



## Raccolta della giurisprudenza

CONCLUSIONI DELL'AVVOCATO GENERALE  
GIOVANNI PITRUZZELLA  
presentate il 10 gennaio 2019<sup>1</sup>

**Causa C-614/17**

**Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Queso Manchego  
contro  
Industrial Quesera Cuquerella SL  
Juan Ramón Cuquerella Montagud**

[domanda di pronuncia pregiudiziale proposta dal Tribunal Supremo (Corte suprema, Spagna)]

«Rinvio pregiudiziale – Protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli e alimentari – DOP “Queso manchego” – Utilizzazione di segni suscettibili di evocare la regione alla quale è legata la DOP – Nozione di consumatore medio normalmente informato e ragionevolmente attento»

1. A qualche mese dalla sentenza del 7 giugno 2018, Scotch Whisky Association (C-44/17, EU:C:2018:415, in prosieguo: la «sentenza Scotch Whisky Association»), la Corte è nuovamente invitata a pronunciarsi in via pregiudiziale sull'interpretazione della nozione di «evocazione» ai sensi della regolamentazione dell'Unione in materia di denominazioni di origine (DOP) e indicazioni geografiche protette (IGP)<sup>2</sup>. Il giudice del rinvio chiede in particolare se è suscettibile di configurare evocazione di una DOP, vietata ai sensi dell'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 510/2006<sup>3</sup>, l'utilizzazione, per la commercializzazione di prodotti simili a quelli coperti da tale denominazione, di segni o immagini che rinviano alla zona geografica di riferimento della DOP. Il presente rinvio pregiudiziale pone altresì la questione, delicata e inedita, degli eventuali limiti che incontra l'utilizzazione, da parte di un operatore stabilito nell'area geografica di riferimento di una DOP, di segni suscettibili di evocare tale area in relazione a prodotti (identici o simili) che sono ivi fabbricati, ma che non sono coperti dalla DOP.

### Contesto giuridico

2. L'articolo 13 del regolamento n. 510/2006, intitolato «Protezione», prevede, al suo paragrafo 1, lettera b), quanto segue:

«1. Le denominazioni registrate sono tutelate contro:

(...)

1 Lingua originale: l'italiano.

2 In prosieguo indicherò cumulativamente le DOP e le IGP con le espressioni «denominazioni protette» o «denominazioni registrate».

3 Regolamento (CE) n. 510/2006 del Consiglio, del 20 marzo 2006, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli e alimentari (GU L 93, 2006, pag. 12). Il regolamento n. 510/2006 è stato sostituito, a partire dal 3 gennaio 2013, dal regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 21 novembre 2012, sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari (GU 2012, L 343, pag. 1).

b) qualsiasi usurpazione, imitazione o evocazione, anche se l'origine vera del prodotto è indicata o se la denominazione protetta è una traduzione o è accompagnata da espressioni quali "genere", "tipo", "metodo", "alla maniera", "imitazione" o simili;

(...)).

3. In forza dell'articolo 14, paragrafo 1, primo comma, del regolamento n. 510/2006, «[q]ualora una denominazione d'origine o un'indicazione geografica sia registrata conformemente al presente regolamento, la domanda di registrazione di un marchio corrispondente ad una delle situazioni di cui all'articolo 13 e concernente lo stesso tipo di prodotto viene respinta, se la domanda di registrazione del marchio è presentata posteriormente alla data di presentazione della domanda di registrazione presso la Commissione». Il secondo comma precisa che «[i] marchi registrati in violazione del primo comma sono annullati». Ai sensi del paragrafo 2 del medesimo articolo «[n]el rispetto del diritto comunitario, l'uso di un marchio corrispondente ad una delle situazioni di cui all'articolo 13, depositato, registrato o, nei casi in cui ciò sia previsto dalla normativa pertinente, acquisito con l'uso in buona fede sul territorio comunitario, anteriormente alla data di protezione della denominazione d'origine o dell'indicazione geografica nel paese d'origine (...) può proseguire, nonostante la registrazione di una denominazione d'origine o di un'indicazione geografica (...)»<sup>4</sup>.

## Il procedimento principale e le questioni pregiudiziali

4. La Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Queso Manchego (in prosieguito: la «Fondazione»), ricorrente nel procedimento principale, ha intentato nei confronti di Industrial Quesera Cuquerella S.L. (in prosieguito: «IQC») e del sig. Juan Ramón Cuquerella Montagud, con un unico ricorso<sup>5</sup>, le seguenti azioni volte a tutelare la DOP «Queso Manchego»<sup>6</sup> della cui gestione è incaricata:

- un'azione di accertamento volta a far dichiarare che le etichette utilizzate da IQC per identificare e commercializzare i formaggi «Adarga de Oro», «Super Rocinante» e «Rocinante», non coperti dalla DOP «Queso Manchego», nonché l'impiego sul sito internet di tale società dei termini «Quesos Rocinante» per indicare tanto formaggi DOP «Queso Manchego» che formaggi non coperti da tale denominazione<sup>7</sup> danno luogo ad una violazione di quest'ultima ai sensi dell'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 510/2006;
- un'azione diretta a ottenere l'annullamento parziale, per i motivi indicati all'articolo 14 del regolamento n. 510/2006, del nome commerciale «Rocinante» e di due marchi nazionali verbali e figurativi<sup>8</sup>, riproducenti il medesimo termine;

4 Gli articoli 13, paragrafo 1, e 14, paragrafo 1, del regolamento n. 1151/2012, attualmente in vigore, contengono disposizioni sostanzialmente identiche, per quanto rileva ai fini del presente rinvio pregiudiziale, a quelle degli articoli 13, paragrafo 1, e 14, paragrafo 1, del regolamento n. 510/2006.

5 Dal fascicolo del procedimento principale di cui dispone la Corte emerge che il ricorso è stato introdotto nel 2012. In assenza d'informazioni più dettagliate, occorre rimettersi all'apprezzamento del giudice del rinvio, non contestato dalle parti del procedimento principale, secondo cui è il regolamento n. 510/2006, e non il regolamento n. 1151/2012, che si applica *ratione temporis* alla controversia principale. In ogni caso, le disposizioni del regolamento n. 510/2006 di cui si chiede l'interpretazione sono, come si è già precisato, sostanzialmente identiche a quelle corrispondenti del regolamento n. 1151/2012.

6 La DOP «Queso Manchego» è stata registrata con il regolamento (CE) n. 1107/96 della Commissione del 12 giugno 1996 relativo alla registrazione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine nel quadro della procedura di cui all'articolo 17 del regolamento (CEE) n. 2081/92 del Consiglio (GU 1996, L 148, pag. 1).

7 In particolare la Fondazione ha contestato l'utilizzazione del termine «Rocinante» tanto nel nome di dominio che nei contenuti del sito internet di IQC ([www.rocinante.es](http://www.rocinante.es)) nonché la raffigurazione di elementi tipici del paesaggio della Mancha.

