLDs e, in particolare, delle estensioni .wine e .vin, considerate particolarmente sensibili quanto al rischio di appropriazione indebita della reputazione connessa a determinati vini.

Vista l'impossibilità di raggiungere una determinazione consensuale tra i membri del GAC, l'ICANN ha commissionato un'analisi legale indipendente, proprio in relazione alle obiezioni sollevate riguardo ai domini .wine e .vin. La relazione finale⁷⁸⁴, si conclude affermando che non esiste alcun principio del diritto internazionale sulla proprietà intellettuale e, in particolare, sulle indicazioni geografiche, che obblighi l'ICANN a

⁷⁸³ Sul tema, si veda COPPOLA, *op. cit.*, pp. 67 e ss.

⁷⁸⁴ Relazione elaborata da Jérôme Passa, Professore di giurisprudenza all'Università Panthéon-Assas di Parigi.

rigettare le domande di assegnazione dei domini in questione avanzate dalle società richiedenti⁷⁸⁵.

Considerata la portata della questione per gli interessi dei produttori di vini contrassegnati con una indicazione geografica, il GAC, nel Comunicato emesso al termine della quarantanovesima riunione, tenutasi a Singapore dal 22 al 27 marzo 2014⁷⁸⁶, ha raccomandato all'ICANN di sospendere momentaneamente la procedura di assegnazione dei domini *.wine* e *.vin*, in modo tale da incoraggiare il raggiungimento di un accordo tra le società richiedenti e le associazioni a difesa delle indicazioni geografiche vitivinicole. L'ICANN ha accolto il suggerimento del GAC di procedere con maggior cautela e ponderazione⁷⁸⁷, decisione, questa, valutata positivamente dalla Commissione europea, preoccupata che la libera assegnazione dei domini *.wine* e *.vin* potesse rappresentare un rischio per l'integrità di un settore fondamentale del Vecchio Continente⁷⁸⁸.

Nel novembre 2014, la società Donuts ha vinto l'asta per aggiudicarsi la gestione dei domini *.wine* e *.vin*⁷⁸⁹ e, nel giugno 2015, ha raggiunto un accordo privato⁷⁹⁰ con l'Efow, la Federazione Europea dei Vini a Denominazione di Origine, che ha riconosciuto l'affidamento dei domini in questione a Consorzi e produttori⁷⁹¹.

L'accordo commerciale privato firmato con Donuts ha lasciato inalterata la posizione di ICANN, il quale continua a ignorare le indicazioni geografiche come segni distintivi capaci

⁷⁸⁵ Il documento di analisi è disponibile all'indirizzo <https://www.icann.org/en/system/files/files/analysis-wine-vin-22mar14-en.pdf>.

⁷⁸⁶ *GAC Communiqué – Singapore*, 27 marzo 2014, <https://gacweb.icann.org/display/gacweb/GAC+Meetings+Archive>.

⁷⁸⁷ CYRUS NAMAZI (Vice President, Domain Name Services - ICANN Global Domains Division), *.WINE and .VIN: Where Does ICANN Stand?*, 14 May 2014, <https://www.icann.org/news/blog/wine-and-vin-where-does-icann-stand>.

⁷⁸⁸ European Commission, STATEMENT/14/108, *European Commission reaction to ICANN/NGPC decision on wine domain names*, Bruxelles, 5 April 2014, http://europa.eu/rapid/press-release_STATEMENT-14-108_en.htm?locale=en.

⁷⁸⁹ Così, Donuts è diventato il *Registry operator* per i domini *.wine* e *.vin*: www.donuts.domains.

⁷⁹⁰ Federdoc, *Domini del Settore Vino ICANN – raggiunto l'accordo tra privati*, giugno 2015, <http://www.federdoc.com/2015/06/>.

⁷⁹¹ GUALTIERI, VACCARI, CATIZZONE, *op. cit.*, p. 32.

di veicolare un valore identitario meritevole di autonoma protezione. In altre parole, il contenuto del predetto accordo, se rappresenta un esito soddisfacente per la situazione specificamente considerata, non ha inciso sulla contrapposizione di vedute in merito alle denominazioni di origine, esistente nel contesto globale.

3.2 La vendita di vini *online*: inquadramento del fenomeno

La crescita degli acquisti *online*, che ha caratterizzato prepotentemente l'ultimo decennio, ha interessato anche i prodotti alimentari⁷⁹². Analizzando i dati del 2018 sul commercio elettronico, il settore agroalimentare ha registrato un fatturato del 2,8%, con una crescita del 17% rispetto all'anno precedente. Nonostante tali cifre siano ben distanti rispetto a quelle che caratterizzano i segmenti di maggior successo negli acquisti *online* (il "tempo libero" e il turismo, con un fatturato, rispettivamente, del 41,3% e del 28%), le previsioni per il 2019 confermano la tendenza all'aumento, prospettando, per l'*e-commerce* alimentare, un incremento del 27%⁷⁹³.

⁷⁹² Le considerazioni che seguono saranno limitate ai rapporti che si instaurano sul *web* tra operatori economici e consumatori (cosiddetti B2C) e, nello specifico, alla tutela del diritto di questi ultimi ad effettuare scelte consapevoli. Si segnala, alla luce dello specifico oggetto dell'analisi qui condotta, che, secondo la definizione di cui all'art. 3 del Reg. (CE) n. 178/2002, del Parlamento europeo e del Consiglio, del 28 gennaio 2002 – che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare, istituisce l'Autorità europea per la sicurezza alimentare e fissa procedure nel campo della sicurezza alimentare, pubblicato in G.U.C.E. il 1° febbraio 2002, L 31, p. 1 – , il consumatore *finale* di prodotti alimentari è colui che «non utilizzi tale prodotto nell'ambito di un'operazione o attività di un'impresa del settore alimentare». Si segnala, inoltre, che il presente lavoro non riguarderà gli aspetti fiscali dell'*e-commerce* degli alimenti: sul punto, pertanto, si rinvia, per una trattazione specifica, a CARABELLI, MADONINI, *L'e-commerce in agricoltura: profili fiscali e amministrativi*, in *Agricoltura*, 3/2001, pp. 161 e ss.

⁷⁹³ I dati citati sono estrapolati dal Report "*E-commerce in Italia 2019*", pubblicato nell'Aprile del 2019, dalla Casaleggio Associati. Tale documento fornisce, altresì, le cifre che hanno interessato il commercio elettronico a livello globale ed europeo. Venendo al primo profilo, si segnala come nel 2018 il 40% della popolazione mondiale - 2,81 miliardi di persone - abbia effettuato un acquisto *online*, con un valore di mercato stimato in 2.875 miliardi di dollari, il 12% in più rispetto al 2017. In Europa, le vendite *online* al dettaglio ammontano a 313 miliardi di euro, contro i 285 del 2017, con un incremento del 9%. Per quanto riguarda l'Italia, nonostante

Il commercio elettronico è una particolare tipologia di vendita a distanza, riguardando, quest'ultima, tutti quei casi in cui l'incontro delle volontà della parte alienante e di quella acquirente avviene prescindendo dalla presenza reale, fisica, delle stesse. I contratti a distanza sono, infatti, conclusi tra soggetti che, tanto nella fase delle trattative, quanto in quella di perfezionamento del vincolo negoziale, non sono presenti fisicamente nel medesimo luogo e demandano, pertanto, lo scambio delle volontà contrattuali a tecniche di comunicazione a distanza, quali, per citarne alcuni, la posta, le *e-mail*, il telefono e, appunto, l'impiego di *internet*⁷⁹⁴.

Al fine di armonizzare le normative nazionali che già, in parte, regolamentavano il fenomeno, il Parlamento europeo e il Consiglio, l'8 giugno 2000, hanno emanato la Direttiva n. 2000/31/CE, sul commercio elettronico⁷⁹⁵. Una definizione di *e-commerce* è rinvenibile nella Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento europeo, al Comitato economico e sociale e al Comitato delle Regioni, del 16 aprile 1997⁷⁹⁶, dove viene fatto sostanzialmente coincidere con lo svolgimento di attività commerciali per via elettronica, poste in essere a distanza ma non necessariamente *online*, basati sulla elaborazione e/o sulla trasmissione dei dati in forma digitale, a prescindere dalla natura o dalla tipologia dei beni e dei servizi commercializzati, dall'onerosità o dalla gratuità degli stessi per il destinatario, nonché dallo *status* (consumatore o professionista), o dalla natura giuridica (persona fisica o giuridica, pubblica o privata) di quest'ultimo⁷⁹⁷. Combinando quanto appena esposto con la definizione di «servizi della società dell'informazione» di cui

la popolazione che acquista *online* sia decisamente inferiore rispetto ad altri Paesi europei, nel 2018 il mercato *e-commerce* B2C ha generato, in Italia, un fatturato di 41,5 miliardi di euro, crescendo complessivamente del 18% rispetto al 2017, più di quanto fatto l'anno precedente e dimostrando forti potenzialità di crescita.

⁷⁹⁴ BOLOGNINI, *Le informazioni sull'origine degli alimenti nella vendita a distanza*, in GERMANÒ e RUBINO (a cura di), *La tutela dell'origine dei prodotti alimentari in Italia, nell'Unione europea e nel commercio internazionale*, cit., p. 129.

⁷⁹⁵ Direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'8 giugno 2000, relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno («Direttiva sul commercio elettronico»), pubblicata in G.U.C.E. il 17 luglio 2000, L 178, p. 1.

⁷⁹⁶ COM(97) 157 def. («Un'iniziativa europea in materia di commercio elettronico»).

⁷⁹⁷ BRAVO, voce *Commercio elettronico*, in *Enc. Dir.*, V, Milano, 2012.

all'art. 2, lett. a, della Dir. 2000/31/CE⁷⁹⁸, si possono attribuire all'*e-commerce* le seguenti caratteristiche: *a*) la presenza di un'attività economicamente rilevante, suscettibile di valutazione patrimoniale; *b*) la distanza tra i soggetti interessati all'operazione economica; *c*) la forma elettronica con cui viene posta in essere la fornitura di beni e servizi, che richiede l'uso di un apparecchio in grado di elaborare le informazioni (ed eventualmente memorizzarle e/o trasmetterle); *d*) l'irrilevanza del carattere gratuito o oneroso dell'attività economica per il destinatario immediato, ferma restando la normale remuneratività della medesima per il fornitore; *e*) la richiesta individuale dell'attività economica proveniente dal destinatario della fornitura⁷⁹⁹.

L'Italia ha dato attuazione alla sopracitata Direttiva europea con il D.lgs. 9 aprile 2003, n. 70⁸⁰⁰, cui, peraltro, opera un espresso rinvio il Codice del consumo⁸⁰¹, laddove, all'art. 68, stabilisce che «Alle offerte di servizi della società dell'informazione, effettuate ai consumatori per via elettronica, si applicano, per gli aspetti non disciplinati dal presente codice, le disposizioni di cui al decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70 [...]». Anche la normativa europea sui diritti dei consumatori (Dir. 2011/83/UE⁸⁰²) fa riferimento, già al 12° considerando, a quella sul commercio elettronico⁸⁰³.

⁷⁹⁸ La Direttiva del 2000, infatti, rinuncia a qualificare espressamente i connotati del commercio elettronico e si limita a richiamare la definizione di «servizi della società dell'informazione» contenuta nella «direttiva 98/34/CE, come modificata dalla direttiva 98/48/CE». Ai sensi dell'art. 1, punto 2, della Dir. 98/34/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 giugno 1998, che prevede una procedura d'informazione nel settore delle norme e delle regolamentazioni tecniche e delle regole relative ai servizi della società dell'informazione (G.U.C.E. L 204 del 21 luglio 1998, p. 37), per servizio della società dell'informazione s'intende «qualsiasi servizio prestato normalmente dietro retribuzione, a distanza, per via elettronica e a richiesta individuale di un destinatario di servizi».

⁷⁹⁹ BRAVO, *op. cit.*

⁸⁰⁰ Decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70, «Attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico» (G.U. n. 87 del 14 aprile 2003 - S.O. n. 61).

⁸⁰¹ Decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, «Codice del consumo, a norma dell'articolo 7 della legge 29 luglio 2003», n. 229 (G.U. n. 235 del 8 ottobre 2005 – S.O. n. 162).

⁸⁰² Direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, sui diritti dei consumatori, recante modifica della direttiva 93/13/CEE del Consiglio e della direttiva 1999/44/CE del

È evidente, quindi, che la disciplina sul commercio elettronico si intrecci, inevitabilmente, con quella a tutela del consumatore, il quale si trova, qualora inserito in un contesto, come il *web*, di virtualità e assenza di “contatto” fisico con la controparte e con l’oggetto della transazione (sia essa costituita da beni o da servizi), in una posizione di debolezza particolarmente accentuata e che necessita di una tutela potenziata. La normativa, europea e nazionale, si dimostra consapevole di ciò e prevede, a carico del fornitore del bene o del servizio, una messe di informazioni obbligatorie⁸⁰⁴ che, tuttavia, non concernono più, come nella disciplina sui contratti a distanza o in quella sui contratti conclusi fuori dai locali commerciali, principalmente le qualità caratteristiche del bene o del servizio, bensì ogni elemento utile al fine di consentire, al destinatario del bene o del servizio, di individuare il fornitore (nella realtà fisica) e le eventuali autorità di controllo o vigilanza cui indirizzare segnalazioni e denunce, le condizioni economiche della transazione, le modalità e procedure di perfezionamento dell'accordo attraverso gli applicativi *software* nonché le modalità di risoluzione e composizione di eventuali controversie. Lo stesso Codice del consumo, all'art. 52 comma 5, nell’indicare le informazioni che il professionista deve fornire al consumatore nella vendita a distanza, aggiunge che detti obblighi informativi debbano essere integrati con le informazioni previste, specificamente per il commercio elettronico, dall'articolo 12 del sopracitato D.lgs. n. 70 del 2003⁸⁰⁵.

Passando, ora, ad esaminare le opportunità e gli aspetti problematici del commercio elettronico, allorché abbia ad oggetto prodotti vitivinicoli, occorre premettere qualche considerazione che consenta di inquadrare il fenomeno nei suoi aspetti peculiari. Preliminarmente, va considerato che il settore del vino è caratterizzato dal tentativo di far coesistere forti elementi di tradizione con la necessità di una costante innovazione. Da un

Parlamento europeo e del Consiglio e che abroga la direttiva 85/577/CEE del Consiglio e la direttiva 97/7/CE del Parlamento europeo e del Consiglio (G.U.U.E. del 22 novembre 2011, L 304, p. 64).

⁸⁰³ Così recita il 12° considerando della Dir. 2011/83/UE: «Gli obblighi di informazione di cui alla presente direttiva dovrebbero completare gli obblighi di informazione previsti [...] dalla direttiva 2000/31/CE [...]».

⁸⁰⁴ Su cui si veda, più diffusamente, il par. 3.2.1 del presente Capitolo.

⁸⁰⁵ Cfr. BATTELLI, *Contrattazione e condizioni generali di contratto dell'e-commerce*, in *I Contratti*, 2/2010, pp. 191 e 192.

lato, viene avvertita l'esigenza di aprirsi alle nuove sfide della globalizzazione; dall'altro, quella di preservare la propria identità ed il potere simbolico che ne consegue⁸⁰⁶. Sintomatica, in tal senso, è la crescita dell'offerta di vini *online* e l'apprezzamento via via maggiore che i consumatori riservano a tale canale di acquisto, massima espressione della dimensione globale che caratterizza i flussi commerciali, di contro al neo-protezionismo che, più o meno dichiaratamente, spinge sovente i legislatori nazionali ad alzare barriere tecnico-normative, successivamente oggetto di intense trattative per negoziarne l'applicazione concreta nei rapporti commerciali con il "Paese - *partner* commerciale" di volta in volta considerato⁸⁰⁷.

Qualora si intenda regolamentare gli aspetti specifici della vendita di vino *online*⁸⁰⁸, occorre bilanciare due fondamentali esigenze: sfruttare a pieno le potenzialità offerte dalla rete preservando, al contempo, l'autenticità dei vini a indicazione geografica. La stessa Commissione europea si dimostra consapevole delle sfide indotte dalla globalizzazione, dinanzi alle quali risulta indispensabile aumentare la resilienza delle imprese agricole, con appositi interventi e strumenti predisposti dal legislatore, europeo e nazionale⁸⁰⁹. La scelta

⁸⁰⁶ MARCO PLATANIA, SILVIA PLATANIA, GIUSEPPE SANTISI, *Entertainment marketing, experiential consumption and consumer behavior: the determinant of choice of wine in the store*, in *Wine Economics and Policy*, 5/2016, p. 88.

⁸⁰⁷ Cfr. GAETA, BEGALLI, CODURRI, *Il web-marketing del vino nel mercato USA: nuove opportunità e vecchi problemi nelle transazioni internazionali*, in *Riv. dir. alim.*, 3/2008, pp. 30 e ss., i quali fanno specifico riferimento al neo-protezionismo che caratterizza i rapporti commerciali, aventi ad oggetto gli scambi di vino, tra Unione Europea e mercato nord-americano, oggetto di trattazione specifica ai parr. 2.5 e 2.6.1 del Capitolo II.

⁸⁰⁸ Ad oggi, non esistono norme *ad hoc* pensate specificamente per disciplinare la vendita di vino (o di altri alimenti) tramite commercio elettronico. Invero, all'*e-commerce* dei prodotti alimentari si applicano le normative generali in materia di commercio elettronico e di vendita a distanza (sulle quali si tornerà nei parr. 3.2 – 3.2.2 del presente Capitolo), sebbene sarebbe auspicabile un maggior grado di specificità nell'approccio regolatorio, che tenesse conto delle peculiari caratteristiche degli alimenti, vino incluso: sul punto si veda, in particolare, il par. 3.2.2 del presente Capitolo.

⁸⁰⁹ Ci si riferisce, in particolare, alla Proposta della Commissione COM(2018) 394 final/2, 2018/0218 (COD), cit. in nota 103, in cui, a pagina 3 del *Legislative Financial Statement*, accluso in calce al sopracitato documento, si cita la necessità di un'azione a livello europeo, in ossequio al principio di sussidiarietà, al fine

legislativa di fondo, anche confermata dal T.U. vino – laddove, all’art. 6, individua il “vitigno autoctono italiano” come indicazione limitata ai vini a DOC, DOCG e IGT –, è, dunque, quella di premiare, in contesti globalizzati, la differenziazione e la qualità⁸¹⁰.

Non si può, poi, tralasciare la particolare natura del vino come “bene esperienziale”⁸¹¹, che influenza, inevitabilmente, il *marketing* di questo specifico prodotto alimentare, il cui consumo risulta legato alla soddisfazione di fattori sensoriali e psicologici, come il desiderio di convivialità, comunicazione, appartenenza e ostentazione. Quanto detto, vale soprattutto per i vini cosiddetti di qualità, portanti una DOP/IGP. L’asimmetria informativa normalmente presente nei rapporti tra produttore e consumatore risulta, per questi vini, accentuata e particolarmente avvertita da parte del consumatore “medio”, il quale percepisce una sensazione di insicurezza data dal rischio di scegliere il prodotto “sbagliato” e dal conseguente negativo impatto sociale. Orbene, la vulnerabilità in cui versa il consumatore privo di specifiche competenze enologiche, potrebbe essere minimizzata ricorrendo a modalità di vendita, quale quella *online*, che consentano maggiori spazi alla fornitura di informazioni e allo “storytelling” del vino. Tuttavia, è altrettanto vero che l’impossibilità di stabilire un qualsivoglia contatto “fisico” con il vino che ci si accinge a comperare, potrebbe, all’opposto, aumentare la percezione del rischio di una scelta “sbagliata”⁸¹².

di incrementare la resilienza delle imprese agricole, onde evitare che queste subiscano passivamente gli effetti della globalizzazione.

⁸¹⁰ SALUZZO, *Il diritto applicabile ai contratti transnazionali di vendita di vino*, in CALLIANO (a cura di), *E-WINE – Aspetti gius-economici della comunicazione e distribuzione del vino online*, Torino, 2018, p. 101.

⁸¹¹ CALLIANO, *I diritti dell’acquirente di vino online come strumenti per la creazione di fiducia del consumatore telematico*, in CALLIANO (a cura di), *E-WINE – Aspetti gius-economici della comunicazione e distribuzione del vino online*, cit., p. 8, sottolinea come per gli *Experience goods*, sui quali l’incompletezza di informazioni all’acquisto è superabile solo dopo il consumo (tale è il vino di origine o di produttore non ancora conosciuto dal consumatore), e per i *Credence goods*, che possono essere valutati dal consumatore o dall’utilizzatore dopo un lungo periodo, avendo fiducia nel prestatore (vi potrebbe rientrare il vino di annata o di produttore di fama e degustato dopo un lungo periodo dall’acquisto), le informazioni fornite dal professionista al consumatore rivestano una singolare importanza al fine di determinare il secondo all’acquisto.

⁸¹² MARCO PLATANIA, SILVIA PLATANIA, GIUSEPPE SANTISI, *op. cit.*, pp. 88 e 89.

Ad ogni modo, per ridurre la sensazione di insicurezza legata all'acquisto del vino, i consumatori prestano particolare attenzione a determinate informazioni, piuttosto che ad altre. Tra queste, un ruolo fondamentale è rivestito dall'origine del prodotto⁸¹³. Inoltre, la domanda di vino si è evoluta negli anni nel senso di privilegiare i vini qualitativamente elevati, a scapito di un consumo, forse più frequente, ma di livello inferiore⁸¹⁴. Di questa tendenza e di quanto esposto poco sopra con riferimento all'importanza dell'origine, possono, evidentemente, beneficiarne i vini DOP e IGP che comunicano al consumatore una "qualità" territorialmente connotata. Ciò posto, occorre ulteriormente considerare che i consumatori tendono, oggi, a premiare quei canali di vendita che consentono loro di reperire, più facilmente e in modo più completo, le informazioni che essi reputano necessarie per orientarsi all'acquisto⁸¹⁵. Alla luce delle considerazioni appena svolte, appaiono evidenti le potenzialità di Internet come strumento per la vendita di vini a indicazione geografica⁸¹⁶.

3.2.1 Gli obblighi informativi, la composizione extra-giudiziale delle controversie, il termine di consegna e la garanzia legale di conformità

Lo scopo principale del D.lgs. n. 70/03⁸¹⁷ è quello di promuovere il commercio elettronico, obiettivo che non può prescindere dalla costruzione di un elevato tasso di fiducia, da parte dei consumatori, nei contratti telematici. Detti propositi si traducono, dal punto di vista normativo, nell'introduzione di una serie di obblighi informativi a carico dei prestatori di

⁸¹³ Sul punto, si vedano gli studi riportati nel contributo di ATKIN, THACH, *Millennial wine consumers: Risk perception and information search*, in *Wine Economics and Policy*, 1/2012, pp. 54 e ss.

⁸¹⁴ MARCO PLATANIA, SILVIA PLATANIA, GIUSEPPE SANTISI, *op. cit.*, p. 88.

⁸¹⁵ Cfr. MARTINELLI, *L'enopirateria e l'importanza della qualità nei prodotti agroalimentari*, pubblicato nella sezione «Saggi e approfondimenti» dell'Osservatorio sulla criminalità nell'agricoltura e sul sistema agroalimentare, <https://www.osservatorioagromafie.it/>.

⁸¹⁶ DOGAN, GOKOVALI, *Geographical indications: the aspects of rural development and marketing through the traditional products*, in *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 62/2012, p. 761.

⁸¹⁷ Cit. in nota 800.

servizi della società dell'informazione⁸¹⁸, attraverso i quali rendere trasparenti e sicure le comunicazioni⁸¹⁹.

Il contenuto dei suddetti obblighi informativi viene dettato tanto dal D.lgs. n. 70 del 2003, in materia di *e-commerce*, quanto dal Codice del consumo, così come modificato dal D.lgs. n. 21 del 2014⁸²⁰ – di attuazione della già citata Direttiva europea 2011/83/UE sui diritti dei consumatori – che sostituisce gli articoli da 45 a 67 del Codice del consumo⁸²¹. L'art. 49, co. 8, Cod. cons., precisa che le informazioni prescritte dal co. 1, genericamente per la vendita a distanza⁸²², debbano essere integrate con quelle imposte, specificamente per il commercio elettronico, dal D.lgs. n. 70 del 2003; tuttavia, prosegue l'art. 49, al suo co. 9, in caso di conflitto, saranno le disposizioni del Codice del consumo, «sul contenuto e le modalità di rilascio delle informazioni», a prevalere.

