

DECISIONE
della Commissione di ricorso allargata
14 maggio 2026

Nel procedimento R 1946/2024-G

Consorzio Tutela Salva Cremasco

Via 4 Novembre, 6
26013 Crema (CR)
Italia

Richiedente / Ricorrente

rappresentato da De Tullio & Partners S.r.l., Viale Liegi, 48/b, 00198 Roma, Italia

RICORSO concernente la domanda di marchio dell'Unione europea n. 18 819 576

LA COMMISSIONE DI RICORSO ALLARGATA

composta da Sven Stürmann (Presidente), Gordon Humphreys Bacon (Relatore), Virginia Melgar, Nina Korjus, Cinzia Negro, André Pohlmann, Christoph Bartos, Philipp von Kapff, Cornelis Govers (Membri)

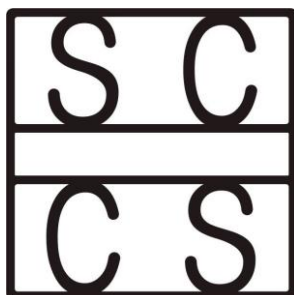
Cancelliere: K. Zajfert

ha pronunciato la seguente

Decisione

Sintesi dei fatti

- 1 Il 16 maggio 2003, il Consorzio Tutela Salva Cremasco (“la richiedente” o “il Consorzio”) presentava alla Regione Lombardia una domanda di registrazione dell’indicazione geografica (“IG”) “SALVA CREMASCO” come Denominazione di Origine Protetta (“DOP”), con il numero di protocollo M 114 206, ai sensi del Regolamento (CEE) n. 2081/92 del Consiglio, del 14 luglio 1992, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d’origine dei prodotti agricoli ed alimentari (Regolamento n. 2081/92). Successivamente, il 23 dicembre 2011, la Commissione europea registrava ufficialmente “SALVA CREMASCO” come DOP con il numero di fascicolo PDO-IT-0639, ai sensi del regolamento di esecuzione (UE) n. 1377/2011 della Commissione, del 20 dicembre 2011, recante iscrizione del Salva Cremasco (DOP) nel registro delle IG, attualmente in vigore. Ai sensi dell’articolo 5 del disciplinare della DOP “SALVA CREMASCO”, alla voce “Metodo di ottenimento”, è indicato che il logo “SCCS”, richiesto come marchio collettivo (cfr. paragrafo 2), deve essere apposto sul prodotto mediante uno stampo da tutti gli operatori che producono il formaggio in conformità alle norme stabilite in tale disciplinare. Inoltre, ai sensi dell’articolo 8 del suddetto disciplinare, intitolato “Etichettatura”, è obbligatorio utilizzare sia la denominazione “SALVA CREMASCO” sia tale logo su tutti gli involucri o imballaggi.
- 2 Con domanda presentata il 9 gennaio 2023, il Consorzio chiedeva la registrazione del marchio collettivo



per i seguenti prodotti, come limitati il 10 novembre 2023:

Classe 29: salse al formaggio; Spuntini a base di formaggio; Creme da spalmare a base di formaggio; tutti i prodotti sopra indicati a base di “Salva Cremasco” (IG) formaggio; “Salva Cremasco” (IG) formaggio.

- 3 A seguito della richiesta dell’esaminatore del 13 gennaio 2023, il 7 marzo 2023 la richiedente depositava il regolamento che disciplina l’uso del marchio collettivo, successivamente modificato il 10 novembre 2023, e lo statuto del Consorzio.
- 4 Il 10 luglio 2023, l’esaminatore emetteva una notifica dei motivi di rifiuto della domanda di marchio collettivo dell’Unione europea ai sensi dell’articolo 76, paragrafo 2, RMUE. Le obiezioni dell’esaminatore possono essere sintetizzate come segue:

