



COMMISSIONE
EUROPEA

Strasburgo, 15.7.2014
COM(2014) 469 final

LIBRO VERDE

Sfruttare al meglio il know-how tradizionale dell'Europa: una possibile estensione della protezione delle indicazioni geografiche dell'Unione europea ai prodotti non agricoli

Testo rilevante ai fini del SEE

LIBRO VERDE

Sfruttare al meglio il know-how tradizionale dell'Europa: una possibile estensione della protezione delle indicazioni geografiche dell'Unione europea ai prodotti non agricoli

Indice

Introduzione	4
I — Sfruttare al meglio le indicazioni geografiche: i potenziali vantaggi derivanti dall'estensione della protezione delle IG dell'UE ai prodotti non agricoli.....	6
1. Le indicazioni geografiche nell'Unione europea: la situazione attuale	6
1.1 Che cos'è una IG?	6
1.2 Il quadro giuridico per la protezione delle IG	6
1.2.1 Il quadro giuridico internazionale	6
1.2.2 Il quadro giuridico nell'Unione europea	7
1.2.2.1 Protezione unitaria a livello dell'UE per i soli prodotti agricoli e alimentari	7
1.2.2.2 Quadri giuridici nazionali diversi per i prodotti non agricoli.....	8
2. Potenziali vantaggi economici, sociali e culturali derivanti dall'estensione della protezione delle IG ai prodotti non agricoli a livello dell'Unione	9
2.1 Il potenziale economico delle IG per prodotti non agricoli	9
2.2 Vantaggi per i consumatori	10
2.3 Sostenere gli sforzi internazionali dell'Unione per rafforzare la protezione delle IG	10
2.4 Preservare e valorizzare le tradizioni e il know-how europei nonché la diversità delle espressioni culturali e del patrimonio culturale dell'Europa.....	11
3. Problematiche e sfide da affrontare per rendere i prodotti non agricoli potenzialmente ammissibili alla protezione delle IG.....	12
4. Alternative a un sistema di protezione armonizzato a livello dell'UE.....	13
II — Possibili forme di protezione delle IG a livello dell'Unione.....	15
1. Obiettivi e criteri della protezione.....	15
1.1 Quale indicazione utilizzare: denominazioni e simboli	15
1.2 Quali indicazioni dovrebbero essere escluse dal sistema di protezione delle IG?	16
2. Il possibile ambito di applicazione della protezione delle IG: approccio trasversale o settoriale?	17

3. Il legame tra prodotto e territorio	17
3.1 Quanto dovrebbe essere forte il legame con il territorio?	17
3.2 Qualità e disciplinare di produzione.....	18
3.3 La notorietà legata al prodotto	19
4. Come rafforzare la protezione.....	20
4.1 Armonizzare le normative nazionali	20
4.2 Creare un unico sistema a livello dell'UE.....	20
5. Registrazione.....	21
5.1 Ruolo delle amministrazioni nazionali in un sistema di registrazione dell'UE	21
5.2 Amministrare un registro dell'UE.....	22
5.3 Contenuto della procedura	22
5.3.1 Richiedenti	22
5.3.2 Opposizione alla registrazione di un'indicazione geografica.....	23
5.3.3 Tasse.....	23
6. Portata della protezione	24
6.1 Livello di protezione concesso.....	24
6.2 Controllo e applicazione dei diritti relativi alle indicazioni geografiche.....	24
6.3 Durata della protezione delle IG per prodotti non agricoli	25
7. Dopo la registrazione	25
7.1 Cancellazione della protezione.....	25
7.2 Potenziali conflitti tra le IG e i marchi	26
Conclusioni.....	27

Introduzione

Nel contesto dell'odierna globalizzazione la gamma di prodotti offerti al consumatore è pressoché illimitata. Per potere operare una scelta consapevole, i consumatori devono raccogliere e confrontare informazioni sul prezzo e sulle caratteristiche di un crescente numero di prodotti. Il prezzo e le caratteristiche di base di un prodotto potrebbero non essere gli unici fattori che determinano la scelta: i consumatori cercano anche di individuare prodotti autentici, originali e di qualità e si aspettano che il livello qualitativo e le particolari caratteristiche pubblicizzate presentino effettivamente le proprietà che essi apprezzano e per le quali sono spesso disposti a pagare un sovrapprezzo.

Per ottenere tale risultato, la notorietà e/o determinate caratteristiche qualitative associate ai prodotti per via della loro particolare origine possono essere sintetizzate nella cosiddetta "indicazione geografica" che caratterizza il prodotto. Le indicazioni geografiche (IG) identificano come originari di un paese, di una regione o di una località prodotti per i quali una determinata qualità, la notorietà o un'altra caratteristica dipendono essenzialmente dall'origine geografica: ne sono un esempio il vino di Bordeaux, il vetro di Murano e il prosciutto di Parma.

Come è ovvio, le IG riguardano i prodotti agricoli e alimentari, i vini e altre bevande alcoliche la cui origine geografica è associata a qualità che derivano direttamente dal suolo o dal clima (ad esempio vini) o da una combinazione di fattori naturali e di metodi di trasformazione tradizionali utilizzati nella regione (ad esempio la *Bayerisches Bier* - birra bavarese). Tuttavia l'uso delle IG non è limitato ai prodotti agricoli. L'indicazione geografica può anche mettere in risalto qualità specifiche di un prodotto che sono dovute a fattori umani reperibili nel luogo di origine del prodotto stesso, ad esempio tradizioni e particolari abilità produttive. Un esempio è costituito dai prodotti artigianali, che in genere sono manufatti realizzati con l'impiego di risorse naturali locali e solitamente fanno parte integrante delle tradizioni delle comunità locali.

L'Unione europea (UE) è ricca di questi prodotti autentici non agricoli, basati su conoscenze e metodi di produzione tradizionali, che spesso affondano le radici nel patrimonio sociale e culturale di particolari località geografiche, ad esempio il *Český křišťál* (cristallo di Boemia), i tartan scozzesi, il marmo di Carrara o la *Meissner Porzellan* (porcellana di Meissen). Tutti questi prodotti fanno parte delle conoscenze e delle competenze tradizionali dell'Europa; come tali, sono importanti per il suo patrimonio culturale e contribuiscono all'economia culturale e creativa. Racchiudono inoltre un notevole potenziale economico, a condizione che siano soddisfatte le condizioni per il loro sfruttamento. L'innovazione e il progresso tecnologico sono funzionali allo sfruttamento ottimale delle competenze e del patrimonio locali.

L'Unione europea è vincolata da norme sulla protezione delle indicazioni geografiche nel quadro dell'accordo sugli aspetti dei diritti di proprietà intellettuale attinenti al commercio (TRIPS), che si applica a tutti i 159 membri dell'Organizzazione mondiale del commercio (OMC) e riguarda tanto i prodotti agricoli quanto i prodotti non agricoli. In tutti i paesi membri dell'OMC le IG devono essere protette per evitare di indurre in errore il pubblico sull'origine dei prodotti e per impedire la concorrenza sleale. I membri dell'OMC sono autorizzati a utilizzare diversi strumenti giuridici per raggiungere tale obiettivo. Alcuni

membri dell'OMC, tra cui 15 Stati membri dell'UE, dispongono di norme sui generis in materia di protezione delle IG per i prodotti non agricoli.

A livello dell'UE la protezione unitaria delle IG è attualmente prevista per i vini, le bevande spiritose, i vini aromatizzati e i prodotti agricoli e alimentari. Ad oggi non esiste, a tale livello, un'armonizzazione o una protezione unitaria delle IG per i prodotti non agricoli. Si applicano piuttosto strumenti giuridici nazionali, con il risultato che il livello di tutela giuridica varia da uno Stato membro all'altro. I produttori non agricoli che intendono tutelare una IG in tutta l'Unione devono ottenerne la protezione separatamente in ciascuno Stato membro; tuttavia ciò non sembra essere in linea con gli obiettivi del mercato interno.

La Commissione ha sollevato la questione nella comunicazione del 2011 dal titolo *Un mercato unico dei diritti di proprietà intellettuale*¹ e ha proposto un'analisi approfondita dell'attuale quadro giuridico di protezione delle IG di prodotti non agricoli negli Stati membri e delle sue implicazioni per il mercato interno.

Per dare seguito a tale iniziativa, nel 2012 è stato commissionato uno studio sulla protezione delle indicazioni geografiche per i prodotti non agricoli nel mercato interno (*Study on geographical indications protection for non-agricultural products in the Internal Market - "lo studio"*)², i cui risultati, pubblicati dalla Commissione nel marzo del 2013, indicano che gli strumenti giuridici attualmente a disposizione dei produttori a livello nazionale ed europeo sono insufficienti. Il 22 aprile 2013 la Commissione ha organizzato un'audizione pubblica per discutere dei risultati dello studio e offrire una piattaforma per un ampio dibattito sulla necessità di una protezione più efficace delle IG per i prodotti non agricoli a livello dell'UE. Molti dei portatori d'interesse partecipanti hanno sostenuto l'appello dello studio a favore di una migliore protezione delle IG per i prodotti non agricoli a livello dell'UE.

Alla luce dei risultati dello studio e dell'esito dell'audizione pubblica, la Commissione ha deciso di continuare l'analisi attraverso il presente Libro verde, che mira a consultare, nel modo più ampio possibile, tutti i portatori d'interesse per stabilire se sia necessaria una maggiore protezione delle IG per i prodotti non agricoli nell'Unione e quale sia l'eventuale approccio da adottare. Tutte le parti interessate sono invitate a trasmettere osservazioni sulle questioni sollevate nel presente Libro verde, rispondendo alle domande specifiche in esso formulate. La Commissione terrà conto dei risultati di questa consultazione nel valutare l'opportunità di adottare ulteriori misure a livello dell'UE.

¹ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0287&rid=1>

² Svolto prima dell'adesione della Croazia all'Unione europea, lo studio non considera tale paese.