8 Nei marchi in questione, registrati per i prodotti «formaggi e prodotti caseari» (classe 29 della nomenclatura di Nizza) e i «servizi di trasporto, stoccaggio e distribuzione di formaggi e prodotti caseari» (classe 39 della nomenclatura di Nizza), il termine «Rocinante» è integrato in un disegno circolare raffigurante un cavallo in primo piano e, sullo sfondo, una pianura con un gregge di pecore e dei mulini a vento. Dall'ordinanza di rinvio sembra emergere che entrambi i marchi hanno una priorità posteriore alla registrazione della DOP «Queso Manchego».

– un'azione in cessazione volta ad inibire atti di concorrenza sleale e eliminarne le conseguenze.

5. Nel quadro dell'azione di accertamento, in relazione alla quale sono poste le questioni pregiudiziali, i convenuti hanno contestato che i segni verbali e figurativi utilizzati sulle etichette e nel sito internet di IQC evocassero la DOP «Queso Manchego» e hanno fatto valere il diritto di IQC, in quanto azienda stabilita nella regione della Mancha, di utilizzare simboli legati a tale regione.

6. Il giudice di prima istanza ha respinto il ricorso della Fondazione basandosi sulla duplice constatazione che i segni figurativi e verbali utilizzati da IQC non presentano alcuna somiglianza visiva o fonetica con i termini «Queso manchego» o «la Mancha» e che tali segni implicano un'evocazione della Mancha ma non della DOP «Queso Manchego». L'appello introdotto dalla Fondazione contro la sentenza di primo grado è stato respinto dall'Audiencia provincial de Albacete (Corte di appello della provincia di Albacete, Spagna), che ha anch'essa ritenuto che non possa concludersi nel senso dell'esistenza di un'evocazione della DOP «Queso Manchego» in assenza di segni verbali che presentino una somiglianza visiva, fonetica o concettuale con tale denominazione. Secondo il giudice di appello l'utilizzazione, da parte di IQC, di simboli che evocano la regione della Mancha, ma non i prodotti coperti dalla DOP in questione, deve ritenersi lecita, poiché i prodotti commercializzati da IQC in relazione ai quali sono utilizzati tali simboli sono fabbricati in detta regione. L'evocazione della qualità e della reputazione dei formaggi della Mancha non implicherebbe evocazione della qualità e della rinomanza dei formaggi coperti dalla DOP «Queso Manchego».

7. La Fondazione ha introdotto un ricorso contro la sentenza dell'Audiencia provincial de Albacete dinanzi al Tribunal Supremo (Corte suprema, Spagna).

8. Nell'ordinanza di rinvio, il Tribunal Supremo (Corte suprema) fornisce le seguenti precisazioni: i) il termine «manchego» è l'aggettivo con cui si designano in lingua spagnola, tra l'altro, i prodotti originari della Mancha, una regione della Spagna in cui la produzione di formaggi a base di latte di pecora, secondo particolari metodi di elaborazione e stagionatura, costituisce una tradizione; ii) la Mancha è la regione in cui si svolge la maggior parte dell'azione del celebre romanzo di Miguel de Cervantes «Don Chisciotte della Mancha»<sup>9</sup>; iii) la descrizione fisica che Cervantes fa del protagonista del suo romanzo corrisponde a quella del cavaliere raffigurato nell'etichetta del formaggio «Adarga de Oro»; iv) in lingua spagnola, il termine «adarga» è un arcaismo utilizzato da Cervantes per indicare lo scudo di Don Chisciotte; v) «Rocinante», termine che figura anch'esso sulle etichette di alcuni formaggi commercializzati da IQC, è il cavallo di Don Chisciotte; vi) in uno dei più celebri capitoli del romanzo di Cervantes, Don Chisciotte lotta contro dei mulini a vento, elemento caratteristico del paesaggio della Mancha, riprodotto in alcune delle etichette utilizzate da IQC, nonché sul sito internet di quest'ultima.

9. Il Tribunal Supremo (Corte suprema) si chiede in primo luogo se, come sostenuto nel procedimento principale dalla Fondazione, l'evocazione di una DOP possa avvenire anche attraverso la sola utilizzazione di segni figurativi e avere dunque natura essenzialmente concettuale. Tale giudice si chiede, in secondo luogo, se l'utilizzazione, per la commercializzazione di formaggi, di segni figurativi e verbali che evocano la regione della Mancha implichi evocazione della DOP «Queso Manchego» e se, di conseguenza, i produttori di formaggi coperti da tale denominazione dispongano di un monopolio sull'utilizzazione di detti segni anche nei confronti di produttori stabiliti in tale regione i cui prodotti non sono coperti dalla DOP in questione. A tale riguardo, il Tribunal Supremo (Corte suprema) rileva che una risposta affermativa a tale questione potrebbe comportare una restrizione alla libera circolazione delle merci, mentre una risposta negativa sarebbe suscettibile di indebolire la protezione accordata alle DOP e di compromettere la funzione d'informazione sulla qualità dei prodotti riconosciuta a tali denominazioni. Infine, il giudice del rinvio interroga la Corte sulla

<sup>9</sup> Pubblicato in due parti a Madrid nel 1605 e nel 1615 con il titolo originale «*El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha*».

questione di sapere qual è il gruppo di consumatori che occorre prendere in considerazione ai fini di accertare l'esistenza di un'evocazione ai sensi dell'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 510/2006, in particolare nel caso in cui i prodotti DOP in questione siano destinati a essere prevalentemente consumati nello Stato membro in cui sono prodotti.

10. È in tale contesto che, con decisione del 19 ottobre 2017, il Tribunal Supremo (Corte suprema) ha sospeso il procedimento dinanzi a esso e ha posto alla Corte le seguenti questioni pregiudiziali:

- «1) Se l'evocazione della denominazione di origine protetta, evocazione che è vietata dall'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 510/2006, debba necessariamente derivare dall'uso di denominazioni che presentano una somiglianza visiva, fonetica o concettuale con la denominazione di origine protetta o se possa derivare dall'uso di segni figurativi che evocano la denominazione d'origine.
- 2) Nel caso di una denominazione d'origine protetta di natura geografica [articolo 2, paragrafo 1, lettera a), del regolamento n. 510/2006] e in presenza degli stessi prodotti o di prodotti simili, se l'uso di segni che evocano la regione cui è associata la denominazione di origine protetta possa essere considerato un'evocazione della stessa denominazione di origine protetta, ai sensi dell'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 510/2006, che è inaccettabile anche nel caso in cui colui che utilizzi tali segni sia un produttore stabilito nella regione cui è associata la denominazione di origine protetta, ma i cui prodotti non sono protetti da tale denominazione d'origine, perché non soddisfano i requisiti, diversi dall'origine geografica, richiesti dal disciplinare.
- 3) Se la nozione di consumatore medio normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto, alla cui percezione deve fare riferimento il giudice nazionale per determinare se esista un'evocazione ai sensi dell'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 510/2006, debba intendersi riferita a un consumatore europeo o possa essere riferita solo al consumatore dello Stato membro in cui si fabbrica il prodotto che dà origine all'evocazione dell'indicazione geografica protetta o cui è associata geograficamente la DOP, e in cui esso si consuma maggiormente».

## **Il procedimento dinanzi alla Corte**

11. Hanno presentato osservazioni scritte ai sensi dell'articolo 23 dello Statuto della Corte le parti del procedimento principale, i governi francese, tedesco e spagnolo, nonché la Commissione. Tali interessati, ad eccezione del governo tedesco, sono stati sentiti all'udienza del 25 ottobre 2018.