Tra le informazioni precontrattuali che, *ex art. 49, co. 1, Cod. cons.*, il professionista deve fornire al consumatore, «in maniera chiara e comprensibile», prima che quest'ultimo sia vincolato da un contratto a distanza, vi sono: le caratteristiche principali dei beni o servizi; il prezzo totale dei beni o dei servizi comprensivo delle imposte e, se del caso, tutte le spese aggiuntive di spedizione, consegna o postali e ogni altro costo; le modalità di pagamento, consegna ed esecuzione, la data entro la quale il professionista si impegna a consegnare i

⁸¹⁸ Già la Direttiva 2000/31/CE non si esprime più in termini di “professionista” e “consumatore” ma, rispettivamente, di “fornitore” e “destinatario” dei servizi della società dell'informazione: cfr. BATTELLI, *op. cit.*, p. 191.

⁸¹⁹ BERNARDI, *Attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno*, in *Le Nuove Leggi Civili Commentate*, 6/2003, p. 1271.

⁸²⁰ Decreto legislativo 21 febbraio 2014, n. 21, «Attuazione della direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori, recante modifica delle direttive 93/13/CEE e 1999/44/CE e che abroga le direttive 85/577/CEE e 97/7/CE», pubblicato in G.U. n. 58 del 11 marzo 2014. Il D. lgs. n. 21 del 2014 sostituisce gli articoli da 45 a 67 del Codice del consumo: cfr., sul punto, l'art. 1 del suddetto decreto legislativo.

⁸²¹ Cfr. art. 1, D.lgs. n. 21 del 2014.

⁸²² In realtà, l'art. 49 del Cod. cons. detta gli obblighi informativi che devono essere forniti prima della conclusione tanto di un contratto a distanza, quanto di un contratto negoziato fuori dai locali commerciali. L'art. 51, Cod. cons., invece, si occupa unicamente dei requisiti formali previsti per i contratti a distanza e contiene alcune disposizioni applicabili specificamente ai contratti conclusi mediante mezzi elettronici.

beni o a prestare i servizi e, se del caso, il trattamento dei reclami da parte del professionista; laddove sussista il diritto di recesso, le condizioni, i termini e le procedure per esercitare tale diritto; se applicabile, l'informazione che il consumatore dovrà sostenere il costo della restituzione dei beni in caso di recesso; se non è previsto un diritto di recesso ai sensi dell'articolo 59, l'informazione che il consumatore non beneficerà di un diritto di recesso o, se del caso, le circostanze in cui il consumatore perde il diritto di recesso; un promemoria dell'esistenza della garanzia legale di conformità per i beni; se applicabile, la possibilità di servirsi di un meccanismo extra-giudiziale di reclamo e ricorso cui il professionista è soggetto e le condizioni per avervi accesso⁸²³.

Come anticipato, oltre a quanto testé esposto, devono essere fornite al consumatore anche quelle informazioni precontrattuali imposte dal D.lgs. n. 70 del 2003, che riguardano elementi diversi e ulteriori rispetto a quelli espressamente menzionati all'art. 49, co. 1, del Codice del consumo. Ai sensi dell'art. 7 del D.lgs. n. 70 del 2003, «Il prestatore, in aggiunta agli obblighi informativi previsti per specifici beni e servizi⁸²⁴, deve rendere facilmente accessibili, in modo diretto e permanente, ai destinatari del servizio e alle Autorità competenti le seguenti informazioni: a) il nome, la denominazione o la ragione sociale; b) il domicilio o la sede legale; c) gli estremi che permettono di contattare rapidamente il prestatore e di comunicare direttamente ed efficacemente con lo stesso,

⁸²³ Secondo il co. 5 dell'art. 49, Cod. cons., le informazioni precontrattuali «formano parte integrante del contratto a distanza [...] e non possono essere modificate se non con accordo espresso delle parti». La *ratio* di questa disposizione appare chiara: «poiché la decisione del consumatore di concludere un determinato contratto a distanza o fuori dei locali commerciali si fonda essenzialmente sulle informazioni che debbono essere messe a sua disposizione (ex art. 49, comma 1°) prima che egli emetta la sua dichiarazione negoziale, è necessario evitare che la relativa scelta finisca per essere falsata e "tradita" da un'alterazione degli elementi su cui essa si è fondata, perpetrata dal professionista in sede di formulazione delle clausole del regolamento negoziale destinato a disciplinare il rapporto contrattuale (di norma predisposto unilateralmente dal professionista e da quest'ultimo imposto al consumatore, che si limita ad aderirvi)»: DE CRISTOFARO, *La disciplina degli obblighi informativi precontrattuali nel codice del consumo riformato*, in *Le Nuove Leggi Civili Commentate*, 5/2014, p. 929.

⁸²⁴ Sugli obblighi informativi da osservare in caso di vendita di vino *online*, si rinvia al par. 3.2.2 del presente Capitolo.

compreso l'indirizzo di posta elettronica; d) il numero di iscrizione al repertorio delle attività economiche, REA, o al registro delle imprese; e) gli elementi di individuazione, nonché gli estremi della competente autorità di vigilanza qualora un'attività sia soggetta a concessione, licenza od autorizzazione»⁸²⁵.

L'art. 7 si caratterizza, in particolar modo, per le modalità con cui il prestatore dovrà fornire le informazioni prescritte, che dovranno essere rese «facilmente accessibili, in modo diretto e permanente». I primi due requisiti (facilità e accessibilità diretta) non presentano particolari problemi di interpretazione. La permanenza, invece, se intesa in termini di immodificabilità, potrebbe porsi in contrasto con il co. 2 dello stesso art. 7, che impone al prestatore di aggiornare le informazioni fornite. Appare, dunque, preferibile intendere il requisito della permanenza nel senso che dovrà essere garantita la possibilità di *memorizzare e riprodurre* le informazioni minime imposte dalla norma⁸²⁶.

Inoltre, ai sensi dell'art. 12, D.lgs. n. 70 del 2003, il prestatore deve fornire in modo chiaro, comprensibile ed inequivocabile, prima dell'inoltro dell'ordine da parte del destinatario del servizio, una serie di informazioni dirette a garantire la trasparenza nelle modalità con cui dovrà concludersi il contratto *online*⁸²⁷. Trattasi delle varie fasi tecniche da seguire per la conclusione del contratto; del modo in cui il contratto concluso sarà archiviato e le relative modalità di accesso; dei mezzi tecnici messi a disposizione del destinatario per individuare e correggere gli errori di inserimento dei dati prima di inoltrare l'ordine al prestatore; degli eventuali codici di condotta cui aderisce e come accedervi per via telematica; delle lingue a disposizione per concludere il contratto oltre all'italiano e, infine, dell'indicazione degli strumenti di composizione delle controversie⁸²⁸.

La norma così riportata si riferisce, unicamente, ai contratti conclusi *online*, con esclusione di quelli stipulati «esclusivamente mediante scambio di messaggi di posta elettronica o

⁸²⁵ Seguono specifici obblighi informativi previsti per le «professioni regolamentate».

⁸²⁶ BERNARDI, *op. cit.*, pp. 1272 e 1273.

⁸²⁷ ID, p. 1275.

⁸²⁸ A tali informazioni si aggiungono le clausole e le condizioni generali del contratto proposte al destinatario che, ai sensi del co. 3, dell'art. 12, D.lgs. n. 70/2003, devono essere messe a sua disposizione in modo che gliene sia consentita la memorizzazione e la riproduzione.

comunicazioni individuali equivalenti»⁸²⁹. È importante rilevare come la contrattazione *online* possa perfezionarsi attraverso due principali sistemi: a) con lo scambio di manifestazioni di volontà attraverso l'utilizzo di nuovi strumenti di comunicazione, quali *e-mail, forum, newgroups*; b) accedendo al sito di un *e-shop*, attraverso la sottoscrizione di *form*, e cioè tramite la pressione virtuale del tasto negoziale "accetto" (c.d. "point and click"). La fase di conclusione del contratto è oggetto di una particolare disciplina, ad opera del D.lgs. n. 70 del 2003, soltanto quando il destinatario di un bene (o di un servizio) inoltri il proprio ordine per via telematica – ovvero sia tramite il c.d. "point and click" – restando esclusi i contratti conclusi con scambi di e-mail, relativamente ai quali troveranno applicazione gli schemi tradizionali del nostro codice civile: si avrà cioè una proposta espressa da una parte a cui dovrà seguire un'accettazione conforme dell'altra parte (art. 1326 c.c.)⁸³⁰.

Una volta che il destinatario del bene (o del servizio) abbia inoltrato l'ordine, il prestatore dovrà, «senza ingiustificato ritardo e per via telematica», accusare ricevuta dello stesso, riepilogando le condizioni generali e particolari applicabili al contratto, le informazioni relative alle caratteristiche essenziali del bene o del servizio e l'indicazione dettagliata del prezzo, dei mezzi di pagamento, del recesso, dei costi di consegna e dei tributi applicabili⁸³¹. Il co. 3 dell'art. 13, introduce una presunzione laddove specifica che «l'ordine e la ricevuta si considerano pervenuti quando le parti alle quali sono indirizzati hanno la possibilità di accedervi». È, quindi, nel momento in cui le parti hanno possibilità di accedere all'ordine e alla ricevuta che si realizza l'incontro delle volontà negoziali di proposta e accettazione⁸³².

Il titolare del sito di *e-commerce* dovrà, quindi, predisporre la sua offerta *online* in modo da consentire all'utente di avere piena consapevolezza del suo acquisto, sia nella fase precontrattuale (con i doveri di informazione previsti nell'art. 12, D.lgs. n. 70 del 2003, e

⁸²⁹ V. art. 12, co. 2, D.lgs. n. 70 del 2003.

⁸³⁰ BATTELLI, *op. cit.*, pp. 193 e 194.

⁸³¹ Art. 13, co. 2, D.lgs. n. 70 del 2003.

⁸³² Cfr. BERNARDI, *op. cit.*, p. 1276.

nel Codice del consumo)⁸³³ sia nella fase successiva all'inoltro dell'ordine (secondo l'art. 13, D.lgs. n. 70 del 2003)⁸³⁴.

A ben vedere, in *Internet* le informazioni su un prodotto (o un servizio) o sull'affidabilità di un certo prestatore difficilmente mancano e, anzi, possono risultare ridondanti, sovrabbondanti, di dubbia affidabilità, talvolta contrastanti o fornite in formati insuscettibili, in caso di controversia, di spiegare qualsivoglia efficacia probatoria. La debolezza del consumatore, pertanto, non risiede tanto nella carenza di informazioni, quanto, piuttosto, nel disagio tecnologico, nell'estrema difficoltà di preconstituire una prova utilizzabile per far valere giudizialmente un proprio diritto o, infine, nella sproporzione tra il valore della transazione commerciale perfezionata *online* (spesso) in pochi istanti e gli oneri economici ed il tempo occorrenti per la risoluzione della controversia eventualmente insorta con il prestatore⁸³⁵. Con specifico riguardo a quest'ultimo profilo, l'art. 19 del D.lgs. n. 70 del 2003 precisa che «In caso di controversie, prestatore e destinatario del servizio della società dell'informazione possono adire anche organi di composizione extragiudiziale che operano anche per via telematica»⁸³⁶. Innanzitutto, evidentemente, il sistema di

⁸³³ Peraltro, il co. 2 dell'art. 51, Cod. cons., impone al professionista di fornire al consumatore alcune informazioni "chiave" per determinarsi all'acquisto – ovverosia quelle concernenti le caratteristiche principali dei beni e dei servizi, il relativo prezzo totale e la durata del contratto – «direttamente prima» che quest'ultimo decida di inoltrare l'ordine e cioè in un momento immediatamente antecedente a quello in cui il consumatore manifesta la sua volontà negoziale. Non sarà, quindi, sufficiente aver espresso le suddette informazioni, insieme a tutte le altre dovute *ex co.* 1 dell'art. 49, in un qualsivoglia momento anteriore a quello dell'inoltro dell'ordine (in ottemperanza al disposto generale del co. 1 dell'art. 49); infatti, ove «ciò sia avvenuto con un certo anticipo rispetto al momento dell'effettuazione dell'ordine, le informazioni "chiave" dovranno essere nuovamente ed appositamente comunicate al consumatore immediatamente prima che quest'ultimo vi provveda»: sul punto, DE CRISTOFARO, *op. cit.*, p. 937.

⁸³⁴ BATTELLI, *op. cit.*, p. 195.

⁸³⁵ *Id.*, p. 192.

⁸³⁶ La stessa Direttiva europea sull'*e-commerce* (Dir. 2000/31/CE, cit. in nota 795), al considerando n. 51, esortava gli Stati membri ad adeguare le loro legislazioni interne in modo tale da eliminare eventuali ostacoli all'impiego (mediante «vie elettroniche appropriate») di strumenti di composizione extragiudiziale delle controversie. Nel frattempo, è stata adottata la Direttiva 2013/11/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 21 maggio 2013, sulla risoluzione alternativa delle controversie dei consumatori, che modifica il

composizione extragiudiziale delle controversie non può considerarsi l'unico, dal momento che la norma testé richiamata si limita a prevedere la possibilità, per le parti, di adire «anche» organi di composizione extragiudiziale. Inoltre, stando alla lettera dell'art. 19, D.lgs. n. 70 del 2003, i menzionati organi, possono operare «anche per via telematica», potendo, dunque, scegliere tra modalità operative *online* e *offline*. Il fulcro della norma è, comunque, costituito dal riferimento alla Rete europea di composizione extragiudiziale delle controversie (definita EEJNet, *European Extra Judicial Network*), all'interno della quale gli organi di composizione delle controversie possono inserirsi inoltrando apposita richiesta alla Commissione europea⁸³⁷.

In Europa e in Italia sono già operative, ormai da tempo, organizzazioni che certificano i siti e mettono a disposizione anche strumenti telematici di risoluzione delle controversie (ODR - *Online Dispute Resolution*)⁸³⁸. Di eventuali controversie giudiziali, scaturenti dall'acquisto di vino *online*, non traggono giovamento né il produttore, né il distributore, né il consumatore. Anche in questo specifico settore del commercio elettronico, pertanto, sarebbe auspicabile il ricorso a sistemi di risoluzione delle controversie *online*, spesso messi a disposizione o dalle associazioni dei consumatori o dalle stesse imprese o dai Consorzi di marchi di qualità, che permettano di giungere ad una mediazione tra interessi

regolamento (CE) n. 2006/2004 e la direttiva 2009/22/CE, pubblicata in G.U.U.E. del 18 giugno 2013, L 165, p. 63 (c.d. Direttiva ADR – *Alternative Dispute Resolution* – per i consumatori), destinata ad essere applicata orizzontalmente a tutti i tipi di procedure ADR e recepita, in Italia, mediante l'inserimento, ad opera del D.lgs. 6 agosto 2015, n. 130, del Titolo II-bis all'interno della Parte V del Codice del consumo. Specificamente improntato alla risoluzione extragiudiziale delle controversie concernenti obbligazioni contrattuali derivanti da contratti di vendita o di servizi *online* tra un consumatore residente nell'Unione europea e un professionista ivi stabilito, è il coevo Regolamento (UE) n. 524/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 21 maggio 2013, relativo alla risoluzione delle controversie online dei consumatori e che modifica il regolamento (CE) n. 2006/2004 e la direttiva 2009/22/CE, pubblicato in G.U.U.E. del 18 giugno 2013, L 165, p. 1 (c.d. regolamento sull'ODR – *Online Dispute Resolution* – per i consumatori), che introduce una piattaforma ODR europea («piattaforma ODR») volta ad agevolare «la risoluzione extragiudiziale indipendente, imparziale, trasparente, efficace, rapida ed equa delle controversie online tra consumatori e professionisti» (art. 1).

⁸³⁷ BERNARDI, *op. cit.*, p. 1279.

⁸³⁸ CALLIANO, *op. cit.*, p. 17.

contrapposti (si pensi ad una partita di vino in cui alcune bottiglie paiono al consumatore sapere di tappo⁸³⁹) senza sollevare controversie giudiziarie⁸⁴⁰.

Tra le informazioni precontrattuali, l'art. 49, co. 1, Cod. cons., annovera altresì quelle relative alle modalità di consegna dei prodotti eventualmente, poi, ordinati. Quanto alle tempistiche, l'art. 61, co. 1, Cod. cons. afferma che la consegna debba avvenire al più tardi entro trenta giorni dalla data di conclusione del contratto, salva diversa pattuizione delle parti. Si ritiene che il termine di consegna pattuito si qualifichi come termine essenziale, ai sensi del co. 4 del sopracitato art. 61, nei casi in cui oggetto della vendita siano prodotti alimentari, sia per la loro caratteristica deperibilità (alimenti freschi) sia per la loro utilizzabilità in momenti specifici (dolci e vini in periodi festivi). Pertanto, qualora il termine di consegna non dovesse essere rispettato, il consumatore avrà diritto alla risoluzione del contratto, all'eventuale risarcimento dei danni e al rimborso di tutte le somme versate, secondo quanto disposto dall'art. 61, co. 5 e co. 6. Diverso sarebbe se il professionista adoperasse la dicitura "consegna normalmente entro il..." che esonererebbe il venditore dai casi di ritardo giustificato (forza maggiore, periodo festivo di imprevedibile intasamento delle consegne, ecc.)⁸⁴¹.

Sempre tra le informazioni prescritte dall'art. 49, co. 1, Cod. cons., si rinviene un riferimento alla garanzia legale di conformità, regolata dai successivi artt. 128-135. Si tratta della garanzia prevista per il caso in cui il bene consegnato non sia conforme rispetto alla

⁸³⁹ E', questa, un'ipotesi che può verosimilmente verificarsi in caso di acquisto di vino *online* e sulla quale si tornerà *infra*, in questo stesso paragrafo, e nel par. 3.2.2 del presente Capitolo.

⁸⁴⁰ ID, p. 19. Per quanto concerne le piattaforme di vendita "generaliste", si prenda ad esempio la soluzione adottata da eBay (www.ebay.com), la quale, al fine di creare fiducia nel pubblico degli acquirenti, prevede un apposito "resolution center", attivabile *online*, per gestire le liti scaturenti dalle operazioni di vendita concluse tramite la propria piattaforma, che scatta qualora le parti non siano giunte ad una soluzione amichevole nell'arco di otto giorni dal momento in cui la questione viene sollevata. Tale meccanismo di risoluzione delle controversie viene imposto in via contrattuale a chiunque apra un *account* ed ha natura "decisoria", con possibilità di "appello": cfr. APPIANO, *La risoluzione delle controversie nelle vendite on line di vino*, in CALLIANO (a cura di), *E-WINE – Aspetti gius-economici della comunicazione e distribuzione del vino online*, cit., p. 127.

⁸⁴¹ CALLIANO, *op. cit.*, pp. 13 e 14.

descrizione contrattuale, presumendosi non conforme *ex art. 129*: a) il bene inidoneo all'uso cui servono abitualmente beni dello stesso tipo (es. vino non potabile); b) il bene non conforme alla descrizione fatta dal venditore e privo delle qualità che il venditore ha presentato al consumatore come campione o modello (es. vino non DOC o DOCG come da descrizione); c) il bene che non possiede le qualità che il consumatore può ragionevolmente attendersi, tenuto conto della natura del bene e delle dichiarazioni pubbliche fatte dal venditore, dal produttore o dal suo agente o rappresentante, in particolare nella pubblicità o sull'etichettatura; d) il bene idoneo all'uso particolare voluto dal consumatore, che sia stato da questi portato a conoscenza del venditore al momento della conclusione del contratto e che il venditore abbia accettato anche per fatti concludenti. In tali casi, il consumatore ha diritto, *ex art. 130*, comma 2, al ripristino, senza spese, mediante sostituzione (a meno che la sostituzione sia impossibile, ad es. vino di grande annata) o ad una riduzione adeguata del prezzo o alla risoluzione del contratto. Nell'eventualità, caratteristica del settore vitivinicolo, in cui il vino sappia di tappo, al fine di evitare, da un lato, un danno all'immagine del produttore e del distributore *online* e, dall'altro, costi elevati in caso di consumatori "opportunisti", essendo i contratti di vendita sul punto incompleti, alcuni prestatori prevedono clausole contrattuali che da un lato individuano limiti alla pre-degustazione del contenuto (1/4, 1/3 della bottiglia), dall'altro termini stretti per la riconsegna del vino ritappato⁸⁴².

3.2.2 Le limitazioni al diritto di recesso applicabili al commercio elettronico di alimenti e la fornitura delle informazioni obbligatorie *ex art. 14*, Reg. (UE) n. 1169/2011

Come si è avuto modo di sottolineare, il professionista, prima dell'inoltro dell'ordine da parte del consumatore, deve fornirgli una serie di informazioni sul diritto di recesso (*ius poenitendi*), disciplinato agli artt. 52-59 del Codice del consumo. Trattasi di uno dei principali – se non il principale – strumento con cui il legislatore (europeo e nazionale)

⁸⁴² ID, pp. 14 e 15. Sul punto, si tornerà nel prossimo paragrafo del presente Capitolo, allorché si sottolineerà come, in una simile evenienza, la legge non attribuisca al consumatore il diritto al recesso.

ritiene di conferire «protezione» al consumatore, il quale si trova ad assumere una decisione contrattuale in assenza di qualsivoglia contatto diretto con la controparte e senza prima aver potuto constatare *de visu* le caratteristiche del bene (o del servizio) che gli vengono offerti, come invece avrebbe potuto fare se si fosse trovato, ad esempio, all'interno del classico “negoziò” del professionista⁸⁴³. In contesti simili, l'istituto del recesso svolge, appunto, la funzione di riequilibrare la disparità di posizioni tra professionista e consumatore, attribuendo a quest'ultimo un “diritto al ripensamento” giustificato, tra le altre cose, dalla necessità di valutare il bene acquistato avendolo tra le mani.

Il recesso è un diritto irrinunciabile attribuito al consumatore, il quale può esercitarlo in modo discrezionale e senza dover sopportare alcuna conseguenza di ordine patrimoniale⁸⁴⁴. Tale diritto, tuttavia, non è attribuito *sine die*, ma soggiace a precisi limiti temporali. Ai sensi dell'art. 52, Cod. cons., il consumatore dispone di un periodo di 14 giorni per recedere dal contratto stipulato *online*⁸⁴⁵, termine che decorre a partire dal momento della consegna dei beni⁸⁴⁶, grazie alla quale il consumatore ha l'effettiva, materiale, possibilità di verificare e controllare direttamente l'oggetto della sua determinazione negoziale⁸⁴⁷.

Il consumatore che decida di recedere dal contratto, riconsegnando al professionista la merce ricevuta, avrà diritto al rimborso dei pagamenti effettuati e non dovrà sostenere alcun costo, se non, eventualmente, quello necessario alla restituzione dei beni⁸⁴⁸. Ai sensi dell'art. 57, co. 2, Cod. cons., il consumatore sarà «responsabile unicamente della diminuzione del valore dei beni risultante da una manipolazione dei beni diversa da quella

⁸⁴³ FARNETI, *Il nuovo recesso del consumatore dai contratti negoziati fuori dai locali commerciali e a distanza*, in *Le Nuove Leggi Civili Commentate*, 5/2014, p. 960.

⁸⁴⁴ ID, p. 963.

⁸⁴⁵ L'art. 53, Cod. cons., introduce un periodo di recesso “allungato” per il caso in cui il professionista ometta – nella fase precontrattuale e, pertanto, in violazione dell'art. 49, co. 1 – di fornire al consumatore le informazioni necessarie per l'esercizio del recesso o le fornisca in ritardo.

⁸⁴⁶ Qualora il contratto *online* abbia, invece, ad oggetto la fornitura di servizi, di acqua, di gas, di elettricità, di teleriscaldamento o di contenuto digitale non fornito su un supporto materiale, il termine di 14 giorni per recedere decorre dalla conclusione del contratto (art. 52, co. 2, Cod. cons.).

⁸⁴⁷ FARNETI, *op. cit.*, p. 967.