- Il segno oggetto della domanda contiene un logo identico a quello contenuto nel disciplinare della DOP “SALVA CREMASCO”, in cui il marchio in questione appare all’articolo 5, “Metodo di ottenimento”.
 - Il logo contenuto nel disciplinare della DOP in questione deve essere utilizzato da tutti gli operatori che producono o commercializzano formaggio conforme al disciplinare, indipendentemente dal fatto che siano membri del Consorzio.
 - La differenza fondamentale risiede nella logica alla base delle DOP / IGP e dei marchi collettivi. Mentre le prime servono a garantire ai consumatori l’origine geografica dei prodotti e le particolari qualità ad essi inerenti, i secondi sono destinati a garantire l’origine commerciale collettiva dei prodotti venduti con quel marchio.
 - Il pubblico potrebbe essere indotto in errore circa il carattere o il significato del marchio in questione, poiché esso potrebbe essere considerato una DOP piuttosto che un marchio collettivo.
- 5 Il 10 novembre 2023, le osservazioni della richiedente alle obiezioni sollevate dall’esaminatore possono essere sintetizzate come segue:
- La richiedente è il Consorzio Tutela Salva Cremasco, l’ente incaricato dalle autorità italiane competenti della tutela, della promozione, della vigilanza e della valorizzazione della DOP “SALVA CREMASCO” e dei prodotti ad essa correlati.
 - Il segno in questione è un logo figurativo che non include il nome “SALVA CREMASCO”; lo scopo della registrazione di questo marchio collettivo è garantire una maggiore protezione alla DOP e valorizzarla, anche a livello internazionale, impedendo l’uso di marchi simili che non includono la denominazione protetta “SALVA CREMASCO” da parte di soggetti non autorizzati.
 - Non esiste alcun divieto esplicito nella legislazione dell’UE riguardo alla registrazione di marchi collettivi che identificano DOP o IGP.
 - L’articolo 74, paragrafo 2, RMUE prevede espressamente la possibilità di registrare i cosiddetti marchi collettivi geografici. Inoltre, il titolare di un tale marchio collettivo non può “vietare a un terzo l’uso nel commercio di siffatti segni o indicazioni, purché detto uso sia conforme alle consuetudini di lealtà in campo industriale o commerciale; in particolare, un siffatto marchio non deve essere opposto a un terzo abilitato a utilizzare una denominazione geografica”. Di conseguenza, è chiaro che il Consorzio non può impedire agli operatori autorizzati a utilizzare la DOP “SALVA CREMASCO”, che non sono membri del Consorzio, di utilizzare il marchio collettivo geografico in questione, come previsto dal disciplinare di produzione.
 - Il pubblico non può tuttavia essere indotto in errore circa la natura del marchio in questione, poiché il segno contestato non può essere considerato coincidente con la DOP “SALVA CREMASCO”. Data l’assenza della dicitura “SALVA CREMASCO” dal segno in questione, qualsiasi associazione con la denominazione protetta non sarà immediata nella mente del pubblico, il quale non può quindi essere indotto in errore circa il carattere o il significato del marchio.