## **Analisi**

### ***Breve richiamo della giurisprudenza pertinente***

12. Prima di procedere all'esame delle questioni pregiudiziali occorre ripercorrere brevemente le tappe salienti della giurisprudenza della Corte in materia di tutela delle denominazioni protette in caso di evocazione.

13. La Corte si è per la prima volta pronunciata sulla nozione di «evocazione» ai sensi dell'articolo 13 paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 2081/92<sup>10</sup>, che ha preceduto il regolamento n. 510/2006, nella sentenza del 4 marzo 1999, *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115). Adita in via pregiudiziale dall'*Handelsgericht Wien* (Tribunale di commercio di Vienna, Austria), nel quadro di una domanda introdotta dall'ente incaricato della gestione della DOP «Gorgonzola» volta ad ottenere l'inibitoria della distribuzione in Austria di un formaggio erborinato con la denominazione «Cambozola», nonché la cancellazione del relativo marchio depositato dotato di anteriorità, la Corte ha, da un lato, affermato che la nozione di evocazione ai sensi della predetta disposizione del regolamento n. 2081/92 «si riferisce all'ipotesi in cui il termine utilizzato per designare un prodotto incorpori una parte di una denominazione protetta, di modo che il consumatore, in presenza del nome del prodotto, sia indotto ad aver in mente, come immagine di riferimento, la merce che fruisce della denominazione» e, dall'altro, ha precisato che può esservi evocazione di una denominazione protetta anche in mancanza di un qualunque rischio di confusione tra i prodotti di cui è causa<sup>11</sup>. Tra gli elementi indicati dalla Corte come pertinenti ai fini di concludere all'esistenza di un'evocazione, figurano, oltre alla similarità «fonetica ed ottica» tra le denominazioni, risultante dall'incorporazione di una parte della denominazione protetta nel marchio controverso<sup>12</sup>, la similitudine tra i prodotti in questione, non solo sotto il profilo merceologico ma anche sotto quello della presentazione in commercio<sup>13</sup>, nonché il carattere intenzionale delle analogie fonetiche tra le denominazioni in causa<sup>14</sup>.

14. Tale orientamento è stato confermato nella sentenza del 26 febbraio 2008, *Commissione/Germania* (C-132/05, EU:C:2008:117), resa nel quadro di un ricorso per inadempimento nei confronti della Repubblica federale tedesca, cui la Commissione contestava il rifiuto di sanzionare l'utilizzazione sul suo territorio della denominazione «parmesan» in violazione della DOP «Parmigiano Reggiano». L'esistenza di un'evocazione ai sensi dell'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 2081/92 è stata dalla Corte dedotta alla luce non solo delle somiglianze visive e fonetiche tra le denominazioni in causa – criteri di valutazione cui la Corte aveva già dato rilievo nella menzionata sentenza *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola*<sup>15</sup> – ma altresì, trattandosi di termini appartenenti a lingue diverse, della loro «prossimità concettuale»<sup>16</sup>.

15. La Corte si è pronunciata in senso analogo anche in sede d'interpretazione del regolamento n. 110/2008<sup>17</sup>, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche delle bevande alcoliche, che contiene, all'articolo 16, lettera b), una disposizione sostanzialmente identica a quella che figura all'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 510/2006. Nel rinvio pregiudiziale che ha dato origine alla sentenza del 14 luglio 2011, *Bureau National Interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 e C-27/10, EU:C:2011:484), il ricorrente nel procedimento principale si era opposto alla registrazione in Finlandia di due marchi figurativi contenenti menzioni che riproducevano, per esteso, l'IGP «Cognac», di cui era titolare, nonché la sua traduzione. Nel qualificare come evocazione tali riproduzioni, la Corte ha applicato gli stessi criteri di valutazione enunciati nelle sentenze *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola*<sup>18</sup> e *Commissione/Germania*<sup>19</sup>. Nella sentenza del 21 gennaio

10 Regolamento (CEE) del Consiglio, del 14 luglio 1992, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli ed alimentari (GU 1992, L 208, pag. 1). Il testo dell'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), di tale regolamento era sostanzialmente identico a quello della corrispondente disposizione del regolamento n. 510/2006.

11 Sentenza del 4 marzo 1999, *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115, punti 25 e 26).

12 Sentenza del 4 marzo 1999, *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115, punto 27).

13 Sentenza del 4 marzo 1999, *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115, punto 28).

14 Sentenza del 4 marzo 1999, *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115, punto 28).

15 Sentenza del 4 marzo 1999 (C-87/97, EU:C:1999:115).

16 Sentenza del 26 febbraio 2008, *Commissione/Germania* (C-132/05, EU:C:2008:117, punti 47 e 48).

17 Regolamento (CE) n. 110/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 15 gennaio 2008, relativo alla definizione, alla designazione, alla presentazione, all'etichettatura e alla protezione delle indicazioni geografiche delle bevande spiritose e che abroga il regolamento (CEE) n. 1576/89 del Consiglio (GU 2008, L 39, pag. 16).

18 Sentenza del 4 marzo 1999 (C-87/97, EU:C:1999:115).

19 Sentenza del 26 febbraio 2008, (C-132/05, EU:C:2008:117). V. punti da 56 a 58 della sentenza del 14 luglio 2011, *Bureau National Interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 e C-27/10, EU:C:2011:484).



2016, Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, punto 31), la Corte ha precisato che tali criteri sono diretti a guidare il giudice nazionale nella sua decisione, spettando a quest'ultimo, e non alla Corte, valutare se, con riferimento a una determinata fattispecie, sussiste «evocazione» ai sensi dell'articolo 16, lettera a), del regolamento n. 110/2008. Il procedimento principale che ha dato luogo al rinvio pregiudiziale all'origine di tale sentenza verteva sull'utilizzazione della denominazione «Verlados» per un'acquavite di sidro di mele prodotta dalla società Viiniverla, con sede a Verla in Finlandia. Il giudice all'origine di tale rinvio, chiamato a decidere un ricorso contro il provvedimento con cui le autorità finlandesi avevano disposto il divieto di utilizzo di tale denominazione a tutela dell'IGP «Calvados», interrogava, tra l'altro, la Corte sulla pertinenza di talune circostanze fattuali ai fini dell'accertamento dell'esistenza di un'evocazione. La Corte, dopo essersi pronunciata sulla nozione di «consumatore rilevante»<sup>20</sup>, ha precisato che l'esame circa l'esistenza di un'evocazione è diretto ad accertare «che non si crei nel pubblico un'associazione di idee quanto all'origine del prodotto, né che un operatore sfrutti indebitamente la rinomanza dell'indicazione geografica protetta»<sup>21</sup>. In tale contesto, né la circostanza che la denominazione «Verlados» facesse riferimento al nome dell'azienda produttrice e alla reale origine geografica del prodotto, nota e riconoscibile per il consumatore finlandese, né il fatto che la bevanda recante tale denominazione fosse commercializzata solo localmente e in quantità limitate, sono stati dalla Corte considerati come elementi rilevanti ai fini di detto esame.

