

Champanillo, sentenza esemplare per l'Italian sounding

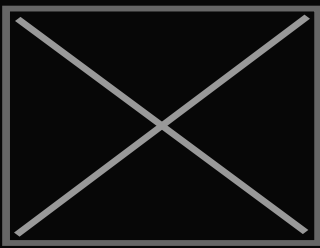
champanillo-shutterstock-1908765379-32e9d2c2

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.