- L’Ufficio ha recentemente registrato diversi marchi collettivi dell’Unione europea che riproducono loghi inclusi nel disciplinare delle DOP / IGP a cui il marchio collettivo si riferisce.
- 6 Il 5 agosto 2024, l’esaminatore adottava una decisione (“la decisione impugnata”) che respingeva integralmente la registrazione del marchio richiesto ai sensi dell’articolo 76, paragrafo 2, RMUE.
- 7 L’esaminatore faceva riferimento alla notifica di rifiuto e rispondeva alle osservazioni della richiedente come segue:
- Sebbene il principio della tutela del nome in quanto denominazione di origine sia innegabilmente corretto, l’argomentazione della richiedente secondo cui il logo in questione non rientrerebbe nell’ambito di protezione della DOP “SALVA CREMASCO” non può essere accolta. Affinché un operatore possa utilizzare una DOP, è necessario rispettare le norme stabilite nel disciplinare di produzione, che definisce le caratteristiche del prodotto, il suo legame con l’area geografica, il metodo di produzione e altri requisiti obbligatori, comprese le norme di etichettatura, ove applicabili.
 - Il marchio collettivo è identico al logo contenuto nell’articolo 5 del disciplinare della DOP “SALVA CREMASCO”. Tale logo è, e sarà quindi, obbligatorio per tutti gli operatori che producono formaggio in conformità alle norme stabilite in tale disciplinare. A tal proposito, l’articolo 8 del disciplinare della DOP, intitolato “Etichettatura”, prevede l’uso obbligatorio del logo sopra menzionato. Come stabilito dal disciplinare, i consumatori troveranno quindi tale logo come complemento necessario al nome “SALVA CREMASCO”.
 - Poiché il logo deve essere utilizzato da tutti gli operatori che, indipendentemente dall’appartenenza al Consorzio richiedente il marchio collettivo, producono o commercializzano formaggi conformi al disciplinare della DOP “SALVA CREMASCO”, il logo si fonde con la DOP e, di conseguenza, con l’indicazione dell’origine geografica dei prodotti. Un logo come quello in questione, che svolge tale funzione ed è utilizzato come identificatore dell’origine geografica dei prodotti e delle qualità specifiche ad essi inerenti, non può contemporaneamente svolgere una funzione diversa e divergente, vale a dire quella di indicare l’origine commerciale collettiva di tali prodotti. È in questo senso che il marchio collettivo risulterà fuorviante quanto alla sua natura, poiché il pubblico sarà indotto a percepirlo come un’indicazione geografica.
 - Inoltre, va osservato che i marchi collettivi sono di proprietà della richiedente e possono essere utilizzati solo dai suoi membri. Per contro, ai sensi dell’articolo 12 del regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 21 novembre 2012, relativo ai regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari (regolamento n. 1151/2012), le DOP / IGP possono essere utilizzate da qualsiasi operatore del mercato che produca i propri prodotti in conformità al corrispondente disciplinare DOP / IGP.
 - Di conseguenza, sussiste il rischio di indurre in errore il pubblico circa il carattere collettivo del segno richiesto. Da un lato, il marchio collettivo può essere utilizzato solo dai membri della richiedente per distinguere i propri prodotti e che sono

autorizzati a tal fine ai sensi del regolamento d'uso; dall'altro lato, la DOP e il logo – il cui uso è reso obbligatorio per il confezionamento ai sensi del disciplinare – possono essere utilizzati da chiunque produca formaggio in conformità con il relativo disciplinare.

- A questo proposito, il marchio collettivo oggetto della presente domanda indurrebbe in errore il pubblico, in quanto dà l'impressione di poter essere utilizzato da chiunque soddisfi i criteri di produzione stabiliti nel disciplinare della DOP, mentre può essere utilizzato esclusivamente da soggetti autorizzati che siano membri dell'associazione. Se il regolamento d'uso consentisse l'utilizzo del marchio collettivo da parte di soggetti non membri dell'associazione, ciò risulterebbe incompatibile con la natura del marchio collettivo.
 - Poiché il logo è associato alla DOP e, di conseguenza, all'indicazione dell'origine geografica dei prodotti, tale logo non può svolgere contemporaneamente la funzione diversa e divergente di indicare l'origine commerciale di tali prodotti. Anche se si dovesse accogliere l'argomentazione della richiedente relativa all'applicazione dell'articolo 74, paragrafo 2, RMUE, tale eccezione sarebbe irrilevante, poiché il marchio in questione è intrinsecamente ingannevole ai sensi dell'articolo 76, paragrafo 2, RMUE.
 - L'argomentazione sopra menzionata della richiedente è inoltre irrilevante, poiché ciò che verrebbe impedito ai produttori della DOP "SALVA CREMASCO" attraverso la registrazione del marchio collettivo in questione è l'uso del logo, e non l'uso della DOP "SALVA CREMASCO" stessa. In tale scenario, le disposizioni dell'articolo 74, paragrafo 2, RMUE non sarebbero applicabili al caso di specie.
- 8 Il 4 ottobre 2024, la richiedente presentava ricorso (04/10/2024, R 1946/2024-1) contro la decisione impugnata, chiedendone l'annullamento. L'Ufficio riceveva la memoria contenente i motivi di ricorso il 5 dicembre 2024.

