

IN VINO VERITAS: TERROIR IPR PARTE I: INDICAZIONI GEOGRAFICHE E PROTEZIONE IP PER LA DENOMINAZIONE DI ORIGINE

Per tutta la sua lunga e varia storia il vino è stato classificato per regione: gli antichi Greci stampavano sulle anfore il sigillo della regione di provenienza, mentre riferimenti al vino identificato per regione si trovano in tutta la Bibbia e in altri testi religiosi antichi. La tradizione dell'identificazione geografica è rimasta per tutta l'antichità e il medio evo e soltanto nel 1716 un vino della regione del Chianti in Italia ha ricevuto la protezione d'origine grazie a un editto del Granduca di Toscana.

Oggi i concetti di denominazione e terroir sono diffusi in tutto il mondo. La Francia protegge oltre 300 vini d'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC)¹ e l'Italia oltre 400 di Denominazione di Origine Controllata e Garantita (DOCG) e di Denominazione Controllata (DOC)². Con sistemi simili e numerose varianti, le denominazioni d'origine sono protette in tutta Europa e nel resto del mondo e giocano un ruolo importante nella classificazione dei vini e nelle scelte del consumatore. Di conseguenza la protezione e l'integrità del sistema di classificazione è della massima importanza per produttori, distributori, dettaglianti e, naturalmente, per i consumatori.

La protezione della denominazione di origine di un prodotto ricade tra i principi legali associati alla cosiddetta Indicazione Geografica (IG). Analogamente ai marchi, le IG sono segni distintivi usati per distinguere l'origine dei beni, consentendo in tal modo ai consumatori di associare una specifica qualità o reputazione al prodotto in questione.

Le IG differiscono dai marchi per il fatto che, anziché proteggere i diritti di un singolo produttore, esse proteggono una intera categoria, in base alla localizzazione geografica e ai metodi di produzione utilizzati. Le IG pertanto appartengono a tutti i produttori residenti che osservano determinati regolamenti atti a garantire al consumatore che sia rispettato il collegamento tra la qualità/reputazione di un prodotto e il luogo di origine³.

Iniziative di Indicazione Geografica dell'Unione Europea

L'Unione Europea ha due marchi collettivi registrati in Cina: il marchio di Designazione di Origine Protetta (Protected Designation of Origin, PDO) e il marchio di Indicazione Geografica Protetta (Protected Geographical Indication, PGI)⁴.



Il marchio PDO identifica un vino come prodotto in una determinata località, regione o Paese, avente caratteristiche specificamente legate al luogo di origine (fattori naturali o umani) e prodotto, trasformato e preparato in una ben definita area geografica.

I prodotti PDO sono legati al territorio, cosicché devono essere prodotti, trasformati e preparati in una specifica area geografica. Le qualità e le caratteristiche del prodotto devono essere dovute essenzialmente o

¹ <http://admi.net/jo/20040801/AGRP0401637A.html>

² https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Italian_DOCG_wines

³ <http://www.youripinsider.eu/guest-expert-davide-follador-gis-china-today/>

⁴ http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/index_en.htm

esclusivamente a un particolare ambiente geografico con i suoi precisi fattori naturali e umani come, ad esempio il clima, la natura del suolo, il know how della gente del posto. Esempi di vini PDO sono quelli prodotti e fatti a Bordeaux, in Alsazia, a Gavi.

Il marchio PGI protegge invece i nomi dei prodotti originati in uno specifico posto, regione o Paese, riconoscibili per la loro qualità, la reputazione o per altre caratteristiche essenzialmente attribuibili a una determinata area geografica. Il nome PGI marca i prodotti come fatti, trasformati o preparati nell'area in questione.

Per i prodotti PDO la qualità è fortemente collegata al luogo di origine; tale immediata connessione non è necessaria per i prodotti PGI. Per questi è sufficiente che la reputazione del prodotto o una certa qualità o altra caratteristica sia essenzialmente attribuibile all'area geografica designata. La connessione tra caratteristiche e origine può non essere così stringente come nei prodotti PDO. Esempi di prodotti PGI sono i vini Valle della Loira o Alto Mincio.