⁸⁴⁸ Cfr. artt. 56 e 57, Cod. cons.

necessaria per stabilire la natura, le caratteristiche e il funzionamento dei beni». Pertanto, al di là del significato da attribuire al termine «manipolare», se ne ricava che il consumatore non dovrà sostenere il costo derivante dall'aver “utilizzato” il bene entro i limiti cui fa riferimento la norma sopracitata⁸⁴⁹.

Nel nostro settore, una volta avvenuta la consegna del vino, il consumatore potrebbe rilevare vizi organolettici, rinvenibili solo dopo aver stappato la bottiglia acquistata *online*, potenzialmente imputabili ad una cattiva conservazione, a difetti nel tappo o ad un'inaccurata gestione delle operazioni di trasporto⁸⁵⁰. In una simile ipotesi, non verrebbe in soccorso del consumatore il diritto di recesso brevemente affrontato nelle righe che precedono. Infatti, il Codice del consumo esclude lo *ius poenitendi* in una serie di ipotesi, alcune delle quali riferibili alla vendita *online* di prodotti alimentari. Ai sensi dell'art. 59, Cod. cons., il diritto di recesso è escluso relativamente a: «[...] c) la fornitura di beni confezionati su misura o chiaramente personalizzati; d) la fornitura di beni che rischiano di deteriorarsi o scadere rapidamente; e) la fornitura di beni sigillati che non si prestano ad essere restituiti per motivi igienici o connessi alla protezione della salute e sono stati aperti dopo la consegna; f) la fornitura di beni che, dopo la consegna, risultano, per loro natura, inscindibilmente mescolati con altri beni; g) la fornitura di bevande alcoliche, il cui prezzo sia stato concordato al momento della conclusione del contratto di vendita, la cui consegna possa avvenire solo dopo trenta giorni e il cui valore effettivo dipenda da fluttuazioni sul mercato che non possono essere controllate dal professionista [...]»⁸⁵¹.

Posto che la legge, come visto, non impone di riconoscere al consumatore il “diritto al ripensamento” nell'ipotesi di un vino che, dopo l'apertura, non dovesse soddisfare le sue aspettative, da un punto di vista imprenditoriale, al fine di mantenere la fiducia del cliente

⁸⁴⁹ Cfr. CALLIANO, *op. cit.*, pp. 12 e 13.

⁸⁵⁰ Cfr. APPIANO, *La risoluzione delle controversie nelle vendite on line di vino*, cit., p. 126.

⁸⁵¹ La stessa Dir. 2011/83/UE sui diritti dei consumatori, al considerando n. 49, evidenzia l'opportunità di stabilire eccezioni al diritto di recesso, in quanto potrebbe risultare inappropriato in relazione alla particolare natura di alcuni beni, citando, a titolo di esempio, proprio il caso «di un vino fornito molto tempo dopo la conclusione di un contratto di natura speculativa in cui il valore dipende dalle fluttuazioni nel mercato («vin en primeur»)). Le ipotesi in cui il consumatore viene privato del diritto di recesso sono, poi, elencate all'art. 16 della Direttiva.

nel sito di *e-commerce*, la situazione viene talora regolata inserendo, tra le condizioni generali di contratto, termini e procedure per la restituzione del prodotto difettoso, garantendo, così, la sostituzione delle bottiglie acquistate⁸⁵².

Alla luce di quanto esposto, nella vendita di vino – e, più in generale, di alimenti – il rischio che si ricada in una delle eccezioni al diritto di recesso risulta piuttosto elevato. Per questo motivo, gli obblighi informativi cosiddetti preliminari vengono inaspriti allorché si tratti di alimenti venduti a distanza⁸⁵³. Prima di esaminarli nel dettaglio, risulta essenziale comprendere il legame esistente tra le informazioni che il professionista deve premurarsi di fornire al consumatore in una fase antecedente l'inoltro dell'ordine e il diritto di recesso. Se è vero che il consumatore, trovandosi in una situazione di debolezza accentuata, dovuta all'asimmetria informativa che caratterizza, in particolar modo, i rapporti contrattuali a distanza (compresi, quindi, quelli che si instaurano *online*), beneficia del diritto di ricevere una serie di informazioni (minime) per determinarsi all'acquisto, è pur vero che esse si limitano, con riguardo alla natura dei beni offerti dal professionista, alle loro caratteristiche principali. La Direttiva europea sui diritti dei consumatori e il Codice del consumo⁸⁵⁴ non richiedono che si vada oltre quanto testé esposto e ciò in quanto il consumatore avrà la facoltà, in un momento successivo alla consegna, di esercitare il diritto di recesso, senza peraltro dover fornire alcuna giustificazione o sostenere costi particolari⁸⁵⁵.

⁸⁵² Si veda APPIANO, *La risoluzione delle controversie nelle vendite on line di vino*, cit., p. 130, il quale ripropone le condizioni applicate da *Svinando* (www.svinando.com) che prevedono un termine di sette giorni lavorativi, dalla consegna, entro il quale il cliente che reputi il vino “difettoso” (ad es. vino che sa di tappo) potrà segnalare il problema riscontrato, provvedendo, a propria cura e spese, a restituire la bottiglia (o le bottiglie) risigillate, con almeno il 75% del contenuto, entro cinque giorni dalla propria segnalazione. Una piattaforma “generalista” quale eBay, invece, pur introducendo un sistema di risoluzione *online* delle liti tra utenti (v. nota 840), copre meno efficacemente le questioni che insorgono dopo la consegna dei prodotti: esulano, pertanto, dall'ambito di applicazione della protezione in favore dell'acquirente, le controversie sulla qualità del vino venduto, non solo in quanto emerse dopo la consegna, ma anche perché, una volta aperta la bottiglia, il prodotto non è più integro. Diversa è l'ipotesi in cui l'acquirente si veda recapitare un prodotto contraffatto: in tal caso, otterrà il rimborso di quanto pagato: ID, p. 129.

⁸⁵³ BOLOGNINI, *Le informazioni sull'origine degli alimenti nella vendita a distanza*, cit., p. 147.

⁸⁵⁴ Cfr. art. 6, par. 1, lett. a) della Dir. 2011/83/UE e il già citato art. 49 del Codice del consumo.

⁸⁵⁵ BOLOGNINI, *Le informazioni sull'origine degli alimenti nella vendita a distanza*, cit., pp. 144 e 145.

Dal momento che, come visto, alcuni istituti previsti a tutela del consumatore in caso di vendita a distanza difficilmente potranno trovare applicazione quando oggetto della transazione *online* siano prodotti alimentari, non può certamente ritenersi soddisfacente un'estensione aprioristica della disciplina sull'*e-commerce*. Le peculiarità del commercio elettronico dei prodotti alimentari dovrebbero, dunque, essere prese adeguatamente in considerazione, al fine di sviluppare una strategia *ad hoc* che regolamenti il settore, sviluppandone, così, a pieno, le potenzialità⁸⁵⁶. Se, infatti, i prodotti alimentari possono, potenzialmente, contribuire alla diffusione di nuovi modelli contrattuali, compresa la contrattazione a distanza, del pari, quest'ultima rappresenta un'indubbia opportunità per l'acquisizione di ulteriori sbocchi sul mercato (soprattutto) da parte delle produzioni cosiddette di qualità⁸⁵⁷.

Ciò posto, non può che essere valutata con favore la disposizione di cui all'art. 14 del Reg. (UE) n. 1169/2011⁸⁵⁸, specificamente dedicata alle informazioni da fornire al consumatore in caso di vendita a distanza di prodotti alimentari. Peraltro, va evidenziata la complementarità che lega il sopracitato Regolamento alla coeva Dir. 2011/83/UE sui diritti dei consumatori. Infatti, benché quest'ultima descriva il «contratto a distanza» come quel contratto che si avvale, fino alla sua conclusione e compresa la sua conclusione, esclusivamente di «uno o più mezzi di comunicazione a distanza»⁸⁵⁹, non contiene alcuna definizione di «tecnica di comunicazione a distanza», rinvenibile, invece, all'interno del Reg. (UE) n. 1169/2011. Ai sensi dell'art. 2, par. 2, lett. u) del Reg. (UE) n. 1169/2011, per «tecnica di comunicazione a distanza» s'intende «qualunque mezzo che, senza la presenza fisica e simultanea del fornitore e del consumatore, possa impiegarsi per la conclusione del

⁸⁵⁶ Cfr. ID, pp. 137 e 138.

⁸⁵⁷ ID, p. 135.

⁸⁵⁸ Regolamento (UE) 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 (pubblicato in G.U.U.E. del 22 novembre 2011, L 304, p. 18).

⁸⁵⁹ V. art. 2, n. 7, Dir. 2011/83/UE.

contratto tra dette parti». Inoltre, stando a quanto disposto dall'undicesimo considerando della Dir. 2011/83/UE, essa non pregiudica l'applicazione di altre normative europee di settore, compresa quella sull'etichettatura dei prodotti alimentari. Pertanto, per quanto concerne gli obblighi informativi "preliminari" nella vendita di alimenti mediante commercio elettronico, troverà applicazione l'art. 14 del Reg. (UE) n. 1169/2011⁸⁶⁰.

L'art. 14 del Reg. (UE) n. 1169/2011, rubricato «Vendita a distanza»⁸⁶¹, distingue tra alimenti preimballati e alimenti non preimballati. Con riguardo ai primi⁸⁶², il par. 1 stabilisce che le informazioni obbligatorie, di cui all'art. 9 del medesimo Regolamento⁸⁶³, debbano essere fornite al consumatore «prima della conclusione dell'acquisto» e debbano comparire sul supporto della vendita a distanza o essere rese disponibili mediante qualunque altro mezzo adeguato chiaramente individuato dall'operatore del settore alimentare⁸⁶⁴. Inoltre, prosegue l'art. 14, le suddette informazioni obbligatorie dovranno essere reiterate al momento della consegna al consumatore⁸⁶⁵.

⁸⁶⁰ BOLOGNINI, *Le informazioni sull'origine degli alimenti nella vendita a distanza*, cit., pp. 142 e 143.

⁸⁶¹ Lo stesso considerando n. 27 del Reg. (UE) n. 1169/2011, muovendo dalla premessa che la vendita dei prodotti alimentari possa avvenire anche mediante l'impiego di tecniche di comunicazione a distanza, ritiene opportuno che la normativa sull'etichettatura faccia chiarezza sul fatto che, in tali casi, le informazioni obbligatorie sugli alimenti debbano essere rese disponibili anche prima che sia effettuato l'acquisto.

⁸⁶² Per «alimento preimballato» si intende, ex art. 2, par. 2, lett. e, Reg. (UE) n. 1169/2011, «l'unità di vendita destinata a essere presentata come tale al consumatore finale e alle collettività, costituita da un alimento e dall'imballaggio in cui è stato confezionato prima di essere messo in vendita, avvolta interamente o in parte da tale imballaggio, ma comunque *in modo tale che il contenuto non possa essere alterato senza aprire o cambiare l'imballaggio* (enfasi aggiunta)».

⁸⁶³ Si precisa che, probabilmente per ragioni pratiche, non vi è la necessità di fornire preliminarmente l'informazione relativa al termine minimo di conservazione o alla data di scadenza. Tale indicazione, tuttavia, dovrà essere comunicata al consumatore al momento della consegna, insieme a tutte le altre informazioni di cui all'art. 9 del Reg. (UE) n. 1169/2011: cfr. BOLOGNINI, *Le informazioni sull'origine degli alimenti nella vendita a distanza*, cit., pp. 149 e 150. Ad ogni modo, si tratta, evidentemente, di un problema che non si pone allorquando oggetto della vendita tramite *e-commerce* siano i vini.

⁸⁶⁴ Tale disposizione non si applica agli alimenti messi in vendita tramite distributori automatici o locali commerciali automatizzati: v. art. 14, par. 3, Reg. (UE) n. 1169/2011.

⁸⁶⁵ Art. 14, par. 1, lett. b, Reg. (UE) n. 1169/2011.

Per quanto concerne gli alimenti non preimballati, imballati sui luoghi di vendita su richiesta del consumatore e gli alimenti preimballati per la vendita diretta⁸⁶⁶, l'art. 44 del Reg. (UE) n. 1169/2011, impone, come informazione obbligatoria, unicamente quella relativa alla presenza di allergeni, di cui all'art. 9, par. 1, lett. c del medesimo Regolamento, lasciando gli Stati membri liberi di decidere se prescrivere la fornitura anche delle altre informazioni previste dall'art. 9, par. 1 e dall'art. 10. Pertanto, qualora tali alimenti vengano offerti al consumatore mediante tecniche di comunicazione a distanza, le suddette informazioni dovranno essere rese disponibili prima che si proceda all'acquisto, con le stesse modalità dettate, per gli alimenti preimballati, dall'art. 14, par. 1, lett. a, Reg. (UE) n. 1169/2011⁸⁶⁷.

Se il Reg. (UE) n. 1169/2011, limitatamente al settore alimentare, si pone come “normativa generale”, orizzontale, valevole per tutti i prodotti rientranti nella definizione di alimento di cui all'art. 2 del Reg. (UE) n. 178/2002⁸⁶⁸, disposizioni specifiche in materia di etichettatura dei vini sono rinvenibili agli artt. 117-123 del Reg. (UE) n. 1308/2013. Si ritiene, tuttavia, che la norma di cui al sopracitato art. 14, Reg. (UE) n. 1169/2011, trovi applicazione anche con riferimento alla vendita a distanza di prodotti vitivinicoli. Infatti, l'art. 118, del Reg. (UE) n. 1308/2013, rinvia, facendo salve le disposizioni difformi o integrative, al Regolamento “generale” in materia di etichettatura⁸⁶⁹.

⁸⁶⁶ In argomento, si veda RAGUSA, *I prodotti alimentari «preincartati» e gli «alimenti preimballati per la vendita diretta», alla luce del regolamento n. 1169/2011, «relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori», in Riv. dir. agr.*, 2012, I, pp. 457 e ss. Si segnala che, ai sensi dell'art. 2, par. 2, lett. e, Reg. (UE) n. 1169/2011, gli alimenti imballati sui luoghi di vendita su richiesta del consumatore o preimballati per la vendita diretta non rientrano nel concetto di “alimento preimballato”. Infine, con riguardo all'*e-commerce* come strumento per la vendita diretta dei prodotti alimentari, si veda il par. 3.2.4 del presente Capitolo.

⁸⁶⁷ L'art. 14, par. 2, del Reg. (UE) n. 1169/2011, dispone quanto segue: «Nel caso di alimenti non preimballati messi in vendita mediante tecniche di comunicazione a distanza, le indicazioni richieste a norma dell'articolo 44 sono rese disponibili ai sensi del paragrafo 1 del presente articolo».

⁸⁶⁸ Cit., nota 792.

⁸⁶⁹ Precisamente, così dispone l'art. 118 del Reg. (UE) n. 1308/2013, rubricato «Applicabilità delle regole orizzontali»: «Salvo ove altrimenti disposto dal presente regolamento, all'etichettatura e alla presentazione si

Va segnalato che, per i vini, il legislatore europeo ha stabilito delle informazioni obbligatorie specifiche. Pertanto, nella vendita a distanza di prodotti vitivinicoli, il fornitore dovrà produrre, «prima della conclusione dell'acquisto» e con i mezzi di cui all'art. 14, Reg. (UE) n. 1169/2011, le indicazioni obbligatorie di cui all'art. 119, Reg. (UE) n. 1308/2013. Ne consegue che, in caso di vendita di vini mediante commercio elettronico, il consumatore, prima dell'inoltro dell'ordine e al momento della consegna [in linea con quanto disposto alla lett. b, par. 1, dell'art. 14, Reg. (UE) n. 1169/2011], dovrà essere reso edotto circa: a) la categoria cui appartiene il prodotto vitivinicolo oggetto di transazione⁸⁷⁰; b) per i vini DOP/IGP, il nome della denominazione di origine protetta o dell'indicazione geografica protetta, unitamente all'espressione "denominazione di origine protetta" o "indicazione geografica protetta"⁸⁷¹; c) il titolo alcolometrico volumico effettivo; d) l'indicazione della provenienza; e) l'indicazione dell'imbottigliatore o, nel caso del vino spumante, del vino spumante gassificato, del vino spumante di qualità o del vino spumante aromatico di qualità, il nome del produttore o venditore; f) l'indicazione dell'importatore, qualora si tratti di vini importati e g) per il vino spumante, il vino spumante gassificato, il vino spumante di qualità o il vino spumante aromatico di qualità, l'indicazione del tenore di zucchero. Si tratta, evidentemente, di una presentazione ben più completa rispetto a quella richiesta dall'art. 49 del Cod. cons. che, con riferimento alla natura dei beni (o dei servizi), si limita ad imporre la descrizione delle loro caratteristiche principali.

Le informazioni obbligatorie di cui all'art. 119, Reg. (UE) n. 1308/2013, dovrebbero essere già contenute nell'etichetta dei vini, indipendentemente dalle modalità prescelte per la loro vendita, sia essa "fisica" o mediante *e-commerce*. Tuttavia, la predisposizione, il *layout*, dei siti *web* spesso non consente al consumatore di leggere con chiarezza le etichette dei vini offerti⁸⁷². Non è peraltro sufficiente fornire le sopra elencate informazioni per aver assolto

applicano la direttiva 89/396/CEE del Consiglio, la direttiva 2000/13/CE, la direttiva 2007/45/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, la direttiva 2008/95/CE e il regolamento (UE) n. 1169/2011».

⁸⁷⁰ Si specifica che tale indicazione non è necessaria nel caso di vini DOP/IGP.

⁸⁷¹ Espressione, questa, che può essere omessa laddove il vino rechi una menzione tradizionale nazionale (si pensi alle DOCG, DOC e IGT italiane): sul punto, si rinvia al par. 1.2.1 del Capitolo I.

⁸⁷² Si veda, a tal proposito, VAN DER VEER, *Real Food from Virtual Shops*, in *EFFL*, 1/2012, pp. 7 e 8.

agli obblighi di legge, ma occorre rispettare, altresì, alcuni requisiti che potremmo definire “formali”, più che di contenuto, mettendo le suddette informazioni a disposizione del consumatore in modo che esse siano «facilmente visibili, chiaramente leggibili ed eventualmente indelebili»⁸⁷³. Mi pare, dunque, che venga nuovamente in soccorso l’art. 14 del Reg. (UE) n. 1169/2011, laddove impone che le informazioni obbligatorie appaiano sul supporto della vendita a distanza o siano fornite mediante *qualunque altro mezzo adeguato*. Evidentemente, a mio giudizio, contravverrà al canone dell’adeguatezza quel professionista che dovesse predisporre la propria offerta di vini, tramite sito *web*, senza rispettare i requisiti di leggibilità, chiarezza e immodificabilità delle indicazioni obbligatorie.

3.2.3 Le informazioni volontarie e il principio di “non ingannevolezza”

Se l’art. 119 del Reg. (UE) n. 1308/2013 si occupa delle informazioni che devono essere obbligatoriamente fornite in caso di vendita di vino, l’art. 120, del medesimo Regolamento, affronta il tema delle indicazioni volontarie, che possono essere, facoltativamente, messe a disposizione del consumatore. Tra queste, si ricordano – e si precisa che quello di cui all’art. 120 non costituisce un elenco tassativo – l’annata, il nome di una o più varietà di uve da vino, le menzioni tradizionali, per i vini DOP/IGP, relative al metodo di produzione o di invecchiamento oppure alla qualità, al colore, al tipo di luogo o ancora ad un evento particolare legato alla storia del prodotto a denominazione di origine protetta o a indicazione geografica protetta.

È intuitivo comprendere come, rispetto allo spazio di un’etichetta, a favore dell’*e-commerce* giochi la possibilità di somministrare una voluminosa quantità di informazioni sul prodotto e, più in generale, sul contesto geografico e produttivo di origine, valorizzando, così, al meglio, il vino presentato. Sebbene quanto testé sostenuto rappresenti, senza dubbio, un pregio del particolare canale distributivo analizzato in queste righe, al contempo, ne costituisce una ineludibile necessità. Si consideri, infatti, che, storicamente, l’acquisto di vino avviene mediante un contatto immediato tra il consumatore

⁸⁷³ Cfr. art. 13, Reg. (UE) n. 1169/2011, rubricato «Presentazione delle indicazioni obbligatorie».

e il produttore, in caso di vendita diretta, o, comunque, tramite l'instaurazione di un rapporto con il rivenditore (si pensi ad un'enoteca, poiché le considerazioni che seguono risulterebbero difficilmente mutuabili in caso di acquisto tramite la Grande Distribuzione Organizzata), durante il quale viene narrata la storia del vino e che, spesso, si conclude con la degustazione dello stesso, eventualmente prodromica all'assunzione della determinazione all'acquisto. Internet ha reso questa relazione virtuale, emotivamente carente, con la necessità di riequilibrarla attraverso la diffusione di informazioni chiare, precise ed evocative⁸⁷⁴.

Maggiore è la quantità di informazioni di cui viene investito il consumatore, maggiore è il rischio che esse si rivelino ingannevoli, influenzando indebitamente le sue scelte d'acquisto. A tale proposito, l'art. 7 del Reg. (UE) n. 1169/2011 – applicabile anche ai vini, in virtù del rinvio alle norme orizzontali in materia di etichettatura, operato dall'art. 118 del Reg. (UE) n. 1308/2013 –, rubricato «Pratiche leali d'informazione»⁸⁷⁵, ammonisce che le informazioni sugli alimenti non debbano indurre in errore il consumatore, tipizzando, in via esemplificativa, alcune ipotesi di comportamento sleale⁸⁷⁶. In particolare, per quanto

⁸⁷⁴ DINDO, *Organizzare la distribuzione del vino tra vendita off line e vendita on line*, in CALLIANO (a cura di), *E-WINE – Aspetti giur-economici della comunicazione e distribuzione del vino online*, cit., pp. 64 e 65.

⁸⁷⁵ Si specifica che anche alla fornitura di informazioni sugli alimenti si applicano i principi generali stabiliti dalla Direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno (pubblicata in G.U.C.E. dell'11 giugno 2005, L 149, p. 22). Combinando il disposto dell'art. 5, par. 2 e dell'art. 2, lett. e della Dir. 2005/29/CE, può essere definita "sleale" quella pratica commerciale che risulta essere contraria alle norme di diligenza professionale e che è falsa o è idonea a falsare in misura rilevante il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio, alterandone sensibilmente la capacità di prendere una decisione consapevole e, pertanto, inducendolo ad assumere una determinazione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso. Sul rapporto tra la sopracitata Direttiva e il Reg. (UE) n. 1169/2011, si veda GIUFFRIDA, *Pratiche leali di informazione e informazioni volontarie*, in *Riv. dir. agr.*, 2012, I, pp. 79 e ss.

⁸⁷⁶ Così recita l'art. 7, par. 1, del Reg. (UE) n. 1169/2011: «Le informazioni sugli alimenti non inducono in errore, in particolare: a) 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; b) attribuendo al prodotto alimentare effetti o

concerne la vendita di vino *online*, potrebbero essere somministrate informazioni false o, comunque, ingannevoli, circa le caratteristiche dell'alimento, la composizione, la quantità, il paese d'origine o il luogo di provenienza, il metodo di fabbricazione o di produzione. Inoltre, la fornitura di informazioni sugli alimenti, compresa quella effettuata mediante tecniche di comunicazione a distanza e, quindi, anche tramite *Internet*, per rientrare nel concetto di "pratica commerciale leale", deve rispondere ai canoni della precisione, chiarezza e comprensibilità⁸⁷⁷ da parte del consumatore "medio", intendendosi per tale – secondo l'elaborazione della Corte di Giustizia, applicata anche in occasione di pronunce in materia di etichettatura⁸⁷⁸ – il consumatore normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto. Pertanto, è tale figura che deve essere presa a modello per valutare la potenzialità distorsiva delle informazioni sugli alimenti fornite, eventualmente, via *web*⁸⁷⁹. Si precisa, infine, che le pratiche leali di informazione di cui all'art. 7 devono essere rispettate non solo nel redigere l'etichetta dei vini, ma anche nella loro pubblicità e, più genericamente, nella loro presentazione, comprensiva della bottiglia utilizzata nonché del modo in cui sono disposti o del contesto in cui sono esposti⁸⁸⁰. Torna, quindi, di centrale importanza la predisposizione del sito *web*, la cui "impaginazione" non deve risultare potenzialmente idonea a sviare il comportamento commerciale del consumatore. In tal caso, risponderrebbe della condotta sleale il proprietario del sito *web*, il quale viene altresì

proprietà che non possiede; c) suggerendo che l'alimento possiede caratteristiche particolari, quando in realtà tutti gli alimenti analoghi possiedono le stesse caratteristiche, in particolare evidenziando in modo esplicito la presenza o l'assenza di determinati ingredienti e/o sostanze nutritive; d) suggerendo, tramite l'aspetto, la descrizione o le illustrazioni, la presenza di un particolare alimento o di un ingrediente, mentre di fatto un componente naturalmente presente o un ingrediente normalmente utilizzato in tale alimento è stato sostituito con un diverso componente o un diverso ingrediente. Inoltre, ai sensi del par. 3 del medesimo articolo, le informazioni sugli alimenti non possono attribuire loro la proprietà di prevenire, trattare o guarire una malattia umana, né possono fare alcun riferimento a tali proprietà.

