

Marchi e indicazioni geografiche: Evoluzione del concetto di evocazione nella giurisprudenza della Corte di giustizia dell'Unione europea

Dr. Leonardo Dardi

Consulente in Proprietà Industriale – Sezione Marchi

presso ZANOLI & GIAVARINI S.p.A.

Treviso, 11 giugno 2026



Quadro normativo – Regolamento UE 2024/1143 (cfr. art. 40 Reg. UE 2023/2411)

Articolo 26

Protezione delle indicazioni geografiche

1. Le indicazioni geografiche iscritte nel registro dell'Unione delle indicazioni geografiche sono protette contro:

- a) qualsiasi impiego commerciale diretto o indiretto dell'indicazione geografica per prodotti che non sono oggetto di registrazione, qualora questi ultimi siano comparabili ai prodotti registrati con tale nome o l'uso di tale indicazione geografica per un prodotto o un servizio sfrutti, indebolisca, svigorisca o ancora danneggi la reputazione del nome protetto, anche quando tali prodotti sono utilizzati come ingredienti;
- b) qualsiasi usurpazione, imitazione o evocazione, anche se l'origine vera dei prodotti o servizi è indicata o se il nome protetto è una traduzione, una trascrizione o una traslitterazione o è accompagnato da espressioni quali «genere», «tipo», «metodo», «alla maniera», «imitazione», «gusto», «come» o simili, anche quando tali prodotti sono utilizzati come ingredienti;
- c) qualsiasi altra indicazione falsa o ingannevole relativa alla provenienza, all'origine, alla natura o alle qualità essenziali del prodotto usata sulla confezione o sull'imballaggio, nel materiale pubblicitario, sui documenti o nelle informazioni fornite su interfacce online relative al prodotto considerato, nonché l'impiego, per il confezionamento, di recipienti che possano indurre in errore sulla sua origine;
- d) qualsiasi altra pratica che possa indurre in errore il consumatore sulla vera origine del prodotto.

Leading case 04/03/1999, C-87/97, Cambozola, EU:C:1999:115

Gorgonzola vs Cambozola - formaggi

Secondo la Corte di giustizia, ai fini della determinazione dell'«evocazione» il criterio determinante è quello di accertare **«se il consumatore, in presenza di una denominazione controversa, sia indotto ad avere direttamente in mente, come immagine di riferimento, la merce che beneficia dell'indicazione geografica protetta» (§ 25).**

Nel caso di specie a fondare l'evocazione contribuivano **l'assonanza fonetica tra i segni** (ultime due sillabe) unita **alle caratteristiche visive del prodotto** (formaggio).

21/01/2016, C-75/15, Viiniverla, EU:C:2016:35

Verlados vs Calvados – acquavite di sidro di mele

«...per determinare se esista un'«evocazione» [...], spetta al giudice nazionale fare riferimento alla percezione di un consumatore medio normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto, dovendo quest'ultima nozione essere intesa come riferita a un **consumatore europeo** e non solo a un consumatore dello Stato membro in cui si fabbrica il prodotto che dà luogo all'evocazione dell'indicazione geografica protetta» (§ 28).

«...se del caso, si deve tener conto della **«somiglianza concettuale»** esistente tra i termini, pur di lingue diverse, poiché una tale somiglianza, nonché la similarità fonetica e visiva sono idonee a indurre il consumatore a pensare, come immagine di riferimento, al prodotto recante l'indicazione geografica protetta, quando si trova in presenza di un prodotto simile recante la denominazione controversa» (§ 35). «Per valutare se la denominazione «Verlados» costituisca un'«evocazione» dell'indicazione geografica protetta «Calvados», per prodotti analoghi, il giudice del rinvio deve prendere in considerazione **la similarità fonetica e visiva tra tali denominazioni** nonché eventuali elementi che possano indicare **se una tale similarità non sia frutto di circostanze fortuite**, in modo da verificare che il consumatore europeo medio, normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto, in presenza del nome di un prodotto, è indotto a pensare, come immagine di riferimento, al prodotto che beneficia dell'indicazione geografica protetta» (§ 48).

