

ALBERTO GERMANÒ<sup>1</sup>

## Prodotti di qualità: identità culturale e diritti di proprietà industriale

<sup>1</sup> Già Università La Sapienza di Roma. Accademia dei Georgofili

Innanzitutto, dico *quello che non farò*.

Non riprenderò a commentare parti del Regolamento in questione.

Questo Convegno è stato ricchissimo di relazioni, per cui mi sembra sciocco “riprendere” l’esame di alcune disposizioni per sostanzialmente evidenziare ulteriormente ciò che i relatori hanno già e bene evidenziato. Soprattutto se ricordiamo le considerazioni che Ferdinando Albinetti e Alessandra Di Lauro hanno espresso con precise e puntuali frasi al termine di ciascuna relazione.

Vi dico, invece, *quello che farò*, ovvero sia vi dirò soltanto delle due considerazioni che “ricavo” dal Regolamento 2024/1143 e che secondo me non hanno avuto sufficiente ricordo in questa mattinata.

*La prima:* le Indicazioni Geografiche – le IG – segnano *prodotti di qualità* [ex considerando 7; art. 46, 2]. Questi prodotti di qualità contrassegnati dalle Indicazioni geografiche conformano l’*identità culturale* dell’Unione europea [ex considerando 8].

In altre parole, sono tali da dare a noi cittadini europei la consapevolezza di avere valori rappresentativi, in un aspetto coerente e integrato, un insieme di costumi, tradizioni e relazioni condivisi che fanno di noi cittadini europei una società e che contribuiscono a identificare, appunto, questa nostra società di europei. Sono segni che esprimono appartenenza ad uno stesso popolo.

Che cosa, allora, possiamo ricavare dall’affermazione del Regolamento secondo cui i prodotti di qualità con IG rappresentano una delle maggiori risorse dell’Unione anche per la sua identità culturale? Mi pare di poter rispondere così: la reputazione di tali prodotti di qualità fa grande la nostra appartenenza all’Unione.

*La seconda:* le Indicazioni geografiche sono *diritti di proprietà intellettuale* [ex considerando 18; art. 4] e diritti collettivi [ex considerando 18]. Tale

definizione – che ribadisce quanto affermato dall’Accordo TRIPs del 1994 sui marchi e le indicazioni geografiche quali diritti di proprietà intellettuale attinenti al commercio – ci obbliga a individuare chi sono i titolari di questa proprietà intellettuale collettiva, ovvero sia ci impone di individuare chi sono i proprietari delle Indicazioni geografiche. E insisto sull’uso del termine “proprietari” per allontanare qualsivoglia riduzione di effetti derivante dal termine generico di “titolari”.

*Innanzitutto* si tratta di proprietà. E la proprietà consiste nel «diritto di godere e disporre delle cose in modo pieno ed esclusivo» (art. 832 c.c.), quindi un diritto amplissimo, che va dal dare al toponimo la natura di bene intellettuale, fino a gestirlo e a difenderlo, ovvero sia un diritto con specifici poteri e specifiche responsabilità. Ed è un diritto di esclusiva sul nome geografico della terra di produzione, posto che è previsto l’obbligo dell’approntamento dei mezzi legali diretti a consentire agli interessati di impedire l’uso, nella designazione o presentazione dei prodotti, di ogni elemento che indichi o suggerisca che essi sono originari di un’area geografica diversa dal vero luogo di origine in modo tale da ingannare il pubblico sulla loro origine geografica.

*Poi*, è un diritto di proprietà appartenente a un soggetto collettivo; ovvero sia il soggetto che ne è il proprietario non è un singolo ma è un gruppo e, più precisamente il gruppo di produttori (art. 32) di una zona designata che si sono dati un disciplinare per la produzione del prodotto realizzato in quella determinata e ben confinata area territoriale allorché il terreno, il clima e le pratiche produttive hanno ad esso impresso specifiche proprietà organolettiche sì da meritare che venga distinto da altri prodotti comparabili, tanto da assumere, appunto per distinguerlo, il segno dell’indicazione geografica. Cosicché il gruppo dei produttori elabora il disciplinare, chiede la registrazione, può modificare e perfino cancellare la registrazione, sostenere i propri membri nell’esecuzione delle concordate pratiche sostenibili, controllarli per verificare e garantire il loro rispetto del disciplinare, intraprendere azioni appropriate intese a garantire la protezione dell’indicazione geografica, combattere l’usurpazione, l’evocazione e ogni violazione e uso fraudolento sul mercato in danno dell’indicazione geografica [art. 32, par. 4].

Il sistema presenta, così, un *ius includendi* per il quale ogni produttore, la cui condotta è rispettosa del disciplinare, ha, appunto in forza di tale rispetto, il diritto di accedere al sistema posto in essere dal gruppo dei produttori proprietario dell’indicazione geografica; e il sistema presenta un complementare *ius excludendi* in forza del quale i produttori dell’area geografica rispettosi del disciplinare hanno il diritto di utilizzazione esclusiva del segno e quindi di escludere, nel ring del mercato, coloro che producono fuori della zona o senza il rispetto del disciplinare.