⁸⁷⁷ Cfr. art. 7, par. 2, Reg. (UE) n. 1169/2011.

⁸⁷⁸ Si vedano, tra le tante, Corte di Giustizia 21 gennaio 2016, C-75/15 e Corte di Giustizia 4 aprile 2000, C-465/98.

⁸⁷⁹ GIUFFRIDA, *op. cit.*, p. 86.

⁸⁸⁰ Cfr. art. 7, par. 4, Reg. (UE) n. 1169/2011.

individuato come responsabile della fornitura delle informazioni obbligatorie⁸⁸¹, in deroga all'art. 8, del Reg. (UE) n. 1169/2011, che qualifica l'operatore del settore alimentare, sotto il cui nome o la cui ragione sociale viene commercializzato l'alimento, come garante delle informazioni sullo stesso⁸⁸².

3.2.4 La vendita diretta dei prodotti agro-alimentari tramite *Internet*

L'*e-commerce* può costituire un valido strumento per incentivare la vendita diretta dei prodotti agro-alimentari⁸⁸³. Per vendita diretta s'intende la vendita effettuata direttamente dal produttore al consumatore, senza l'intervento di intermediari dal lato della vendita⁸⁸⁴. Non coincide necessariamente con la vendita diretta il concetto di "sistema agroalimentare locale", nel quale la produzione, la trasformazione, il commercio e il consumo di prodotti alimentari avvengono in una zona geografica di estensione piuttosto limitata⁸⁸⁵. Si pensi a come, con un semplice "click di mouse" sul sito del produttore, sia possibile che un vino lasci una delle tante cantine italiane per arrivare all'ultimo piano di un grattacielo di New York. Grazie al rapporto diretto che si instaura con il produttore, che dialogando e comunicando attraverso il *web* può conoscere meglio i bisogni dei potenziali acquirenti e

⁸⁸¹ Si tratta del documento della DG SANCO «Domande e risposte sull'applicazione del regolamento (UE) n. 1169/2011 relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori», del 31 gennaio 2013, relativamente al quale, si veda, ROGGERO, *Linee guida sull'applicazione del Regolamento (UE) 1169/2011 sull'informazione ai consumatori*, in *Riv. dir. alim.*, 2/2013, pp. 45 e ss.

⁸⁸² Cfr. BOLOGNINI, *Le informazioni sull'origine degli alimenti nella vendita a distanza*, cit., pp. 156 e 157.

⁸⁸³ Cfr. Relazione della Commissione al Parlamento europeo e al Consiglio, del 6 dicembre 2013, sull'opportunità di istituire un regime di etichettatura relativo all'agricoltura locale e alla vendita a distanza, COM(2013) 866 final, p. 8, in cui si dà atto di come la vendita diretta venga, in alcuni casi, effettuata mediante tecniche di comunicazione a distanza (ad esempio, tramite *Internet*).

⁸⁸⁴ ID, p. 4. Per un'analisi della disciplina nazionale in tema di vendita diretta dei prodotti agricoli, che esonera gli imprenditori di cui all'art. 2135 cod. civ. dall'applicazione delle generali norme in materia di commercio, si veda ALBISINNI, *La vendita diretta dei prodotti agricoli*, in COSTATO, GERMANÒ, ROOK BASILE (a cura di), *Trattato di diritto agrario*, vol. 1, Torino, 2011, pp. 263 e ss.

⁸⁸⁵ Relazione della Commissione al Parlamento europeo e al Consiglio, del 6 dicembre 2013, sull'opportunità di istituire un regime di etichettatura relativo all'agricoltura locale e alla vendita a distanza, cit., p. 4.

migliorare il servizio, i prodotti arrivano comunque al consumatore intessuti di informazioni sulla provenienza e sulle modalità di produzione, senza passaggi intermedi⁸⁸⁶, benché il “viaggio” da essi compiuto per giungere a destinazione sia piuttosto lungo. A tal proposito, si consideri che l’impresa vitivinicola, che opti per la commercializzazione diretta dei propri prodotti tramite Internet, ha la possibilità di operare anche all’estero, in Paesi in cui l’*e-commerce* è ormai molto sviluppato⁸⁸⁷.

L’Unione europea incentiva la vendita diretta, che, benché rappresenti, storicamente, la più antica modalità di commercializzazione dei prodotti agro-alimentari, è stata relegata ad un ruolo marginale con l’avvento della Rivoluzione industriale e di differenti forme distributive⁸⁸⁸, ma è tornata a costituire, ad oggi, un’opportunità tanto per i consumatori quanto per i produttori⁸⁸⁹. Se, infatti, inizialmente, la vendita diretta veniva caricata di un significato ridotto, circoscritto alla necessità per l’agricoltore di allocare i prodotti del proprio fondo sul mercato, più recentemente le sono stati attribuite maggiori implicazioni socio-economiche⁸⁹⁰, anche sulla spinta del crescente interesse registrato da parte dei consumatori nei confronti di questa tipologia di vendita. La creazione di relazioni strette, immediate, tra produttori e consumatori aumenta la consapevolezza e la conoscenza dei prodotti alimentari, dei loro territori di origine e contesti produttivi, da parte di questi ultimi, potendoli, potenzialmente, indurli a modificare le proprie abitudini di acquisto⁸⁹¹.

⁸⁸⁶ GIUCA, *Conoscere la filiera corta*, in GIARÈ e GIUCA (a cura di), *Agricoltori e filiera corta - Profili giuridici e dinamiche socio-economiche*, Atti del seminario di studi organizzato dall’INEA a Roma, il 30 maggio 2012, p. 14.

⁸⁸⁷ DINDO, *op. cit.*, p. 37.

⁸⁸⁸ CORSI, NOVELLI, PETTENATI, *Vendita diretta in azienda e fuori azienda: un’analisi in Piemonte*, in *Agriregionieuropa*, anno 10, numero 38, settembre 2014, p. 90.

⁸⁸⁹ Cfr. BOLOGNINI, *Le informazioni sull’origine degli alimenti nella vendita a distanza*, cit., pp. 135 e 136. Si veda, inoltre, il documento presentato dalla DG Agricoltura e Sviluppo rurale nel contesto delle discussioni per la “nuova PAC” 2021-2027, «Modernising and Simplifying the CAP - Background Document: Economic challenges facing EU agriculture», dell’11 dicembre 2017, p. 8, in cui si afferma, tra l’altro, che circa il 15% delle imprese agricole europee vendono più della metà della loro produzione direttamente ai consumatori.

⁸⁹⁰ ALABRESE, *La vendita diretta dei prodotti agricoli*, in *Riv. dir. alim.*, 3/2008, p. 3.

⁸⁹¹ Relazione della Commissione al Parlamento europeo e al Consiglio, del 6 dicembre 2013, sull’opportunità di istituire un regime di etichettatura relativo all’agricoltura locale e alla vendita a distanza, cit., p. 6.

Sul versante produttivo, la vendita diretta consente, mediante la riduzione della filiera, di riequilibrare il mercato, permettendo all'imprenditore di ottenere una maggiore remunerazione del proprio lavoro, riappropriandosi del margine di guadagno altrimenti disperso negli altri segmenti della filiera⁸⁹². In particolare, poi, l'utilizzo di Internet come strumento per realizzare la vendita diretta dei propri prodotti consentirebbe, al produttore interessato, di approcciare una platea di consumatori altrimenti difficilmente raggiungibile. Infatti, una delle variabili che incidono maggiormente sulla scelta di dedicarsi alla vendita dei propri prodotti in via immediata, senza il ricorso ad intermediari, risiede nel contesto geografico in cui ha sede l'azienda vitivinicola (o, più in generale, agricola). La vendita diretta "in azienda" potrebbe apparire più appetibile per quelle attività produttive ubicate in località particolarmente popolate – e, quindi, con un bacino di potenziali acquirenti più esteso – o particolarmente attrattive per il turismo; per quella "fuori azienda", invece, determinante potrebbe essere la vicinanza a centri urbani con spiccato interesse commerciale, per la presenza di aree mercatili. Internet avrebbe, in questo senso, il pregio di travalicare i confini fisici, consentendo di ampliare la domanda potenziale di acquisto⁸⁹³. L'impresa vitivinicola che decidesse di attivare un negozio *online* per la vendita "immediata" dei propri prodotti, dovrebbe inviare apposita comunicazione al Comune del luogo ove ha sede l'azienda di produzione, essendo, la vendita diretta tramite commercio elettronico, equiparata, sul piano nazionale, a quella effettuata in forma itinerante⁸⁹⁴. A

⁸⁹² CANFORA, *Dalla terra al territorio: il ruolo dell'agricoltura nella filiera corta*, in GIARÈ e GIUCA (a cura di), *Agricoltori e filiera corta - Profili giuridici e dinamiche socio-economiche*, cit., p. 34.

⁸⁹³ CORSI, NOVELLI, PETTENATI, *op. cit.*, p. 91.

⁸⁹⁴ Ci si riferisce all'art. 4 del D.lgs. 18 maggio 2001, n. 228 (Orientamento e modernizzazione del settore agricolo, a norma dell'articolo 7 della legge 5 marzo 2001, n. 57, pubblicato in G.U. n. 137 del 15 giugno 2001), come modificato dall'art. 27 del D.l. 9 febbraio 2012, n. 5 (Disposizioni urgenti in materia di semplificazione e di sviluppo, pubblicato in G.U. n. 33 del 09 febbraio 2012), il quale precisa, inoltre, che l'impresa interessata alla vendita diretta potrà iniziare la suddetta attività già a decorrere dalla data di invio della comunicazione di cui sopra: cfr. CANFORA, *op. cit.*, p. 33. Si segnala, per completezza, che l'art. 4 del D.lgs. 228/2001 è stato recentemente modificato dalla Legge di bilancio per il 2019 (L. 30 dicembre 2018, n. 145, pubblicata in G.U. n. 302 del 31 dicembre 2018), relativamente alla possibilità, per gli imprenditori

fronte di questo modesto adempimento amministrativo, sono ben più complesse le valutazioni, di stampo legale, che l'impresa vitivinicola si troverà ad affrontare qualora decidesse di adoperare il *web* come canale per la vendita diretta dei propri vini. Oltre agli aspetti già affrontati – e, quindi, alla necessità di predisporre il sito *Internet* così da fornire in modo chiaro, preciso, comprensibile e leggibile tutte le informazioni normativamente imposte⁸⁹⁵ – la realizzazione di un negozio virtuale comporta: innanzitutto, la scelta del mercato nazionale di riferimento e, cioè, del Paese o dei Paesi nei quali si intende operare; la verifica dell'impatto nel nuovo canale di vendita sull'eventuale impianto distributivo, *offline*, già esistente; lo studio della disciplina fiscale applicabile; l'individuazione e l'organizzazione del sistema di trasporto e l'eventuale stipulazione di contratti di deposito, funzionali alla consegna dei vini⁸⁹⁶.

Non si può, tuttavia, omettere la presenza di un ostacolo, di natura, questa volta, non normativa, che si frappone alla diffusione del commercio elettronico come strumento per la vendita diretta dei prodotti agricoli. Ci si riferisce alla scarsa digitalizzazione delle aree rurali, alla carenza di investimenti e competenze tecnologiche che caratterizzano una parte ancora troppo rilevante del mondo agricolo⁸⁹⁷.

Più in generale, il potenziale beneficio che la vendita diretta via *web* sarebbe in grado di dispiegare risulta fortemente legato alle caratteristiche strutturali delle imprese, più o meno in grado di affrontare le criticità legate alla logistica, alla capacità di ampliare l'offerta e, naturalmente, al *marketing*⁸⁹⁸. In alternativa, l'impresa vitivinicola potrebbe decidere di stabilire un rapporto commerciale con un'enoteca *online*, alla quale fornire i propri vini

agricoli, di vendere al dettaglio prodotti agricoli e alimentari di terzi appartenenti a uno o più comparti agronomici diversi da quelli dei prodotti della propria Azienda.

⁸⁹⁵ Si rimanda, a tale proposito, ai parr. 3.2.1 e 3.2.2 del presente Capitolo.

⁸⁹⁶ Per una disamina più accurata delle sopra brevemente citate implicazioni giuridiche: Cfr. DINDO, *op. cit.*, pp. 35 e ss.; SALUZZO, *op. cit.*, pp. 95 e ss.; CARABELLI, MADONINI, *op. cit.*, pp. 161 e ss.

⁸⁹⁷ Non a caso, la Commissione europea, nella Comunicazione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle Regioni, *Il futuro dell'alimentazione e dell'agricoltura*, Bruxelles, 29 novembre 2017, COM(2017) 713 final, a p. 8, tra gli obiettivi della Nuova Pac, include la necessità di «collegare completamente gli agricoltori e le aree rurali all'economia digitale».

⁸⁹⁸ GIUCA, *op. cit.*, pp. 24 e 25.

affinché essi siano venduti su *Internet*, sfruttando il sistema distributivo organizzato, per le consegne, dal negozio specializzato in vendita di vini *online* e la relativa rete logistica. In questo modo, il produttore di vini riuscirebbe a beneficiare del mercato potenziale dell'enoteca *online*, decisamente più ampio rispetto all'ambito "fisico" territoriale in cui, normalmente, si trova ad operare una qualsiasi enoteca, demandando alla stessa la cura di tutti gli adempimenti che il commercio elettronico comporta⁸⁹⁹.

3.3 La tutela delle indicazioni geografiche nel *web*

Quando si parla di commercio elettronico, non si può trascurare il tema della protezione della proprietà intellettuale. Infatti, mediante commercio elettronico, vengono venduti prodotti e servizi che, spesso, includono un diritto della proprietà intellettuale, il quale rappresenta, in molti casi, la componente di maggior valore nella transazione⁹⁰⁰. Si pensi, a titolo d'esempio, ad un brano musicale e al correlativo diritto d'autore, ad un capo di abbigliamento accompagnato dal marchio di una casa di moda o, ancora, ad un vino portante una DOP o una IGP. Così come si registra un generale consenso all'estensione e all'adattamento delle regole dettate, per il "mondo fisico", a tutela del marchio, si da ricomprendere nell'ambito di protezione le fattispecie che si verificano su *Internet*, lo stesso dovrebbe valere anche per le indicazioni geografiche⁹⁰¹, allo scopo di scongiurare e reprimere quelle condotte abusive che potrebbero trovare, nel *web*, terreno fertile per prosperare. Si consideri, inoltre, che tra gli effetti (negativi) che la globalizzazione ha prodotto nel settore vitivinicolo, si annovera l'aumento esponenziale dei casi di "enopirateria", termine con il quale si indica la contraffazione di marchi, denominazioni e indicazioni geografiche relative al vino. Orbene, la distribuzione di prodotti contraffatti

⁸⁹⁹ Cfr. DINDO, *op. cit.*, pp. 38 e 39.

⁹⁰⁰ Per un approfondimento di questi temi, si veda il documento «Intellectual property issues related to electronic commerce» redatto dalla Divisione per le piccole e medie imprese dell'Organizzazione Mondiale per la Proprietà Intellettuale e disponibile al seguente indirizzo https://www.wipo.int/sme/en/e_commerce/index.htm.

⁹⁰¹ Cfr. *Intellectual property on the internet: a survey of issues*, OMPI, 2002, punto 123.

spesso si avvale delle tecniche di comunicazione a distanza e di “contrattazione virtuale”⁹⁰² proprie del commercio elettronico⁹⁰³.

Ai sensi dell’art. 103, par. 2, del Reg. (UE) n. 1308/2013, la protezione dei vini DOP/IGP ricomprende: a) qualsiasi uso commerciale diretto o indiretto del nome protetto per prodotti comparabili non conformi al disciplinare del nome protetto, o, comunque, nella misura in cui tale uso sfrutti la notorietà di una denominazione di origine o di una 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, una trascrizione o una traslitterazione o è accompagnato da espressioni quali "genere", "tipo", "metodo", "alla maniera", "imitazione", "gusto", "come" o espressioni 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. Il fatto che il legislatore europeo si limiti a fissare il contenuto della tutela che deve essere apprestata alle DOP e alle IGP vitivinicole, senza, tuttavia, dettare alcuna misura concreta per l’implementazione della suddetta protezione e lasciando, pertanto, gli Stati membri liberi di scegliere, discrezionalmente, i modi per darvi effettività, rischia di lasciare le Autorità nazionali⁹⁰⁴

⁹⁰² Sarebbe più corretto parlare di “conclusione del contratto a distanza”: infatti, generalmente, nel commercio elettronico non vi è spazio per alcuna “contrattazione” strettamente intesa, risolvendosi, l’incontro delle volontà negoziali, nella predisposizione di un modulo contrattuale da parte del fornitore e nell’adesione da parte del consumatore.

⁹⁰³ Per un’analisi del fenomeno dell’*enopirateria*, si veda MARTINELLI, *L’enopirateria e l’importanza della qualità nei prodotti agroalimentari*, cit., il quale sottolinea come la distribuzione dei prodotti contraffatti avvenga per lo più attraverso due canali alternativi: il circuito commerciale abituale e il circuito clandestino, il quale si organizza, per definizione, al di fuori del mercato regolare, trovando in *Internet* uno strumento idoneo per vendere prodotti che sfruttino indebitamente il nome o la notorietà di denominazioni di origine o di indicazioni geografiche vitivinicole.

⁹⁰⁴ In Italia, l’ICQRF è stata individuata come Autorità competente *ex officio* per le DOP e le IGP ai sensi dell’art. 13, par. 3, del Reg. (UE) n. 1151/2012 e come Organismo di contatto in materia di controlli nel

prive dei mezzi necessari per salvaguardare i vini a denominazione d'origine o a indicazione geografica, specialmente a fronte di abusi realizzati in Stati membri diversi da quelli di origine o perpetrati tramite commercio elettronico⁹⁰⁵.

Consapevole della necessità di “aggiornare” l’ambito di tutela delle DOP/IGP vitivinicole rispetto alle nuove “insidie” del *web*, la Commissione europea ha proposto una modifica all’attuale formulazione dell’art. 103 del Reg. (UE) n. 1308/2013, sì da estendere il contenuto della protezione, in esso dettata, ai vini venduti nell’Unione europea tramite commercio elettronico⁹⁰⁶. Trattasi di un’opportuna implementazione della salvaguardia delle DOP e delle IGP, non più procrastinabile a fronte della massiccia diffusione degli acquisti *online*, e necessaria per combattere più efficacemente i fenomeni contraffattivi perpetrati su *Internet*⁹⁰⁷.

settore vitivinicolo, ex art. 40 del Regolamento delegato (UE) 2018/273 della Commissione, dell’11 dicembre 2017, che integra il regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda il sistema di autorizzazioni per gli impianti viticoli, lo schedario viticolo, i documenti di accompagnamento e la certificazione, il registro delle entrate e delle uscite, le dichiarazioni obbligatorie, le notifiche e la pubblicazione delle informazioni notificate, che integra il regolamento (UE) n. 1306/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda i pertinenti controlli e le pertinenti sanzioni, e che modifica i regolamenti (CE) n. 555/2008, (CE) n. 606/2009 e (CE) n. 607/2009 della Commissione e abroga il regolamento (CE) n. 436/2009 della Commissione e il regolamento delegato (UE) 2015/560 della Commissione (pubblicato in G.U.U.E. il 28 febbraio 2018, L 58, p. 1). Sulle attività svolte dall’ICQRF a tutela delle denominazioni d’origine e delle indicazioni geografiche vitivinicole, in particolare sul *web*, si tornerà nei successivi paragrafi del presente Capitolo.

⁹⁰⁵ Cfr. *Protection and control of Geographical indications for agricultural products in the EU Member States*, European Union Intellectual Property Office (EUIPO), dicembre 2017, p. 12.

⁹⁰⁶ Si veda l’art. 1, par. 14, della proposta di Regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio, presentata dalla Commissione europea e avente ad oggetto, tra le altre cose, la modifica del Reg. (UE) n. 1308/2013 e del Reg. (UE) n. 1151/2012: Bruxelles, 1 giugno 2018, COM(2018) 394 final/2. Si segnala, per completezza, che il suddetto documento introduce una disposizione speculare per le DOP e le IGP degli altri prodotti agro-alimentari: infatti, l’art. 2, par. 5, propone di modificare l’art. 13 del Reg. (UE) n. 1151/2012 in modo tale da ricomprendere, nello spettro della tutela ivi tracciata, le vendite di DOP e IGP realizzate mediante commercio elettronico.

⁹⁰⁷ Cfr. considerando n. 18, COM(2018) 394 final/2.

L'organizzazione no-profit "oriGIn"⁹⁰⁸ – che, da tempo, si batte affinché le istituzioni europee e gli organismi internazionali competenti riconoscano l'importanza di un'adeguata regolamentazione delle indicazioni geografiche, che le tuteli dalle minacce presenti sul *web* – benché si dichiari soddisfatta della proposta della Commissione di estensione dell'ambito di applicazione dell'art. 103, Reg. (UE) n. 1308/2013, a ricomprendervi il commercio elettronico, continua a rivendicare l'esigenza di un approccio complessivo, puntuale, idoneo a presidiare le indicazioni geografiche da tutte quelle condotte di palese sfruttamento del loro valore concorrenziale, poste in essere su Internet⁹⁰⁹.

La stessa OMPI, già nel 2001, ha ritenuto di dover stilare un documento⁹¹⁰ in cui si "raccomandavano" delle linee guida per coadiuvare gli Stati membri dell'Organizzazione – e le rispettive competenti Autorità nazionali – nel difficile compito di individuare le violazioni dei diritti di proprietà intellettuale perpetrate su *Internet* e i conseguenti rimedi da adottare per far cessare le suddette attività di concorrenza sleale, applicando, a tale scopo, le pertinenti legislazioni nazionali vigenti nei singoli ordinamenti, sulle quali il documento in esame ometteva opportunamente di pronunciarsi. Occorre, preliminarmente, precisare che l'OMPI si rivolge ad una platea di Stati più ampia rispetto a quella riferibile all'Unione europea e, pertanto, i principi generali enunciati nel documento del 2001 avevano l'ambizione di collocarsi all'interno della dimensione propriamente internazionale

⁹⁰⁸ Per brevi cenni su oriGIn (*Organization for an International Geographical Indications Network*), si veda la nota 782.

⁹⁰⁹ Si veda il documento redatto da oriGIn, *Geographical Indications - An asset for the European Union oriGIn EU proposals to reinforce the European Quality Policy*, in cui vengono enunciate quelle che l'organizzazione ritiene essere le questioni prioritarie in materia di indicazioni geografiche, che l'Unione europea dovrebbe affrontare nella legislatura 2019-2024, tra cui l'implementazione della tutela conferita ai termini registrati come DOP/IGP a fronte di nomi di dominio "abusivi": sul punto, si rimanda ai parr. 3.1 – 3.1.4 del presente Capitolo.

