

TTIP

La protezione delle indicazioni geografiche

Le trattative del Partenariato Transatlantico su Commercio e Investimenti

di **Francesca Lotta*** e **Cesare Varallo****

* Ph.D. in Sistema agroalimentare, Università Cattolica del Sacro Cuore

** Avvocato specializzato in Diritto alimentare

Armonizzare gli standard tecnici e la regolamentazione in settori industriali strategici per eliminare gli ostacoli al commercio USA-Unione europea. Questo l'obiettivo del TTIP. Le trattative sono ancora in corso e la tutela delle indicazioni geografiche è uno dei temi di maggior scontro

Sono attualmente in corso le trattative – giunte ormai al sesto round negoziale – del Partenariato Transatlantico sul Commercio e gli Investimenti (*Transatlantic Trade and Investment Partnership*, TTIP).

L'accordo, che promette di incrementare annualmente il Pil europeo dello 0,4% e quello statuni-

tense dello 0,5%¹, ha l'ambizioso obiettivo di eliminare gli ostacoli (tariffari e non) al commercio sulle due sponde dell'Oceano, attraverso l'armonizzazione degli standard tecnici e della regolamentazione in settori industriali strategici quali quello alimentare, chimico e farmaceutico.

Le maggiori divergenze in termini di approccio regolamentare si riscontrano in tre aree: la legislazione in tema di proprietà intellettuale, gli standard sull'approvazione di prodotti che possono avere effetti sulla salute e la protezione dei dati personali.

Per quanto riguarda il settore alimentare, la tutela delle indicazioni geografiche promette di essere uno dei settori di maggior scontro durante le trattative, stante l'assoluta divergenza di posizioni tra i negoziatori: gli Stati Uniti, com'è stato recentemente ribadito da Shawna Morris, vice presidente del *US Dairy Export Council* (USDEC), vedono nella tutela oltreoceano delle indicazioni geografiche una barriera non tariffaria al commercio internazionale del tutto inaccettabile.

Il settore lattiero-caseario americano – un titano economico che certamente avrà un ruolo chiave in questa trattativa – sarebbe inoltre colpito in

¹ Per maggiori dettagli si rimanda al sito della Commissione: <http://ec.europa.eu/trade/policy/in-focus/ttip/about-ttip/>.

maniera incisiva dal riconoscimento di tali indicazioni anche all'interno del proprio mercato domestico: non soltanto perché si inibirebbe ai produttori americani l'uso di nomi evocativi quali *Asiago Cheese* o *American Grana*, ormai diventati di uso comune tra i produttori² e noti ai consumatori, ma anche perché l'accordata protezione si scontrerebbe con le norme in vigore in tema di etichettatura e composizione dei prodotti vigenti oltreoceano. Il titolo 21 del *Code of Federal Regulations* (CFR) § 133.102 e ss., infatti, prevede specificamente i requisiti (cd. *standards of identity*) di alcuni tipi di formaggio, quali appunto l'*Asiago* o il *"Parmesan and Reggiano cheese"*.

Non stupisce, quindi, che gli Stati Uniti ritengano sufficienti, per accordare tutela ai diritti di proprietà intellettuale degli operatori europei, gli ordinari strumenti legali messi a disposizione dal loro ordinamento.

L'Unione europea, d'altro canto, vede nella tutela delle indicazioni geografiche un imprescindibile strumento di valorizzazione del territorio, della ricchezza e varietà della produzione agroalimentare continentale, nonché di promozione dell'occupazione e di sviluppo rurale, alla quale non è assolutamente disposta a rinunciare.

La tutela delle indicazioni geografiche a livello internazionale

Le prime Convenzioni internazionali volte ad assicurare un'embrionale forma di tutela alle indicazioni geografiche³ risalgono alla seconda metà del XIX secolo⁴.

Attualmente, la tutela internazionale delle indicazioni di origine è affidata alle previsioni contenute negli Accordi TRIPs (*The Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property*

Rights), adottati il 15 aprile 1994 a Marrakech e vincolanti per tutti i Paesi aderenti all'Organizzazione Mondiale del Commercio (WTO).