I — Sfruttare al meglio le indicazioni geografiche: i potenziali vantaggi derivanti dall'estensione della protezione delle IG dell'UE ai prodotti non agricoli

1. Le indicazioni geografiche nell'Unione europea: la situazione attuale

1.1 Che cos'è una IG?

L'IG è un'indicazione, solitamente un nome, utilizzata sui prodotti che hanno una particolare origine geografica e che presentano qualità, caratteristiche o una notorietà essenzialmente attribuibili a tale luogo di origine. In genere l'indicazione geografica contiene o coincide con il nome del luogo di origine delle merci. Questo nome può essere utilizzato collettivamente da tutte le imprese di un dato territorio che producono un determinato prodotto con una modalità ben definita. Lo champagne e il prosciutto di Parma sono esempi di IG famose in tutto il mondo.

Proteggere un'indicazione geografica come diritto di proprietà intellettuale ha lo scopo di garantire ai produttori condizioni di concorrenza leale e di fornire al consumatore informazioni affidabili circa il luogo e/o il metodo di produzione e la qualità del prodotto³. La protezione offerta dalle IG è utile per preservare prodotti tradizionali e di alta qualità e mantenere il know-how e i posti di lavoro che comportano. La protezione delle IG offre pertanto un sostegno alle piccole e medie imprese e ai produttori di piccole e medie dimensioni (PMI). Le IG evidenziano il rapporto tra l'attività umana, la cultura, il territorio e le risorse e contribuiscono a tutelare attività immateriali quali la notorietà e gli standard di qualità.

La protezione delle IG incoraggia inoltre gli investimenti nelle nuove tecnologie e nell'innovazione per tutelare la qualità elevata dei prodotti mantenendo al contempo la competitività.

Le IG hanno particolari caratteristiche che le distinguono da altri diritti di proprietà intellettuale: in genere non sono di proprietà di un unico soggetto, come solitamente avviene, invece, nel caso dei marchi o dei brevetti; appartengono a un'intera comunità, ovvero a tutti i produttori i cui prodotti sono originari della zona geografica definita e sono conformi al disciplinare definito per l'IG.

1.2 Il quadro giuridico per la protezione delle IG

1.2.1 Il quadro giuridico internazionale

La protezione delle indicazioni geografiche è prevista da vari trattati gestiti dall'Organizzazione mondiale della proprietà intellettuale (OMPI), in particolare la Convenzione di Parigi sulla protezione della proprietà industriale del 1883⁴ e l'Accordo di

³ Come qualsiasi altro prodotto, i prodotti a indicazione geografica devono essere conformi all'attuale sistema di "requisiti essenziali" dell'UE e alle prescrizioni relative alla sicurezza dei prodotti che garantiscono il corretto funzionamento del mercato interno, la sicurezza dei prodotti per i cittadini e la tutela di altri interessi pubblici, ad esempio la tutela dell'ambiente o l'efficienza energetica.

⁴ La convenzione di Parigi si riferisce in genere alle "indicazioni di provenienza" e alle "denominazioni d'origine" quali oggetti di proprietà industriale ma non definisce tali concetti. Tutti gli Stati membri dell'UE sono parti della convenzione.

Lisbona per la protezione e la registrazione internazionale delle denominazioni di origine⁵. Inoltre gli articoli da 22 a 24 dell'accordo TRIPS riguardano la protezione internazionale delle indicazioni geografiche in seno all'OMC⁶.

In virtù di tali accordi internazionali la protezione delle IG può essere concessa a tutti i tipi di prodotti agricoli e non agricoli. Gli accordi, tuttavia, divergono notevolmente in termini di definizione, ambito di applicazione, relative misure di applicazione e altri aspetti inerenti alla protezione delle IG.

1.2.2 Il quadro giuridico nell'Unione europea

In Europa la protezione delle IG è prevista sia per i prodotti agricoli sia per i prodotti non agricoli. I prodotti agricoli e alimentari (vini, bevande spiritose) possono beneficiare di una protezione unitaria concessa esclusivamente a livello dell'Unione. Le IG per prodotti non agricoli sono protette soltanto a livello nazionale/regionale attraverso vari quadri giuridici nazionali.

1.2.2.1 Protezione unitaria a livello dell'UE per i soli prodotti agricoli e alimentari

A livello dell'UE la protezione unitaria delle IG è stata introdotta per i vini (1970), le bevande spiritose (1989), i vini aromatizzati (1991) e altri prodotti agricoli e alimentari (1992). Il principale obiettivo di tali sistemi è promuovere la qualità, la varietà e il valore nella catena alimentare, preservare il know-how tradizionale nel settore e stimolare la diversificazione e l'occupazione nelle zone rurali. Attraverso questi sistemi le denominazioni dei prodotti tutelati godono di un'ampia protezione unitaria in tutta l'Unione in esito a una sola procedura di domanda. Alla fine di aprile 2014 336 nomi di bevande spiritose, 1577 nomi di vini e 1184 nomi di prodotti alimentari e agricoli risultavano registrati a livello dell'UE. Nel 2010 il valore stimato delle vendite di prodotti IG dell'UE ammontava a 54,3 miliardi di EUR, di cui 11,5 miliardi rappresentati da vendite all'esportazione (il 15% delle esportazioni dell'UE nel settore degli alimenti e delle bevande).

La Corte di giustizia dell'Unione europea ha confermato che l'indicazione geografica costituisce un diritto di proprietà intellettuale⁷. Il sistema dell'UE per la tutela delle indicazioni geografiche è di tipo esclusivo e impedisce agli Stati membri di gestire regimi paralleli distinti a livello nazionale o regionale (come, ad esempio, nel caso dei marchi)⁸. Esistono sistemi nazionali che regolamentano la prima fase della procedura di domanda di registrazione delle IG nell'UE e ne garantiscono l'applicazione amministrativa (ad esempio

⁵ Dieci Stati membri dell'Unione sono parti dell'accordo di Lisbona. Sette Stati membri lo hanno ratificato: Bulgaria, Francia, Italia, Portogallo, Repubblica ceca, Slovacchia e Ungheria. Tre Stati membri hanno firmato l'accordo ma non lo hanno mai ratificato: Grecia, Romania e Spagna.

⁶ L'articolo 22 dell'accordo TRIPS fornisce la definizione di IG e contiene l'obbligo generale per i membri dell'OMC di fornire una tutela contro l'uso ingannevole di una IG e contro qualsiasi uso che costituisca un atto di concorrenza sleale. Tale articolo obbliga inoltre le parti a rifiutare o dichiarare nulla la registrazione di un marchio che contiene o consiste in un'indicazione geografica in relazione a prodotti non originari del territorio indicato, qualora l'uso dell'indicazione nel marchio per tali prodotti sia tale da indurre il pubblico in errore riguardo all'effettivo luogo di origine. L'articolo 23 dell'accordo TRIPS prevede un livello di protezione più elevato per le IG relative ai vini e agli alcolici. L'articolo 23, paragrafo 1, definisce uno standard di protezione assoluta che obbliga le parti a impedire la registrazione di un'indicazione geografica che identifichi dei vini/degli alcolici per vini o alcolici non originari del luogo indicato dall'indicazione geografica in questione, anche se la vera origine dei prodotti è indicata o se l'indicazione geografica è utilizzata in traduzione o è accompagnata da espressioni quali "genere", "tipo", "stile", "imitazione" o simili. Le IG per i vini e gli alcolici devono essere protette anche qualora l'uso abusivo del nome di un'indicazione geografica non sia tale da indurre in errore i consumatori.

⁷ Cfr. la causa C-3/91, Turrón de Jijona, punto 37, o la causa C-108/01, Prosciutto di Parma, punto 64.

⁸ Cfr. la causa C-478/07, Budějovický Budvar, punto 114.

attraverso l'esecuzione di controlli ufficiali della conformità al disciplinare di produzione definito dai produttori e il controllo dell'utilizzo di una IG sul mercato)⁹.

Il sistema dell'UE di protezione delle IG dei prodotti agricoli è generalmente considerato un successo, come dimostra un recente studio commissionato dalla Commissione europea¹⁰. Esso ha apportato concreti vantaggi a consumatori e produttori, ad esempio informazioni dettagliate e una garanzia di qualità per i consumatori, una maggiore stabilità dei margini di utile per i produttori, una migliore visibilità, spesso derivante dalla partecipazione a fiere commerciali, l'accesso a nuovi mercati nazionali e/o di esportazione, nonché un migliore accesso dei produttori ai fondi promozionali e agli aiuti all'investimento. La protezione delle IG contribuisce inoltre a mantenere l'infrastruttura e l'occupazione locali, soprattutto nelle zone più povere, e pertanto produce vantaggi per tutta la società.

1.2.2.2 Quadri giuridici nazionali diversi per i prodotti non agricoli

Le legislazioni degli Stati membri in materia di protezione delle IG per prodotti non agricoli non sono ancora state armonizzate. Pertanto i quadri nazionali pertinenti variano notevolmente da uno Stato membro all'altro. Si osservano differenze significative per quanto riguarda le definizioni, le procedure e i costi di registrazione, la portata della protezione e gli strumenti di applicazione delle norme. Di conseguenza le IG di prodotti non agricoli sono soggette a livelli di protezione che variano in base al paese di produzione e che prendono le mosse dalla tutela di base prevista dall'accordo TRIPS.

In tutti gli Stati membri i prodotti non agricoli sono oggetto di leggi in materia di concorrenza sleale o di truffe a danno dei consumatori. Lo stesso vale per il diritto dei marchi, che può offrire anch'esso un certo grado di tutela. In 15 Stati membri¹¹ sono attualmente operativi sistemi sui generis che garantiscono la tutela delle IG per i prodotti non agricoli. Tali normative assumono varie forme: dalle disposizioni regionali o nazionali relative a specifiche produzioni artigianali (ad esempio la ceramica) alle leggi specifiche riguardanti un determinato prodotto (ad esempio i coltelli di Solingen) fino alle leggi regionali o nazionali che tutelano tutti i prodotti non agricoli a indicazione geografica¹².