L'elenco completo delle denominazioni registrate PDO e PGI si trova nella banca dati E-Bacchus gestita dalla Commissione Europea⁵.

La pubblicità per i vini PDO/PGI

La Direzione Generale per l'Agricoltura e lo Sviluppo Rurale dell'Unione Europea (DG AGRI) gestisce una campagna per promuovere cibi e bevande europei con il marchio IG, chiamata *Tastes of Europe*⁶. Il progetto, già operativo in Cina, promuove attivamente i prodotti PDO/PGI in quel paese attraverso una serie di *road show* e incontri con i governi locali e i buyers di prodotti.

Lo schema è aperto a tutti i produttori di prodotti IG e rappresenta una strada maestra per entrare nel mercato cinese.

I prodotti IG in Cina

La Cina fornisce protezione per le indicazioni geografiche IG attraverso la legge sui marchi (Trade Mark Law) come marchi collettivi o di certificazione, che offrono lo stesso livello di protezione legale ed economica come qualsiasi altro marchio. Le IG possono essere registrate con la *General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine* (AQSIQ) come marchi indicanti l'origine geografica e/o la qualità di produzione.

Le IG possono essere registrate in Cina dall'ente regolatore della IG in quella regione presso il *China Trade Mark Office* (CTMO) come marchi collettivi. Molte regioni vinicole hanno già fatto questo passo e le denominazioni che già godono di questa protezione in Cina includono Champagne, Cognac, Napa Valley, Porto, Prosecco e molte altre: tuttavia la maggior parte delle regioni non si sono ancora registrate.

Per quelle non ancora registrate i produttori possono incoraggiare gli enti di regolazione delle loro denominazioni a fare domanda per un marchio collettivo, sotto la condizione dei seguenti requisiti:

- la domanda deve specificare che essa riguarda un marchio collettivo o un marchio di certificazione;
- la domanda deve essere sottoposta in cinese da un agente cinese per i marchi, in rappresentanza dell'ente di regolazione della IG presso il CTMO;
- il marchio IG deve già avere protezione legale nel Paese di origine;
- l'ente di regolazione che fa la domanda per un marchio collettivo o di certificazione deve essere il medesimo che gestisce la regolazione nel Paese di origine.

Infine, si raccomanda che gli enti di regolazione delle IG registrino anche una traduzione in cinese del loro marchio per garantirsi una protezione completa. Il Ministero del Commercio cinese ha pubblicato una lista di traduzioni ufficiali di termini enologici⁷, che include molte regioni e produttori. Tali domande devono riflettere quella del marchio collettivo o di certificazione nella lingua originale.

Una volta registrate, le IG godono in Cina della medesima protezione dei marchi e possono essere esercitate nel medesimo modo. Come per i marchi, è importante monitorare il mercato per rilevare eventuali infrazioni dell'IG e agire contro illeciti utilizzatori del vostro marchio collettivo.

Qualsiasi parte interessata può richiedere all'Amministrazione cinese di intervenire per fermare un'infrazione. Sono possibili azioni come l'intervento sugli impianti di produzione, le multe contro chi compie infrazioni, fino al sequestro e alla distruzione delle merci oggetto di infrazione. Si possono esercitare anche processi civili per recuperare i danni sostenuti. Poiché questi procedimenti possono essere avviati da ogni parte lesa, i costi

⁵ <http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/e-bacchus/index.cfm?event=pwelcome&language=EN>

⁶ <http://tastesofeurope.eu/>

⁷ http://dashangel.com/wordpress/wp-content/uploads/docs/China_National_Standard_for_Wine_Terms-1388391128035.pdf?427dd6

giudiziari presso i tribunali cinesi possono essere condivisi tra i produttori associati all'IG, rendendo tali costi molto più sopportabili rispetto a quelli da sostenere da ogni specifico produttore nel caso di marchi individuali.