14/09/2017, C-56/16 P, PORT CHARLOTTE, EU:C:2017:693

Port vs Port Charlotte – liquore, whisky

«**L'incorporazione in un marchio di una denominazione protetta** in forza del regolamento (CE) n. 1234/2007, quale la denominazione di origine «port», non può infatti essere considerata come tale da sfruttare la notorietà di tale denominazione di origine, ai sensi dell'articolo 118 quaterdecies, paragrafo 2, lettera a), punto ii), di detto regolamento, **qualora tale incorporazione non induca il pubblico pertinente ad associare tale marchio o i prodotti per i quali quest'ultimo è registrato con la denominazione di origine in questione o il prodotto vitivinicolo per il quale essa è protetta**» (§ 115).

«[...] il segno «PORT CHARLOTTE», in quanto composto dal termine «port» e dal nome Charlotte, **sarà percepito come un'unità logica e concettuale dal pubblico pertinente come riferimento a un porto**, ossia un luogo situato lungo la costa o la riva di un fiume, al quale è associato un nome, il quale costituisce l'elemento più importante e più distintivo del marchio contestato. Secondo il Tribunale, il pubblico pertinente non percepirà, in tale segno, alcun riferimento geografico al vino di Porto che gode della denominazione di origine di cui trattasi» (§ 116).

07/06/2018, C-44/17, SCOTCH WHISKY, EU:C:2018:415

Scotch Whisky vs Glen - whisky

«...neppure una similarità fonetica e visiva con indicazione geografica protetta riscontrata nella denominazione controversa configura un presupposto essenziale per accertare l'esistenza di un' «evocazione» ai sensi dell'articolo 16, lettera b), del regolamento n. 110/2008. Infatti, essa costituisce solo uno dei criteri che il giudice nazionale deve prendere in considerazione allorché valuta se il consumatore, in presenza del nome del prodotto interessato, sia indotto ad aver in mente, come immagine di riferimento, la merce che beneficia dell'indicazione geografica protetta. Ne consegue che non è escluso che possa sussistere un'«evocazione» anche in assenza di una siffatta similarità « (§ 49).

«...il criterio determinante è quello di accertare se il consumatore, in presenza di una denominazione controversa, sia indotto ad avere direttamente in mente, come immagine di riferimento, la merce che beneficia dell'indicazione geografica protetta, circostanza che spetta al giudice nazionale valutare tenendo conto, se del caso, dell'incorporazione parziale di una indicazione geografica protetta nella denominazione controversa, di una **similarità fonetica e/o visiva** di tale denominazione con tale indicazione, o ancora di una **somiglianza concettuale** tra detta denominazione e detta indicazione « (§ 51).

«Invece, **il criterio** proposto dal giudice del rinvio [...] per configurare un'«evocazione» [...] vale a dire che l'elemento controverso del segno in questione debba suscitare nella mente del pubblico di riferimento **una qualsivoglia associazione** con l'indicazione geografica protetta o con la relativa zona geografica, **non può essere accolto**, in quanto esso **non attesta un nesso sufficientemente diretto ed univoco tra tale elemento e tale indicazione**» (§ 53).

«...per accertare l'esistenza di un'«evocazione» di un'indicazione geografica registrata, **non occorre tener conto del contesto** in cui si inserisce l'elemento controverso e, in particolare, **del fatto che quest'ultimo sia corredato da una precisazione circa la vera origine del prodotto in questione**» (§ 60).

02/05/2019, C-614/17, Queso Manchego, EU:C:2019:344

Queso Machego vs segni figurativi vari - formaggi

«...in linea di principio non si può escludere che **segni figurativi** siano in grado di richiamare direttamente nella mente del consumatore, come immagine di riferimento, i prodotti che beneficiano di una denominazione registrata, **a motivo della loro vicinanza concettuale con siffatta denominazione**» (§ 22).