Domanda

1. Secondo Lei i diversi livelli e strumenti di protezione delle IG per i prodotti non agricoli attualmente esistenti nei vari Stati membri dell'Unione comportano vantaggi o svantaggi? Motivare la risposta.

⁹ Cfr. la causa C-35/13, Felino, punto 28.

¹⁰ Lo studio "Value of production of agricultural products and foodstuffs, wines, aromatised wines and spirits protected by a geographical indication (GI)" (il valore della produzione di prodotti agricoli e alimentari, vini, vini aromatizzati e alcolici tutelati da indicazione geografica) è consultabile all'indirizzo: http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/value-gi_en.htm.

¹¹ Belgio (Vallonia), Bulgaria, Croazia, Estonia, Francia, Germania, Lettonia, Polonia, Portogallo, Repubblica ceca, Romania, Slovacchia, Slovenia, Spagna (regione della Murcia) e Ungheria; cfr. lo studio, pag. 30.

¹² *Study on geographical indication protection for non-agricultural products in the internal market*, pagg. 29-73, http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/docs/geo-indications/130322_geo-indications-non-agri-study_en.pdf

2. Potenziali vantaggi economici, sociali e culturali derivanti dall'estensione della protezione delle IG ai prodotti non agricoli a livello dell'Unione

2.1 Il potenziale economico delle IG per prodotti non agricoli

Un sistema delle IG armonizzato a livello dell'UE sembra presentare, in potenza, due principali vantaggi per i produttori non agricoli: aumentando l'attrattiva e il carattere distintivo dei prodotti garantendone qualità e origine in tutta l'UE potrebbe stimolare le vendite¹³ e garantirebbe parimenti una tutela più efficace ed uniforme, a livello dell'UE, contro le perdite causate dalla contraffazione e dalle imitazioni.

La protezione delle IG potrebbe applicarsi a tutti i tipi di prodotti non agricoli e metodi di produzione, dai prodotti a basso e medio contenuto tecnologico, ad esempio il *Český křišťál* (cristallo di Boemia) ai prodotti ad alta tecnologia. Di recente lo studio ha calcolato che il settore dei prodotti non agricoli a indicazione geografica rappresenta fino a 4,08 milioni di posti di lavoro diretti e indiretti¹⁴, creati prevalentemente nelle PMI delle regioni più povere¹⁵. Due terzi delle regioni di provenienza dei prodotti non agricoli tutelati da indicazioni geografiche hanno un tasso di povertà o un tasso di disoccupazione superiore al 20%.

Garantire la notorietà e/o la qualità di un prodotto non agricolo tutelato da un'indicazione geografica in tutta l'Unione potrebbe aiutare i produttori ad accedere ai fondi promozionali e agli aiuti all'investimento erogati dagli enti pubblici e potrebbe facilitare l'accesso alle fiere commerciali. La possibilità di aderire a un regime di indicazioni geografiche armonizzato a livello dell'Unione potrebbe inoltre migliorare l'organizzazione e la gestione collettiva, da parte delle associazioni di produttori, della denominazione protetta.

Un'indicazione protetta che gode di notorietà potrebbe dare maggiore visibilità alla località o alla regione di origine e produrre effetti moltiplicatori, ad esempio incoraggiando il turismo¹⁶, le fiere commerciali e le attività culturali e, di conseguenza, creare maggiori opportunità di lavoro¹⁷.

In genere l'occupazione creata da un determinato prodotto a indicazione geografica non può essere trasferita in altre località per via dei suoi legami intrinseci con un dato territorio. In quest'ottica, migliorare la prosperità di talune regioni estendendo la protezione delle IG ai prodotti non agricoli potrebbe contribuire a preservare l'occupazione e la ricchezza in talune zone economicamente fragili.

¹³ Lo status di indicazione geografica svolge altresì un ruolo importante consentendo ai produttori di cominciare a rifornire la grande distribuzione e di reperire nuovi clienti al di fuori delle zone in cui i prodotti sono, per tradizione, conosciuti e apprezzati dai consumatori. Inoltre, poiché i consumatori nei mercati esteri considerano le indicazioni geografiche un'ulteriore garanzia della qualità del prodotto, attestata da un organismo esterno, la protezione di un'indicazione geografica aiuta i produttori ad accedere a nuovi mercati di esportazione.

¹⁴ Lo studio, pag.133.

¹⁵ Fonte: statistiche europee relative alla povertà e alla disoccupazione nelle regioni NUTS 2. È il caso, ad esempio, delle *dentelles de Binche* (pizzi -Belgio) o della *louça de barro preto de Olho Marinho* (ceramica nera di Olho Marinho - Portogallo).

¹⁶ Ad esempio l'Itinerario europeo della Ceramica (certificato come «Itinerario culturale» del Consiglio d'Europa dal maggio del 2012), che è inteso a migliorare l'attrattiva dei territori della ceramica come destinazioni turistiche sostenibili.

¹⁷ Cfr. *Geographical Indications, An introduction*, OMPI,

http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/en/geographical/952/wipo_pub_952.pdf.

Domande

2. Ritiene che una protezione rafforzata e armonizzata delle IG per i prodotti non agricoli a livello dell'UE possa avere nel mercato interno gli effetti economici positivi indicati sopra?
3. A Suo avviso, questo tipo di protezione potrebbe avere ripercussioni negative sull'economia dell'Unione?

2.2 Vantaggi per i consumatori

Grazie alle IG, i consumatori che sono attenti all'origine geografica dei prodotti, che sono sensibili alla cultura o alla tradizione di cui tali prodotti sono espressione o che attribuiscono importanza alle particolari caratteristiche o alla qualità dei prodotti possono operare scelte sicure e consapevoli, basate su informazioni affidabili¹⁸. Le indicazioni geografiche mirano ad offrire ai consumatori che apprezzano questi elementi la certezza che un prodotto presenta una particolare qualità, caratteristiche e/o una notorietà dovute alla sua particolare origine geografica.

Le verifiche ufficiali o i meccanismi di controllo volti a garantire che i prodotti che utilizzano una IG protetta siano conformi al disciplinare di produzione sono una caratteristica essenziale degli attuali sistemi delle indicazioni geografiche dell'UE nel settore agricolo. La protezione delle IG è uno strumento volto a impedire l'uso fraudolento del nome di una IG nel mercato. Essa non intende limitare la scelta dei prodotti a disposizione dei consumatori, bensì riserva l'uso di una denominazione specifica ai prodotti che sono conformi al corrispondente disciplinare e che hanno un chiaro legame con la zona geografica. La protezione non impedisce ad altri produttori di commercializzare lo stesso tipo di prodotti sotto una denominazione diversa. In sostanza le IG sono intese a evitare che i consumatori si ritrovino con prodotti che non presentano le qualità e le caratteristiche che essi si aspettano e per le quali possono essere disposti a pagare un sovrapprezzo¹⁹.

Domande

4. Ritiene che i consumatori possano trarre vantaggio dalla protezione armonizzata, a livello dell'UE, delle IG per i prodotti non agricoli?
5. A Suo parere, vi potrebbero essere conseguenze negative per i consumatori?

2.3 Sostenere gli sforzi internazionali dell'Unione per rafforzare la protezione delle IG

Creare un sistema di protezione unitaria delle IG per i prodotti non agricoli nell'Unione potrebbe inoltre incidere positivamente sulla negoziazione di accordi commerciali con i paesi

¹⁸ In un'indagine Eurobarometro (298) del 2008, il 26% dei consumatori ha dichiarato di essere interessato al paese di origine dei prodotti non alimentari (non IG in quanto tali); tale aspetto è citato al 4° posto per importanza dopo il prezzo, la sicurezza e la marca.

¹⁹ Soltanto quando i consumatori sono informati sulla qualità dei prodotti, i produttori hanno interesse a investire nella fabbricazione di prodotti di alta qualità. Un'impresa che decida di produrre prodotti di qualità elevata raccoglierà i frutti di tale scelta a distanza di tempo, come risultato dell'investimento a lungo termine finalizzato a costruire una solida reputazione. Per tale ragione, soltanto quando i consumatori sono consapevoli della qualità, le imprese sono incentivate a investire nella propria reputazione e ad applicare, di conseguenza, un sovrapprezzo. In cambio il consumatore ha a disposizione un'ampia scelta di prodotti sicuri e di qualità elevata.

terzi interessati a tutelare meglio le IG dei loro prodotti non agricoli nell'UE. L'assenza di un sistema armonizzato e coerente di protezione delle IG per i prodotti non agricoli a livello dell'Unione compromette la capacità dell'UE di negoziare sulla questione sul piano bilaterale e di ottenere in tali paesi una migliore protezione delle IG dell'UE per i prodotti non agricoli. La protezione delle IG di prodotti non agricoli di paesi terzi nel mercato dell'UE è sempre più un fattore determinante in una serie di negoziati bilaterali con i partner commerciali dell'Unione. Sovente questi vantano una ricchissima tradizione in fatto di prodotti artigianali e prodotti non agricoli che godono di grande notorietà: l'India, ad esempio, protegge determinate IG relative ai sari, alle pitture su seta e agli scialli.

Anche sul piano multilaterale dell'OMC gli sforzi negoziali dell'Unione volti a migliorare il livello di protezione delle IG potrebbero trarre vantaggio da un sistema europeo unitario di protezione delle IG per prodotti non agricoli. Nell'ambito dei negoziati dell'OMC sull'Agenda di Doha per lo sviluppo, l'Unione europea si è adoperata per estendere a tutti i prodotti l'elevato livello di protezione attualmente previsto soltanto per il vino e le bevande spiritose.

Domanda

6. Un sistema armonizzato di protezione delle IG dell'UE per i prodotti non agricoli comporta vantaggi o svantaggi per le relazioni commerciali tra l'Unione e i paesi terzi? In caso di risposta affermativa, specificarli.