L'obiettivo dei TRIPs è quello di apprestare tutela alle indicazioni geografiche, attraverso il divieto di utilizzare indicazioni false o fuorvianti, nonché di registrare indicazioni geografiche come marchio di impresa.

L'art. 22 dei TRIPs, dopo aver fornito una definizione d'indicazioni geografiche quali segni che *"identificano un prodotto come originario del territorio di un membro o di una regione o località di detto territorio, quando una determinata qualità, la notorietà o altre caratteristiche del prodotto siano essenzialmente attribuibili alla sua origine geografica"*, stabilisce che i Paesi firmatari devono predisporre gli strumenti giuridici atti ad evitare che i consumatori siano tratti in inganno da un uso fuorviante delle indicazioni geografiche.

I TRIPs mirano a tutelare le indicazioni geografiche attraverso il divieto di utilizzare indicazioni false o fuorvianti, nonché di registrare indicazioni geografiche come marchio di impresa.

La norma prevede, inoltre, che siano annullate o rifiutate le registrazioni di marchi contenenti o consistenti in un'indicazione geografica, relativamente ai prodotti che non hanno origine in quella zona geografica, se l'uso di quella indicazione sia idonea a generare confusione nel consumatore circa la vera provenienza del prodotto.

L'art. 22, pur impegnando gli Stati membri a in-

² M. Astley, *EU geographical indication scheme "over-reach" blocking dairy trade – USDEC*, in <http://www.dairyreporter.com/Markets/EU-geographical-indication-scheme-over-reach-blocking-dairy-trade-USDEC>

³ Si tratta, nello specifico, della Convenzione di Parigi sulla protezione della proprietà industriale (1883) e dell'Accordo di Madrid (1891) in materia di repressione delle indicazioni false o decettive circa l'origine dei beni nonché dell'Accordo di Lisbona sulla protezione delle denominazioni di origine (1958).

⁴ Per un approfondimento si veda M. Leaffer (1997), *International Treaties on Intellectual Property*, 2° ed., Bureau of National Affairs.

dividuare i mezzi di tutela che reputano più idonei, ricorrendo o alle norme giuridiche già presenti, ovvero all'introduzione di nuovi istituti⁵, finisce però per circoscrivere la tutela ai soli casi di uso ingannevole dell'indicazione geografica, senza far cenno alle ipotesi di parassitismo e di agganciamento alla notorietà di questa.

Il contenuto vago della norma la rende suscettibile di diverse interpretazioni, che ampliano o limitano la portata della tutela riconosciuta a seconda degli interessi in gioco.

Più pregnante appare, invece, la tutela assicurata dai TRIPs a vini e bevande alcoliche, per i quali la tutela delle indicazioni geografiche è esplicitamente estesa ai casi in cui un inganno non possa configurarsi – in quanto sui prodotti è indicata anche la loro vera origine – oppure siano utilizzate espressioni come “genere”, “tipo” ecc., seppur rendano palese la natura non originale dei prodotti stessi.

La tutela delle indicazioni geografiche negli Stati Uniti

La tutela delle indicazioni geografiche è affidata, negli Stati Uniti, in parte a un sistema di *common law*, in parte al *Lanham Act* del 1946.

Le indicazioni geografiche, in particolare, sono considerate una sottocategoria dei marchi registrati, ai quali sono accomunati da un'identità di funzioni: analogamente a questi, le indicazioni geografiche identificano la provenienza di un prodotto fornendo, al contempo, una garanzia circa la qualità dello stesso.

Pertanto, negli Stati Uniti, la tutela delle indicazioni geografiche è affidata alla registrazione delle stesse come “*collective mark*” o come “*certification mark*”.

I marchi collettivi (*collective marks*) indicano l'origine commerciale di beni o servizi analogamente ai marchi registrati e ai marchi di servizio, distinguendosi da questi solo per l'appartenenza ad un gruppo e non ad un singolo.

I marchi di certificazione (*certification marks*) si distinguono, invece, dai marchi registrati e dai



marchi di servizio ordinari perché è il titolare del marchio (solitamente un ente governativo o un ente che agisce con autorizzazione governativa) che verifica che l'utilizzatore rispetti le condizioni d'uso.