«...l'utilizzo di segni figurativi che evocano l'area geografica alla quale è collegata una denominazione d'origine [...] può costituire un'evocazione della medesima anche nel caso in cui i suddetti segni figurativi **siano utilizzati da un produttore stabilito in tale regione, ma i cui prodotti, simili o comparabili a quelli protetti da tale denominazione d'origine, non sono protetti da quest'ultima**».

«La nozione di consumatore medio normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto [...] deve intendersi riferita a un consumatore europeo, **compreso un consumatore dello Stato membro in cui si fabbrica e si consuma maggiormente il prodotto** che dà luogo all'evocazione della denominazione protetta o a cui tale denominazione è associata geograficamente».

17/12/2020, C-490/19, Morbier, EU:C:2020:1043

Morbier vs uso linea nera sul prodotto - formaggio

«Per quanto riguarda la questione se la riproduzione della forma o dell'aspetto di un prodotto oggetto di una denominazione registrata possa costituire una prassi vietata [...] occorre osservare che, certamente [...] la **tutela** prevista da tali disposizioni **ha ad oggetto [...] la denominazione registrata e non il prodotto che essa ha ad oggetto**. Ne consegue che **tale tutela non ha lo scopo di vietare, in particolare, l'utilizzo delle tecniche di fabbricazione o la riproduzione di una o più caratteristiche contemplate nel disciplinare** di un prodotto protetto da una denominazione registrata, per il motivo che esse figurano in tale disciplinare, per realizzare un altro prodotto che non è oggetto della registrazione» (§ 36).

«**Tuttavia**, [...] una DOP è [...] una denominazione che identifica un prodotto originario di un luogo, di una regione o, in casi eccezionali, di un paese determinati le cui qualità o le cui caratteristiche sono dovute essenzialmente o esclusivamente a un particolare ambiente geografico ed ai suoi intrinseci fattori naturali e umani. **Le DOP sono dunque tutelate in quanto designano un prodotto che presenta determinate qualità o determinate caratteristiche. Di conseguenza, la DOP e il prodotto da essa protetto sono strettamente collegati**» (§ 37).

Pertanto, tenuto conto del carattere non limitativo dell'espressione «**qualsiasi altra prassi**» di cui ai rispettivi articoli 13, paragrafo 1, lettera d), dei regolamenti nn. 510/2006 e 1151/2012, **non si può escludere che la riproduzione della forma o dell'aspetto di un prodotto oggetto di una denominazione registrata, senza che tale denominazione figuri sul prodotto di cui trattasi o sul suo imballaggio, possa rientrare nell'ambito di applicazione di dette disposizioni**» (§ 38).

«Al fine di valutare se ciò si verifichi, occorre [...] tener conto di **tutti i fattori rilevanti** nel caso di specie, ivi comprese **le modalità di presentazione al pubblico e di commercializzazione dei prodotti di cui trattasi**, nonché del contesto fattuale. In particolare, per quanto riguarda [...] **un elemento dell'aspetto del prodotto** oggetto della denominazione registrata, occorre soprattutto valutare **se tale elemento costituisca una caratteristica di riferimento e particolarmente distintiva di tale prodotto** affinché la sua riproduzione possa, unitamente a tutti i fattori rilevanti nel caso di specie, indurre il consumatore a credere che il prodotto contenente detta riproduzione sia un prodotto oggetto di tale denominazione registrata» (§ 39 - § 40).