⁹¹⁰ *Joint Recommendation Concerning Provisions on the Protection of Marks, and Other Industrial Property Rights in Signs, on the Internet*, adopted by the Assembly of the Paris Union for the Protection of Industrial Property and the General Assembly of the World Intellectual Property Organization (WIPO) at the Thirty-Sixth Series of Meetings of the Assemblies of the Member States of WIPO, September 24 to October 3, 2001.

del dibattito sulla protezione, nel *web*, dei diritti di proprietà intellettuale (di cui fanno parte anche le indicazioni geografiche). Peraltro, nel determinare le condotte censurabili, l'OMPI prendeva come parametro di riferimento la definizione di "atto di concorrenza sleale" di cui alla Convenzione di Unione di Parigi per la protezione della proprietà industriale del 1883⁹¹¹. Ad ogni modo, è utile comprendere lo "spirito di fondo" che informa il documento in esame e che si ritrova più che mai esplicitato all'art. 6, laddove si fa monito alle competenti Autorità degli Stati membri, nello svolgimento della loro attività di controllo e tutela dei diritti della proprietà intellettuale, di tenere in debita considerazione anche gli utilizzi "illegittimi" che degli stessi vengono fatti su *Internet*⁹¹².

3.3.1 I *Wine kit* e l'evocazione delle indicazioni geografiche su *Internet*

Vastissima è la casistica degli interventi dell'ICQRF in Unione europea e nei Paesi terzi⁹¹³, a contrasto dell'evocazione delle indicazioni geografiche nel settore vitivinicolo, a cominciare dai noti *Wine kit* (c.d. vini fai da te)⁹¹⁴. Il *Wine kit*, solitamente, è un cofanetto contenente, a seconda dei casi, polvere di mosto d'uva da reidratare con acqua, sostanze di chiarificazione, *chips* di legno per poter ottenere l'effetto dell'affinamento in botte, bisolfito di potassio; sostanze, queste, da combinare con proporzioni diverse a seconda del

⁹¹¹ Cfr. art. 1, punto iii, della *Joint Recommendation Concerning Provisions on the Protection of Marks, and Other Industrial Property Rights in Signs, on the Internet*, cit. Si ricorda che la Convenzione di Unione di Parigi si occupa delle "mere" indicazioni di provenienza, mancando di dettare una definizione delle denominazioni di origine, sebbene il suo art. 1 le menzioni, entrambe, come segni della proprietà industriale: in argomento, si rimanda al par. 2.1 del Capitolo II.

⁹¹² Precisamente, l'art. 6 si esprime in questi termini: «Use of a sign on the Internet, including forms of use that are made possible by technological advances, shall be taken into consideration for determining whether a right under the applicable law of a Member State has been infringed, or whether the use amounts to an act of unfair competition under the law of that Member State, only if that use constitutes use of the sign on the Internet in that Member State».

⁹¹³ Sull'attività di controllo svolta dall'ICQRF si tornerà, più diffusamente, nei parr. 3.3.2 e 3.3.3 del presente Capitolo.

⁹¹⁴ GUALTIERI, VACCARI, CATIZZONE, *op. cit.*, p. 28.

tipo di vino che si vuole ottenere. Se i *Wine kit* venissero venduti senza alcun riferimento al vino, non si porrebbero problemi di violazione delle norme vigenti nel settore vitivinicolo. Purtroppo, però, i *Wine kit* servono per ottenere sedicenti *Italian Piedmont Barolo style with grape skins* oppure *Originale Chianti, International Italian Pinot Grigio, Selected International Italian Brunello, Italian Sangiovese*, ecc.⁹¹⁵. Nei casi specifici, ad essere contestato non è solo l'improprio utilizzo del termine "vino"⁹¹⁶ – illegittimo, per questa tipologia di prodotti, perché adoperato in violazione dell'art. 78, par. 2, del Reg. (UE) n. 1308/2013, che stabilisce che «le definizioni, le designazioni o le denominazioni di vendita figuranti nell'allegato VII possono essere utilizzate nell'Unione solo per la commercializzazione di un prodotto conforme ai corrispondenti requisiti stabiliti nel medesimo allegato» –, ma anche l'illecito riferimento alle DOP e alle IGP vitivinicole per prodotti che, evidentemente, non rispettano i relativi disciplinari di produzione e nulla hanno a che vedere con i vini "richiamati"⁹¹⁷. Tale pratica, peraltro, finisce per indebolire la forza commerciale di cui godono le rinomate bottiglie a DOP e IGP, inducendo consumatori "poco informati" ad associare il risultato della miscita di polverine "fai da te", solitamente di dubbio gusto, ai vini con il cui nome il *Wine kit* viene venduto.

A ben vedere, quello dei *Wine kit* è un fenomeno piuttosto vecchio, risalente ad alcune decine di anni fa, ma passato quasi inosservato fino a quando non ha assunto vaste proporzioni, "sbarcando" sui principali siti di *e-commerce*, aumentando, così, esponenzialmente la portata del danno cagionato al settore vitivinicolo⁹¹⁸.

Le condotte abusive perpetrate a detrimento delle indicazioni geografiche vitivinicole (e non solo) realizzate su *Internet*, non si limitano, purtroppo, ai *Wine kit*, ma investono, puramente e semplicemente, l'offerta di vini che evocano, nel nome, una rinomata

⁹¹⁵ BALDINI, BERTA, *Il vino e i marchi – Teoria e pratica dell'uso e della difesa dei marchi nel settore enologico e degli spiriti*, Asti, 2016, pp. 221 e 222.

⁹¹⁶ Si ricorda che, ai sensi del punto 1, Parte II, Allegato VII, del Reg. (UE) n. 1308/2013, «Il vino è il prodotto ottenuto esclusivamente dalla fermentazione alcolica totale o parziale di uve fresche, pigiate o no, o di mosti di uve».

⁹¹⁷ Cfr. GUALTIERI, VACCARI, CATIZZONE, *op. cit.*, p. 28.

⁹¹⁸ BALDINI, BERTA, *op. cit.*, p. 221.

DOP/IGP o che se ne appropriano espressamente senza averne titolo alcuno. Preme soffermarsi brevemente sulla fattispecie dell'evocazione, di cui all'art. 103, par. 2, lett. b, Reg. (UE) n. 1308/2013, particolarmente presente su *Internet*. Chiamata più volte ad esprimersi sul punto, la Corte di Giustizia dell'Unione europea ha chiarito che si ha "evocazione" quando il termine utilizzato per designare un prodotto incorpori una parte di una denominazione protetta, inducendo il consumatore a rappresentarsi, come immagine di riferimento, la merce che beneficia della denominazione stessa, al di là di qualunque rischio di confusione⁹¹⁹. Inoltre, l'evocazione sussiste anche quando la denominazione utilizzata per il prodotto generico presenti delle analogie fonetiche, ottiche e, se del caso, concettuali, con una DOP o con una IGP, in un contesto in cui i prodotti in questione siano simili nel loro aspetto⁹²⁰.

Si consideri che i fenomeni di agropirateria (di cui l'enopirateria rappresenta una specie) assumono, con riguardo ai territori extra-europei, dimensioni preoccupanti in Nord America, Cina e Giappone⁹²¹, Paesi, tra l'altro, in cui il commercio elettronico risulta particolarmente diffuso. Per quanto riguarda la Cina, è interessante notare come l'accertamento della similarità fonetica, prodromico ad un giudizio di evocazione, si colori di sfumature peculiari allorquando il prodotto tutelato venga tradotto in lingua cinese. Infatti, in questa lingua, l'adattamento di una parola straniera spesso non è basato sulla traduzione semantica del termine in oggetto, bensì sulla sonorità del nome che più si avvicina a quello originale. La "traslitterazione fonetica" è il metodo comunemente utilizzato dalle imprese occidentali per registrare i propri marchi in Cina, a cui, sovente, si

⁹¹⁹ Si specifica che vale, anche in questa sede, il parametro di riferimento del consumatore normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto (si veda il par. 3.2.3 del presente Capitolo).

⁹²⁰ Corte di Giustizia 4 marzo 1999, C-87/97 (Cambozola/Gorgonzola); Corte di giustizia 26 febbraio 2008, C-132/05 (Parmesan/Parmigiano Reggiano); Corte di giustizia 14 luglio 2011, C-4/10 e C-27/10; Corte di giustizia 21 gennaio 2016, C-75/15 (Verlados/Calvados): cfr. GUALTIERI, VACCARI, CATIZZONE, *op. cit.*, pp. 17 e 18.

⁹²¹ Trattasi di considerazione ripresa dal Piano operativo del 6 novembre 2015 "Potenziamento dell'azione dell'ICQRF volta alla tutela delle produzioni nazionali di qualità registrata e all'aumento della loro affidabilità per i consumatori" firmato dal Capo dell'ICQRF, Dott. Stefano Vaccari, p. 2.

ricorre per tutelare le DOP e le IGP europee in estremo Oriente⁹²². Il meccanismo di traslitterazione si presta a molteplici possibilità di evocazione: prodotti evocanti il nome protetto come DOP/IGP possono apparire sui siti *web* con nomi diversi da quello ufficialmente registrato come marchio e dal significato lontano rispetto a quello protetto, ma la cui fonetica risulta particolarmente evocativa⁹²³.

3.3.2 I controlli dell'ICQRF sul *web*

L'Ispettorato centrale della tutela della qualità e della repressione frodi dei prodotti agroalimentari (ICQRF)⁹²⁴, consapevole della predisposizione del commercio *online* a farsi scenario di violazioni plurime delle indicazioni geografiche – spesso di non facile contrasto, anche alla luce dell'idoneità a travalicare i confini nazionali – si dedica con grande premura alla prevenzione e alla repressione delle frodi sul *web*. Da un lato, infatti, è stata attivata, a livello centrale, una “Unità protezione *ex officio*” avente, tra gli altri, il compito di tutelare le denominazioni d'origine e le indicazioni geografiche contro qualsiasi illecito utilizzo o pratica ingannevole che si verifichi su *Internet*; dall'altro, l'ICQRF cura la formazione specifica del proprio personale prestando particolare attenzione all'acquisizione di competenze utili per lo scandagliamento della rete⁹²⁵.

I controlli svolti dall'ICQRF sul *web* si inseriscono nell'ambito: dell'attività prestata entro i confini nazionali, della cooperazione con le Autorità di altri Stati membri europei e della

⁹²² Il Consorzio di tutela del Prosecco, per esempio, ha adottato, per i mercati cinesi, la traduzione *Puluō sài kè* (普罗塞克), priva di significato compiuto ma foneticamente simile all'originale pronunciato in lingua italiana: cfr. GUALTIERI, VACCARI, CATIZZONE, *op. cit.*, pp. 32 e 33.

⁹²³ Non è un caso che nel 2015 il governo Cinese abbia pubblicato una guida ufficiale (“Norm of Terminology Translation of Imported Wines”) che traduce in lingua cinese le terminologie adottate nel mercato internazionale del vino e i nomi dei principali vini e vitigni stranieri: cfr. GUALTIERI, VACCARI, CATIZZONE, *op. cit.*, p. 33.

⁹²⁴ Cit. in nota 248.

⁹²⁵ Per l'articolazione dell'ICQRF si veda la pagina dedicata del sito *Internet* del Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali e il *Report* delle attività svolte dall'ICQRF nel 2018, ivi disponibile: <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/394>.

conclusione di specifici Accordi con Organismi di Paesi terzi. A ciò, dal 2014, si aggiunge l'inedita e fruttuosa collaborazione con i grandi *players* mondiali dell'*e-commerce*.

A livello nazionale, l'ICQRF protegge i consumatori e gli operatori da fenomeni di sleale concorrenza attraverso una verifica dei siti *web* e delle informazioni ivi contenute circa la presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari, con particolare riguardo ai prodotti DOP, IGP, STG e biologici⁹²⁶. Le verifiche, effettuate dagli Uffici territoriali dell'ICQRF, non si limitano al commercio elettronico, ma investono tutte le forme di comunicazione destinate, in modo diretto o indiretto, a promuovere e a presentare i prodotti agro-alimentari sui siti *web*⁹²⁷.

Nei rapporti con i suoi "omologhi" europei, l'ICQRF agisce in qualità di Autorità competente *ex officio* per le DOP e le IGP ai sensi dell'art. 13, par. 3, del Reg. (UE) n. 1151/2012 e come Organismo di contatto in materia di controlli nel settore vitivinicolo, *ex art.* 40 del Regolamento delegato (UE) 2018/273 della Commissione. Con riguardo al primo profilo, si è già richiamata l'Unità di protezione *ex officio*, che riceve le segnalazioni di utilizzo illegale di DOP e IGP, verificatosi in altri Paesi dell'Unione europea, e che si attiva, cooperando con le Autorità competenti degli altri Stati membri, per farne cessare l'uso, anche quando la condotta vietata dall'art. 13, par. 1, del Reg. (UE) n. 1151/2012, venga perpetrata tramite *Internet*.

La cooperazione tra Autorità europee rappresenta uno strumento indispensabile anche per la prevenzione e la repressione di condotte fraudolente a danno di DOP e di IGP vitivinicole. A tale proposito, il già citato art. 40 del Regolamento delegato (UE) 2018/273, della Commissione, dispone che ciascuno Stato membro designi un unico organismo di contatto responsabile dei rapporti con la Commissione, gli organismi di contatto di altri Stati membri e i Paesi terzi, e che riceva e trasmetta le richieste di assistenza amministrativa. Come detto, l'ICQRF è l'organismo di contatto a livello italiano e in tale

⁹²⁶ FILADELFIA, SAPORITO, GUALTIERI, *Agro-alimentare e web: l'approccio dell'ICQRF*, pubblicato, il 24 gennaio 2017, sul portale www.veterinariaalimenti.marche.it della Regione Marche.

⁹²⁷ Si pensi alla fornitura di servizi pubblicitari su *Internet*, attività di cui si occupa, tra gli altri, il servizio *online* di advertising "Google AdWords": sul punto, si veda GUALTIERI, VACCARI, CATIZZONE, *op. cit.*, p. 29.

veste ha bloccato con successo, su siti *Internet* di altri Paesi europei⁹²⁸, la commercializzazione e la pubblicità ingannevole di vini che evocavano, usurpavano e imitavano rinomate DOCG, DOC e IGT italiane. Nel 2018, L'ICQRF ha effettuato, sul *web* e fuori dall'Italia, 148 interventi in qualità di Autorità *ex officio* per le DOP, le IGP e le STG dei prodotti agro-alimentari diversi dal vino, e 236 come Organismo di contatto nel settore vitivinicolo⁹²⁹.

Preme sottolineare che, come Organismo di contatto nel settore vitivinicolo – e lo stesso dicasi allorquando agisce in veste di Autorità *ex officio* – l'ICQRF è incaricata di reprimere le condotte abusive realizzate, in territorio italiano, a danno di DOP e IGP straniere. Evidentemente, la cooperazione a livello europeo – che, come si è appena precisato, opera in via bidirezionale – funziona in tanto in quanto il livello di competenze e le risorse, umane ed economiche, convogliate nell'attività di contrasto ai fenomeni fraudolenti dell'agro-alimentare possa, in qualche modo, dirsi omogeneo tra le varie Autorità a ciò preposte dagli Stati membri dell'Unione europea. La grande diffusione del commercio elettronico rischia di portare alla luce l'inadeguatezza delle “tradizionali” forme di controllo e tutela delle indicazioni geografiche a fronteggiare le nuove “sfide” del *web* ed impone un loro ripensamento. Se l'ICQRF ha adottato un approccio efficace, al passo con le inedite frontiere dell'usurpazione, dell'evocazione e dell'imitazione aperte da *Internet* – al punto da stringere Accordi di collaborazione, di seguito esaminati, con i più grandi attori, a livello mondiale, del commercio elettronico –, lo stesso non può dirsi con riguardo ad altre esperienze europee⁹³⁰.

⁹²⁸ Su *Internet* si applica il principio del luogo di stabilimento, che per le società che forniscono servizi tramite *Internet*, non è là dove si trova la tecnologia del supporto del sito né là dove esso è accessibile, bensì il luogo in cui tali società esercitano la loro attività economica (Considerando (19) Direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio dell'8 giugno 2000): GUALTIERI, VACCARI, CATIZZONE, *op. cit.*, p. 28.

⁹²⁹ Si veda la tabella a p. 8 del *Report* delle attività svolte dall'ICQRF nel 2018, cit.

⁹³⁰ Si consideri, a titolo d'esempio, l'Ungheria, nella quale, stando al Rapporto stilato dall'EUIPO nel 2017, il controllo dei siti di commercio elettronico non era, ancora, pratica consolidata e, anzi, se ne pianificava l'intensificazione per il futuro, in netto ritardo rispetto a quanto già avveniva nel nostro Paese: cfr. *Protection and control of Geographical indications for agricultural products in the EU Member States*, European Union Intellectual Property Office (EUIPO), dicembre 2017, p. 298.

Per non sovraccaricare le altre Autorità europee, in caso di violazioni “minori” alle DOP e alle IGP italiane, l’ICQRF ha la possibilità di relazionarsi direttamente con il responsabile del sito *web* “incriminato”, ingiungendogli di rimuovere il prodotto o, più genericamente, le inserzioni fraudolente. Questo meccanismo “semplificato” è stato formalizzato in un Accordo tra l’ICQRF e il BMEL tedesco (*Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft*) avente ad oggetto la DOP vitivinicola “Prosecco”, vittima di così frequenti abusi sul *web* da costringere le Autorità tedesche ad ammettere la loro inidoneità (in termini di risorse umane ed economiche) a fronteggiare efficacemente il fenomeno specifico. In questo caso, in prima battuta, ad essere attivamente coinvolti sono i tre Consorzi del Prosecco⁹³¹, i quali, dinanzi ad una violazione della DOP realizzata su un sito *web* tedesco, potranno contattare direttamente l’operatore interessato, inviandogli una notifica formale il cui contenuto è stato concordemente predisposto dai due Paesi impegnati in questa insolita forma di cooperazione rafforzata, Italia e Germania. Qualora l’*ammonimento* del Consorzio non dovesse produrre i risultati sperati, ne verrà informata, dal Consorzio stesso, l’ICQRF, il quale provvederà a sollecitare l’intervento delle competenti Autorità tedesche⁹³².

Venendo all’attività di contrasto nei Paesi Terzi, occorre specificare che essa è resa possibile dalla stipulazione di Accordi internazionali di cui l’Unione europea è parte, aventi, tra gli obiettivi, la protezione bilaterale delle indicazioni geografiche. Si è avuto modo di esaminare approfonditamente l’Accordo con gli Stati Uniti del 2006 sul commercio del vino⁹³³. Tale Accordo ha rappresentato la base giuridica nel cui contesto l’ICQRF e il TTB (*Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau*)⁹³⁴ sono giunti, il 12 aprile 2011, alla firma di un *Memorandum of Understanding* riguardante lo scambio di informazioni e la cooperazione nel settore vitivinicolo e nel quale le Parti si riconoscono,

⁹³¹ Si tratta del Consorzio Prosecco DOC, del Consorzio Asolo Prosecco DOCG e del Consorzio Conegliano Valdobbiadene Prosecco superiore DOCG.

⁹³² Per maggiori dettagli su tale Accordo, si veda *Protection and control of Geographical indications for agricultural products in the EU Member States*, European Union Intellectual Property Office (EUIPO), dicembre 2017, pp. 253 e 254 e FILADELFIA, SAPORITO, GUALTIERI, *op. cit.*

⁹³³ Si vedano i parr. 2.5 e 2.6.1 del Capitolo II.

⁹³⁴ Per un approfondimento del ruolo del TTB negli Stati Uniti, si veda il par. 2.4 del Capitolo II.

reciprocamente, come «punti di contatto»⁹³⁵, consentendo, da allora⁹³⁶, all'ICQRF di segnalare 102 violazioni di vini DOP e IGP italiani, alcune delle quali realizzate proprio mediante siti *Internet* statunitensi.

3.3.3 La collaborazione con i grandi *players* del commercio elettronico e la titolarità delle indicazioni geografiche

Non si può, a questo punto della trattazione, non dare conto di come il commercio elettronico si stia via via concentrando, a livello globale, nelle mani di pochi grandi *players*⁹³⁷. Amazon, Alibaba ed eBay sono *Internet Hosting Providers* (IHPs), forniscono, cioè, ospitalità nella rete agli inserzionisti che se ne intendono avvalere, i quali possono, così, fornire merci e servizi direttamente ai consumatori. Gli IHPs non sono responsabili delle informazioni memorizzate e non sono, di conseguenza, obbligati a monitorare le attività che “ospitano” nella rete. In altre parole, gli IHPs non hanno alcun tipo di responsabilità in caso di vendita di prodotti o servizi che violino diritti di terzi soggetti. Tuttavia, qualora essi vengano messi al corrente di attività o informazioni illecite, sono obbligati ad agire immediatamente per rimuovere le inserzioni illegittime e comunque per disabilitarne l'accesso agli utenti⁹³⁸.

Al fine di tutelare la propria immagine, eBay e Alibaba hanno predisposto degli appositi sistemi di protezione dei diritti della proprietà intellettuale, rispettivamente denominati

⁹³⁵ Si veda l'art. 2 del MoU: <https://www.ttb.gov/images/pdfs/mou-ttb-icqrf.pdf>.

⁹³⁶ Questi dati sono aggiornati al 30 settembre 2017 e sono forniti dal Report redatto dall'EUIPO, *Protection and control of Geographical indications for agricultural products in the EU Member States*, cit., p. 254.

⁹³⁷ Amazon, Alibaba ed eBay detengono, complessivamente, il 47% degli acquisiti transnazionali effettuati mediante commercio elettronico; in Europa, le piattaforme più utilizzate sono Amazon ed eBay, ma il colosso cinese Alibaba sta incrementando notevolmente la sua presenza nel Vecchio Continente. Questi dati risalgono al 2017 e sono stati forniti da ECommerce Europe, in collaborazione con EuroCommerce, nel *report* annuale “European Ecommerce Report”, edizione 2018, pp. 22 e 23.

⁹³⁸ Si veda l'art. 14 della Direttiva 2000/31/CE. In tali casi, le *policies* aziendali dei grandi *marketplaces*, solitamente, prevedono anche la sospensione dell'*account* a fronte di plurime violazioni da parte dello stesso inserzionista: cfr. FILADELFIA, SAPORITO, GUALTIERI, *op. cit.*

VeRO (*Verified Rights Owner*) e *Intellectual Property Protection*, tramite i quali i titolari dei diritti di marchio, *copyright*, brevetto, nome di dominio e indicazione geografica possono segnalare eventuali abusi⁹³⁹.

L'ICQRF è stato il primo a comprendere l'importanza di collaborare con questi grandi *retailers online*, strutturando importanti Accordi di collaborazione. Il 7 maggio del 2014, è stato firmato, dal Ministro delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, il primo *Memorandum of Understanding* (MoU) tra eBay, l'ICQRF e AICG (Associazione italiana Consorzi Indicazioni Geografiche), per la protezione delle DOP e delle IGP dei prodotti alimentari. Con specifico riguardo alle indicazioni geografiche vitivinicole, è stato siglato, il 23 marzo 2015, un secondo MoU, che vede, questa volta, coinvolta, oltre ad eBay e all'ICQRF, la Federdoc (Confederazione Nazionale dei Consorzi Volontari per la Tutela delle Denominazioni dei Vini Italiani)⁹⁴⁰. L'Accordo con eBay è stato rinnovato, includendo sia AICG sia Federdoc, il 14 novembre 2018, per la durata di due anni, ed è in proposito interessante notare come la collaborazione con il colosso dell'*e-commerce* non si limiti più alla lotta ai prodotti DOP/IGP contraffatti ma si ponga, quale più ampio obiettivo, i controlli delle etichette, in modo tale da garantire informazioni corrette, ai consumatori, sugli alimenti venduti *online*⁹⁴¹. Il 4 settembre 2016, è stato firmato un analogo MoU anche con Alibaba⁹⁴², rinnovato il 14 dicembre 2018, anche in questo caso per la durata di due

⁹³⁹ GERINI, SAPORITO, *Controllo dei siti e repressione frodi*, in CALLIANO (a cura di), *E-WINE – Aspetti giuridico-economici della comunicazione e distribuzione del vino online*, cit., p. 118.

⁹⁴⁰ FILADELFIA, SAPORITO, GUALTIERI, *op. cit.*

⁹⁴¹ Si veda il Comunicato stampa del 14 novembre 2018, *Made in Italy agroalimentare sul web: rinnovato Accordo tra Ministero, ICQRF, Consorzi ed eBay*, pubblicato sul sito internet di Federdoc. Per un esame delle informazioni che devono essere fornite nel commercio elettronico e, in particolare, in caso di vendita di vino *online*, si vedano i parr. 3.2.1 – 3.2.3 del presente Capitolo.

