

LA PROMOZIONE DELLE MARCHE DI VINO IN GERMANIA

Indicazioni geografiche e altri diritti di proprietà

Olivia Bartel, Mattia Dalla Costa

CBA Studio Legale e Tributario - Monaco (Germania)

Il mercato tedesco è un riferimento importante per l'export del vino italiano. Presentarsi in Germania è un'ottima opportunità, ma per un'efficace tutela del proprio vino e del proprio marchio è importante conoscere gli strumenti più adeguati da impiegare. Ecco alcune indicazioni basilari sulle misure più idonee da adottare.

Il vino è un prodotto di alta qualità ed è uno stimolante naturale da 2000 anni. Al fine di promuovere e proteggere il vostro prodotto speciale e la vostra marca nella varietà di vini diversi provenienti da diversi Paesi, sono a disposizione strumenti in base al diritto di proprietà intellettuale tedesco ed europeo.

Con questo breve articolo vorremmo introdurre i più importanti di questi strumenti:

- Indicazioni geografiche
- Menzioni tradizionali
- Marchi
- Disegni o modelli

Mentre alcune di queste misure descrivono la qualità del contenuto

della bottiglia, altre possono essere utilizzate per proteggere il design della bottiglia stessa.

Indicazioni geografiche e denominazioni di origine

Una delle misure sopra indicate che è ampiamente usata sono le indicazioni geografiche di origine, che non solo forniscono informazioni al consumatore, ma possono anche essere utilizzate come un importante strumento di marketing.

Il diritto delle Indicazioni Geografiche è sancito dall'accordo TRIPS, dall'accordo bilaterale specifico tra Italia e Germania che risale al 1963 (Accordo tra la Repubblica

Federale di Germania e la Repubblica Italiana relativo alla protezione delle indicazioni di provenienza, delle denominazioni di origine e di altre denominazioni geografiche), del regolamento CE No. 1234/2007, dalla Legge tedesca sui Marchi e dalla Legge tedesca del Vino.

Mentre l'accordo bilaterale del 1963 stabilisce che l'indicazione geografica protetta in una nazione è anche protetta nel territorio dell'altra nazione, vale a dire che "Vermouth italiano" oppure "Barolo" può essere utilizzato in Germania solo per vini italiani, il Regolamento Europeo definisce le "indicazioni geografiche" non solo per garantire l'origine geografica di un prodotto, ma anche la sua speciale qualità.

L'Art. 118 b del regolamento (CE) n 1234/2007 (modificato dal regolamento (CE) n 491/2009) determina:

a) "Indicazione geografica"

"Indicazione geografica" è l'indicazione di una regione, di un luogo determinato o, in casi eccezionali, di un Paese, usata per designare un prodotto in riferimento all'articolo 118 bis (1), che è conforme ai seguenti requisiti:

- possiede una determinata qualità, la reputazione o altre caratteristiche

Commissione Europea/Agricoltura e sviluppo rurale (2014)

Dettagli	
Austria	: 26
Belgio	: 7
Bulgaria	: 52
Cipro	: 7
Croazia	: 16
Francia	: 376
Germania	: 13
Grecia	: 33
Italia	: 476
Lussemburgo	: 1
Malta	: 3
Portogallo	: 46
Regno Unito	: 2
Repubblica Ceca	: 12
Romania	: 38
Slovacchia	: 17
Slovenia	: 14
Spagna	: 100
Ungheria	: 54

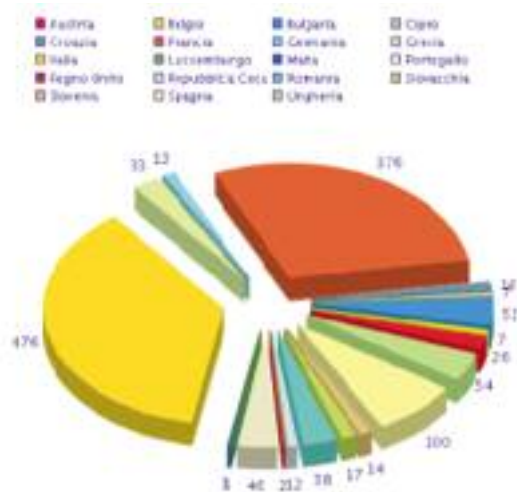


Figura 1 - E-Bacchus: i 1293 vini europei a Denominazione d'Origine Protetta, suddivisi per Nazione.