2.4 Preservare e valorizzare le tradizioni e il know-how europei nonché la diversità delle espressioni culturali²⁰ e del patrimonio culturale dell'Europa

I prodotti tipici non agricoli che possono essere ammessi a un'indicazione geografica possono essere competitivi soprattutto attraverso la loro autenticità, il loro carattere distintivo e altre caratteristiche apprezzate dai consumatori. Tali prodotti subiscono la pressione costante di prodotti che ne usurpano la notorietà e che spesso sono di qualità inferiore e venduti a prezzi più bassi. I prodotti ammissibili a un'indicazione geografica possono imporsi se la concorrenza è basata su pratiche leali; se tuttavia prodotti imitativi sfruttano la notorietà, l'autenticità e la qualità che ci si attende dai prodotti originali utilizzando la denominazione geografica intorno alla quale si è costruita la loro reputazione, è possibile che alla fine i prodotti originali cessino di essere fabbricati e scompaiano, come è avvenuto, ad esempio, per l'industria lituana del lino. I prodotti a IG tengono vivo il prezioso know-how tradizionale e si tramandano di generazione in generazione. I loro metodi di produzione e le attività associate rappresentano elementi in cui la società locale si riconosce e che sono stati costruiti nel corso del tempo. I prodotti a IG sostengono le reti di cooperazione tra produttori e tra i produttori e altri enti locali interessati, ad esempio enti pubblici e organizzazioni del turismo. Contribuiscono pertanto a costruire il capitale sociale di una regione. In ultima analisi, se i prodotti a IG dovessero scomparire per mancanza di protezione adeguata, potrebbe essere danneggiato un importante elemento del patrimonio storico, culturale e sociale dell'Europa.

²⁰ Dal 2006 l'Unione europea è parte della Convenzione dell'UNESCO sulla protezione e la promozione della diversità delle espressioni culturali; inoltre, ai sensi dell'articolo 167 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea, l'Unione tiene conto degli aspetti culturali nell'azione che svolge a norma di altre disposizioni dei trattati, in particolare ai fini di rispettare e promuovere la diversità delle sue culture.

Domande

7. Ritieni che la protezione armonizzata delle IG per prodotti non agricoli a livello dell'UE possa contribuire a preservare il patrimonio culturale e artistico tradizionale che si riflette nei prodotti ammissibili all'indicazione geografica? Motivare la risposta.
8. Questo tipo di protezione contribuirebbe a costruire il capitale sociale nelle zone di produzione?

3. Problematiche e sfide da affrontare per rendere i prodotti non agricoli potenzialmente ammissibili alla protezione delle IG

Quanto più un'indicazione geografica è nota e apprezzata, tanto più è probabile che i concorrenti cerchino di trarne vantaggio e di utilizzarne abusivamente la denominazione per prodotti che non sono originari della specifica zona geografica e/o che non sono conformi al disciplinare di produzione pertinente o alle caratteristiche qualitative associate a tale denominazione. L'uso abusivo di un'indicazione geografica determina una perdita di ricavi e di quote di mercato per gli operatori legittimi, nonché un potenziale danno per la reputazione e costi legali aggiuntivi.

Lo studio indica che per il 57,4% dei prodotti esaminati (94) sono stati segnalati gravi problemi e perdite ingenti a causa dell'uso abusivo della relativa indicazione geografica²¹, ovvero:

- prodotti imitativi provenienti dallo stesso paese²², da altri paesi dell'Unione²³ o da paesi terzi, soprattutto asiatici²⁴;
- evocazione della denominazione protetta per prodotti non correlati: ne sono un esempio l'espressione "pietra belga" utilizzata per identificare un'imitazione della *Pierre bleue de Belgique*, oppure marmi turchi immessi in commercio con la denominazione "Botticino Royal" e "The New Botticino"²⁵;
- evocazione della denominazione protetta per prodotti che non sono dello stesso tipo: è il caso del granito cinese, dell'ardesia indiana e della pietra calcarea di altri paesi, per i quali è utilizzata la denominazione "pietra naturale della Castiglia e León"²⁶.

I costi di un'azione legale nei confronti degli autori della violazione possono rappresentare un onere finanziario importante per un'impresa. Si calcola ad esempio che per il *Český granát* (granato di Boemia - Repubblica ceca) il costo di un'azione dinanzi ai giudici o alle autorità amministrative ammonta a 200 000 CZK (circa 7770 euro) l'anno, mentre per i coltelli di Solingen tale costo si aggira attorno ai 50 000 euro l'anno²⁷. In base alla situazione, i costi necessari per garantire una protezione efficace potrebbero essere nettamente superiori.

Lo studio rivela che i produttori adottano numerose strategie per tutelarsi contro le violazioni, ad esempio le lettere di protesta (come nel caso dell'*Harris Tweed* (tweed di Harris) o dello

²¹Lo studio, pag. 97.

²²*Tapiserie d'Aubusson* (arazzi), *Faïence de Moustiers* (maioliche), *Pierre de Bourgogne* (pietra) ecc.

²³Ad esempio le imitazioni italiane della *Pierre de Bourgogne*, le imitazioni rumene del vetro di Murano.

²⁴Ad esempio le *dentelles de Binche* (pizzi), il marmo di Carrara, il vetro di Murano, le ceramiche di Horezu, la pietra naturale della Castiglia e León.

²⁵ Botticino è una cittadina in provincia di Brescia (Italia).

²⁶Lo studio, pag. 99.

²⁷Ibidem, pag. 109.

Schwarzwälder Kuckucksuhr (orologio a cucù della Foresta Nera)), le campagne anticontraffazione (ad esempio nel caso degli orologi svizzeri), la registrazione dei marchi (ad esempio per la Ceramica Artistica e tradizionale di Vietri sul Mare) o il ricorso alle vie legali (come nel caso delle ceramiche di Deruta e del vetro di Murano).

Lo studio conclude tuttavia che l'esito di queste azioni è spesso incerto, data la mancanza, a livello dell'UE, di un quadro giuridico chiaro e universale per la protezione unitaria delle IG di prodotti non agricoli e la conseguente esistenza di sistemi disparati con livelli diversi di protezione e di applicazione delle norme.

Domande

9. Ritiene che una protezione armonizzata delle IG per i prodotti non agricoli a livello dell'UE possa aiutare i produttori a difendersi dalle imitazioni e dagli abusi? Motivare la risposta.
10. In che modo produttori concorrenti potrebbero proteggersi da un'estensione eccessiva delle IG?

4. Alternative a un sistema di protezione armonizzato a livello dell'UE

Lo studio ha rilevato che gli attuali strumenti nazionali offrono un certo grado di protezione quando sono utilizzati allo scopo di garantire la protezione delle IG a livello dell'Unione per i prodotti non agricoli.

Le norme in materia di concorrenza sleale²⁸ e di truffe a danno dei consumatori, vigenti in tutti gli Stati membri dell'Unione, offrono protezione contro le pratiche commerciali sleali, comprese le informazioni ingannevoli riguardo alle principali caratteristiche di un prodotto, ad esempio l'origine geografica²⁹. Nella pratica, tuttavia, tali normative hanno una capacità limitata di fornire una protezione efficace contro l'uso abusivo delle denominazioni di prodotti non agricoli.

Tali normative sono tuttora assai diverse nei vari Stati membri. Ad esempio la loro applicazione è di competenza di enti nazionali, regionali o locali diversi³⁰ (ad esempio in Spagna) o di associazioni private di consumatori (ad esempio in Germania); ciò comporta differenze in termini di costi, di procedure e di requisiti formali. Secondo lo studio³¹, nei paesi

²⁸La concorrenza sleale può essere definita come qualunque "atto di concorrenza contrario agli usi consueti di lealtà in campo industriale e commerciale".

²⁹La direttiva 2005/29/CE definisce le pratiche commerciali sleali che sono vietate nell'Unione europea e negli altri tre paesi del SEE. L'articolo 6 sottolinea che deve essere considerata ingannevole una pratica commerciale che contenga informazioni false che ingannino o possano ingannare il consumatore medio, in particolare riguardo alle caratteristiche principali del prodotto, quali l'origine geografica o commerciale. L'articolo 11 prevede specifici mezzi di ricorso, in quanto gli Stati membri e gli altri paesi del SEE devono assicurare che esistano mezzi adeguati ed efficaci per combattere tali pratiche. Tali mezzi devono includere disposizioni ai sensi delle quali le persone o le organizzazioni che hanno un legittimo interesse (consumatori e concorrenti) possono promuovere un'azione giudiziaria contro tali pratiche commerciali sleali e/o sottoporre tali pratiche al giudizio di un'autorità amministrativa.

³⁰Le autorità amministrative di Bulgaria, Cipro, Estonia, Finlandia, Germania, Grecia, Italia, Lettonia, Lussemburgo, Polonia, Portogallo, Romania e Slovenia hanno l'obbligo di esaminare i reclami che ricevono. La maggioranza delle autorità competenti è in grado di respingere i reclami per ragioni varie: ad esempio in Belgio è respinto, a scopo di razionalizzazione, il 40% di tutti i reclami, mentre viene dato seguito soltanto ai reclami che riguardano perdite pecuniarie ingenti.

³¹Lo studio, pag. 35.

in cui l'applicazione della normativa è demandata a tali enti, non si rilevano esempi di azioni volte a tutelare le IG per i prodotti non agricoli.

Dallo studio emerge inoltre che spesso i produttori non avviano procedimenti civili contro le pratiche sleali, in quanto i costi possono essere ingenti e sovente è difficile raccogliere elementi probatori³².

La tutela dei marchi ha i suoi limiti. Conferisce al titolare il diritto di impedire a chiunque altro l'utilizzo del marchio. Il marchio (denominazione, logo, ecc.) scelto non deve necessariamente avere un legame con i prodotti o con la loro origine. Viceversa un'indicazione geografica protetta mira a garantire ai consumatori che i prodotti sono fabbricati in una determinata località e che, di conseguenza, hanno particolari caratteristiche. Pertanto, un marchio solitamente non è in grado di fornire le stesse informazioni e garanzie di una IG.