Conclusioni e argomentazioni della richiedente

- 9 Le argomentazioni presentate a sostegno del ricorso possono essere sintetizzate come segue:
- La richiedente il marchio collettivo in questione è il Consorzio, l'ente ufficialmente incaricato dalle autorità italiane competenti della tutela, della promozione, della vigilanza e della valorizzazione della DOP "SALVA CREMASCO" e dei prodotti ad essa correlati. Ciò costituisce un'ulteriore garanzia per i consumatori, dato che la richiedente è l'ente ufficialmente responsabile della tutela e della promozione dell'IG alla base della DOP "SALVA CREMASCO".
 - Il carattere ingannevole di cui all'articolo 76, paragrafo 2, RMUE deve quindi essere valutato non in termini assoluti e generali, ma in relazione al modo in cui il pubblico di riferimento percepirà il marchio quando lo incontrerà, il che può avvenire al momento della decisione di acquisto.

- Attualmente (e al momento della domanda di registrazione del marchio in questione), tutti i produttori sono membri del Consorzio. Di conseguenza, non sussiste alcuna possibilità concreta di inganno nel senso descritto nella decisione impugnata.
- Anche se esistessero produttori non affiliati, la presenza sul mercato di un marchio collettivo di proprietà del Consorzio, identico al logo contenuto nel disciplinare della DOP “SALVA CREMASCO”, non indurrebbe in errore i consumatori, poiché il Consorzio è anche l’ente incaricato della tutela e della promozione del formaggio “SALVA CREMASCO”.
- Il consumatore, pertanto, al momento dell’acquisto, percepirà il prodotto come appartenente alla filiera del Consorzio, e il marchio sarà considerato come un’ulteriore garanzia che il formaggio (o il prodotto a base di formaggio) acquistato provenga dalla filiera del Consorzio e sia quindi conforme ai suoi standard di lavorazione, che sono del tutto complementari alla garanzia di qualità offerta dalla DOP “SALVA CREMASCO”. Infatti, al momento dell’acquisto, il consumatore non si chiederà se il produttore sia membro del Consorzio. Al contrario, è altamente probabile che il consumatore non sia a conoscenza del fatto che un produttore di una DOP possa non far parte del Consorzio, e ritenga invece che tutti i produttori debbano necessariamente esserne membri.
- Se un terzo dovesse depositare o utilizzare un marchio simile al logo in questione, senza la dicitura “SALVA CREMASCO”, o con una dicitura diversa, o con lettere diverse da “SCCS”, il fatto di fare affidamento sulla DOP non garantirebbe che il Consorzio possa impedire tale uso illecito e ottenere una protezione completa. Pertanto, il rifiuto di registrare il marchio collettivo in questione non garantirebbe una protezione equa e adeguata della DOP “SALVA CREMASCO” per i consumatori.
- Il marchio in questione potrebbe inoltre essere utilizzato dal Consorzio come base per una registrazione internazionale che designi paesi extra-UE in cui le IG non sono protette o riconosciute, o in cui è richiesta la registrazione di un marchio, oltre alla DOP/IGP, al fine di presentare opposizioni.
- La decisione impugnata afferma ripetutamente che la prassi dell’Ufficio consiste nell’acceptare domande di marchio collettivo contenenti loghi inclusi nei disciplinari o nei documenti unici delle IG, qualora il logo identico sia accompagnato da un riferimento alla richiedente (Consorzio). Tuttavia, applicando i principi e la prassi relativi al rischio di confusione tra marchi, il riferimento al Consorzio non sarebbe di fatto sufficiente a distinguere visivamente due loghi identici. In primo luogo, dato che il riferimento al Consorzio includerebbe anche la DOP o l’IGP, l’elemento dominante sarebbe indubbiamente la componente grafica, che risulterebbe identica a quella della DOP. Inoltre, il riferimento al Consorzio sarebbe secondario rispetto all’elemento grafico, il quale attirerebbe maggiormente l’attenzione del consumatore. Il pubblico di riferimento non sarebbe quindi in grado di distinguere i due loghi solo perché uno di essi contiene un riferimento al Consorzio; percepirebbe piuttosto tale riferimento semplicemente come un’informazione aggiuntiva che identifica il titolare del marchio collettivo.