In particolare, la registrazione di un'indicazione geografica come *certification mark*, pur non creando un diritto di proprietà esclusiva per il titolare, ha la funzione di attestare la natura e la qualità di un prodotto, nonché la sua corrispondenza a standard predeterminati.

Ottenere la registrazione è, tuttavia, tutt'altro che semplice.

L'USPTO (*US Patent & Trademark Office*) ha, infatti, in passato negato la registrazione di molte indicazioni di origine, facendo ricorso ad una serie di principi, la cui applicazione ha reso in sostanza poco effettiva la tutela delle indicazioni geografiche nel territorio statunitense (non tutelabilità delle espressioni o segni di origine geografica che si ritengono generici per l'indicazione di beni o servizi).

Secondo la normativa USA, un nome o un segno sono definiti generici quando il loro uso sia talmente diffuso da indurre il consumatore a considerarlo una categoria che comprende tutti i beni o i servizi dello stesso tipo, piuttosto che una designazione di origine geografica.

Principio del *first in time, first in right*, che non consente la registrazione di un'indicazione geo-

⁵ Ad esempio, l'India, con la legge 48/1999, si è dotata di una serie di norme che disciplinano la registrazione e la protezione delle indicazioni geografiche per qualsiasi prodotto.



grafica negli Stati Uniti quando questa sia contenuta in un marchio già registrato negli USA. L'operatività di questi principi fa sì che da anni negli Stati Uniti siano commerciabili prodotti quali *Asiago Cheese*, *Parmesan* o *San Marzano*, con consistenti danni per gli esportatori europei, stimati per le sole imprese italiane a circa tre miliardi di euro⁶.

Le differenze di tutela appena esposte sono causa da alcuni anni di un contenzioso tra Stati Uniti e Unione europea, portatori di interessi contrapposti: riconoscere piena tutela alle indicazioni geografiche significa danneggiare gli interessi delle imprese oltreoceano titolari di marchi incompatibili con le indicazioni protette; negarla, significa sostanzialmente ammettere dinamiche di *free riding*, cioè di appropriazione indebita da parte dei concorrenti delle caratteristiche dei prodotti di qualità posti in commercio.

La questione non appare di semplice composizione tant'è che lo scorso luglio l'USDEC ha proposto di espungere la tutela delle indicazioni geografiche dalle negoziazioni del TTIP, sostenendo che si tratta di un problema "persistente" che rischia di far naufragare le negoziazioni e, precedentemente – nel marzo 2014 – vi era stata una levata di scudi generale da parte del Senato statunitense, i cui membri, in

una rara azione bipartisan, avevano richiesto a gran voce e tramite una lettera formale la sospensione delle trattative al Segretario per l'Agricoltura.

Una soluzione di compromesso, tuttavia, potrebbe essere raggiunta, analogamente a quanto accaduto con il Canada, con il quale l'Unione Europea ha recentemente raggiunto un accordo dopo quattro anni di negoziazioni. Il Canada si è infatti impegnato a riconoscere 145 indicazioni geografiche europee, mentre l'Europa, in buona sostanza, "tollererà" che i propri prodotti DOP e IGP coesistano con le imitazioni canadesi già presenti nel mercato. Nessuna deroga, invece, sarà prevista per i nuovi prodotti che potranno usare in etichetta il nome di un'indicazione geografica europea solo se accompagnati da parole come "tipo", "stile" o "imitazione".

Tale compromesso potrebbe essere la chiave per scardinare la tenace resistenza del comparto lattiero-caseario americano il quale, forte della propria rilevanza economica, pare essere al momento il principale ostacolo da infrangere. Il riconoscimento selettivo solamente di alcune indicazioni geografiche protette – che non vadano a porre fuori gioco marchi e *standards of identity* USA – potrebbe infatti risultare certamente più accettabile per la delegazione statunitense.

⁶ IPR Desk (2011), *Analisi giuridica del fenomeno "Italian Sounding" negli Usa*, New York.