Champanillo, sentenza esemplare per l’Italian sounding

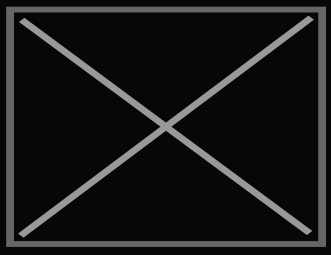
champanillo-shutterstock-1908765379-32e9d2c2

Pubblicata la sentenza della corte europea sull’affaire Champanillo. Una pronuncia importante anche a tutela dell’Italian sounding.

La corte di Giustizia dell’Unione si è alla fine pronunciata. E la sentenza sul caso Champanillo ribadisce la tutela delle denominazioni sia a fronte di utilizzi surrettizi che di eventuali evocazioni tendenziose che possano confondere i consumatori.

Ma facciamo un passo indietro, un passo che ci riconduce dritti dritti alla vicenda Champanillo, la catena di tapas bar chiamata in causa dal Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne perché sia nel nome che nel logo del brand (due calici intrecciati) si richiama a una celeberrima dop: lo champagne.

La corte di giustizia aveva già posto sotto i riflettori i due punti controversi, mantenendo però una posizione fluida sull’accezione e il perimetro definitorio del concetto di ‘evocazione’. Ora finalmente l’istituzione comunitaria si è pronunciata in maniera definitiva **stabilendo non solo che le denominazioni di origine protetta (DOP) devono essere protette** da condotte relative sia ai prodotti che ai servizi (ex articolo 103, paragrafo 2, lettera b), del regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013), **ma ribadendo pure che il concetto di evocazione è piuttosto sfaccetto.**

Infatti non richiede, quale presupposto, che “il prodotto che beneficia di una DOP e il prodotto o il servizio contrassegnato dal segno contestato siano identici o simili”.

Perché si possa parlare di 'evocazione', dunque, è sufficiente che “l’uso di una denominazione produca, nella mente di un consumatore europeo medio, normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto, un nesso sufficientemente diretto e univoco tra tale denominazione e la DOP”.

Inoltre, prosegue la sentenza, “l’’evocazione’ non è subordinata all’accertamento dell’esistenza di un atto di concorrenza sleale, dal momento che tale disposizione istituisce una protezione specifica e propria che si applica indipendentemente dalle disposizioni di diritto nazionale in materia di concorrenza sleale”.

Una tutela ad ampio spettro, dunque, sancita a livello europeo. Una sentenza che può essere letta ottimisticamente come un buon presupposto in difesa delle denominazioni italiane.

Come per esempio – suggerisce Coldiretti – il nostro Prosecco, la cui notorietà negli anni è stato sfruttata con il ricorso a nomi storpiati: dal Meer-secco al Kressecco, dal Semisecco e al Consecco, dal Whitesecco al Crisecco.