In alcuni casi un'indicazione geografica può essere parzialmente tutelata dalla normativa sui marchi, più precisamente attraverso i marchi collettivi o di certificazione. I marchi collettivi sono proprietà collettiva di un gruppo di produttori (ad esempio un'associazione) e possono essere utilizzati da più persone, purché l'utilizzatore sia membro del gruppo e rispetti le regole da esso fissate. Il marchio di certificazione è di proprietà di un ente certificatore che verifica che sia utilizzato in conformità delle norme di certificazione. Il certificatore controlla l'utilizzo del marchio e ha il diritto esclusivo di impedirne l'uso non autorizzato. Di norma il certificatore non può utilizzare il marchio e l'uso del marchio è consentito a chiunque ottemperi alle norme di certificazione. Questi tipi di protezione presentano alcune delle caratteristiche della protezione delle IG. Tuttavia la legislazione generale sui marchi non prevede standard predefiniti, segnatamente un collegamento con una particolare zona geografica, e lascia al titolare la possibilità di definire liberamente le proprie regole di utilizzo. Di conseguenza i marchi collettivi e i marchi di certificazione sono privi delle caratteristiche di garanzia essenziali di un regime di IG³³. L'attuale sistema dei marchi dell'UE non contempla i marchi di certificazione ma consente ai produttori di prodotti tutelati da una IG di registrare il proprio nome come marchio comunitario collettivo.

Nella maggioranza dei casi le normative regionali o nazionali che disciplinano specifiche attività artigianali riguardano unicamente strategie collettive volte a promuovere o a tutelare singole produzioni artigianali locali. Le normative specifiche sui prodotti definiscono in realtà il disciplinare di produzione (ad esempio coltelli di Solingen, *Harris Tweed*, *Bordado da Madeira*). Le attuali leggi regionali e nazionali in materia di protezione a livello di settore non sono armonizzate e differiscono notevolmente per quanto riguarda aspetti fondamentali, quali la definizione di una IG, la portata della protezione, le procedure di registrazione, le tasse, i sistemi di controllo e l'applicazione della normativa. Inoltre la protezione per mezzo delle normative nazionali può soltanto garantire il rispetto dell'IG nello Stato membro pertinente ma tali normative non assicurano una tutela in tutta l'UE né offrono una protezione in condizioni di parità nel mercato unico.

Domanda

11. Che cosa pensa delle attuali alternative alla protezione armonizzata delle IG per prodotti

³² Lo studio, pagg. 34-35.

³³ Cfr. *Guide to geographical indicators linking products and their origins*, di Daniele Giovannucci, Tim Josling, William Kerr, Bernard O'Connor, May T. Yeung (Centro per il commercio internazionale).

II — Possibili forme di protezione delle IG a livello dell'Unione

La risposta a livello dell'UE alle sfide sopra delineate potrebbe assumere varie forme. Una migliore protezione delle IG dovrebbe essere compatibile con il quadro giuridico europeo e internazionale vigente e soddisfare sia le esigenze economiche sia quelle dei portatori d'interesse. L'attuale sistema delle IG per i prodotti agricoli è un chiaro termine di paragone. Nella presente sezione del Libro verde la Commissione intende raccogliere i pareri delle parti interessate su vari parametri considerati fondamentali per l'elaborazione di un'eventuale iniziativa dell'UE concernente la protezione delle IG per i prodotti non agricoli.

1. Obiettivi e criteri della protezione

I possibili obiettivi di eventuali nuove misure spaziano dal rispetto dei requisiti minimi in materia di protezione delle IG stabiliti dall'accordo TRIPS alla definizione di ulteriori criteri, ad esempio quelli previsti dalla legislazione dell'UE riguardante le IG per i prodotti agricoli.

1.1 Quale indicazione utilizzare: denominazioni e simboli

Per indicare un prodotto ammissibile alla protezione di un'indicazione geografica si utilizza perlopiù il nome del prodotto stesso, che molto spesso comprende il nome di una zona geografica (una località, una regione o un paese specifico, ad esempio Herend³⁴), eventualmente associato al nome dei prodotti, ad esempio *Scottish Tartan*³⁵ o *Tapiserie d'Aubusson*³⁶.

Il nome di una IG può tuttavia essere costituito anche da una denominazione non geografica, a condizione che questa sia inequivocabilmente associata al luogo di origine. Estendere la definizione di una IG a questo tipo di denominazione consentirebbe di coprire un maggior numero di prodotti. Tale soluzione è stata adottata anche nel sistema dell'UE relativo alle IG dei prodotti agricoli, in base al quale, ad esempio, il formaggio Feta³⁷ e il vino spumante spagnolo Cava³⁸ sono protetti come IG.

Un'altra soluzione, che consentirebbe una copertura ancora più ampia, consisterebbe nella protezione di una IG costituita da segni o simboli non testuali inequivocabilmente associati ad

³⁴Denominazione molto nota che designa servizi da tavola in porcellana e oggetti di arredamento; prende nome dalla cittadina ungherese di Herend.

³⁵Il *tartan* è una stoffa tradizionale scozzese a righe di vari colori e spessori che si intrecciano per formare riquadri; cfr. <http://www.merriam-webster.com/dictionary/tartan>. La *Scottish Tartans Society* (fondata nel 1963) conserva un registro di tutti i tartan ad oggi noti (circa 1300).

³⁶Le *Tapisseries d'Aubusson* sono tappeti tessuti a mano nelle località di Aubusson e Felletin, nel dipartimento di Creuse (Francia centrale).

³⁷In Grecia non esiste una regione chiamata "Feta" ma l'indicazione "Feta" ha sviluppato, attraverso l'uso costante nel tempo, un forte legame con la zona geografica di produzione.

³⁸Il vino spumante Cava è prodotto in Catalogna, in Castiglia e León, in Aragona, nella Navarra, nella regione della Rioja, in Estremadura e nella Comunidad Valenciana.

una data regione, ad una località specifica o ad un paese, ad esempio i contorni di una zona geografica³⁹.

Domande

12. Un nuovo sistema introdotto a livello dell'UE dovrebbe proteggere le indicazioni geografiche contenenti denominazioni non geografiche associate in maniera inequivocabile a una precisa località?
13. In tal caso, in che modo tale sistema potrebbe garantire che una siffatta protezione non comprometta i diritti di altri produttori?
14. Una tutela di questo tipo dovrebbe essere estesa a simboli quali i contorni di una zona geografica? Se sì, a quali condizioni?

1.2 Quali indicazioni dovrebbero essere escluse dal sistema di protezione delle IG?

L'accordo TRIPS prevede varie possibili deroghe all'obbligo di garantire la protezione di un'indicazione geografica. Tali deroghe riguardano i termini generici⁴⁰, i casi nei quali esiste già un marchio confliggente⁴¹ e, in una certa misura, le indicazioni geografiche omonime⁴². Un termine è considerato generico se costituisce la denominazione comune per la tipologia di prodotti o servizi (anziché un esempio specifico di bene o servizio) nel territorio pertinente del paese in cui è richiesta la protezione. Ad esempio il termine *eau de cologne* oggi designa un determinato tipo di profumo, indipendentemente dal fatto che esso sia prodotto o meno nella regione di Colonia, in Germania. Le indicazioni geografiche omonime sono quelle dalla grafia o dalla pronuncia identica ma che identificano prodotti di origine diversa, solitamente provenienti da paesi diversi. In linea di principio non vi è alcun motivo per cui tali prodotti omonimi non possano essere autorizzati a coesistere. Tuttavia tale coesistenza può essere subordinata a determinate condizioni, per evitare che i consumatori siano indotti in errore.

Tali eccezioni si riflettono nei regolamenti dell'UE in materia di indicazioni geografiche per i prodotti agricoli⁴³. I regolamenti aggiungono altre deroghe alla registrazione, nei casi in cui

³⁹ Un tipico esempio sarebbe il contorno cartografico dello Stato della Florida (USA) utilizzato per le arance.

⁴⁰ Articolo 24, paragrafo 6, dell'accordo TRIPS: "La presente sezione non obbliga in alcun modo un membro ad applicarne le disposizioni in relazione ad un'indicazione geografica di qualsiasi altro membro per prodotti o servizi per i quali la pertinente indicazione sia identica al termine correntemente usato come denominazione comune per tali prodotti o servizi nel territorio di detto membro. (...)".

⁴¹ L'articolo 24, paragrafo 5, dell'accordo TRIPS stabilisce che se un marchio è stato chiesto o registrato in buona fede o se i diritti al marchio sono stati acquistati con l'uso in buona fede prima che l'indicazione geografica fosse protetta nel suo paese d'origine, le misure adottate per attuare le disposizioni dell'accordo TRIPS relative alle indicazioni geografiche non compromettono il diritto al marchio o la validità della sua registrazione, né il diritto ad usare il marchio, per il fatto che quest'ultimo è identico o simile a un'indicazione geografica.

⁴² L'articolo 23, paragrafo 3, dell'accordo TRIPS stabilisce che nel caso di indicazioni geografiche omonime relative a vini, "la protezione viene accordata a ciascuna indicazione, fatte salve le disposizioni dell'articolo 22, paragrafo 4. Ciascun membro determina le condizioni pratiche alle quali le indicazioni omonime in questione saranno distinte l'una dall'altra, tenendo conto della necessità di fare in modo che i produttori interessati ricevano un trattamento equo e che i consumatori non siano tratti in inganno."

L'articolo 22, paragrafo 4, dell'accordo TRIPS stabilisce quanto segue: "La protezione di cui ai paragrafi 1, 2 e 3 è applicabile contro un'indicazione geografica che, per quanto letteralmente vera in ordine al territorio, alla regione o alla località di cui il prodotto è originario, indica falsamente al pubblico che i prodotti sono originari di un altro territorio."

⁴³ Ad esempio l'articolo 6, paragrafi 1, 3 e 4, del regolamento (UE) n. 1151/2012 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari.

un nome sia in conflitto con il nome di una varietà vegetale o di una razza animale⁴⁴ e possa indurre in errore il consumatore quanto alla vera origine del prodotto. Anche se è probabile che tali casi particolari non siano pertinenti nel contesto dei prodotti non agricoli, occorrerebbe stabilire se le specificità dei prodotti non agricoli giustifichino l'introduzione di altre eccezioni oltre a quelle previste dall'accordo TRIPS.