⁹⁴² Si veda il Comunicato stampa del 4 settembre 2016, *Firmato accordo Governo Italiano – Alibaba: Unico Paese al mondo a garantire tutela e promozione dell'agroalimentare sulla piattaforma cinese*, pubblicato sul sito internet del MIPAAF.

anni⁹⁴³. La cooperazione con Amazon, invece, benché profittevolmente avviata dal 2016, non ha, per il momento, trovato formalizzazione in un Memorandum of Understanding⁹⁴⁴.

Prima di esaminare i dettagli della collaborazione con eBay, Alibaba e Amazon, preme sottolineare che essa non si limita alla segnalazione e alla rimozione delle inserzioni che violano una denominazione d'origine o una indicazione geografica italiana, ma prevede, altresì, azioni concrete per l'educazione dei consumatori e la promozione del *Made in Italy*⁹⁴⁵. Con riguardo al primo profilo, si segnala l'apertura su eBay di una pagina gestita dall'ICQRF con lo scopo di informare direttamente gli utenti circa la normativa, europea e nazionale, a tutela dei prodotti agro-alimentari di qualità⁹⁴⁶.

I MoU con eBay e Alibaba, e la cooperazione con Amazon, trovano la propria base giuridica nel Reg. (UE) n. 1151/2012, nel Reg. (UE) n. 1308/2013, nella Direttiva 2000/31/CE sul commercio elettronico e nel corrispondente D.lgs. n. 70/2003⁹⁴⁷. Tali Accordi consentono, sostanzialmente, all'ICQRF di presentare direttamente *online* – tramite il servizio VeRO di eBay, l'*Intellectual Property Protection* di Alibaba e il Dipartimento degli affari legali di Amazon Europe – segnalazioni di violazione sulle DOP e le IGP

⁹⁴³ Si veda il Comunicato stampa del 14 dicembre 2018, *Rinnovato il Memorandum of Understanding con Alibaba. Centinaio: promuoviamo e tuteliamo Made in Italy su più grande piattaforma e-commerce Cina*, pubblicato sul sito internet del MIPAAF.

⁹⁴⁴ FILADELFIA, SAPORITO, GUALTIERI, *op. cit.*

⁹⁴⁵ Ad esempio, Alibaba predispone, periodicamente, una vetrina speciale per i vini, dando largo spazio ai prodotti delle aziende vitivinicole italiane, che possono, così, sfruttare questa “innovativa” opportunità di promozione *online* dei propri vini: cfr. Comunicato stampa del 7 settembre 2017, *Vino: dal 9 settembre Italian Pavilion su Alibaba per far riconoscere autentico Made in Italy*, pubblicato sul sito internet del MIPAAF. Inoltre, proprio Alibaba, ha istituito un portale denominato “Padiglione Italia”, interamente dedicato alla vendita di prodotti *Made in Italy* dell'agro-alimentare e di altri settori produttivi: <https://italy.alibaba.com/index.html>.

⁹⁴⁶ FILADELFIA, SAPORITO, GUALTIERI, *op. cit.*

⁹⁴⁷ *Protection and control of Geographical indications for agricultural products in the EU Member States*, EUIPO, cit., p. 252.

italiane, presenti sulle piattaforme di commercio elettronico, richiedendo agli IHPs di eliminare gli annunci irregolari, spesso ottenendone la rimozione nel giro di poche ore⁹⁴⁸.

Più nel dettaglio, grazie al MoU con eBay, l'ICQRF⁹⁴⁹, in rappresentanza del MIPAAF e su delega dei Consorzi di tutela, compila un'apposita "Notifica di Violazione", il cui *format* è stato fornito da eBay, che verrà, poi, inviata (via mail) al Dipartimento VeRO di eBay, il quale, dopo una veloce valutazione della fondatezza della notifica, in caso di esito positivo, provvederà all'eliminazione dell'inserzione segnalata⁹⁵⁰. Evidentemente, ogni segnalazione dell'ICQRF deve essere adeguatamente motivata e supportata dagli elementi che comprovano l'irregolarità denunciata, tra cui, sentenze, disciplinari di produzione, provvedimenti di riconoscimento del prodotto agro-alimentare come DOP o IGP⁹⁵¹.

La procedura in cui si estrinseca la cooperazione con Alibaba e Amazon ricalca, sostanzialmente, il modello appena descritto.

Gli Accordi con i grandi *players* del commercio *online* hanno per presupposto il riconoscimento dell'ICQRF – in veste di rappresentante del MIPAAF – come "titolare" delle indicazioni geografiche. L'ICQRF, in quanto "proprietario" dei diritti sulle DOP e le IGP, può, così, ottenere la rimozione delle inserzioni che violino i suddetti diritti. Infatti, per poter usufruire del servizio VeRO di eBay, l'*Intellectual Property Protection* di Alibaba o ottenere l'intervento del Dipartimento degli affari legali di Amazon Europe, era

⁹⁴⁸ GERINI, SAPORITO, *op. cit.*, p. 119. I risultati di questa collaborazione non possono che definirsi soddisfacenti: si consideri che, nel 2018, sono state bloccate 139 vendite su eBay, 22 su Alibaba e 16 su Amazon, per un totale di 177. Nel settore vitivinicolo, la maggior parte degli abusi riguarda la vendita di *Wine kit* e di "falsi" Amarone della Valpolicella e Prosecco: si veda la Tabella a p. 9 del *Report* delle attività svolte dall'ICQRF nel 2018, cit.

⁹⁴⁹ L'individuazione delle inserzioni irregolari su eBay avviene grazie all'attività di controllo esercitata dagli Uffici territoriali dell'ICQRF, i quali, in caso di particolare complessità, possono avvalersi del supporto della sopra citata Unità (centrale) protezione *ex officio*: si vedano gli artt. 2 e 3 del Decreto del Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali – Dipartimento dell'Ispettorato centrale della tutela della qualità e della repressione frodi dei prodotti agroalimentari, entrato in vigore il 1° gennaio 2015, <https://www.politicheagricole.it> > pages > ServeAttachment.php > E > pdf.

⁹⁵⁰ FILADELFIA, SAPORITO, GUALTIERI, *op. cit.*

⁹⁵¹ GERINI, SAPORITO, *op. cit.*, p. 119.

preventivamente necessario individuare un titolare di quei peculiari diritti della proprietà intellettuale scaturenti dalla registrazione di un'indicazione geografica.

La difficoltà di una simile operazione risiede nella natura ibrida delle DOP e delle IGP europee, segni distintivi di matrice pubblicistica⁹⁵². Infatti, benché le indicazioni geografiche siano pacificamente annoverate tra i diritti della proprietà intellettuale, né la normativa europea, né quella nazionale, né, tanto meno, l'Accordo TRIPs, chiariscono chi sia il titolare di tali segni distintivi⁹⁵³. Sicuramente, non potrà assumere tale qualifica il “gruppo” di produttori richiedente la registrazione della DOP e della IGP (e depositario del relativo disciplinare), in quanto il diritto europeo non chiarisce quale forma esso debba rivestire, potendo, addirittura, essere privo di personalità giuridica⁹⁵⁴. Non c'è dubbio, tuttavia, che siano proprio i produttori del territorio delimitato e reificato mediante l'indicazione geografica a farne uso e a trarne i benefici economici connessi al suo insito valore concorrenziale. Si tratta, però, di una “collettività” non organizzata che non ha, di per sé, potere di agire⁹⁵⁵. Occorre, a questo punto, ricordare che nel settore vitivinicolo i Consorzi *erga omnes* sono dotati di vasti poteri di gestione della produzione, di tutela, promozione e vigilanza (da esercitarsi, quest'ultima, prevalentemente nella fase del commercio e in collaborazione con l'ICQRF) e possono esercitarli con riguardo a tutti i

⁹⁵² La natura ibrida delle indicazioni geografiche, incorporanti tanto elementi di diritto privato, quanto di diritto pubblico, è stata oggetto di un'approfondita analisi, proprio al fine di valutarne la “natura proprietaria” e di determinare chi possa esserne definito il “titolare”, nella monografia di FERRARI, *La dimensione proprietaria delle indicazioni geografiche: uno studio di diritto comparato*, cit., pp. 121 e ss. Sintomatica della prevalente natura pubblicistica delle DOP e delle IGP è l'impossibilità di alienarle; sul versante opposto, con riguardo agli elementi privatistici che convivono nei segni distintivi in parola, si consideri che della loro gestione si fanno carico, nella maggioranza dei casi, Consorzi volontari di diritto privato, che raggruppano gli operatori che utilizzano la DOP o l'IGP. L'Autore, tuttavia, ritiene che l'impossibilità di connotare le indicazioni geografiche in termini esclusivamente privatistici, non osti alla loro inclusione all'interno della categoria della proprietà intellettuale, essendo potenzialmente ravvisabile una pluralità di statuti proprietari e non un unico modello monolitico di “proprietà”, caratterizzato da costanti ineliminabili: cfr. ID, p. 138.

⁹⁵³ Cfr. GERMANÒ, *Sulla titolarità dei segni DOP e IGP*, cit., pp. 287 e ss.

⁹⁵⁴ Si veda l'art. 95, Reg. (UE) n. 1308/2013. Per un esame più approfondito della procedura di registrazione, nazionale ed europea, delle DOP e delle IGP, si rinvia al par. 1.4 del Capitolo I.

⁹⁵⁵ GERMANÒ, *Sulla titolarità dei segni DOP e IGP*, cit., p. 308.

produttori che operino sul mercato con la corrispondente DOP/IGP, anche se non associati al Consorzio in questione. In particolare, il Consorzio *erga omnes* potrà «agire, in tutte le sedi giudiziarie e amministrative, per la tutela e la salvaguardia della DOP o dell'IGP e per la tutela degli interessi e dei diritti dei produttori»⁹⁵⁶. In questi casi, il Consorzio *erga omnes* potrebbe essere considerato “proprietario”⁹⁵⁷ dell’indicazione geografica di cui si fa rappresentante ma, evidentemente, questa soluzione non potrebbe applicarsi a tutte le indicazioni geografiche considerate unitariamente come “segno distintivo” e finirebbe per lasciare sprovviste di tutela tutte quelle DOP e IGP in relazione alle quali non vi sia un Consorzio con caratteristiche di rappresentatività tali da consentirne la qualificazione come “*erga omnes*”.

E’, allora, comprensibile l’espedito di individuare, nei rapporti con le grandi piattaforme di commercio elettronico, il proprietario delle indicazioni geografiche nello Stato – e, più precisamente, nel MIPAAF – come portatore degli interessi della collettività di *tutti* i produttori di alimenti e vini a DOP e IGP. Peraltro, tale risultato sarebbe in linea, in un’ottica comparatistica, con quanto espressamente affermato dalla Legge spagnola *de la Viña y del Vino* del 10 luglio 2003 (*Ley 24/2003*), la quale, all’art. 17, dopo aver qualificato le indicazioni geografiche come beni di dominio pubblico, riconosce che la titolarità del segno debba spettare allo Stato o alla Comunità autonoma, a seconda che l’area geografica

⁹⁵⁶ Art. 41, co. 4, lett. c), L. n. 238 del 2016 (c.d. T.U. vino). Per una disamina dei poteri e dei requisiti di rappresentatività dei Consorzi “riconosciuti” dal Ministero e dei Consorzi *erga omnes*, si veda il par. 1.7 del Capitolo I.

⁹⁵⁷ A tale proposito, si sottolinea come FERRARI, *La dimensione proprietaria delle indicazioni geografiche: uno studio di diritto comparato*, cit., pp. 162 e ss., partendo dalla premessa che la dimensione proprietaria delle DOP e delle IGP non sia tanto un problema di titolarità in senso formale, quanto, piuttosto, di strutture di *governance*, sottolinea la tendenza, riscontrabile anche a livello europeo, di attribuire sempre maggiori poteri di gestione ai gruppi di produttori, poteri che si fanno particolarmente intensi ed estesi nel caso dei Consorzi *erga omnes* previsti, dal diritto interno, per il settore vitivinicolo. In ultima analisi, l’Autore, conclude che «i gruppi di produttori possono essere operazionalmente assimilati, in vari aspetti, ai titolari di un diritto di proprietà»: ID, p. 181.

da cui prende il nome la DOP o l'IGP sia collocata nei territori di più Comunità autonome o di una sola⁹⁵⁸.

CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

All'interno dell'Unione europea la necessità (nonché l'opportunità) di una regolamentazione minuziosa delle indicazioni geografiche, siano esse riferite ai vini o ad altri prodotti alimentari, è un dato acquisito ormai da tempo. Si è visto come il settore vitivinicolo sia stato, da sempre, beneficiario di una disciplina specifica. Non a caso, l'attuale Regolamento sui regimi di qualità dei prodotti alimentari [Reg. (UE) n. 1151/2012] non si applica alle DOP e alle IGP vitivinicole, le quali risultano normate nel Reg. (UE) n. 1308/2013. Dall'esame di tale ultimo Regolamento e, in ambito nazionale, del cosiddetto T.U. vino, emerge una disciplina puntuale, di dettaglio, dei vini a indicazione geografica, che assegna rilievo centrale al collegamento con il territorio. A livello europeo, inoltre, non mettendosi più in dubbio l'opportunità di istituire una disciplina *sui generis* e dei segni *ad hoc* per il riconoscimento delle indicazioni geografiche – nonostante sia innegabile che tale esigenza venga maggiormente avvertita dai Paesi del Mediterraneo, piuttosto che da quelli del Nord-Europa –, il dibattito è libero di arricchirsi di nuovi risvolti: il vino viene assunto a patrimonio culturale, il settore vitivinicolo e le indicazioni geografiche si qualificano come strumenti utili per la tutela e la promozione del paesaggio e, infine, se ne esplorano i collegamenti con il turismo.

Se, all'interno dell'Unione europea, la normativa specifica di cui godono il “prodotto vino” e le DOP e le IGP vitivinicole, è motivata dall'esigenza di tenere conto delle peculiarità di questo settore e non è sintomatica di una diversa (e minore) considerazione riservata dal legislatore europeo alle indicazioni geografiche degli altri alimenti – essendo ormai pacifica

⁹⁵⁸ ID, pp. 300 e 301.

la meritevolezza di protezione dell'indicazione geografica, in sè considerata, come diritto della proprietà intellettuale – lo stesso non può dirsi a livello internazionale.

Invero, alcuni Paesi di *common law*, tradizionalmente ostili al riconoscimento delle indicazioni geografiche come segno della proprietà intellettuale autonomo rispetto ai marchi, tendono a dimostrare maggiori “aperture” allorché si ponga la lente di ingrandimento sui vini. Si consideri, infatti, che se l'Unione europea detiene un sostanziale monopolio con riguardo alle produzioni agro-alimentari qualitativamente e territorialmente connotate, evidentemente per ragioni storiche e culturali, nel settore vitivinicolo, ormai da tempo, essa si trova a fare i conti con nuovi protagonisti, ovvero con Stati extraeuropei i cui vini sono, sempre di più, apprezzati e valutati positivamente anche nel Vecchio Continente. Quanto detto trova assoluta conferma dall'esame della normativa vigente negli Stati Uniti, dove il legame prodotto-territorio non viene tutelato mediante un segno *ad hoc*, quali le DOP e le IGP europee, bensì attraverso il ben noto strumento privatistico del marchio. Tuttavia, a dimostrazione di quanto sopra esposto, gli Stati Uniti hanno introdotto, limitatamente alle produzioni vitivinicole, l'*American Viticultural Area (AVA)*. Benché non si tratti di un segno della proprietà intellettuale ma si risolva, sostanzialmente, in un'indicazione da apporre sulle etichette dei vini che rispettino determinati *standard*, l'AVA presenta delle assonanze – almeno con riguardo agli obiettivi ad essa sottesi – con le denominazioni d'origine europee. L'AVA, infatti, consente ai produttori statunitensi di comunicare ai consumatori che i vini offerti sono stati ottenuti in aree geografiche particolarmente vocate alla produzione vinicola.

Al contempo, non può tacersi che i requisiti necessari per poter utilizzare il toponimo corrispondente alla singola AVA siano alquanto lassi rispetto alle ben più rigide regole europee e non riguardino, almeno a livello federale, gli aspetti qualitativi. Un inasprimento degli *standard* previsti per l'impiego della relativa AVA è stato realizzato, in alcuni casi, da parte di singoli Stati degli Stati Uniti, spesso in risposta alle pressioni che giungevano, in tal senso, dal mondo produttivo di località d'Oltreoceano ormai ben note per i vini qualitativamente elevati che vi vengono realizzati.

La maggior attenzione riservata dalla Comunità internazionale alle indicazioni geografiche vitivinicole piuttosto che a quelle degli altri alimenti, si traduce nel duplice livello di

protezione stabilito dall'Accordo TRIPs, in virtù del quale i vini (e le bevande alcoliche) godono di una tutela speciale, rafforzata. Ciò non deve indurre a ritenere che, con riguardo ai vini, la disciplina di cui all'Accordo TRIPs possa dirsi soddisfacente e non necessiti di essere completata e perfezionata. Al contrario, alcuni problemi rimangono, ad oggi, privi di soluzione, quali il rapporto tra indicazione geografica e marchio e la questione della "genericità".

A ben vedere, l'implementazione di un registro multilaterale in cui iscrivere le indicazioni geografiche vitivinicole riconosciute nei Paesi che aderiscono all'Accordo TRIPs, avrebbe potuto, almeno in parte, comporre il quadro giuridico attualmente esistente a livello globale, in termini di maggior chiarezza e certezza di diritto. Tuttavia, lo stallo registrato nelle trattative intavolate in occasione del Doha Round ha reso evidente quanto sia granitica la contrapposizione tra Nuovo e Vecchio Mondo in materia di indicazioni geografiche.

Un decisivo passo in avanti è stato compiuto, grazie all'opera svolta dall'Organizzazione Mondiale per la Proprietà Intellettuale, con la firma, nel 2015, del *Geneva Act of the Lisbon Agreement*. Si consideri, tuttavia, che le adesioni a tale Accordo sono decisamente più ridotte rispetto a quelle registrate dall'Accordo TRIPs. Gli Stati Uniti, ad esempio, non hanno ritenuto di firmare il *Geneva Act*, reputandolo eccessivamente rispondente alla posizione europea, accusata di malcelati intenti protezionistici. Se, quindi, il *Geneva Act* rappresenta, senza dubbio, un miglioramento del livello di protezione internazionale delle indicazioni geografiche, a parere di chi scrive, sarebbe auspicabile che l'Unione europea non rinunciasse a riproporre con forza le proprie rivendicazioni nel più ampio consesso multilaterale dell'Organizzazione mondiale del commercio.

Al momento, tuttavia, questa strada sembra essere stata abbandonata (o, ci si potrebbe augurare, solamente accantonata) per intraprendere la via degli Accordi bilaterali, dove la trattativa in materia di indicazioni geografiche risulta essere più snella, più schietta e basata su reciproche concessioni. A tale proposito, si è approfondito l'Accordo tra Unione europea e Stati Uniti sul commercio del vino, del 2006. Le condizioni spuntate dai negozianti di Bruxelles non possono dirsi totalmente soddisfacenti per gli interessi dei produttori europei di vini DOP e IGP, i quali, invero, non hanno mancato di levare voci di protesta. Non solo, infatti, l'Accordo non affronta mai esplicitamente il tema delle indicazioni geografiche, ma

lascia immutati – e, anzi, talvolta, patteggia in termini peggiorativi – alcuni aspetti della normativa statunitense che potrebbero, addirittura, presentare profili di contrasto con lo stesso Accordo TRIPs, erodendone, progressivamente, l’efficacia. A mio giudizio, l’approccio che l’Unione europea ha adottato in questa occasione si è rivelato, a tratti, poco “coraggioso”, scarsamente lungimirante, controproducente e basato su una logica contingente che non risolve alla radice le problematiche che i produttori europei di vini a indicazione geografica si trovano ad affrontare Oltreoceano.

In altre occasioni, però, la strategia prudente e (forse) realista dell’Unione europea ha dato buoni frutti. Ci si riferisce all’Accordo CETA con il Canada, del 2016, e a quello con il Giappone, del 2018. Benché dall’analisi testuale di tali Accordi bilaterali non manchino spunti per muovere delle critiche all’Unione europea, è pur vero che la loro entrata in vigore è stata accompagnata dall’introduzione, in entrambi i Paesi sopracitati, di un sistema *sui generis* di registrazione delle indicazioni geografiche. Se si considera che, tanto il Canada, quanto il Giappone, sono stati, da sempre, a fianco degli Stati Uniti all’interno dello schieramento dei Paesi “scettici” nei confronti delle indicazioni geografiche (con maggiori aperture, anche in questo caso, per i vini) e che, per giunta, il Canada impiegava un sistema di protezione del legame prodotto-territorio basato sui marchi, analogamente a quanto tutt’ora accade negli Stati Uniti, è evidente come l’introduzione, in questi due ordinamenti, di una normativa *sui generis* per le indicazioni geografiche segni un punto a favore dell’Unione europea nei confronti degli Stati Uniti, i quali rischiano di essere lasciati sempre più soli nell’opporsi ad un’implementazione delle disposizioni di cui all’Accordo TRIPs e sempre più esposti all’eventualità che la loro normativa venga messa in discussione dinanzi all’Organizzazione mondiale del commercio. Si aggiunga che una spinta decisiva verso una maggiore considerazione delle indicazioni geografiche da parte degli Stati Uniti, potrebbe arrivare proprio dal loro interno, ovverosia da quel mondo produttivo, collocato in zone ad alta vocazione vinicola, che desidera farsi riconoscere oltre i confini statunitensi per le caratteristiche qualitative dei propri vini e che avverte preoccupazioni simili a quelle dei produttori vitivinicoli del Vecchio Continente. Sempre più spesso, infatti, si registrano, nel mondo, casi di appropriazione indebita di toponimi

corrispondenti ad aree geografiche statunitensi particolarmente rinomate per la produzione di vini.

Un altro ambito in cui l'Unione europea dovrà porre la salvaguardia delle indicazioni geografiche in cima alla sua agenda è il “mondo virtuale”, il *web*.

Innanzitutto, si è visto come la mancanza di una visione condivisa, a livello internazionale, sulle indicazioni geografiche e sugli strumenti giuridici per dare effettività alle disposizioni dell'Accordo TRIPS, incida negativamente sulla soluzione del potenziale conflitto tra indicazioni geografiche e nomi di dominio, a svantaggio delle prime. Non è forse un caso che ICANN faccia propria una visione delle indicazioni geografiche abbastanza assimilabile a quella degli Stati Uniti, non riconoscendole come segno della proprietà intellettuale autonomo rispetto ai marchi. Anche in questo caso, benché la questione sull'assegnazione dei domini *.wine* e *.vin* sia stata positivamente risolta, l'accordo trovato rappresenta una soluzione di compromesso a corto, cortissimo, respiro, che non scalfisce minimamente lo scetticismo di ICANN verso le indicazioni geografiche.

In secondo luogo, sul piano interno, la crescita degli acquisti *online* di prodotti agro-alimentari – spesso di “qualità”, certificata proprio mediante il riconoscimento di una DOP o di una IGP – impone al legislatore europeo di domandarsi se l'estensione aprioristica della disciplina europea sul commercio elettronico e sui diritti dei consumatori si riveli adeguata a far fronte alle problematiche peculiari che si accompagnano alla vendita a distanza di questi prodotti e, per quel che qui specificamente occupa, di vini. Allo stesso tempo, sarebbe auspicabile che venissero predisposti degli strumenti atti a consentire agli imprenditori dell'agro-alimentare di sfruttare a pieno le potenzialità che l'economia digitale offre loro.

Infine, l'Unione europea dovrebbe acquisire consapevolezza del fatto che i tradizionali strumenti di controllo, predisposti dai singoli Stati membri, per prevenire e reprimere le condotte fraudolente a danno delle indicazioni geografiche, spesso si rivelano inadeguati a fronte dei fenomeni di contraffazione, usurpazione ed evocazione che si verificano sul *web*. Fintanto che l'adozione di strategie più efficaci e al passo con i tempi vengano rimesse all'iniziativa individuale dei singoli Stati, non vi potrà essere un livello di protezione omogeneo ed efficace all'interno dell'Unione europea. Probabilmente, allora, Bruxelles

dovrebbe intervenire maggiormente sul punto, se non con una vera e propria “armonizzazione” delle competenze e delle azioni concrete da adottare, sul piano interno, da parte delle Autorità *ex officio* e degli Organismi di contatto, almeno raccomandando con forza l’adozione di buone pratiche mutate da esperienze positive sperimentate da Paesi particolarmente virtuosi con riguardo alla salvaguardia delle indicazioni geografiche, Italia *in primis*. Se così non fosse, rischierebbe di prodursi o, in alcuni casi, di accentuarsi il divario tra il livello di dettaglio della normativa europea sulla salvaguardia delle indicazioni geografiche e il suo livello di effettività.