16. Infine, nella recente sentenza *Scotch Whisky Association*, pronunciata dopo la fine della procedura scritta nel procedimento oggetto delle presenti conclusioni<sup>22</sup>, la Corte ha, anzitutto, affermato che né la parziale incorporazione di un'indicazione geografica protetta nella denominazione controversa, né una similarità fonetica e visiva con l'IGP riscontrata in tale denominazione costituiscono presupposti essenziali per accertare l'esistenza di un'«evocazione» ai sensi dell'articolo 16, lettera b), del regolamento n. 110/2008<sup>23</sup>, precisando che, in mancanza di una tale incorporazione o di una tale similarità, un'evocazione può risultare anche dalla sola «prossimità concettuale» tra l'IGP e il segno controverso<sup>24</sup>. Inoltre, essa ha escluso che, per configurare un'«evocazione» ai sensi dell'articolo 16, lettera b), del regolamento n. 110/2008, sia sufficiente che l'elemento controverso del segno in questione susciti nella mente del pubblico di riferimento una qualsivoglia associazione con l'IGP o con la relativa zona geografica. Un tale criterio, non può, secondo la Corte, essere accolto, in quanto «non attesta un nesso sufficientemente diretto ed univoco» tra detto elemento e l'IGP<sup>25</sup> ed è «troppo vago ed esteso» per rispondere all'esigenza di assicurare la certezza del diritto degli operatori economici interessati<sup>26</sup>.

20 Sui principi fissati dalla Corte in relazione alla nozione di «consumatore» si tornerà in sede di esame della terza questione pregiudiziale.

21 V. sentenza del 21 gennaio 2016, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, punto 45). Nello stesso senso, con riferimento tuttavia non alla sola evocazione, ma a tutte le fattispecie coperte dall'articolo 16, lettere da a) a d), del regolamento n. 110/2008, v. sentenza del 14 luglio 2011, *Bureau National Interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 e C-27/10, EU:C:2011:484, punto 46).

22 Le parti del procedimento principale e gli altri interessati ai sensi dell'articolo 23 dello Statuto della Corte che hanno partecipato alla fase scritta del procedimento sono stati invitati dalla Corte a presentare oralmente, all'udienza tenutasi il 25 ottobre 2018, le loro osservazioni sull'incidenza di tale sentenza ai fini della risposta alle questioni pregiudiziali poste dal Tribunale Supremo (Corte suprema).

23 Sentenza *Scotch Whisky Association* (punti 46 e 49).

24 Sentenza *Scotch Whisky Association* (punto 50).

25 Sentenza *Scotch Whisky Association* (punto 53).

26 Sentenza *Scotch Whisky Association* (punto 55). Inoltre, secondo la Corte, «se per configurare un'evocazione fosse sufficiente che, nella mente del consumatore, sia suscitata un'associazione di qualsivoglia natura con un'IGP, ciò comporterebbe (...) un'interferenza della lettera b) dell'articolo 16 del regolamento n. 110/2008 con l'ambito di applicazione delle disposizioni che seguono nel medesimo articolo, vale a dire le lettere c) e d), di questo, le quali riguardano fattispecie in cui il riferimento a un'indicazione geografica protetta è ancor più tenue rispetto ad un'«evocazione» della stessa». (punto 54, v. anche le conclusioni dell'avvocato generale Saugmandsgaard Øe nella causa *The Scotch Whisky Association* (C-44/17, EU:C:2018:111, punti 61 a 63).

17. Dalla giurisprudenza appena passata in rassegna emerge che la tutela per evocazione prevista dai diversi regimi di qualità istituiti dal diritto dell'Unione<sup>27</sup>, costituisce una forma di protezione *sui generis*<sup>28</sup>, non vincolata al criterio dell'ingannevolezza – che presuppone l'idoneità del segno confliggente con la denominazione registrata a indurre il pubblico in errore circa la provenienza geografica o le qualità del prodotto – e non riconducibile a una tutela di stampo meramente confusorio. Conseguentemente, l'obiettivo principale della tutela per evocazione è da ricercare nella protezione del patrimonio qualitativo e della reputazione delle denominazioni registrate contro atti di parassitismo piuttosto che nella protezione del consumatore nei confronti di condotte ingannevoli, più specificamente oggetto delle fattispecie descritte alle lettere c) e d) del paragrafo 1 dell'articolo 13 del regolamento n. 510/2006 e alle corrispondenti disposizioni degli altri strumenti dell'Unione di tutela delle denominazioni protette<sup>29</sup>.

18. Pur essendo inserita nella medesima disposizione del richiamato articolo 13, la fattispecie dell'evocazione, si differenzia sia dai casi d'«imitazione», caratterizzati dalla riproduzione degli elementi essenziali della denominazione registrata, sia da quelli di «usurpazione», che presuppongono l'uso indebito e intenzionale della denominazione registrata per prodotti non coperti da quest'ultima, con conseguente appropriazione dei valori legati alla tradizione produttiva che la denominazione designa<sup>30</sup>. Inoltre, come sottolineato dall'avvocato generale Jacobs nelle sue conclusioni nella causa Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola<sup>31</sup>, a proposito dell'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 2081/92, la stessa economia della disposizione milita in favore della tesi secondo cui la tutela per evocazione risponde a condizioni di applicazione diverse e meno stringenti rispetto a quelle richieste affinché vi sia imitazione o usurpazione. I contorni giuridici della nozione di evocazione vanno pertanto delineati in modo autonomo, senza ricercare, malgrado la collocazione sistematica unitaria, un'omogeneità di presupposti applicativi con le diverse fattispecie dell'«imitazione» e dell'«usurpazione».

19. Dal punto di vista semantico, evocare vuol dire «richiamare alla mente»<sup>32</sup>. Nel trasporre tale concetto nell'ambito della tutela delle denominazioni registrate, la Corte richiede, quale condizione affinché vi sia evocazione illecita, che l'esposizione al prodotto convenzionale<sup>33</sup> sia suscettibile di determinare nel consumatore una risposta cognitiva di tipo associativo che «richiami» appunto alla mente i prodotti coperti dalla denominazione registrata. Se ciò presuppone necessariamente un'operazione di rielaborazione dell'informazione trasmessa dallo stimolo percettivo/cognitivo prodotto da tale esposizione, la Corte ha chiarito, nella sentenza Scotch Whisky Association, che si ha evocazione solo nella misura in cui il nesso associativo sia sufficientemente «diretto e univoco»<sup>34</sup>. Tale

27 Per il settore vitivinicolo, si veda il regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, recante organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli e che abroga i regolamenti (CEE) n. 922/72, (CEE) n. 234/79, (CE) n. 1037/2001 e (CE) n. 1234/2007 del Consiglio (GU 2013, L 347, pag. 671), per quello delle bevande aromatizzate il regolamento (UE) n. 251/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 26 febbraio 2014, concernente la definizione, la designazione, la presentazione, l'etichettatura e la protezione delle indicazioni geografiche dei prodotti vitivinicoli aromatizzati e che abroga il regolamento (CEE) n. 1601/91 del Consiglio (GU 2014, L 84, pag. 14), e, per quello delle bevande spiritose, il menzionato regolamento n. 110/2008.