- Ai sensi della legge italiana, l’articolo 14, comma 16, della legge 21 dicembre 1999, n. 526, Disposizioni per l’adempimento degli obblighi derivanti dall’appartenenza dell’Italia alle Comunità europee, Legge comunitaria 1999, consente chiaramente ai Consorzi di essere titolari di marchi collettivi che identificano DOP, IGP e Specialità Tradizionali Garantite (“STG”). Inoltre, non vi è alcun divieto esplicito nel diritto dell’Unione europea riguardo alla registrazione di marchi collettivi che identificano DOP o IGP (15/11/2023, R 1073/2022-5, GRANA PADANO (fig.), § 19).
- L’eccezione di cui all’articolo 74, paragrafo 2, RMUE è rilevante nel caso di specie proprio perché uno dei motivi per cui l’Ufficio ritiene che il marchio collettivo in questione non sia registrabile è la necessità di garantire che il logo specifico rimanga liberamente disponibile per tutti i produttori che rispettano il disciplinare della DOP.
- L’articolo 74, paragrafo 2, RMUE può infatti essere interpretato nel senso di consentire la registrazione di marchi collettivi geografici che fanno riferimento a DOP e IGP da parte degli organismi ufficialmente responsabili della loro tutela. In caso contrario, il chiarimento relativo al nome geografico non avrebbe alcuno scopo, poiché un marchio contenente un termine geografico che evoca un’indicazione geografica sarebbe comunque inammissibile alla registrazione in base al motivo assoluto di rifiuto di cui all’articolo 7, paragrafo 1, lettera j), RMUE.
- Il Consorzio non potrà impedire a futuri e potenziali operatori aventi diritto all’uso della DOP “SALVA CREMASCO” che non siano affiliati al Consorzio di utilizzare il marchio collettivo geografico in questione, come previsto dal disciplinare. Lo scopo della registrazione del marchio in questione è rafforzare la protezione della DOP “SALVA CREMASCO” e impedire a terzi non autorizzati di utilizzare il logo in questione, anche senza la dicitura “SALVA CREMASCO”.
- Tenuto conto dei marchi dell’Unione europea n. 18 756 425



Südtiroler Speck Konsortium
Consorzio Tutela Speck Alto Adige



e n. 18 563 996

, è evidente che il riferimento ai rispettivi consorzi è secondario rispetto al logo e, inoltre, in tali casi sono indicate anche le rispettive IG. Questi due esempi contribuiscono a dimostrare che i consumatori attribuiranno certamente minore importanza al riferimento ai consorzi e non percepiranno differenze tra il logo dell’IG e il marchio collettivo.

Comunicazione ai sensi dell’articolo 70, paragrafo 2, RMUE, in combinato disposto con l’articolo 47, paragrafo 1, RMUE, relativa al ricorso R 1946/2024-1

- 10 Il 14 aprile 2025, la Commissione ha inviato una comunicazione alla richiedente, invitandolo a fornire chiarimenti su varie questioni.