Dunque, più che una normativa *ad hoc* che tenga conto di tutte le problematiche inerenti alla dematerializzazione delle indicazioni geografiche – che risulterebbe, tra l’altro, di difficile immaginazione – sarebbe sufficiente un approccio olistico, da parte delle Istituzioni europee, che dimostri un’avvenuta presa di coscienza circa l’inevitabile necessità di valutare se le regole poste, oggi, per tutelare il consumatore, il produttore e l’indicazione geografica come segno della proprietà intellettuale nel “mondo fisico” possano dirsi efficaci anche nel “mondo virtuale” o se necessitino, invece, di un ripensamento. Sembra, peraltro, che tale processo abbia già avuto inizio. Invero, non può che essere visto con favore il fatto che la problematica del conflitto tra indicazioni geografiche e nomi di dominio sia stata menzionata come tema da trattare nei futuri rapporti tra Unione europea e Canada⁹⁵⁹. A livello interno, inoltre, va nella direzione sopra suggerita la proposta, avanzata dalla Commissione europea, di estendere la protezione dettata per le indicazioni geografiche alle condotte perpetrate via *web* e l’aver introdotto, nella normativa in materia di etichettatura di cui al Reg. (UE) n. 1169/2011, una specifica disposizione dedicata alle informazioni da fornire allorché la vendita di prodotti alimentari avvenga a distanza.

Dunque, molto è stato fatto, ma molto ancora rimane da fare nella complessa normativa *multilevel* vitivinicola.

⁹⁵⁹ Comprehensive Economic and Trade Agreement (CETA) - Meeting of Committee on Geographical Indications by video conference, 17 May 2018 - Report, tradoc_156975, p. 2.

DOTTRINA

AA.VV., *Legge 20 febbraio 2006, n. 96 «Disciplina dell'agriturismo»*, in *Rivista di diritto agrario*, 2006, fascicolo speciale, pp. 397 e ss.

ABBOTT, *North American Free Trade Agreement (1992)*, in *Max Planck Encyclopedia of Public International Law*, Article last updated: June 2014.

ADDOR, GRAZIOLI, *Geographical Indications Beyond Wines and Spirits. A Roadmap for a Better Protection for Geographical Indications in WTO/TRIPS Agreement*, in *The Journal of World Intellectual Property*, 2002, vol. 5, n. 6, pp. 865 e ss.

ALABRESE, *La vendita diretta dei prodotti agricoli*, in *Rivista di diritto alimentare*, 3/2008, pp. 3 e ss.

ALBISINNI, *Azienda multifunzionale, mercato, territorio: nuove regole in agricoltura*, Milano, 2000.

ALBISINNI, *I diritti di impianto dei vigneti e la loro circolazione*, in COSTATO, GERMANÒ, ROOK BASILE (a cura di), *Trattato di diritto agrario*, vol. 1, Torino, 2011, pp. 347 e ss.

ALBISINNI, *Il Frascati, il Chianti e la via della Svizzera. Vini doc, imbottigliamento in zona di produzione e libertà dei commerci*, in *Diritto e giurisprudenza agraria alimentare e dell'ambiente*, n. 10, 1999, pp. 517 e ss.

ALBISINNI, *Il Regolamento (UE) 2017/625: controlli ufficiali, ciclo della vita, impresa e globalizzazione*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1/2018, pp. 11 e ss.

ALBISINNI, *Istituzioni e regole dell'agricoltura dopo il Trattato di Lisbona*, in *Rivista di diritto agrario*, 2010, I, pp. 206 e ss.

ALBISINNI, *La nuova OCM e i contratti agroalimentari*, in ALBISINNI, GIUFFRIDA, SAIJA, TOMMASINI (a cura di), *I contratti del mercato agroalimentare*, Napoli, 2013, pp. 69 e ss.

ALBISINNI, *La OCM vino: denominazioni di origine, etichettatura e tracciabilità nel nuovo disegno disciplinare europeo*, in *Agriregionieuropa*, anno 4, n. 12, marzo 2008, pp. 16 e ss.

ALBISINNI, *La OCM vino nel percorso europeo di riforma*, in ALBISINNI (a cura di), *Le regole del vino – Disciplina internazionale, comunitaria, nazionale*, atti del Convegno, Roma, 23-34 novembre 2007, Milano, 2008, pp. 357 e ss.

ALBISINNI, *La vendita diretta dei prodotti agricoli*, in COSTATO, GERMANÒ, ROOK BASILE (a cura di), *Trattato di diritto agrario*, vol. 1, Torino, 2011, pp. 263 e ss.

ALBISINNI, *Le proposte per la riforma della PAC verso il 2020: profili di innovazione istituzionale e di contenuti*, in *Rivista di diritto agrario*, 2011, I, pp. 604 e ss.

ALBISINNI, *L'officina comunitaria e la OCM vino: marchi, denominazioni e mercato*, in *Rivista di diritto agrario*, 2008, I, pp. 425 e ss.

ALBISINNI, *Marchi e indicazioni geografiche: una coesistenza difficile*, in GERMANÒ e RUBINO (a cura di), *La tutela dell'origine dei prodotti alimentari in Italia, nell'Unione europea e nel commercio internazionale*, Atti del Convegno, Alessandria, 21-22 maggio 2015, pp. 189 e ss.

ALBISINNI, *Nota sul Regolamento unico sull'Organizzazione comune dei mercati agricoli – Norme applicabili alla commercializzazione e condizioni di produzione*, in *Le nuove leggi civili commentate*, 1/2009, pp. 114 e ss.

ALBISINNI, *Strumentario di diritto alimentare europeo*, Milano, 2015.

AMOROSINO, *Il paesaggio del vino*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1/2018, pp. 44 e ss.

AMOROSINO, *La disciplina giuridica del vino: profili di diritto amministrativo*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1/2014, pp. 61 e ss.

APPIANO, *La risoluzione delle controversie nelle vendite on line di vino*, in CALLIANO (a cura di), *E-WINE – Aspetti gius-economici della comunicazione e distribuzione del vino online*, Torino, 2018, pp. 123 e ss.

APPIANO, *Le pratiche enologiche e la tutela delle indicazioni di qualità nell'accordo UE/USA sul commercio del vino ed in altri trattati della Comunità*, in UBERTAZZI e MUNIZ-ESPADA (a cura di), *Le indicazioni di qualità degli alimenti. Diritto internazionale ed europeo*, Milano, 2009, pp. 348 e ss.

APPIANO, *Le riforme del 2013 sulla OCM vino*, in *Contratto e impresa/Europa*, n. 1, 2014, pp. 451 e ss.

ALESSANDRO ARTOM e ALICE ARTOM, *Il nuovo Regolamento UE sui controlli ufficiali e le problematiche sanzioni*, in *Rivista di diritto alimentare*, 4/2018, pp. 54 e ss.

ARE, voce *Marchio (dir.priv.)*, in *Enciclopedia del Diritto*, XXV, Milano, 1975.

ASSELIN, FANET, FALCETTI, *Definizione di Terroir in viticoltura ed internazionalizzazione*, in *L'Enologo*, novembre 2012, pp. 79 e ss.

ATKIN, THACH, *Millennial wine consumers: Risk perception and information search*, in *Wine Economics and Policy*, 1/2012, pp. 54 e ss.

ATKIN, WILSONN, THACH, OLSEN, *Analyzing the impact of conjunctive labeling as part of a regional wine branding strategy*, in *Wine Economics and Policy*, vol. 6, issue 2, 2017, pp. 155 e ss.

AVERSANO, *Controperizia e blocco ufficiale: il “nuovo” ruolo dell’operatore del settore*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1/2018, pp. 47 e ss.

BALDINI, BERTA, *Il vino e i marchi – Teoria e pratica dell’uso e della difesa dei marchi nel settore enologico e degli spiriti*, Asti, 2016.

BARHAM, *Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling*, in *Journal of Rural Studies*, 19 (2003), pp. 127 e ss.

BATTELLI, *Contrattazione e condizioni generali di contratto dell’e-commerce*, in *I Contratti*, 2/2010, pp. 191 e ss.

BERNARDI, *Attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell’informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno*, in *Le Nuove Leggi Civili Commentate*, 6/2003, pp. 1267 e ss.

BIANCHI, *La politica europea di qualità dei prodotti agroalimentari o della sofisticazione regolamentare. Riflessioni sull’origine dei prodotti e sulla semplificazione dei regimi di qualità*, in GERMANÒ e RUBINO (a cura di), *La tutela dell’origine dei prodotti alimentari in Italia, nell’Unione europea e nel commercio internazionale*, Atti del Convegno, Alessandria, 21-22 maggio 2015, pp. 53 e ss.

BOLOGNINI, *Common organization of agricultural markets*, in COSTATO e ALBISINNI (a cura di), *European Food Law*, Padova, 2012, pp. 265 e ss.

BOLOGNINI, *Le informazioni sull'origine degli alimenti nella vendita a distanza*, in GERMANÒ e RUBINO (a cura di), *La tutela dell'origine dei prodotti alimentari in Italia, nell'Unione europea e nel commercio internazionale*, Atti del Convegno, Alessandria, 21-22 maggio 2015, pp. 129 e ss.

BORGHI, *Il GATT dalle origini alla WTO*, in *Rivista di diritto agrario*, 1998, I, pp. 369 e ss.

BORGHI, *L'insostenibile leggerezza delle versioni linguistiche: condizionamento e confezionamento dei prodotti DOP e IGP nel recente regolamento UE n. 1151/2012*, in *Rivista di diritto alimentare*, 3/2013, pp. 29 e ss.

BORRACCETTI, *La tutela del vino di qualità può ammettere una deroga al divieto di misure di effetto equivalente: il caso Rioja*, in *Rivista di diritto agrario*, 2000, II, pp. 306 e ss.

BORRACCETTI, *Trasformazione di un prodotto e suo confezionamento nel rispetto delle denominazioni di origine*, in *Rivista di diritto agrario*, 2003, II, pp. 447 e ss.

BRANDI, *Le violazioni in materia di potenziale vitivinicolo previste dal nuovo T.U. del vino: tra sanzioni amministrative e tutela penale*, in *Diritto e giurisprudenza agraria alimentare e dell'ambiente*, n. 1, 2018.

BRAVO, voce *Commercio elettronico*, in *Enciclopedia del Diritto*, V, Milano, 2012.

BROCCA, *Paesaggio e agricoltura a confronto. Riflessioni sulla categoria del "paesaggio agrario"*, in *Rivista giuridica dell'edilizia*, 2016, II, pp. 3 e ss.

CALBOLI, *Time to Say Local Cheese and Smile at Geographical Indications of Origin – International Trade and Local Development in the United States*, in *53 Hous. L. Rev.* (2015), pp. 373 e ss.

CALLIANO, *I diritti dell'acquirente di vino online come strumenti per la creazione di fiducia del consumatore telematico*, in CALLIANO (a cura di), *E-WINE – Aspetti giuridico-economici della comunicazione e distribuzione del vino online*, Torino, 2018, pp. 1 e ss.

CANFORA, *Dalla terra al territorio: il ruolo dell'agricoltura nella filiera corta*, in GIARÈ e GIUCA (a cura di), *Agricoltori e filiera corta - Profili giuridici e dinamiche socio-economiche*, Atti del seminario di studi organizzato dall'INEA a Roma, il 30 maggio 2012, pp. 31 e ss.

CAPELLI, *Il condizionamento dei prodotti contrassegnati con «dop» e «igp» secondo le nuove disposizioni inserite nel regolamento CEE n. 2081/92 sulle denominazioni di origine*, in *Diritto comunitario e degli scambi internazionali*, n. 1, 2003, pp. 105 e ss.

CAPELLI, *Il Regolamento (UE) n.1151/2012 sui regimi di qualità dei prodotti agro-alimentari: luci ed ombre*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1/2014, pp. 52 e ss.

CAPRA, *Osservazioni in tema di denominazioni di origine, indicazioni di provenienza e marchi geografici (note a margine del caso Pilsner)*, in *Rivista di diritto industriale*, 2000, II, pp. 329 e ss.

CARABELLI, MADONINI, *L'e-commerce in agricoltura: profili fiscali e amministrativi*, in *Agricoltura*, 3/2001, pp. 161 e ss.

CARMIGNANI, *Controlli e informazione al pubblico*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1/2018, pp. 42 e ss.

CARRETTA, *Consorzi di tutela dei vini e controlli erga omnes*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1/2012, pp. 41 e ss.

CARROLL, *Exporting Wine Through the Barricades of Fortress Europe*, in 11 *Transnat'l Law*. (1998), pp. 429 e ss.

CASTELLI, *La protezione ex officio delle Dop e Igp dei prodotti agricoli e alimentari*, in *Rivista di diritto agrario*, 2013, I, pp. 191 e ss.

CERTOMÀ, *Sulla retorica del locale*, in CRISTIANI, SIRSI, STRAMBI (a cura di), *Regole delle produzioni locali e mercato globale – III Giornata sulla Sicurezza alimentare*, Pisa, 2010.

CHANG, CAMPBELL, SNIKERS, *Assessing the Use of Geographical Indications for the New England Wine Region in NSW*, Paper presented to 51st AARES Annual Conference 2007, Queenstown, New Zealand, 13-16 February 2007.

CHEN, *A Sober Second Look at Appellations of Origin: How the United States Will Crash France's Wine and Cheese Party*, in 5 *Minnesota Journal of Global Trade*, 1996, pp. 29 e ss.

CLAWSON, ET AL., *Wine Institute International Trade Barriers Report*, 1997.

CONTALDI, *Il conflitto tra Stati Uniti e Unione Europea sulla protezione delle indicazioni geografiche*, in UBERTAZZI e MUNIZ-ESPADA (a cura di), *Le indicazioni di qualità degli alimenti. Diritto internazionale ed europeo*, Milano, 2009, pp. 27 e ss.

COPPOLA, *Tutela delle indicazioni geografiche e scambi internazionali: fra nomi di dominio e free trade agreements*, in *Rivista di diritto alimentare*, n. 4/2013, pp. 65 e ss.

CORSI, NOVELLI, PETTENATI, *Vendita diretta in azienda e fuori azienda: un'analisi in Piemonte*, in *Agriregionieuropa*, anno 10, numero 38, settembre 2014, pp. 90 e ss.

CORTASSA, *Legittimazione ad impugnare il decreto che accoglie la richiesta di modifica del disciplinare di produzione*, in *Rivista di diritto alimentare*, 4/2017, pp. 79 e ss.

CORTASSA, *Modifiche del disciplinare di produzione dei vini DOC. Il caso “Cannubi”*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1/2017, pp. 55 e ss.

COSTANTINO, *Istituzioni europee, Stati membri ed organizzazioni internazionali: quale rapporto nel processo di creazione delle regole sul vino?*, in *Rivista di diritto alimentare*, 3/2015, pp. 45 e ss.

COSTATO (a cura di) *Commentario al regolamento (CE) n. 1237/2007*, in *Le nuove leggi civili commentate*, 2009, pp. 1 e ss.

COSTATO, *Il regolamento n. 1151/2012 del Parlamento Europeo e del Consiglio sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari*, in *Rivista di diritto agrario*, 2012, I, pp. 648 e ss.

COSTATO, *Protezionismo e accordi bilaterali: l'emergere di nuovi modelli di regolazione nel commercio internazionale dei prodotti alimentari*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1/2017, pp. 1 e ss.

COSTATO, *Tracciabilità e territorio: il confezionamento delle DOP e delle IGP in loco*, in *Diritto e giurisprudenza agraria alimentare e dell'ambiente*, n. 5, 2003, pp. 294 e ss.

CREMONA, *Negotiating the Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP)*, in *Common Market Law Review*, 2015, pp. 351 e ss.

CURBASTRO, *Il ruolo di garanzia dei consorzi di tutela*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1/2012, pp. 56 e ss.

CURBASTRO, *I punti di forza del vino europeo di fronte alla globalizzazione*, in ALBISINNI (a cura di), *Le regole del vino – Disciplina internazionale, comunitaria, nazionale*, atti del Convegno, Roma, 23-34 novembre 2007, Milano, 2008, pp. 61 e ss.

DAGNE, *Law and Policy on Intellectual Property, Traditional Knowledge and Development: Legally Protecting Creativity and Collective Rights in Traditional Knowledge Based Agricultural Products through Geographical Indications*, in *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, Vol. 11, No 1, 2010, pp. 68 e ss.

DE CRISTOFARO, *La disciplina degli obblighi informativi precontrattuali nel codice del consumo riformato*, in *Le Nuove Leggi Civili Commentate*, 5/2014, pp. 917 e ss.

DE FILIPPIS, *Le vie della globalizzazione: la questione agricola nel WTO*, Milano, 2002.

DI LAURO, *La tutela dell'origine degli alimenti o la composizione im(possibile) del tempo e dello spazio*, in GERMANÒ e RUBINO (a cura di), *La tutela dell'origine dei prodotti alimentari in Italia, nell'Unione europea e nel commercio internazionale*, Atti del Convegno, Alessandria, 21-22 maggio 2015, pp. 34 e ss.

DINDO, *Organizzare la distribuzione del vino tra vendita off line e vendita on line*, in CALLIANO (a cura di), *E-WINE – Aspetti giur-economici della comunicazione e distribuzione del vino online*, Torino, 2018, pp. 35 e ss.

DOGAN, GOKOVALI, *Geographical indications: the aspects of rural development and marketing through the traditional products*, in *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 62/2012, pp. 761 e ss.

DORDI, *La protezione delle indicazioni geografiche nell'accordo Trips*, in COSCIA, VELLANO e VENTURINI (a cura di), *Le nuove sfide per l'Omc a dieci anni dalla sua istituzione*, Atti del convegno di Alessandria del 8 ottobre 2004, Milano, 2005, pp. 229 e ss.

DUDDING, *The Lisbon Agreement: Why the United States Should Stop Fighting the Geneva Act*, in 18 *Vand. J. Ent. & Tech. L.* (2015), pp. 167 e ss.

ECHOLS, *Food quality in the United States*, in ADORNATO, ALBISINNI e GERMANÒ (a cura di), *Agricoltura e alimentazione: principi e regole della qualità – Disciplina internazionale, comunitaria e nazionale*, Atti del convegno internazionale IDAIC di Macerata del 9-10 ottobre 2009, Milano, 2010, pp. 104 e ss.

FANDL, *Regulatory Policy and Innovation in the Wine Industry: A Comparative Analysis of Old and New World Wine Regulations*, in 34 *Am. U. Int'l L. Rev.* (2018), pp. 279 e ss.

FARAH, TREMOLADA, *Diritti di proprietà intellettuale, diritti umani e patrimonio culturale immateriale*, in *Rivista di diritto industriale*, 2014, I, pp. 21 e ss.

FARLEY, *Conflicts between U.S. Law and International Treaties Concerning Geographical Indications*, in 22 *Whittier L. Rev.* (2000), pp. 73 e ss.

FARNETI, *Il nuovo recesso del consumatore dai contratti negoziati fuori dai locali commerciali e a distanza*, in *Le Nuove Leggi Civili Commentate*, 5/2014, pp. 959 e ss.

FEIGENBAUM, *Cheers: An Examination of Vodka under Legal Regimes for the Protection of Geographic Indications and Appellations of Origin*, in 44 *Syracuse J. Int'l L. & Com.* (2016), pp. 179 e ss.

FERRARI, *Il nesso fra origine geografica e qualità dei prodotti agroalimentari: i diversi modelli di tutela europei e nordamericani*, in *Rivista di diritto agrario*, 2014, I, pp. 142 e ss.

FERRARI, *La dimensione proprietaria delle indicazioni geografiche: uno studio di diritto comparato*, Napoli, 2015.

FERRUCCI, *La tutela del paesaggio e il paesaggio agrario*, in COSTATO, GERMANÒ, ROOK BASILE (a cura di), *Trattato di diritto agrario*, Vol. 2, Torino, 2011, pp. 175 e ss.

FILADELFIA, SAPORITO, GUALTIERI, *Agro-alimentare e web: l'approccio dell'ICQRF*, pubblicato, il 24 gennaio 2017, sul portale www.veterinariaalimenti.marche.it della Regione Marche.

GAETA, BEGALLI, CODURRI, *Il web-marketing del vino nel mercato USA: nuove opportunità e vecchi problemi nelle transazioni internazionali*, in *Rivista di diritto alimentare*, 3/2008, pp. 27 e ss.,

GALLI, *Globalizzazione dell'economia e tutela delle denominazioni di origine dei prodotti agro-alimentari*, in *Rivista di diritto industriale*, 2004, I, pp. 60 e ss.

GERBINO, voce *Organizzazione mondiale del commercio*, in *Enciclopedia del Diritto*, II, Milano, 1998.

GERIEN, PASSARELLI, *Challenges for Geographical Indications (GIs) in the context of the ICANN new generic Top-Level Domains (gTLDs)*, oriGIn – Organization for an International Geographical Indications Network, 2016.

GERINI, SAPORITO, *Controllo dei siti e repressione frodi*, in CALLIANO (a cura di), *E-WINE – Aspetti giur-economici della comunicazione e distribuzione del vino online*, Torino, 2018, pp. 113 e ss.

GERMANÒ, *La disciplina dei vini dalla produzione al mercato*, in ALBISINNI (a cura di), *Le regole del vino – Disciplina internazionale, comunitaria, nazionale*, atti del Convegno, Roma, 23-34 novembre 2007, Milano, 2008, pp. 11 e ss.

GERMANÒ, *Le indicazioni geografiche nell'Accordo TRIPs*, in *Rivista di diritto agrario*, 2000, I, pp. 412 e ss.

GERMANÒ, *L'organizzazione comune del mercato del vino*, in *Rivista di diritto agrario*, 2010, I, pp. 532 e ss.

GERMANÒ, *L'organizzazione comune di mercato del vino (regolamento 17 maggio 1999 n. 1493/1999) dall'angolo visuale di uno dei PECO: la Polonia*, in *Rivista di diritto agrario*, 2000, I, pp. 570 e ss.

GERMANÒ, *Sugli Organismi di controllo*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1/2018, pp. 65 e ss.

GERMANÒ, *Sui regolamenti della Commissione a completamento della normativa legislativa del Parlamento europeo e del Consiglio degli anni 2012 e 2013 nella materia dell'agricoltura*, in *Rivista di diritto agrario*, 2014, I, pp. 232 e ss.

GERMANÒ, *Sulla titolarità dei segni DOP e IGP*, in *Diritto agroalimentare*, 2/2017, pp. 287 e ss.

GERMANÒ, *Sulle menzioni tradizionali dei vini (a proposito del d.m. 13 agosto 2012)*, in *Diritto e giurisprudenza agraria alimentare e dell'ambiente*, n. 10, 2012, pp. 595 e ss.

GERVAIS, *A Look at the Geneva Act of the Lisbon Agreement: A Missed Opportunity?*, in *Geographical Indications at the Crossroads of Trade, Development, and Culture: Focus on*

Asia-Pacific, edited by IRENE CALBOLI e NG-LOY WEE LOON, Cambridge University Press, 2017, pp. 122 e ss.

GERVAIS, *Inreconcilable Differences – The Geneva Act of the Lisbon Agreement and the Common Law*, in 53 *Hous. L. Rev.* (2015), pp. 339 e ss.

GERVAIS, *Reinventing Lisbon: The Case for a Protocol to the Lisbon Agreement (Geographical Indications)*, in 11 *Chi. J. Int'l L.* (2010), pp. 67 e ss.

GEUZE, *The Provisions on Geographical Indications in the TRIPS Agreement*, in *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, 2009, Vol. 10, No. 1, pp. 50 e ss.

GIUCA, *Conoscere la filiera corta*, in GIARÈ e GIUCA (a cura di), *Agricoltori e filiera corta - Profili giuridici e dinamiche socio-economiche*, Atti del seminario di studi organizzato dall'INEA a Roma, il 30 maggio 2012, pp. 11 e ss.