Domanda

15. Ritiene necessario aggiungere ulteriori deroghe alla protezione delle IG oltre a quelle già previste nell'accordo TRIPS? Motivare la risposta.

2. Il possibile ambito di applicazione della protezione delle IG: approccio trasversale o settoriale?

Un approccio settoriale fisserebbe regole specifiche per diverse categorie di prodotti, ad esempio quelli per i quali è particolarmente importante la presenza di materie prime (ad esempio la pietra). Questa è la struttura attualmente esistente a livello europeo per le indicazioni geografiche nel settore agricolo (nel quale vigono regolamenti distinti per il vino, le bevande spiritose, i vini aromatizzati e i prodotti agricoli e alimentari), ma tale distinzione sembra principalmente dovuta a ragioni storiche. In alternativa, un approccio trasversale definirebbe gli elementi di base del sistema da applicare, in maniera generale, a qualsiasi categoria di prodotti.

Domande

16. Ritiene necessario differenziare i vari regimi di tutela in base alle categorie di prodotti non agricoli interessati (approccio settoriale)? Se sì, per quali motivi?
17. Ritiene che alcuni prodotti debbano essere esclusi dalla protezione delle IG a livello dell'UE? Se sì, specificare.

3. Il legame tra prodotto e territorio

3.1 Quanto dovrebbe essere forte il legame con il territorio?

L'indicazione geografica deve identificare un prodotto come originario di un territorio, di una regione o di una località specifica, quando una determinata qualità, la notorietà o altre caratteristiche del prodotto siano attribuibili alla sua origine geografica. L'indicazione geografica è utilizzata nel commercio per stabilire un collegamento tra la qualità, la notorietà o altre caratteristiche del prodotto e il luogo di origine. Deve esistere un particolare "legame causale" tra la qualità, la notorietà o altre caratteristiche del prodotto e la sua origine geografica definita, in quanto tali proprietà dipendono dalle condizioni naturali (specifiche caratteristiche geologiche, idrologiche, pedologiche e climatiche) del luogo di produzione e/o dalle modalità con cui le società umane le sfruttano (ovvero il know-how acquisito dalle persone in una particolare zona / le particolari abilità acquisite negli anni dagli esperti locali).

⁴⁴Articolo 6, paragrafo 2, del regolamento (UE) n. 1151/2012 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari.

Il legame naturale può assumere forme diverse. Il regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 21 novembre 2012, sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari⁴⁵, ad esempio, prevede due tipi di IG per i prodotti agricoli e alimentari: le “indicazioni geografiche protette” (IGP) e le “denominazioni di origine protette” (DOP). La differenza dipende dalla forza del legame con la zona geografica. Nel caso della IGP, una delle fasi di produzione, trasformazione o elaborazione si deve svolgere nella regione, mentre le materie prime possono provenire da un’altra zona. Nel caso della DOP, l’intero processo di produzione deve avvenire nella zona geografica definita e le materie prime devono anch’esse provenire dalla medesima zona. I legami naturali basati sul concetto, definito in termini rigorosi, di “*terroir*”⁴⁶ sono addirittura più forti nel settore vitivinicolo, nel quale, per i due tipi di IG, tutte le fasi di produzione devono svolgersi nella zona geografica. Nel caso di una DOP, è necessario che il 100% delle uve sia originario esclusivamente della zona in questione; nel caso delle IGP, tale percentuale è fissata ad almeno l’85%.

Il legame con una località geografica può applicarsi anche ai prodotti non agricoli. Per alcuni prodotti, ad esempio il marmo e la pietra, la forza di tale legame è paragonabile a quella relativa ai prodotti agricoli e si applicherebbero le stesse variabili sopra descritte. In linea di massima, più forte è il legame, maggiore sarà la credibilità e l’autenticità di un prodotto agli occhi del consumatore. Tuttavia è possibile che talune IG si basino interamente sull’apporto umano anziché su caratteristiche naturali, o sulla notorietà. Lo studio suggerisce che pochi prodotti non agricoli individuati come ammissibili alla protezione di una IG riuscirebbero a soddisfare i rigorosi requisiti di una DOP⁴⁷.

Domande

18. Quanto dovrebbe essere forte il legame tra i prodotti non agricoli e il loro luogo di origine, affinché tali prodotti possano beneficiare della protezione di un’indicazione geografica nell’ambito di un nuovo sistema?
19. Un nuovo sistema dovrebbe contemplare due tipi di legame (uno dei quali più forte) tra i prodotti non agricoli e la loro zona di origine?
20. Dovrebbero esservi differenze in funzione dei diversi tipi di prodotti? Motivare la risposta.

3.2 Qualità e disciplinare di produzione

L’indicazione geografica è soprattutto un impegno per la qualità nei confronti dei consumatori e una garanzia di condizioni di parità per i produttori. Un sistema di protezione delle indicazioni geografiche esige pertanto che si descrivano le specifiche caratteristiche essenziali del prodotto e il suo processo produttivo. Ai sensi della legislazione dell’UE in materia di indicazioni geografiche per i prodotti agricoli, tutte le informazioni tecniche necessarie per descrivere il prodotto, il suo metodo di produzione e la zona geografica relativa al prodotto dovrebbero essere fornite dai produttori all’atto della domanda di registrazione. Il disciplinare di produzione è un fattore determinante per ottenere la registrazione di un’indicazione geografica protetta.

⁴⁵ GU L 343 del 14.12.2012, pag. 1.

⁴⁶Il *terroir* è un concetto tipico del settore della viticoltura che collega le caratteristiche del vino alle condizioni ambientali in cui sono coltivate le uve.

⁴⁷Lo studio, pag. 298.

L'obbligo di descrivere le caratteristiche del prodotto ne garantisce la qualità stabile, ma non impone un particolare livello di qualità, che può essere ottenuto soltanto imponendo un livello qualitativo minimo. Tuttavia la definizione di un valido parametro qualitativo potrebbe non funzionare per tutti i prodotti e la fissazione di un determinato livello di qualità richiede un margine di discrezionalità.

Il valore aggiunto che le IG apportano si basa sulla fiducia del consumatore. Un regime di tutela delle IG deve garantire al consumatore che le caratteristiche specifiche, la qualità o la notorietà delle IG saranno mantenute per tutta la durata della protezione. Per raggiungere tale obiettivo, il sistema delle IG a livello dell'UE per i prodotti agricoli ha introdotto numerosi obblighi relativi ai controlli da effettuare dopo la registrazione, per garantire che i prodotti siano conformi al disciplinare di produzione e che la denominazione sia correttamente utilizzata sul mercato. Di norma tali controlli sono eseguiti da un ente pubblico designato o da un ente privato selezionato e certificato. Le caratteristiche specifiche e la qualità non dovrebbero tuttavia essere definite in maniera eccessivamente restrittiva. Una descrizione troppo dettagliata potrebbe rallentare l'innovazione dei prodotti; inoltre i prodotti tradizionali, pur non subendo modifiche frequenti, evolvono per riflettere i mutamenti intervenuti nei processi e nelle tecnologie. Sarebbe necessario porre l'accento sulla qualità e consentire alla creatività di interagire con il know-how tradizionale. A titolo di esempio, negli anni 1940 il designer Carlo Scarpa ha lavorato a stretto contatto con alcuni maestri vetrai su alcune tecniche pionieristiche che oggi sono parte integrante della tradizione vetraria di Murano.

Domande

21. Avrebbe senso introdurre un parametro qualitativo per i prodotti non agricoli?
22. Come potrebbe essere definito un parametro di questo tipo?
23. Conviene sulla necessità di verificare che le caratteristiche specifiche, la qualità e l'origine di una IG siano mantenute per tutta la durata della protezione? Motivare la risposta.
24. A Suo parere, come dovrebbero essere definite le caratteristiche specifiche del prodotto al fine di garantire che la qualità e l'origine geografica siano conformi agli standard richiesti senza per questo limitare l'innovazione?

3.3 La notorietà legata al prodotto

La notorietà attribuibile all'origine geografica potrebbe essere un criterio da utilizzare in aggiunta o in alternativa a una particolare qualità o ad una caratteristica intrinseca del prodotto. Ciò consentirebbe di estendere la protezione delle IG soltanto ai prodotti che hanno già acquisito una solida reputazione tra i clienti. Questo tipo di soluzione, tuttavia, penalizzerebbe i prodotti nuovi o in via di sviluppo che, per definizione, non hanno ancora acquistato notorietà.

Domande

25. La qualità, la reputazione e altre caratteristiche dovrebbero essere requisiti obbligatori per ottenere la protezione di una IG per un prodotto non agricolo? Se non tutti questi elementi sono necessari, quali, a Suo parere, dovrebbero essere obbligatori? Motivare la risposta.
26. Che cosa dovrebbe comprendere il disciplinare di produzione? Dovrebbero essere fissati

requisiti minimi (ad esempio per quanto riguarda la frequenza, il metodo di selezione dei prodotti e i soggetti coinvolti nelle diverse fasi di produzione e distribuzione)?

4. Come rafforzare la protezione

4.1 Armonizzare le normative nazionali

Per armonizzare le normative nazionali in materia di indicazioni geografiche occorrerebbe creare un sistema di protezione delle IG negli Stati membri che attualmente ne sono privi. Al fine di garantire un'efficace tutela delle IG, una particolare indicazione dovrebbe essere protetta in tutto il mercato interno, per scongiurare il rischio di creare confusione tra i consumatori a causa di IG identiche per prodotti diversi provenienti da Stati membri diversi.

Pertanto l'armonizzazione richiederebbe il riconoscimento e la protezione reciproci delle IG, in modo tale da evitare ridondanze. Per evitare tali ridondanze gli Stati membri dovrebbero essere in grado di individuare le indicazioni geografiche potenzialmente confliggenti, anche nelle lingue straniere. Tale operazione sarebbe complessa, soprattutto in assenza di una procedura di opposizione a livello sovranazionale. Occorrerebbe inoltre istituire un meccanismo di risoluzione dei conflitti tra indicazioni simili di Stati membri diversi.