09/09/2021, C-783/19, Champanillo, EU:C:2021:713

Champagne vs Champanillo - vino, servizi di bar

1) **L'articolo 103, paragrafo 2, lettera b)**, del 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, **deve essere interpretato nel senso che protegge le denominazioni di origine protetta (DOP) da condotte relative sia ai prodotti che ai servizi.**

2) **L'articolo 103, paragrafo 2, lettera b)**, del regolamento n. 1308/2013 deve essere interpretato nel senso che l'«**evocazione**» di cui a tale disposizione, da un lato, **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** e, dall'altro, si configura quando l'uso di una denominazione produce, 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. L'esistenza di un tale nesso può risultare da diversi elementi, in particolare, dall'incorporazione parziale della denominazione protetta, dall'affinità fonetica e visiva tra le due denominazioni e dalla somiglianza che ne deriva, e anche in assenza di tali elementi, dalla vicinanza concettuale tra la DOP e la denominazione di cui trattasi o ancora da una somiglianza tra i prodotti protetti da tale medesima DOP e i prodotti o servizi contrassegnati da tale medesima denominazione.**

3) **L'articolo 103, paragrafo 2, lettera b)**, del regolamento n. 1308/2013 deve essere interpretato nel senso che l'«**evocazione**» di cui a tale disposizione **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.

09/09/2021, C-783/19, Champanillo, EU:C:2021:713

«Per quanto riguarda la formulazione dell'articolo 103, paragrafo 2, lettera b), del regolamento n. 1308/2013, occorre rilevare che tale disposizione prevede che una DOP sia protetta contro qualsiasi usurpazione, imitazione o evocazione, anche se è indicata l'origine vera del prodotto **«o servizio»** (§ 45).

«Ne consegue che, se è vero che solo i prodotti possono [...] beneficiare di una DOP, nell'ambito di applicazione della protezione conferita da tale denominazione rientra tuttavia **qualsiasi uso della stessa da parte di prodotti o servizi**» (§ 46).

«Una siffatta interpretazione derivante dalla formulazione dell'articolo 103, paragrafo 2, lettera b), del regolamento n. 1308/2013 è confermata **dal contesto** nel quale si inserisce tale disposizione. Infatti, da un lato, dal considerando 97 del regolamento n. 1308/2013 emerge che l'intenzione del legislatore dell'Unione è stata quella di istituire, tramite lo stesso regolamento, una **protezione delle DOP nei confronti di qualsiasi uso che ne sia fatto mediante prodotti e servizi che non rientrano nell'ambito di tale regolamento**. Dall'altro lato, il considerando 32 del regolamento n. 1151/2012, sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari, le cui disposizioni pertinenti, come rilevato al punto 32 della presente sentenza, sono analoghe a quelle del regolamento n. 1308 /2013, **enuncia altresì che la tutela delle DOP da usurpazioni, imitazioni ed evocazioni delle denominazioni registrate deve essere estesa ai servizi, onde garantire un livello di tutela elevato e analogo a quello che vige nel settore vitivinicolo**» (§ 47).

«Come risulta dai punti da 56 a 60 della presente sentenza, il regime di tutela delle DOP contro l'evocazione di cui all'articolo 103, paragrafo 2, lettera b), del regolamento n. 1308/2013 è **un regime di tutela oggettivo, poiché la sua applicazione non richiede la prova dell'intenzionalità o della colpa**. Inoltre, la tutela stabilita da tale disposizione **non è subordinata all'accertamento di un rapporto di concorrenza tra i prodotti protetti dalla denominazione registrata e i prodotti o i servizi** per i quali è utilizzato il segno di cui trattasi, né al rischio di confusione per il consumatore in relazione a tali prodotti o servizi» (§ 68).

Reg. UE 2024/1143

Il Regolamento (UE) 2024/1143 non modifica radicalmente la nozione di evocazione elaborata dalla Corte di giustizia, ma ne realizza la piena codificazione normativa e amplia sensibilmente gli strumenti di tutela. Le innovazioni principali consistono nell'estensione espressa della protezione ai servizi, nella tutela delle indicazioni geografiche nel contesto digitale e nei nomi di dominio, nella protezione rafforzata contro la diluizione della reputazione, nella disciplina dell'uso delle IG come ingredienti e nel rafforzamento del ruolo dei gruppi di produttori.

Particolarmente significativo è il considerando 35, secondo cui:

- l'evocazione si verifica quando nella mente del consumatore europeo medio, ragionevolmente informato, attento e avveduto, si crea un collegamento con il prodotto designato dall'indicazione geografica;
- il collegamento può derivare da termini, segni, elementi di etichettatura o di imballaggio;
- questa disposizione si fonda espressamente sulla giurisprudenza consolidata della Corte di giustizia.