28 In proposito ricordo che l'articolo 4 dell'Accordo di Lisbona sulla protezione delle denominazioni di origine e sulla loro registrazione internazionale del 1958, da cui trae origine l'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 510/2006, menziona le sole fattispecie dell'«usurpazione» e dell'«imitazione», ma non quella dell'«evocazione».

29 Sotto tale profilo, la tutela per evocazione rievoca quella accordata ai marchi che godono di rinomanza. Sulla possibilità di evocazione ai sensi dell'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 510/2006, anche per prodotti non comparabili, v. sentenza del 18 settembre 2015, Federación Nacional de Cafeteros de Colombia/UAMI – Hautrive (COLOMBIANO HOUSE) (T-387/13, non pubblicata, EU:T:2015:647, punti 55 e 56).

30 V. sulle nozioni di usurpazione e di imitazione sentenza del 20 dicembre 2017, Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (C-393/16, EU:C:2017:991, punto 57).

31 C-87/97 (EU:C:1998:614, punto 33).

32 Enciclopedia Treccani online.

33 Con tale espressione indico d'ora in avanti i prodotti che non sono coperti da una denominazione o un'indicazione geografica protetta.

34 V., in particolare, punto 53 della sentenza Scotch Whisky Association.

precisione va a mio avviso intesa in termini sia d'immediatezza (il processo cognitivo associativo non deve richiedere una rielaborazione complessa dell'informazione) sia d'intensità (l'associazione con l'immagine del prodotto coperto dalla denominazione registrata deve imporsi con forza sufficiente) della risposta del consumatore allo stimolo.

20. Pur con le precisazioni apportate dalla sentenza del 7 giugno 2018, Scotch Whisky Association (C-44/17, EU:C:2018:415), emerge a mio avviso chiaramente dalla giurisprudenza della Corte e del Tribunale la tendenza a interpretare estensivamente la nozione di «evocazione», in linea con l'ampia tutela riconosciuta alle denominazioni di origine dal legislatore dell'Unione e con il rilievo anche pubblicistico dell'obiettivo di protezione delle produzioni di qualità<sup>35</sup>. Sotto tale profilo, ricordo che la protezione di tali denominazioni non solo costituisce un elemento strategico dell'economia dell'Unione, come espressamente enunciato al primo considerando del regolamento n. 1151/2012, ma partecipa altresì al perseguimento dell'obiettivo di salvaguardare il patrimonio culturale europeo, richiamato dall'articolo 3, paragrafo 3, quarto comma, del trattato UE.

21. È alla luce dei principi sopra esposti che procederò all'esame delle questioni pregiudiziali poste dal giudice del rinvio.

### *Sulla prima questione pregiudiziale*

22. Con la prima questione pregiudiziale, il Tribunale supremo (Corte suprema) chiede in sostanza alla Corte se un'evocazione vietata ai sensi dell'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 510/2006, possa concretizzarsi attraverso l'impiego di segni figurativi o se solo l'utilizzazione di denominazioni che presentino con la DOP in questione una somiglianza visiva, fonetica o concettuale sia suscettibile di integrare una tale fattispecie.

23. Concordo con la ricorrente nel procedimento principale e i governi francese, tedesco e spagnolo nel ritenere che la risposta a tale quesito debba essere affermativa.

24. Dalla giurisprudenza esaminata sopra risulta che, ai fini della determinazione dell'esistenza di un'«evocazione» il criterio determinante è quello della percezione del consumatore, che va accertata con riferimento all'idoneità del segno contestato a suscitare un'associazione d'idee tra il prodotto convenzionale e il prodotto coperto dalla denominazione registrata<sup>36</sup>. Inoltre, si evince dalla sentenza Scotch Whisky Association che l'eventuale incorporazione nel segno contestato di elementi della denominazione protetta e la somiglianza visiva e/o fonetica tra quest'ultima e detto segno altro non sono che *indici* da prendere in considerazione al fine di valutare se, alla presenza del prodotto convenzionale, il consumatore è indotto a una tale associazione di idee<sup>37</sup>. In altri termini, secondo la Corte, un'evocazione può essere accertata anche sulla base della sola «somiglianza concettuale» tra il segno contestato e la denominazione protetta, qualora tale somiglianza sia suscettibile di richiamare alla mente del pubblico i prodotti coperti da tale denominazione.

35 V., in tal senso, per un'illustrazione degli obiettivi della normativa europea, sentenza dell'8 settembre 2009, Budějovický Budvar (C-478/07, EU:C:2009:521, punti da 109 a 111 e giurisprudenza citata). V. anche sentenze del 21 gennaio 2016, Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, punto 24) e del 14 settembre 2017, EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto (C-56/16 P, EU:C:2017:693, punti 80 e 81).

36 V., in questo senso, in particolare sentenze del 21 gennaio 2016, Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, punto 22) e sentenza Scotch Whisky Association (punto 51). V. anche le conclusioni dell'avvocato generale Saugmandsgaard Øe nella causa The Scotch Whisky Association (C-44/17, EU:C:2018:111, paragrafo 60).

37 V. conclusioni dell'avvocato generale Saugmandsgaard Øe nella causa The Scotch Whisky Association (C-44/17, EU:C:2018:111, paragrafo 58).



25. Ora, se l'esistenza di una somiglianza visiva e soprattutto fonetica non costituisce «presupposto essenziale»<sup>38</sup> dell'accertamento di un'evocazione, ciò significa che l'associazione mentale tra prodotto convenzionale e prodotto coperto da tale denominazione, richiesta ai fini di un tale accertamento, non presuppone necessariamente l'uso del linguaggio verbale. Un'immagine, un simbolo e, più in generale, un segno figurativo possono, al pari di un nome, veicolare un concetto ed essere pertanto idonei a indurre nel consumatore un'associazione mentale con la denominazione protetta, che sarà in questo caso «evocata» non visivamente o foneticamente ma con riferimento al suo contenuto concettuale.

26. Certo, come rilevato in udienza dalla Commissione, nella quasi totalità dei punti della motivazione della sentenza Scotch Whisky Association, come peraltro in tutti i precedenti giurisprudenziali sopra richiamati, la funzione evocante è riferita alla *denominazione* del prodotto convenzionale<sup>39</sup>.

27. Tuttavia, contrariamente alla Commissione, non ritengo che si possa da tale dato inferire l'intenzione della Corte di circoscrivere la fattispecie dell'evocazione ai soli casi in cui l'associazione mentale con il prodotto coperto da una denominazione registrata derivi dall'impiego di elementi verbali. In effetti, a prescindere dal rilievo che due punti della motivazione e il secondo capoverso del punto 2 del dispositivo della sentenza si riferiscono più genericamente all'«elemento controverso» del segno in causa, la terminologia utilizzata dalla Corte va situata nel contesto della controversia principale da cui trae origine la sentenza Scotch Whisky Association, in cui si dibatteva sulla portata evocatrice di un termine incluso nella denominazione del prodotto convenzionale<sup>40</sup>.