Per garantire un approccio uniforme all'introduzione e all'applicazione di un sistema di protezione delle IG, il grado di armonizzazione delle procedure dovrebbe essere piuttosto elevato, anche per quanto riguarda le disposizioni in materia di applicazione. Questa possibilità è stata presa in considerazione, ma alla fine scartata, nel settore della politica agricola, nel quale la protezione delle IG concessa esclusivamente a livello dell'UE è stata introdotta per mezzo di regolamenti.

4.2 Creare un unico sistema a livello dell'UE

Anziché armonizzare le legislazioni nazionali degli Stati membri dell'Unione, si potrebbe istituire un unico sistema a livello europeo. Si otterrebbe così un sistema coerente in tutto il mercato interno e il servizio sarebbe erogato in maniera più efficiente attraverso sportelli unici, creando una protezione applicabile in tutta l'Unione.

Ammettendo di introdurre un sistema di questo tipo, resta da stabilire se i vigenti sistemi nazionali per la tutela delle indicazioni geografiche debbano coesistere con il nuovo sistema dell'UE. Sistemi paralleli di questo tipo già esistono, ad esempio per i marchi, ed esisteranno in futuro per i brevetti. Tali sistemi adottano un approccio ispirato a un ventaglio di strumenti, in base al quale gli utenti hanno la possibilità di scegliere il livello adeguato e la portata della protezione in funzione delle proprie esigenze.

Un sistema esclusivo a livello dell'UE sarebbe più semplice ma vorrebbe dire che la protezione delle denominazioni che sono pertinenti, sul piano commerciale, in un solo Stato membro o in una sola regione all'interno di uno Stato membro dovrebbe comunque essere estesa anche a tutti gli altri Stati membri.

Se si utilizzassero sistemi paralleli, sarebbero necessarie varie garanzie per assicurarne un corretto funzionamento, compreso un livello minimo di armonizzazione delle legislazioni nazionali per quanto riguarda la loro interazione con il diritto dell'Unione.

Potenziati attriti sarebbero evitati se fosse introdotto un sistema esclusivo ed esaustivo a livello dell'UE, analogo al sistema attualmente vigente nel settore agricolo. Poiché non vi sarebbe alcuna protezione su scala dell'UE concessa a livello nazionale, occorrerebbe definire disposizioni transitorie per le indicazioni geografiche nazionali preesistenti.

Domande

27. Armonizzare le legislazioni nazionali sarebbe sufficiente a tutelare in maniera efficace le IG per i prodotti non agricoli in tutto il mercato interno oppure ritiene necessario un unico sistema di tutela a livello dell'UE?
28. Se è favorevole a un sistema europeo unico, i sistemi di tutela nazionali (ad esempio le leggi nazionali sui generis attualmente vigenti) dovrebbero continuare a coesistere? Motivare la risposta.

5. Registrazione

In linea di principio le indicazioni geografiche potrebbero essere protette senza che sia necessaria la registrazione. Senza registrazione non occorre predisporre procedure amministrative per concedere la protezione. Sistemi che tutelano le IG senza registrazione esistono in uno Stato membro (la Lettonia) e in Svizzera, dove la legge prevede misure e sanzioni specifiche per tutelare i consumatori contro l'uso ingannevole di IG non registrate.

In assenza di un sistema di registrazione, non esisterebbe un registro pubblico da consultare per reperire nomi di indicazioni geografiche preesistenti e individuarne i titolari. Ciò potrebbe creare incertezza quanto all'esistenza o all'ambito di applicazione della protezione e renderebbe più difficile rendere effettiva la tutela conferita. Una procedura di registrazione a livello dell'UE potrebbe seguire l'esempio dei sistemi delle IG per i prodotti agricoli (per i quali esiste già un sistema di registrazione a livello dell'UE). Si offrirebbe così maggiore certezza, soprattutto per quanto riguarda l'applicazione dei diritti, in caso di controversie. Un sistema dotato di procedura di registrazione obbligherebbe ovviamente le imprese ad espletare alcuni adempimenti amministrativi (presentazione della domanda, opposizioni, eventuali tasse, ecc.) connessi a tale procedura, con i conseguenti costi amministrativi. Ulteriori costi discenderebbero dalla gestione successiva della IG ottenuta (ad esempio applicazione delle norme, controversie).

5.1 Ruolo delle amministrazioni nazionali in un sistema di registrazione dell'UE

Se fosse concordato un sistema di registrazione, sorgerebbe il problema di istituire una procedura di registrazione. Le domande di registrazione delle IG dovranno essere analizzate alla luce del contesto locale pertinente (compresa la conoscenza delle caratteristiche delle materie prime locali, delle tradizioni locali ecc.). Potrebbe essere difficile affidare questi compiti esclusivamente a un unico organismo centrale dell'UE. Se tuttavia si dovesse lasciare

agli esperti locali il compito di decidere con quali modalità esaminare le condizioni per la concessione della protezione, vi sarebbe il rischio che si instaurino pratiche locali divergenti. Ciò potrebbe compromettere la coesione complessiva e la credibilità del sistema.

Nel caso dei prodotti agricoli, questo problema è stato risolto attraverso un sistema in due fasi nel quale l'autorità centrale affida questo aspetto dell'analisi alle autorità nazionali più vicine al particolare ambiente geografico con i suoi fattori umani. In base a questo modello, sarebbe operata una netta distinzione tra i criteri comuni a livello dell'UE, la cui verifica spetterebbe all'autorità centrale, e le specificità locali sottoposte al controllo di enti più vicini al livello locale.

5.2 Amministrare un registro dell'UE

Per i prodotti agricoli il registro delle IG a livello dell'UE è attualmente gestito dalla Commissione europea. Un tipo di registro analogo per le IG di prodotti non agricoli potrebbe essere gestito analogamente oppure affidato ad un organismo dell'UE nuovo o esistente.

Domande

29. Se fosse messo a punto un nuovo sistema, secondo Lei dovrebbe essere introdotta una procedura di registrazione per tutelare le IG di prodotti non agricoli?
30. Ritieni che i potenziali costi di un sistema di registrazione delle IG superino i costi di un sistema privo di registrazione?
31. A Suo parere la procedura di registrazione dovrebbe comprendere un elemento nazionale, ad esempio per quanto riguarda la verifica del rispetto del disciplinare, della zona geografica indicata, della qualità, della reputazione ecc.?

5.3 Contenuto della procedura

5.3.1 Richiedenti

Se dovesse essere messa a punto una procedura di registrazione delle IG a livello dell'UE, occorrerebbe innanzitutto stabilire quali soggetti sono autorizzati a chiedere la protezione.

In genere nell'attuale sistema dell'UE per le indicazioni geografiche di prodotti agricoli un gruppo di produttori (o, in casi eccezionali, un unico produttore) può presentare una domanda di registrazione del nome di una IG riferito a zone ubicate all'interno o all'esterno dell'Unione. Non vi sono ragioni che giustifichino un approccio diverso per i prodotti non agricoli.

Tuttavia i risultati dello studio evidenziano che in alcuni Stati membri camere di commercio, comunità locali, enti statali o associazioni di consumatori possono chiedere la protezione di una IG⁴⁸. Consentire alle associazioni di consumatori e agli enti statali di chiedere la protezione di una IG potrebbe rafforzare l'aspetto qualitativo dei disciplinari. Tuttavia è

⁴⁸ Lo studio, pag. 302.

necessario che i produttori continuino a partecipare direttamente alla definizione delle regole che saranno applicate al loro processo produttivo⁴⁹.

Domande

32. Se fosse creato un nuovo sistema, i produttori e le loro associazioni dovrebbero essere gli unici soggetti autorizzati a presentare domanda di registrazione delle IG per prodotti non agricoli oppure dovrebbero essere autorizzati anche altri soggetti? Se sì, quali?
33. I singoli produttori dovrebbero essere autorizzati a chiedere la registrazione?

5.3.2 Opposizione alla registrazione di un'indicazione geografica

Per conferire al sistema credibilità e certezza giuridica sembra importante consentire alle parti interessate di opporsi alla registrazione di un nome come indicazione geografica. La procedura di opposizione potrebbe innanzitutto mirare a garantire che il nome dell'IG soddisfi le condizioni richieste (ad esempio che non sia un nome generico) e che la protezione da concedere non comprometta diritti pregressi (ad esempio marchi o IG omonime). Attualmente la legislazione dell'UE sui prodotti agricoli consente alle autorità di uno Stato membro o di un paese terzo oppure ad ogni persona fisica o giuridica avente un interesse legittimo e stabilita in un paese terzo oppure stabilita o residente in uno Stato membro diverso da quello di presentazione della domanda di registrazione relativa alla IG di presentare un'opposizione⁵⁰.

Domanda

34. Se dovesse essere creato un nuovo sistema, riterrebbe necessario includere una procedura di opposizione che sia aperta allo stesso tipo di soggetti interessati contemplato dalla normativa riguardante le IG per i prodotti agricoli?

5.3.3 Tasse

In tutto il mondo la registrazione di marchi e brevetti comporta, in genere, il pagamento di una tassa e, come indicato dallo studio, nove autorità nazionali impongono tasse di registrazione delle IG⁵¹, numero salito a dieci con l'adesione della Croazia. Le tasse possono contribuire a coprire le spese di gestione relative alla registrazione delle IG e contribuiscono a limitare le richieste di registrazione a progetti imprenditoriali seri e validi. Inoltre, le tasse possono soprattutto scoraggiare l'utilizzo del sistema da parte dei piccoli gruppi di produttori. La registrazione delle IG per i prodotti agricoli a livello dell'UE è attualmente gratuita⁵².

Domande

35. La protezione delle IG per prodotti non agricoli a livello dell'UE mediante registrazione dovrebbe esigere il versamento di una tassa?
36. A quanto dovrebbe ammontare la tassa di registrazione per poter essere considerata

⁴⁹Ibidem, pag. 303.