Sintesi evolutiva

Decisione	Contributo alla nozione di evocazione
Cambozola	Evocazione fondata sulla somiglianza fonetica e sull'incorporazione parziale della DOP
Viiniverla	Parametro del consumatore europeo medio e centralità dell'associazione mentale anche senza forte somiglianza terminologica
Port Charlotte	Valutazione globale del segno e verifica dell'effettiva percezione del consumatore.
Scotch Whisky	Nesso diretto e univoco come criterio generale, anche senza somiglianza fonetica o visiva
Queso Manchego	Evocazione tramite elementi figurativi e simbolici
Morbier	Evocazione mediante caratteristiche esteriori del prodotto
Champanillo	Estensione dell'evocazione ai servizi; irrilevanza della concorrenzialità dei prodotti e servizi
Regolamento (UE) 2024/1143	Codificazione legislativa della giurisprudenza della Corte

Conclusioni ed ulteriori riflessioni

Dal 1999 al 2024 la nozione di evocazione ha subito un'espansione progressiva e sistematica, passando da una tutela centrata sulla similarità denominativa a una protezione onnicomprensiva che abbraccia elementi visivi, concettuali, l'ambito dei servizi e — con la riforma del 2024 — anche il dominio digitale e i prodotti artigianali confermando inoltre il passaggio da una tutela del mero segno geografico a una tutela del valore economico e reputazionale complessivamente incorporato nell'indicazione geografica. Il parametro del consumatore europeo medio normalmente informato rimane il perno interpretativo centrale, ma i fattori rilevanti per attivare la protezione si sono moltiplicati e il margine lasciato alle denominazioni terze si è progressivamente ristretto.

Alcuni nodi rimangono irrisolti e probabile oggetto di evoluzione giurisprudenziale/normativa.

La riforma del Reg. 2024/1143 mira a rafforzare la protezione online e nei mercati digitali, dove l'evocazione avviene tramite keyword advertising, nomi di dominio e tag su piattaforme e-commerce — terreno su cui la giurisprudenza è ancora frammentata.

Inoltre, se da un lato il sistema attuale privilegia nettamente la prevalenza dell'IG registrata sul marchio posteriore, dall'altro lascia spazio a situazioni di coesistenza regolate dalla buona fede e dalla continuità dell'uso, che generano il contenzioso più sofisticato davanti ai giudici europei e nazionali.

Per rapporto tra marchio collettivo geografico e indicazione geografica vedi caso SALVA CREMASCO R 1946/2024-G decisione del 14 maggio 2026.

Per rapporto marchi commerciali vs indicazioni geografiche si veda il caso causa C-341/24, Duca di Salaparuta.

Infine, il Regolamento UE 2023/2411 sulla protezione delle IG per i prodotti artigianali e industriali apre nuovi fronti: IG industriali e artigianali entreranno in collisione con marchi di settori tradizionalmente esclusi.

Conclusioni ed ulteriori riflessioni

La giurisprudenza della Corte di giustizia ha trasformato il concetto di evocazione da semplice imitazione lessicale a categoria ampia di tutela dell'identità economica, culturale e simbolica delle DOP e IGP.

Il risultato è una protezione molto intensa delle indicazioni geografiche europee, che oggi si estende ben oltre il mero uso del nome registrato. Ciò anche grazie ad una nozione di evocazione diventata estremamente elastica e ampia.

Secondo parte della dottrina, ciò trasforma le DOP/IGP in segni “forti”, assimilabili ai marchi celebri.

Tuttavia emergono anche criticità:

- rischio di eccessiva compressione della libertà commerciale;
- incertezza applicativa;
- difficoltà per gli operatori nel prevedere quando un richiamo simbolico diventi illecito;
- possibile tensione con la libertà di espressione e concorrenza.

Grazie per l'attenzione