28. Inoltre, se si dovessero trarre elementi interpretativi conclusivi dalla sola terminologia impiegata in tale sentenza, se ne dovrebbe dedurre altresì l'intenzione della Corte di limitare la nozione di «evocazione» ai soli casi in cui il richiesto nesso associativo sia suscitato da termini contenuti nella designazione di vendita del prodotto convenzionale, ad esclusione di ogni altro elemento verbale (quali espressioni generiche, descrittive, laudative ecc.) figurante sull'etichetta o sull'imballaggio di tale prodotto. Ora, una tale interpretazione è, a mio avviso, esclusa dallo stesso testo dell'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 510/2006, in cui si dà esplicito rilievo ad espressioni (quali «genere», «tipo», «metodo», «alla maniera», «imitazione»), che generalmente non fanno parte della denominazione di vendita del prodotto ma la accompagnano.

29. Più fondamentalmente, emerge dalla giurisprudenza della Corte richiamata sopra, e in particolare dalle sentenze Bureau National Interprofessionnel du Cognac<sup>41</sup> e Viiniverla<sup>42</sup>, che l'analisi circa l'esistenza di un'evocazione deve tener conto di ogni riferimento implicito o esplicito alla denominazione registrata, che si tratti di elementi verbali o, appunto, figurativi inclusi nell'etichetta del prodotto convenzionale o figuranti sul suo imballaggio, o di elementi che riguardano la forma o la presentazione al pubblico di tale prodotto. Tale analisi deve prendere in considerazione altresì l'identità o il grado di somiglianza tra i prodotti in causa e le modalità di commercializzazione di questi, anche per quanto riguarda i rispettivi canali di vendita, nonché elementi che consentano di accertare l'intenzionalità del richiamo al prodotto coperto dalla denominazione protetta o, viceversa, la sua casualità. Il giudice nazionale è dunque tenuto a valutare un insieme di *indici* senza che la presenza o l'assenza di uno di tali indici, ad esempio una somiglianza visiva, fonetica o concettuale tra le *denominazioni* in causa, gli consenta di per sé sola di accertare o di escludere l'esistenza di un'evocazione.

38 Sentenza Scotch Whisky Association (punti 46 e 49).

39 I termini o le locuzioni «denominazione», «nome del prodotto», «termine utilizzato per designare il prodotto», «denominazione di vendita» sono alternativamente utilizzati dalla Corte, v., in particolare i punti 44, 45, 46, 48, da 49 a 53 e 56 della sentenza Scotch Whisky Association.

40 Lo stesso vale per gli altri precedenti giurisprudenziali richiamati sopra.

41 Sentenza del 14 luglio 2011 (C-4/10 e C-27/10, EU:C:2011:484).

42 Sentenza del 21 gennaio 2016 (C-75/15, EU:C:2016:35, punto 27).

30. Ricordo peraltro che, nella sentenza *Scotch Whisky Association*, la Corte ha precisato che può aversi evocazione solo laddove il segno controverso suscita nella mente del pubblico un nesso sufficientemente «diretto» e «univoco» tra tale segno e la denominazione registrata<sup>43</sup>, individuando, in tal modo, un limite alla portata della nozione di «evocazione» in termini di immediatezza ed intensità della risposta del consumatore – nel senso precisato al paragrafo 19 delle presenti conclusioni – piuttosto che di tipologia dello stimolo percettivo.

31. Ora, un tale limite è, a mio avviso, di per sé idoneo a contenere la portata dell'evocazione illecita – e, di conseguenza, la restrizione della libertà dei fabbricanti di prodotti convenzionali nella scelta delle modalità di presentazione al pubblico dei propri prodotti – entro confini che non oltrepassano ciò che è necessario a una tutela effettiva delle denominazioni registrate e a soddisfare l'esigenza di certezza del diritto degli operatori economici interessati<sup>44</sup>.

32. Accogliere, come suggerisco alla Corte di fare, un'interpretazione secondo cui può aversi evocazione ai sensi dell'articolo 13, paragraphe 1, lettera b), del regolamento n. 510/2006 anche attraverso l'impiego di segni figurativi e in assenza di somiglianza visiva, fonetica o concettuale tra DOP o IGP e designazione di vendita del prodotto convenzionale, oltre a trovare solidi appigli nella giurisprudenza della Corte è, a mio avviso, in linea sia con la volontà del legislatore dell'Unione di accordare un'ampia tutela a tali denominazioni, sia con l'importanza degli obiettivi perseguiti attraverso il riconoscimento di una tale tutela, richiamati al paragrafo 21 delle presenti conclusioni.

33. Sottolineo, infine, che l'interpretazione proposta non comporta alcuna interferenza della lettera b), dell'articolo 13, paragrafo 1, del regolamento n. 510/2006 con l'ambito di applicazione delle successive lettere c) e d) del medesimo paragrafo, che si riferiscono a «indicazioni» o «prassi» vietate non in quanto evocative di una denominazione registrata<sup>45</sup>, ma in quanto forniscono informazioni false o ingannevoli relativamente alla provenienza, all'origine, alla natura o alle qualità essenziali del prodotto o sono comunque suscettibili di trarre in inganno il consumatore.

34. Sulla base delle considerazioni che precedono la prima questione pregiudiziale va a mio avviso risolta nel senso che un'evocazione ai termini dell'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 510/2006 può configurarsi anche mediante l'impiego di segni figurativi e in assenza di somiglianza visiva, fonetica o concettuale tra la denominazione registrata e la designazione di vendita del prodotto di cui trattasi, a condizione che, in presenza dei segni controversi, il consumatore sia indotto ad avere direttamente in mente, come immagine di riferimento, la merce che beneficia di tale denominazione.

### *Sulla seconda questione pregiudiziale*

35. La seconda questione pregiudiziale può essere divisa in due parti. Nella prima, il giudice del rinvio chiede in sostanza alla Corte se l'uso di segni che evocano la regione cui è associata una DOP ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 1, lettera a), del regolamento n. 510/2006, per prodotti identici o simili a quelli coperti dalla DOP, costituisca evocazione illecita ai sensi dell'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), di tale regolamento. Nella seconda parte, il Tribunal Supremo (Corte suprema) chiede se si configuri evocazione illecita anche quando tali segni siano utilizzati da un produttore stabilito in detta regione ma per prodotti che non soddisfano il disciplinare della DOP.

36. La risposta alla prima parte di tale quesito discende dalle considerazioni fin qui svolte.

<sup>43</sup> Sentenza *Scotch Whisky Association* (punto 53).

<sup>44</sup> La rispondenza all'esigenza di certezza del diritto di tale limite è affermata dalla stessa Corte al punto 55 della sentenza *Scotch Whisky Association*.

<sup>45</sup> V. in tal senso sentenza *Scotch Whisky Association*, punto 65.

37. Dato il collegamento esistente tra i prodotti DOP e la regione di cui sono originari<sup>46</sup>, l'uso di segni, figurativi e/o denominativi, che evocano tale regione, per prodotti convenzionali identici o simili a quelli coperti dalla DOP, è suscettibile di richiamare alla mente del pubblico l'immagine di tali prodotti e di configurare di conseguenza un'evocazione illecita ai sensi dell'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 510/2006. In base a quanto precisato sopra, tuttavia, ciò può avvenire solo qualora l'associazione di idee con la zona geografica della DOP, suscitata dall'utilizzazione di segni evocativi, sia tale da richiamare *direttamente* alla mente del consumatore, come immagine di riferimento, i prodotti che beneficiano della DOP.