GIUDICI, *Osservazioni sulla nuova disciplina europea dei marchi*, in *Rivista di diritto industriale*, 2016, I, pp. 158 e ss.

GIUFFRIDA, *Pratiche leali di informazione e informazioni volontarie*, in *Rivista di diritto agrario*, 2012, I, pp. 79 e ss.

GUALTIERI, VACCARI, CATIZZONE, *La protezione delle indicazioni geografiche: La nozione di evocazione*, in *Rivista di diritto alimentare*, 2/2017, pp. 15 e ss.

HERMANN, *The Fifty States of Sway & the European Cheese Union: Why the United States and the European Union Struggle with the Implementation of Geographical Indications in their TTIP Neogotiations*, in 7 *Am. U. Intell. Prop. Brief* (2015), pp. 44 e ss.

HOEMMEN, RENDLEMAN, TAYLOR, ALTMANN, HAND, *Analysis of structural changes on grape grower's return per ton: A case study of developing American Viticultural Areas*, in *Wine Economics and Policy*, vol. 2, issue 2, 2013, pp. 67 e ss.

HUGHES, *Champagne, Feta, and Bourbon: The Spirited Debate about Geographical Indications*, in 58 *Hastings L.J.* (2006), pp. 299 e ss.

IBELE, *The Nature and Function of Geographical Indications in Law*, in *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, 2009, Vol. 10 No. 1, pp. 36 e ss.

KIIHA, *Trade protectionism of wine brand names at the expense of American Viticultural Areas: arbitrary protection of "big liquor" at the expense of small vineyards*, in 9 *Drake Journal of Agricultural Law* (2004), pp. 157 e ss.

JESU, *La nuova disciplina vitivinicola*, Rimini, 2017.

JOSEL, *New Wine in Old Bottles: The Protection of France's Wine Classification System beyond Its Borders*, in 12 *B.U. Int'l L. J.* (1994), pp. 471 e ss.

JURCA, *What's in a Name?: Geographical Indicators, Legal Protection, and the Vulnerability of Zinfandel*, in *Indiana Journal of Global Legal Studies*, 2013, Volume 20, Issue 2, pp. 1445 e ss.

KEMP, FORSYTHE, *Trademarks and Geographical Indications: A Case of California Champagne*, in 10 *Chap. L. Rev.* 257 (2006), pp. 257 e ss.

LIBERTINI, *L'informazione sull'origine dei prodotti nella disciplina comunitaria*, in *Rivista di diritto industriale*, 2010, I, pp. 289 e ss.

LINDQUIST, *champagne or Champagne? An Examination of U.S. Failure to Comply with the Geographical Provisions of the TRIPS Agreement*, in *27 Georgia Journal of International and Comparative Law* (1999), pp. 309 e ss.

LOFFREDO, *Profili giuridici della tutela delle produzioni tipiche*, in *Rivista di diritto industriale*, 2003, I, pp. 139 e ss.

LOSAVIO, *Il fallimento di Cancun e le indicazioni geografiche nell'attuale panorama internazionale*, in *Rivista di diritto agrario*, 2004, II, pp. 65 e ss.

LOSAVIO, *Le indicazioni geografiche alla conferenza di Doha*, in *Rivista di diritto agrario*, 2002, II, pp. 76 e ss.

LUCCHI, *Il dibattito transatlantico sulla tutela delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine*, in *Rivista di diritto agrario*, 2008, I, pp. 49 e ss.

LUCIFERO, *La comunicazione simbolica nel mercato alimentare: marchi e segni del territorio*, in COSTATO, GERMANÒ, ROOK BASILE (a cura di), *Trattato di diritto agrario*, vol. 3, Torino, 2011, pp. 321 e ss.

LUCIFERO, *Profili pubblicistici e profili privatistici delle autorizzazioni di impianto e di reimpianto di vigneti*, in *Rivista di diritto agrario*, 2017, I, pp. 476 ss.

MAKRIS, *Geographical Indicators: A Rising International Trademark Dispute Between Europe's Finest and Corporate America*, in *Arizona Journal of International & Comparative Law*, 2016, vol. 34, n. 1, pp. 159 e ss.

MARIANI, POMARICI, *Il mercato del vino: evoluzione e scenari futuri*, in ALBISINNI (a cura di), *Le regole del vino – Disciplina internazionale, comunitaria, nazionale*, atti del Convegno, Roma, 23-34 novembre 2007, Milano, 2008, pp. 97 e ss.

MARTINELLI, *L'enopirateria e l'importanza della qualità nei prodotti agroalimentari*, pubblicato nella sezione «Saggi e approfondimenti» dell'Osservatorio sulla criminalità nell'agricoltura e sul sistema agroalimentare, <https://www.osservatorioagromafie.it/>.

MASINI, *Sull'imbottigliamento in zona di origine: conflitto di filiera e modello di sviluppo territoriale*, in *Rivista di diritto alimentare*, 2/2012, pp. 55 e ss.

MATTHEWS, *What outcome to expect on Geographical Indications in the TTIP free trade agreement negotiations with the United States?*, Paper prepared for the 145th EAAE Seminar "Intellectual Property Rights for Geographical Indications: What is at Stake in the TTIP?" April 14-15, 2015 Parma, Italy.

MEDEIROS, SOUZA PASSADOR, PASSADOR, *Implications of geographical indications: a comprehensive review of papers listed in CAPES' journal database*, in *Revista de Administração e Inovação* 13 (2016), pp. 315 e ss.

MELTZER, *Wine & (and) Spirits, with Abandonment - GATT's Impact on U.S. Trademark Law*, in 78 *J. Pat. & Trademark Off. Soc'y* (1996), pp. 69 e ss.

MONTELLONE, *La produzione agroalimentare di qualità come bene culturale*, in *Rivista di diritto agrario*, 2000, I, pp. 462 e ss.

MONTEN, *Geographical Indications of Origin: Should They Be Protected and Why - An Analysis of the Issue from the U.S. and EU Perspectives*, in 22 *Santa Clara Computer & High Tech. L.J.* 315 (2006), pp. 315 e ss.

MORGESE, *L'accordo sugli aspetti dei diritti di proprietà intellettuale attinenti al commercio (TRIPs)*, Bari, 2009.

MOSCA, *The Battle between the Cheeses Signifies the Ongoing Struggle to Protect Designations of Origin within the European Community and in the United States in Consorzio per la Tutela del Formaggio Gorgonzola v. Kaserei Champignon Hofmeister GmbH & Co. KG*, in 8 *Tul. J. Int'l & Comp. L.* (2000), pp. 559 e ss.

MOUNTEER, *Brighter Prospects for United States Wine Exports: The 1983 Exchange of Letters of Understanding with the European Economic Community*, in 7 *Loy. L.A. Int'l & Comp. L.J.* (1984), pp. 227 e ss.

NGO, *La protection des indications géographiques : les enjeux du mandat de Doha*, in 294-295 *Économie Rurale*, luglio-ottobre 2006, pp. 117 e ss.

NISKA, *The European Union TRIPS over the U.S. Constitution: Can The First Amendment Save the Bologna That Has a First Name?*, in 13 *Minn. J. Global Trade* 413 2004, pp. 413 e ss.

O'CONNOR, *Geographical Indications in CETA, the comprehensive economic and trade agreement between Canada and the EU*, in *Rivista di diritto alimentare*, 2/2015, pp. 61 e ss.

O'CONNOR, *Geographical Indications in CETA, the comprehensive economic and trade agreement between Canada and the EU*, (2014) NCTM.

O'CONNOR, *Indicazioni Geografiche: alcune riflessioni sulla prassi dell'Ufficio Marchio e Brevetti degli Stati Uniti e l'accordo TRIPS*, in *Rivista di diritto alimentare*, 4/2013, pp. 41 e ss.

O'CONNOR, RICHARDSON, *The legal protection of Geographical Indications in the EU's Bilateral Trade Agreements: moving beyond TRIPS*, in *Rivista di diritto alimentare*, 4/2012, pp. 39 e ss.

OMACHI, *A Tale of Two Approaches: Analysis of Responses to EU's FTA Initiatives on Geographical Indications (GIS)*, in 18 *Chi.-Kent J. Intell. Prop.* (2019), pp. 153 e ss.

PALMA, *Agro-ecologia e indicazioni geografiche tra magia e razionalità nel diritto dell'UE e dell'OMC: "reinventare" le designazioni d'origine per preservare l'economia rurale, il patrimonio culturale e l'ambiente*, in *Rivista di diritto industriale*, 2017, I, pp. 265 e ss.

PAOLONI, *I Consorzi di tutela ed i contratti per le politiche dell'offerta dopo il d.lgs. 61/2010*, in ALBISINNI, GIUFFRIDA, SAIJA, TOMMASINI (a cura di), *I contratti del mercato agroalimentare*, Napoli, 2013, pp. 289 e ss.

PAOLONI, *L'agriturismo e le attività di valorizzazione del territorio*, in COSTATO, GERMANÒ, ROOK BASILE (a cura di), *Trattato di diritto agrario*, Vol. 2, Torino, 2011, pp. 527 e ss.

PAPPALARDO, *Note in tema di utilizzo ingannevole di indicazioni geografiche*, in *Rivista di diritto industriale*, 2013, II, pp. 312 e ss.

PASSANITI, *La tutela del paesaggio agrario tra conservazione e mutevolezza. Le premesse storiche di un problema attuale*, in *Diritto agroalimentare*, 1/2018, pp. 179 e ss.

PETIT, ILBERT, *Geographical Indications and Rural Development Implications for TTIP Negotiations*, Paper prepared for the 145th EAAE Seminar "Intellectual Property Rights for Geographical Indications: What is at Stake in the TTIP?" April 14-15, 2015 Parma, Italy.

PETRELLI, *I regimi di qualità nel diritto alimentare dell'Unione Europea – prodotti DOP, IGP, STG, biologici e delle regioni ultraperiferiche*, Napoli, 2012.

PISCIOTTA, *Spunti per il dibattito sul Regolamento (UE) 2017/625: armonizzazione normativa e atti delegati*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1/2018, pp. 37 e ss.

MARCO PLATANIA, SILVIA PLATANIA, GIUSEPPE SANTISI, *Entertainment marketing, experiential consumption and consumer behavior: the determinant of choice of wine in the store*, in *Wine Economics and Policy*, 5/2016, pp. 87 e ss.

POMARICI, SARDONE, *Ragioni, vincoli e complessità della riforma dell'OCM vino*, in *Agriregionieuropa*, anno 4, n. 12, marzo 2008, pp. 3 e ss.

POMARICI, SARDONE, *Struttura e criticità della nuova OCM vino*, in *Agriregionieuropa*, anno 4, n. 12, marzo 2008, pp. 5 e ss.

PRETE, *La tutela dei prodotti nazionali di qualità tra Dop, Igp e cc.dd. marchi di qualità*, in *Rivista di diritto agrario*, 2011, II, pp. 158 e ss.

RAGUSA, *I prodotti alimentari «preincartati» e gli «alimenti preimballati per la vendita diretta», alla luce del regolamento n. 1169/2011, «relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori»*, in *Rivista di diritto agrario*, 2012, I, pp. 457 e ss.

RASI e DE VITA, *La tassazione delle attività enoturistiche: un “sobrio” intervento del legislatore*, in *Diritto Agroalimentare*, 2/2018, pp. 425 e ss.

REEVES, *Protecting Our Barefoots: Policy Problems in the International Wine Market*, in *27 Ariz. J. Int'l & Comp. L.* (2010), pp. 835 e ss.

RENDLEMAN, HOEMMEN, ALTMAN, TAYLOR, MOON, SMITH, *Wine Industry Competitiveness: A survey of the Shawnee Hills American Viticultural Area*, in *Wine Economics and Policy*, vol. 5, issue 1, 2016, pp. 4 e ss.

REVIRON, *Geographical Indications: creation and distribution of economic value in developing countries*, March 2009, Working Paper No 2009/14, NCCR Trade regulation – Swiss national centre of competence in research.

RITZERT, *Champagne is from Champagne: An Economic Justification for Extending Trademark-Level Protection to Wine-Related Geographical Indicators*, in 37 *AIPLA Q. J.* (2009), pp. 191 e ss.

RIZZIOLI, *Il condizionamento dei prodotti con denominazione di origine*, in *Rivista di diritto agrario*, 2003, II, pp. 458 e ss.

ROBERTSON, *The Sparkling Wine War: Pitting Trademark Rights Against Geographic Indications*, in 18 *Bus. L. TODAY* 19, 21 (2009), n° 5.

ROGGERO, *Linee guida sull'applicazione del Regolamento (UE) 1169/2011 sull'informazione ai consumatori*, in *Rivista di diritto alimentare*, 2/2013, pp. 45 e ss.

ROSE, *No more whining about geographical indications: assessing the 2005 agreement between the United States and the European Community on the trade in wine*, in *Houston Journal of International Law*, vol. 29 no. 731, 2007, pp. 731 e ss.

RUBINO, *La protezione delle denominazioni geografiche dei prodotti alimentari nell'Unione Europea dopo il regolamento 1151/2012*, in *Rivista di diritto alimentare*, 4/2013, pp. 4 e ss.

RUBINO, *Le denominazioni d'origine dei prodotti alimentari*, Alessandria, 2007.

SABBATINI, *Imbottigliamento e territorio: il caso «Soave»*, in *Diritto e giurisprudenza agraria alimentare e dell'ambiente*, n. 2, 2005, pp. 77 e ss.

SALUZZO, *Il diritto applicabile ai contratti transnazionali di vendita di vino*, in CALLIANO (a cura di), *E-WINE – Aspetti gius-economici della comunicazione e distribuzione del vino online*, Torino, 2018, pp. 95 e ss.

SALVI, *Tutela dei vini Dop e Igp: procedimento di modifica del disciplinare e valorizzazione del legame col territorio*, in *Rivista di diritto alimentare*, 3/2014, pp. 27 e ss.

SALZANO, *L'assistenza amministrativa e la collaborazione nel regolamento (UE) n. 2017/625 sui controlli ufficiali*, in *Diritto e giurisprudenza agraria alimentare e dell'ambiente*, n. 6, 2018.

SANDERS, *Geographical Indications of Origin: When GIs Become Commodities, All Gloves Come Off*, in *IIC - International Review of Intellectual Property and Competition Law*, 2015, Vol. 46(7), pp. 755 e ss.

SANDRI, *La nuova disciplina della proprietà industriale dopo i GATT-TRIPs*, Padova, 1999.

SANTAGATA, *Atti perturbatori della scelta e concorrenza sleale*, in *Rivista di diritto industriale*, 1976, I, pp. 5 e ss.

SCARCELLA, *La tutela delle denominazioni di origine protetta*, in *Rivista di diritto industriale*, 2002, II, pp. 428 e ss.

SCHÜBLER, *Protecting 'Single-Origin Coffee' within the Global Coffee Market: The Role of Geographical Indications and Trademarks*, in *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, Vol. 10, n. 1, 2009, pp. 149 e ss.

SIMON, *Appellations of Origin: The Continuing Controversy*, in *5 Northwestern Journal of International Law & Business* 132, 1983, pp. 132 e ss.

SIRONI, *Conflitti tra marchi e indicazioni comunitarie di qualità (dop, igp, stg)*, in UBERTAZZI e MUNIZ-ESPADA (a cura di), *Le indicazioni di qualità degli alimenti. Diritto internazionale ed europeo*, Milano, 2009, pp. 208 e ss.

SIRONI, *I segni geografici*, in *Annali italiani del diritto d'autore, della cultura e dello spettacolo*, 1-2017, pp. 22 e ss.

SMORTO, *Reputazione, fiducia e mercati*, in *Europa e diritto privato*, n.1, 2016, pp. 199 e ss.

SORDELLI, *Denominazioni di origine e indicazioni di provenienza*, in *Rivista di diritto industriale*, 1982, I, pp. 5 e ss.

SORDELLI, voce *Denominazioni di origine e indicazioni geografiche*, in *Enciclopedia del Diritto*, I, Milano, 1997.

SORDELLI, *L'identificazione dei prodotti agricoli sul mercato*, in *Rivista di diritto industriale*, 1994, I, pp. 471 e ss.

SPIVEY, *Multiple-Regulation of American Appellations of Origin for Wines*, in *15 IPL Newsl.* (1997), pp. 14 e ss.

STRAMBI, *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, I, pp. 109 e ss.

STRAMBI, *Le strade del vino, dell'olio e dei sapori: il quadro giuridico di riferimento*, in *Rivista di diritto agrario*, 2006, I, pp. 204 e ss.

TONUT, *Dai diritti alle autorizzazioni: breve disamina sul passaggio al nuovo sistema di regolazione dell'impianto dei vigneti*, in *Rivista di diritto alimentare*, 4/2017, pp. 34 ss.

TONUT, *L'appartenenza di una materia all'ambito di applicazione dell'art. 43 TFUE e, più in generale, ad una sfera di competenza dell'UE legittima il legislatore europeo ad applicare l'art. 218, par. 9, TFUE, anche se l'unione non è parte dell'accordo internazionale? La pronuncia della Corte di giustizia in merito alle raccomandazioni dell'organizzazione internazionale della vigna e del vino*, in *Rivista di diritto agrario*, 2015, II, pp. 116 e ss.

TORSEN, *Apples and Oranges: French and American Models of Geographic Indications Policies Demonstrate an International Lack of Consensus*, in *95 Trademark Rep.* (2005), pp. 1415 e ss.

TRAPÉ, *I segni del territorio: profili giuridici delle indicazioni di origine dei prodotti agroalimentari tra competitività, interessi dei consumatori e sviluppo rurale*, Milano, 2012.

VALENTE, *Le controversie relative alla registrazione ed all'utilizzo del Domain Name: l'arbitrato obbligatorio disciplinato da ICANN*, in VACCÀ (a cura di), *Nomi di dominio, marchi e copyright: proprietà intellettuale ed industriale in internet*, Milano, 2005, pp. 147 e ss.

VAN DER VEER, *Real Food from Virtual Shops*, in *European Food and Feed Law Review*, 1/2012, pp. 3 e ss.

VAN UYTSEL, *When Geographical Indications Meet Intangible Cultural Heritage: The New Japanese Act on Geographical Indications*, in *Geographical Indications at the Crossroads of Trade, Development, and Culture: Focus on Asia-Pacific*, edited by IRENE CALBOLI e NG-LOY WEE LOON, Cambridge University Press, 2017, pp. 508 e ss.

VANZETTI, *Note in tema di volgarizzazione del marchio (una riesumazione?)*, in *Rivista di diritto industriale*, 2009, I, pp. 279 e ss.

VINCENT, *Extending Protection at the WTO to Products Other Than Wines and Spirits: Who Will Benefit?*, in *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, Vol. 8, No 1, 2007, pp. 57 e ss.

WELLS, *In Vino Veritas: Grapes, Greed, and Lawsuits in the Napa Valley*, in 16 *Hastings W.-Nw. J. Env'tl L. & Pol'y* (2010), pp. 515 e ss.

ZACHER, *Pass the Parmesan: Geographic Indications in the United States and the European Union - Can There Be Compromise*, in 19 *Emory Int'l L. Rev.* 427 (2005), pp. 427 e ss.

ZAHN, *Australia Corked Its Champagne and So Should We: Enforcing Stricter Protection for Semi-Generic Wines in the United States*, in 21 *Transnat'l L. & Contemp. Probs.* (2012), pp. 477 e ss.

ZAHUR, *The Geographical Indication Act 2013: Protection of Traditional Knowledge in Bangladesh with Special Reference to Jamdani*, in *Geographical Indications at the Crossroads of Trade, Development, and Culture: Focus on Asia-Pacific*, edited by IRENE CALBOLI e NG-LOY WEE LOON, Cambridge University Press, 2017, pp. 439 e ss.

ZANZIG, *The Perfect Pairing: Protecting U.S. Geographical Indications with a Sino-American Wine Registry*, in 88 *Wash. L. Rev.* (2013), pp. 723 e ss.

ZICCARDI, VITIELLO, *La tutela giuridica del nome di dominio: il nome di dominio nell'ordinamento giuridico italiano, in Unione europea e nella normativa internazionale; la procedura per la risoluzione alternativa delle dispute afferenti i nomi di dominio prevista da ICANN*, Modena, 2000.

GIURISPRUDENZA CITATA

Giurisprudenza nazionale

TAR Lazio, Sezione II *ter*, 5 novembre 1998, n. 1818.

TAR Lazio, Sezione II *ter*, 1° marzo 1999, n. 763.

Consiglio di Stato, Sezione VI, 9 ottobre 2000, n. 5388.

Consiglio di Stato, Sezione VI, 12 dicembre 2000, n. 6567.

TAR Lazio, Sezione II *ter*, 8 gennaio 2003, n. 1670.

Corte di Cassazione civile, Sezione I, 17 dicembre 2008, n. 29522.

TAR Sardegna, Sezione I, 8 marzo 2012, n. 268.

TAR Lazio, Sezione II *ter*, 4 giugno 2012, n. 5033.

Consiglio di Stato, Sezione III, 3 ottobre 2013, n. 4883.

Tar Lazio, Sezione II *ter*, 28 luglio 2015, n. 10361.

Corte Suprema di Cassazione, Sez. Unite, Sent., 17 novembre 2016, n. 23395.

Giurisprudenza internazionale

Sentenza della Corte di giustizia del 13 novembre 1964, in cause riunite C-90 e C-91/63, *Commissione della Comunità economica europea contro il Granducato del Lussemburgo e il Regno del Belgio*.

Sentenza della Corte di giustizia del 9 giugno 1992, in causa C-47/90, *Établissements Delhaize frères et Compagnie Le Lion SA contro Promalvin SA e AGE Bodegas Unidas SA*.

Sentenza della Corte di giustizia del 4 marzo 1999, in causa C-87/97, *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola contro Käserei Champignon Hofmeister GmbH & Co. KG, Eduard Bracharz GmbH*.

Sentenza della Corte di giustizia del 4 aprile 2000, in causa C-465/98, *Verein gegen Unwesen in Handel und Gewerbe Köln eV contro Adolf Darbo AG*.

Sentenza della Corte di giustizia del 16 maggio 2000, in causa C-388/95, *Regno del Belgio contro Regno di Spagna*.

Sentenza della Corte di giustizia del 20 maggio 2003, in causa C-469/00, *Ravil SARL contro Bellon import SARL e Biraghi SpA*.

Sentenza della Corte di giustizia del 20 maggio 2003, in causa C-108/01, *Consorzio del Prosciutto di Parma, Salumificio S. Rita SpA contro Asda Stores Ltd, Hygrade Foods Ltd*.

Sentenza della Corte di giustizia del 26 febbraio 2008, in causa C-132/05, *Commissione delle Comunità europee contro Repubblica federale di Germania*.

Sentenza della Corte di giustizia del 14 luglio 2011, in cause riunite C-4/10 e C-27/10, *Bureau national interprofessionnel du Cognac contro Gust. Ranin Oy*.

Sentenza della Corte di giustizia del 21 gennaio 2016, in causa C-75/15, *Viiniverla Oy contro Sosiaali-ja terveysalan lupa-ja valvontavirasto*.

U.S. Court of Appeals for the Federal Circuit, *The Institut National Des Appellations D'origine, Appellant, v. Vintners International Company, Inc., Appellee*, 958 F.2d 1574 (Fed. Cir. 1992), March 26, 1992.

Supreme Court of California, *Bronco wine company et al., Petitioners, v. Jerry R. Jolly, as Director, etc., et al., Respondents; Napa Valley Vintners Association, Intervener*, No. S113136, Decided: August 05, 2004.

Court of Appeal of California, Third District, *Bronco Wine Co. v. Jolly*, 129 Cal. App. 4th 988 (Cal. Ct. App. 2005), May 26, 2005.

WIPO Arbitration and Mediation Center, Administrative Panel Decision, *Comité Interprofessionnel du vin de Champagne v. Steven Vickers*, Case No. DCO2011-0026.

Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI, Decisión del Panel Administrativo, *Consorzio Vini Mantovani, Consorzio per la Tutela dei Vini Reggiano e Colli di Scandiano e di Canossa y Consorzio Tutela del Lambrusco di Modena v. Whois Privacy Service protects this Domain / Domainsland.com Domainsland.com*, Caso No. D2016-0381.