⁵⁰Articolo 51, paragrafo 1, del regolamento (UE) n. 1151/2012 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari.

⁵¹Cfr. l'allegato I dello studio.

⁵² Nel caso dei prodotti agricoli e alimentari, gli Stati membri possono imporre il pagamento di una tassa a copertura delle spese di gestione del sistema a livello nazionale (articolo 47 del regolamento (UE) n. 1151/2012).

6. Portata della protezione

6.1 Livello di protezione concesso

Per ottenere i risultati attesi, la tutela giuridica conferita deve offrire una protezione adeguata contro un'intera gamma di pratiche e comportamenti che potrebbero ledere il titolare della IG e il consumatore. Tale protezione non deve tuttavia costituire un ostacolo ingiustificato alla concorrenza nel mercato interno.

L'accordo TRIPS prevede due tipi di protezione: un regime generale, che fissa standard minimi di protezione per tutti i tipi di prodotti (articolo 22), e un regime specifico, che stabilisce un livello di protezione più elevato unicamente per i vini e gli alcolici (articolo 23).

L'articolo 22 dell'accordo TRIPS impone ai membri dell'OMC l'obbligo generale di offrire protezione contro l'uso ingannevole di una indicazione geografica e contro qualsiasi uso che costituisca un atto di concorrenza sleale. L'Unione europea ha già concesso un livello di protezione molto più elevato alle IG per i prodotti agricoli. Pertanto potrebbe essere difficile giustificare un trattamento diverso per i prodotti non agricoli qualora fosse messo a punto un nuovo sistema. Un trattamento diverso potrebbe avere altresì un impatto negativo sulla strategia dell'UE volta a garantire livelli di protezione più elevati per le IG dell'UE nei paesi terzi.

L'articolo 23 dell'accordo TRIPS prevede tuttavia un livello di protezione assai più elevato, imponendo ai membri dell'OMC l'obbligo di impedire qualsiasi uso di una indicazione geografica per identificare vini o alcolici non originari del luogo indicato dalla IG in questione, anche se la vera origine dei prodotti è indicata o se l'indicazione geografica è tradotta o è accompagnata da espressioni quali "genere", "tipo", "stile" o "imitazione". Le indicazioni geografiche per i vini e gli alcolici devono essere protette anche quando un uso abusivo non avrebbe per effetto di indurre in errore il pubblico.

Questa protezione rafforzata conferirebbe notevoli vantaggi ai produttori di prodotti non agricoli a indicazione geografica, che beneficerebbero anche della protezione concessa alla denominazione tradotta in tutte le lingue ufficiali dell'UE o accompagnata da espressioni quali "tipo" e "genere". Tuttavia il rischio di controversie tra produttori aumenterebbe, giacché potrebbero sorgere conflitti non soltanto riguardo all'uso del nome della IG ma anche in relazione al suo utilizzo in traduzione o in determinate espressioni.

Domande

37. Quale portata dovrebbe avere la protezione delle IG per prodotti non agricoli nell'UE?
38. La protezione delle IG per i prodotti non agricoli dovrebbe corrispondere alle garanzie di cui già beneficiano le IG di prodotti agricoli a livello dell'UE? Se sì, in che misura?

6.2 Controllo e applicazione dei diritti relativi alle indicazioni geografiche

Le indicazioni geografiche sono diritti di proprietà intellettuale particolari per via della loro natura giuridica, in quanto non costituiscono principalmente una proprietà individuale, bensì appartengono a un'intera comunità di produttori che rispettano un disciplinare predefinito di

produzione e hanno un legame con una località geografica. Esse possono anche esprimere determinati valori essenziali per l'intera comunità, ad esempio le tradizioni locali e il patrimonio culturale. Per tale ragione, spesso le autorità pubbliche aiutano i produttori locali di prodotti tutelati da IG a controllare e a fare rispettare i propri diritti. L'Unione europea, ad esempio, ha introdotto la protezione d'ufficio delle IG per i prodotti agricoli, in base alla quale le autorità pubbliche sono incaricate di istituire un sistema per verificare l'adempimento degli obblighi di legge e garantire il corretto funzionamento del sistema. Tuttavia, l'introduzione di un sistema analogo per le IG di prodotti non agricoli imporrebbe obblighi supplementari e comporterebbe costi per le autorità pubbliche.

Domanda

39. Per controllare e fare rispettare i diritti relativi alle IG di prodotti non agricoli preferirebbe un sistema esclusivamente privato, pubblico o di tipo misto pubblico-privato? Motivare la risposta, tenendo conto, ove possibile, dell'efficacia e dei costi di un'azione volta a far valere tali diritti.

6.3 Durata della protezione delle IG per prodotti non agricoli

Per alcuni diritti di proprietà intellettuale, ad esempio brevetti e disegni o modelli, il mantenimento di un monopolio per un periodo molto lungo non sarebbe vantaggioso per la società. Pertanto la relativa protezione giuridica ha durata limitata. Diverso è il caso dei marchi e delle indicazioni geografiche che tutelano determinati nomi. Un marchio comunitario registrato, ad esempio, ha una validità di dieci anni dalla data di presentazione della domanda e può essere rinnovato a tempo indeterminato per successivi periodi di dieci anni. Un'indicazione geografica unitaria per i prodotti agricoli (che ha il suo fondamento logico nella volontà di preservare il patrimonio, le tradizioni e il know-how regionali/locali) è protetta a tempo indeterminato, senza alcun obbligo di rinnovo. La maggior parte degli Stati membri che hanno istituito un sistema sui generis per tutelare le IG di prodotti non agricoli assicura parimenti una protezione illimitata, senza necessità di rinnovo.

Domanda

40. Secondo Lei la protezione delle IG per i prodotti non agricoli dovrebbe avere durata illimitata oppure durata limitata con possibilità di rinnovo? Se è a favore di una protezione limitata nel tempo, che durata dovrebbe avere?

7. Dopo la registrazione

7.1 Cancellazione della protezione

In determinate circostanze è possibile che la protezione concessa debba cessare, anche qualora sia stata concessa a tempo indeterminato o nel caso in cui non sia ancora trascorso il periodo prescritto. Tale circostanza potrebbe verificarsi, come nel settore delle IG di prodotti agricoli, qualora i prodotti non rispettino più le condizioni stabilite dal disciplinare pertinente o

qualora, per un periodo di tempo relativamente lungo, non sia stato immesso in commercio alcun prodotto che benefici dell'indicazione geografica⁵³. La procedura di cancellazione può essere amministrata dall'organismo incaricato della registrazione o, in alternativa, direttamente da un giudice. Tale procedura offrirebbe un ulteriore livello di controllo e contribuirebbe alla credibilità complessiva del potenziale sistema, ma potrebbe anche creare incertezza per i titolari dei diritti e comportare un aumento dei costi sostenuti dall'organismo incaricato di espletarla.

Domande

41. Convieni che dovrebbe essere possibile cancellare una IG dopo la registrazione?
42. Chi dovrebbe essere autorizzato a chiedere la cancellazione dell'IG?
43. Se dovesse essere istituito un nuovo sistema, riterrebbe necessario introdurre una procedura di cancellazione, con le medesime condizioni previste per le IG dei prodotti agricoli?

7.2 Potenziali conflitti tra le IG e i marchi

Per non creare incertezza giuridica e confusione in relazione alle denominazioni confliggenti, sarebbe necessario definire un rapporto chiaro tra un potenziale sistema di IG per i prodotti non agricoli e la legislazione sui marchi.

Il principio generale del diritto della proprietà intellettuale, applicabile ai marchi, ai disegni o modelli, ai brevetti ecc., è il principio della prevalenza del titolo anteriore (ovvero il principio del "primo nel tempo, primo in diritto"). L'applicazione di tale principio al rapporto tra i marchi e le indicazioni geografiche dei prodotti non agricoli potrebbe contribuire a semplificare l'intero sistema.

Il sistema unitario delle IG per i prodotti agricoli prevede disposizioni specifiche riguardanti il rapporto tra le IG e i marchi, ossia:

- a) la notorietà del marchio preesistente può impedire la registrazione di una IG, se tale registrazione può indurre in errore i consumatori circa la vera identità del prodotto;
- b) qualunque marchio che non rientri in tale situazione e di cui sia stata depositata la domanda di registrazione, che sia stato registrato o che sia stato acquisito con l'uso in buona fede anteriormente alla data di presentazione della domanda di registrazione di una IG a livello dell'UE dovrebbe coesistere con l'IG registrata;
- c) la registrazione di una IG dovrebbe impedire la registrazione di un marchio di cui sia stata depositata la domanda di registrazione dopo l'IG, qualora la concessione di tale marchio sia in conflitto con la protezione concessa all'IG. In tal caso gli uffici nazionali o europei dei marchi dovrebbero rifiutare d'ufficio la registrazione del marchio.

Per garantire chiarezza e coerenza a livello dell'UE, si potrebbe sostenere che le stesse regole dovrebbero applicarsi alla protezione delle IG per i prodotti non agricoli.

⁵³ Articolo 54 del regolamento (UE) n. 1151/2012.

Domande

44. Ritiene che le IG e i marchi debbano essere assoggettati squisitamente al principio del “primo nel tempo, primo in diritto” (che sancisce la prevalenza del titolo anteriore)?
45. In determinate circostanze le IG dovrebbero prevalere sui marchi? Motivare la risposta.

Conclusioni

Tutte le parti interessate sono invitate a presentare osservazioni sulle questioni sollevate nel presente Libro verde rispondendo alle domande specifiche in esso formulate. Le risposte devono essere inviate per e-mail al seguente indirizzo in modo da pervenire alla Commissione entro il 28 ottobre 2014: MARKT-CONSULTATION-GIs@ec.europa.eu.

Salvo richiesta contraria, le risposte ricevute saranno pubblicate sul sito Internet della DG Mercato interno e servizi. Per informazioni sulle modalità di trattamento dei dati a carattere personale e dei contributi si prega di leggere l’informativa sulla privacy allegata al presente documento di consultazione.