38. Come iterativamente affermato dalla Corte, spetta al giudice nazionale valutare, in relazione alla fattispecie sottoposta al suo esame, se ricorrono i presupposti di un'evocazione illecita<sup>47</sup>. Le considerazioni che seguono mirano pertanto unicamente a fornire qualche elemento che consenta di guidare il giudice del rinvio (o il giudice di merito cui eventualmente spetta pronunciarsi) in tale analisi.

39. Nel procedimento principale, sebbene le questioni pregiudiziali si focalizzino principalmente sui segni figurativi presenti sulle etichette controverse, si è in presenza di una serie di elementi, alcuni dei quali denominativi (i termini «Rocinante» e «adarga de oro») e altri figurativi (i disegni che riproducono le caratteristiche fisiche di taluni personaggi del celebre romanzo di Cervantes nonché elementi considerati tipici del paesaggio della Mancha), che il giudice del rinvio ritiene evocatori della regione collegata alla DOP «Queso manchego». I termini «manchego» o «Mancha» non sono riprodotti, nemmeno parzialmente, nei segni verbali contestati<sup>48</sup> e non vi è alcuna similitudine visiva e fonetica tra tali segni e la DOP in questione. Ne consegue che, come rileva il giudice del rinvio, nelle circostanze del procedimento principale, un'evocazione, se fosse constatata, sarebbe di natura meramente concettuale.

40. Laddove li si considerino isolatamente o anche in combinazione tra di loro, i segni figurativi contestati parrebbero, a un primo esame, inidonei ad integrare un'evocazione illecita ai sensi dell'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 510/2006, come interpretato dalla Corte nella sentenza Scotch Whisky Association. In effetti, come osservato dalla Commissione e dal governo tedesco, alcuni di tali segni sembrano troppo generici per suscitare nella mente del consumatore un nesso «univoco» con la regione della Mancha<sup>49</sup>, mentre le immagini che rinviano a personaggi del romanzo «Don Chisciotte de la Mancha» o a luoghi o scene celebri di tale romanzo, non sembrano idonee a stabilire un nesso sufficientemente «diretto» con la zona geografica in questione, che sarebbe richiamata alla mente solo in modo «mediato», attraverso una successione di associazioni di idee.

41. Ciò detto, non escludo che un'evocazione possa comunque essere constatata nelle circostanze del procedimento principale laddove i presupposti perché ricorra una tale fattispecie siano accertati sulla base di un esame globale che tenga conto di tutti gli elementi aventi un potenziale evocativo, siano essi verbali o figurativi, che appaiono sulle etichette contestate, dell'identità o della similitudine tra i prodotti in causa, nonché delle modalità di presentazione, pubblicizzazione e commercializzazione di tali prodotti<sup>50</sup>.

46 Il legame delle DOP con il territorio di riferimento è più stretto che nel caso delle IGP. L'articolo 2, paragrafo 1 del regolamento n. 510/2006 richiede, per le prime, che la produzione, la trasformazione e l'elaborazione dei relativi prodotti avvengano nella zona geografica delimitata [lettera a)], mentre per le seconde, è sufficiente che anche solo una di tali fasi abbia luogo in tale zona [lettera b)].

47 V. in particolare, sentenza del 21 gennaio 2016, Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, punti 22 e 31) e sentenza Scotch Whisky Association (punti 45, 46, 51, 52, 56 e punto 2 del dispositivo).

48 Figura sulle etichette controverse solo il termine «queso» che tuttavia, essendo generico, non gode di protezione, v. articolo 13, paragrafo 1, secondo comma, regolamento n. 510/2006.

49 Mi riferisco in particolare alle rappresentazioni di un gregge di pecore, di una pianura, della figura di un cavallo e di mulini a vento che figurano sulle etichette controverse e tra gli elementi figurativi dei marchi contestati.

50 Inclusa la confusione tra prodotti DOP e prodotti non DOP ingenerata, secondo quanto emerge dall'ordinanza di rinvio, da alcune informazioni che figurano sul sito internet di IQC. In proposito, osservo che il fatto che tali informazioni, ove ingannevoli, rientrino nell'ambito di applicazione della lettera c), dell'articolo 13, paragrafo 1, del regolamento n. 510/2006 non esclude che possano essere prese in considerazione quali indici di un'evocazione ai sensi della lettera b) di tale disposizione.

42. La seconda parte del quesito in esame verte sull'eventuale incidenza della circostanza che segni evocativi della regione associata a una DOP siano utilizzati per prodotti non coperti da tale denominazione, la cui produzione, elaborazione e trasformazione avvenga in tale regione<sup>51</sup>.

43. In proposito, osservo, al pari della ricorrente nel procedimento principale, dei governi francese, tedesco e spagnolo e della Commissione, che l'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 510/2006 non prevede alcuna esclusione dal suo ambito di applicazione delle situazioni in cui la provenienza geografica dei prodotti evocanti coincida con quella dei prodotti DOP o IGP. Ciò è d'altro canto in linea sia con la natura della tutela per evocazione – che, come si è visto, pur coprendo anche fattispecie confusorie, prescinde dall'esistenza di un errore del consumatore, incluso quello sull'origine geografica dei prodotti evocanti – sia con gli obiettivi perseguiti dal regolamento n. 510/2006. In effetti, consentire a produttori che operano nell'area geografica associata a una determinata DOP, ma senza uniformarsi al relativo disciplinare, di utilizzare segni evocativi di tale area geografica per prodotti identici o simili a quelli coperti dalla DOP indebolirebbe la garanzia di qualità conferita da tale denominazione<sup>52</sup>, garanzia che, pur essendo collegata essenzialmente alla provenienza geografica dei prodotti DOP, presuppone il rispetto di tutte le prescrizioni del disciplinare. Inoltre, non estendere la tutela per evocazione a condotte poste in essere da produttori locali che non rispettano il disciplinare lederebbe i diritti che devono essere riservati ai produttori che abbiano compiuto effettivi sforzi qualitativi al fine di poter utilizzare una denominazione d'origine registrata in forza del regolamento n. 510/2006, esponendoli, come sottolinea il governo francese, alle conseguenze di atti di concorrenza sleale che, proprio perché provengono da produttori stabiliti nella medesima area geografica, sono potenzialmente più nocivi<sup>53</sup>.

44. Sulla base delle considerazioni che precedono, la seconda questione pregiudiziale posta dal Tribunal Supremo (Corte suprema) va a mio avviso risolta nel senso che l'uso, per prodotti identici o simili a quelli coperti da una DOP ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 1, lettera a), del regolamento n. 510/2006, di segni che evocano la regione cui è associata la denominazione può configurare evocazione ai sensi dell'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), di tale regolamento anche nel caso in cui detti segni siano utilizzati da un produttore stabilito in detta regione per prodotti che non sono coperti dalla DOP.

### *Sulla terza questione pregiudiziale*

45. Con la terza questione pregiudiziale, il giudice del rinvio chiede alla Corte se la nozione di «consumatore medio normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto», alla quale deve riferirsi il giudice nazionale per accertare l'esistenza di un'evocazione ai sensi dell'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 510/2006, coincide con il consumatore europeo o può limitarsi al consumatore dello Stato membro nel quale il prodotto evocante è fabbricato e prevalentemente consumato.

