IL PUNTO COLDIRETTI
GIORNALE DI INFORMAZIONE PER LE IMPRESE DEL SISTEMA AGROALIMENTARE
[www.ilpuntocoldiretti.it]

La Corte di giustizia Ue boccia i simboli che evocano le Dop sui prodotti non tutelati

Giro di vite sulle produzioni a denominazione protetta. La Corte di giustizia Ue, in una sentenza pubblicata il 2 maggio, afferma che l'utilizzo di segni figurativi che evocano l'area geografia di una denominazione d'origine protetta su prodotti che non sono a marchio Ue possono costituire una evocazione illegittima di tale Dop. Il caso riguarda un formaggio spagnolo a denominazione in concorrenza con un formaggio prodotto nella stessa zona, ma non Dop che però utilizza simboli che riportano alla Regione La Mancia dove viene prodotto il formaggio tutelato. Un principio sancito dalla Corte di Giustizia europea è che "l'evocazione di una denominazione registrata può derivare dall'uso di segni figurativi". E il regolamento su Dop e Igp prevede una protezione delle denominazioni registrate contro "qualsiasi evocazione". Il criterio è di stabilire se determinati simboli (nel caso esaminato dalla Corte raffigurazioni che evocano Don Chisciotte della Mancia) possano confondere il consumatore. L'obiettivo, secondo la Corte, è di garantire una informazione chiara e credibile sull'origine del prodotto e tale finalità si persegue meglio se "la denominazione registrata non può essere oggetto di un'evocazione per mezzo di segni figurativi".- La Corte rimanda poi al giudice nazionale di valutare se i segni figurativi possano richiamare al consumatore prodotti che si fregiano del marchio Dop. La protezione contro qualsiasi evocazione, secondo la sentenza, deve interessare l'intero territorio dell'Unione europea e deve pertanto essere rivolta non solo al consumatore dello Stato dove il prodotto è più diffuso, ma a tutti i consumatori europei. Si tratta di una sentenza che può essere di particolare interesse per l'Italia poiché rappresenta un precedente per la difesa delle eccellenze tricolori più a rischio di imitazione. Molti prodotti realizzati fuori dai confini nazionali riportano, infatti, simboli, a partire al tricolore o da alcuni paesaggi che evocano il Bel Paese, che ingannano il consumatore. Basti pensare alle imitazioni del Parmigiano Reggiano e del Grano Padano diffuse in tutti i continenti. Vietare dunque l'uso di tali simboli potrebbe rappresentare un importante contributo al contrasto all'italian sounding che vale oltre 100 miliardi di euro.