46. Come accennato sopra e come hanno fatto valere tutti gli interessati che hanno presentato osservazioni dinanzi alla Corte, la risposta a tale quesito si deduce dalla sentenza del 21 gennaio 2016, Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35). In tale pronuncia, relativa all'interpretazione dell'articolo 16, lettera b), del regolamento n. 110/2008, la Corte ha precisato che, tenuto conto della necessità di garantire una protezione effettiva e uniforme delle indicazioni geografiche in tutta l'Unione, la nozione di

51 Vale a dire prodotti che non rispettano il disciplinare della DOP sotto profili diversi da quello della loro origine geografica.

52 Garanzia che costituisce «la funzione essenziale dei titoli conferiti in forza del regolamento n. 510/2006», v., in tal senso, sentenza dell'8 settembre 2009, Budějovický Budvar (C-478/07, EU:C:2009:521, punto 112).

53 Per quanto riguarda l'argomento sollevato in udienza dalla convenuta nel procedimento principale e fondato sull'esigenza di certezza del diritto circa la liceità dell'uso di segni registrati come marchi prima della registrazione di una denominazione d'origine in forza del regolamento n. 510/2006, ricordo che l'articolo 14, paragrafo 2, di tale regolamento prevede che l'uso di un marchio corrispondente a una delle situazioni di cui all'articolo 13 del medesimo regolamento, registrato anteriormente alla data di protezione della denominazione d'origine o dell'indicazione geografica nel paese d'origine può proseguire, nonostante la registrazione di una denominazione d'origine o di un'indicazione geografica. Spetta al giudice del rinvio accertare se nel procedimento principale ricorrono le condizioni di applicazione di tale disposizione.



«consumatore» alla cui percezione bisogna far riferimento per determinare la sussistenza o meno di un'evocazione ai sensi di tale disposizione designa «il consumatore europeo e non soltanto un consumatore dello Stato membro in cui si fabbrica il prodotto che dà luogo all'evocazione dell'indicazione geografica protetta»<sup>54</sup>. La stessa interpretazione deve a mio avviso essere accolta nell'ambito della tutela per evocazione predisposta dal regolamento n. 510/2006.

47. Le circostanze del procedimento principale sono tuttavia diverse da quelle del procedimento all'origine della sentenza *Viiniverla*<sup>55</sup>. Riferirsi al solo consumatore locale finlandese – in grado di riconoscere, nella denominazione «Verlados», il luogo di produzione del prodotto evocante – piuttosto che a quello europeo, avrebbe potuto significare, in quel caso, escludere l'esistenza di un'evocazione<sup>56</sup>. Al contrario, ove si prendesse in considerazione la percezione del solo consumatore spagnolo nel procedimento principale, la constatazione di un'eventuale evocazione risulterebbe più agevole, mentre rischierebbe di essere esclusa ove si tenesse invece conto del consumatore europeo (ad esclusione del consumatore spagnolo), poiché il nesso tra la regione della Mancha e i segni figurativi e verbali delle etichette contestate risulterebbe per tale consumatore necessariamente più tenue.

48. È per tale ragione che il giudice del rinvio chiede alla Corte di chiarire se, in circostanze come quelle del procedimento principale, deve tener conto del consumatore europeo o del solo consumatore spagnolo.

49. È evidente che la nozione di «consumatore europeo» presenta dei limiti intrinseci, trattandosi pur sempre di una *factio juris* che tende a ridurre a denominatore comune una realtà molto variegata e poco omogenea. Nell'ambito della protezione delle denominazioni registrate contro l'evocazione illecita – in cui è la percezione presunta del consumatore che viene in rilievo, ai fini dell'accertamento non di un rischio di confusione, ma di una semplice associazione d'idee – tale nozione, come più in generale quella di «consumatore medio normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto», va, inoltre, applicata con una particolare cautela.

50. Ciò detto, come sottolineato dalla Corte nella sentenza *Viiniverla*<sup>57</sup>, il ricorso alla nozione di «consumatore europeo» risponde all'esigenza di assicurare una tutela effettiva e uniforme delle denominazioni registrate in tutta l'Unione.

51. Ora, se una tale esigenza richiede che, anche per prodotti destinati a un commercio locale, non si tenga conto di circostanze suscettibili di *escludere* l'esistenza di un'evocazione illecita per i soli consumatori di uno Stato membro, per contro, essa non richiede che un'evocazione illecita *accertata* con riferimento al consumatore di un solo Stato membro sia insufficiente a far scattare la tutela predisposta dal regolamento n. 510/2006.

52. In base alle considerazioni che precedono, occorre a mio avviso rispondere alla terza questione pregiudiziale posta dal Tribunal Supremo (Corte suprema) nel senso che, per determinare se esista «evocazione» di una denominazione registrata ai sensi dell'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 510/2006, spetta al giudice nazionale far riferimento alla percezione di un consumatore medio europeo normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto, dovendo quest'ultima nozione essere intesa come riferita anche al consumatore dello Stato membro in cui sono fabbricati i prodotti che danno luogo a evocazione o al quale è geograficamente associata la denominazione registrata.

54 V. sentenza del 21 gennaio 2016, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, punto 27).

55 Sentenza del 21 gennaio 2016 (C-75/15, EU:C:2016:35).

56 Sebbene sulla base di un'interpretazione della nozione di evocazione limitata alla confondibilità tra i prodotti in causa e all'inganno del consumatore, comunque respinta dalla Corte, v. sentenze *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola*, C-87/97 (EU:C:1999:115, punto 26), *Commissione/Germania* (C-132/05, EU:C:2008:117, punto 45) e del 21 gennaio 2016, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, punto 44).

57 Sentenza del 21 gennaio 2016 (C-75/15, EU:C:2016:35, punto 27).



## Conclusione

53. Sulla base dell'insieme delle considerazioni che precedono suggerisco alla Corte di rispondere come segue alle questioni pregiudiziali poste dal Tribunal Supremo (Corte suprema, Spagna):

«L'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 510/2006 del Consiglio, del 20 marzo 2006, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli e alimentari, deve essere interpretato nel senso che un'evocazione ai termini di tale disposizione può configurarsi anche mediante l'impiego di segni figurativi e in assenza di somiglianza visiva, fonetica o concettuale tra la denominazione registrata e la designazione di vendita del prodotto di cui trattasi, a condizione che, in presenza dei segni controversi, il consumatore sia indotto ad avere direttamente in mente, come immagine di riferimento, la merce che beneficia di tale denominazione.

L'uso, per prodotti identici o simili a quelli coperti da una denominazione di origine protetta ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 1, lettera a), del regolamento n. 510/2006, di segni che evocano la regione cui è associata la denominazione può configurare evocazione ai sensi dell'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), di tale regolamento anche nel caso in cui detti segni siano utilizzati da un produttore stabilito in detta regione per prodotti che non sono coperti dalla denominazione di origine protetta.

Per determinare se esista “evocazione” di una denominazione registrata ai sensi dell'articolo 13, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 510/2006 spetta al giudice nazionale far riferimento alla percezione di un consumatore medio europeo normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto, dovendo quest'ultima nozione essere intesa come riferita anche al consumatore dello Stato membro in cui sono fabbricati i prodotti che danno luogo a evocazione o al quale è geograficamente associata la denominazione registrata».