- In primo luogo, è stato chiesto alla richiedente se gli operatori non affiliati al Consorzio fossero comunque obbligati a utilizzare il segno in questione per apporre la DOP “SALVA CREMASCO” sui prodotti conformi al disciplinare.
 - In secondo luogo, è stato chiesto di chiarire in che modo l’uso del segno in questione sui prodotti conformi al disciplinare da parte di operatori non appartenenti al Consorzio sia compatibile con la finalità dei marchi collettivi dell’UE, che è quella di distinguere i prodotti dei membri dell’associazione titolare del marchio collettivo da quelli di altre imprese non associate.
 - In terzo luogo, è stato chiesto alla richiedente di spiegare perché il pubblico non avrebbe associato la DOP “SALVA CREMASCO” al segno in questione.
- 11 Il 14 maggio 2025, la richiedente rispondeva alla comunicazione. Le argomentazioni presentate dalla richiedente in risposta possono essere sintetizzate come segue:
- Il segno richiesto come marchio collettivo dell’UE deve essere utilizzato da tutti gli operatori che, indipendentemente dal fatto che siano membri del Consorzio, producono o commercializzano formaggio conforme al disciplinare della DOP “SALVA CREMASCO”. Di conseguenza, il segno può essere utilizzato anche da qualsiasi produttore che non sia membro del Consorzio, a condizione che appartenga alla filiera certificata della DOP “SALVA CREMASCO”.
 - La funzione di un marchio collettivo è quella di garantire ai consumatori che i prodotti che recano il segno provengano da imprese appartenenti a una specifica associazione e che siano conformi a determinati standard. Tuttavia, in particolare nel settore agroalimentare e per quanto riguarda le denominazioni protette (DOP/IGP), tale funzione può anche essere interpretata come una garanzia di conformità al disciplinare, sotto la supervisione del titolare del marchio collettivo, anche quando il produttore non è formalmente membro dell’associazione.
 - Si precisa, inoltre, che gli stampi in plastica che riproducono il segno da utilizzare per la marcatura del prodotto sono di proprietà della richiedente e vengono prodotti da un unico soggetto autorizzato dal Consorzio, il quale custodisce lo stampo originale per conto del Consorzio. È il Consorzio che, a seguito dell’autorizzazione di “nulla osta” rilasciata dall’ente certificatore della DOP “SALVA CREMASCO”, ordina la produzione e consegna lo stampo al nuovo produttore. La concessione dello stampo da parte della richiedente a tutti i produttori può quindi essere intesa come una licenza del segno anche a produttori non membri, che in ogni caso rimarrebbero sempre collegati al Consorzio.
 - Il consumatore, pertanto, al momento dell’acquisto, percepirà il prodotto come appartenente alla filiera del Consorzio, e il marchio sarà considerato come un’ulteriore garanzia che il formaggio (o il prodotto a base di formaggio) acquistato provenga dalla filiera del Consorzio e soddisfi quindi i suoi standard di lavorazione, che sono del tutto complementari alla garanzia di qualità offerta dalla DOP “SALVA CREMASCO”.
 - Il marchio collettivo in questione potrà inoltre essere utilizzato dal Consorzio come base per una registrazione internazionale che designi paesi extra-UE in cui le IG non sono protette o riconosciute, o in cui sia richiesta la registrazione del marchio

oltre a quella della DOP / IGP al fine di presentare opposizioni (ad esempio, in Svizzera). Il marchio collettivo sarà quindi utilizzato per rafforzare la protezione della DOP “SALVA CREMASCO”.

Rinvio alla Commissione di ricorso allargata ai sensi dell’articolo 165, paragrafo 3, RMUE

- 12 Con decisione provvisoria (7 luglio 2025, R 1946/2024-1, SCCS (fig.)), il caso è stato deferito alla Commissione di ricorso allargata a causa del grado di complessità giuridica del caso e della sua importanza, in particolare per quanto riguarda il carattere potenzialmente ingannevole di una domanda di marchio collettivo. L’esame di tale questione è suscettibile di sollevare ulteriori questioni giuridiche relative all’ambito di protezione e alle funzioni specifiche di queste diverse categorie di diritti (ad esempio, i marchi collettivi e le indicazioni geografiche). In particolare, le ragioni principali del rinvio erano le seguenti:
- Poiché la richiedente ha confermato che esiste la possibilità – sebbene al momento solo teorica – che il marchio richiesto possa essere utilizzato per la produzione o la commercializzazione di formaggio da parte di operatori non appartenenti al Consorzio, a condizione che facciano parte della filiera certificata della DOP “SALVA CREMASCO”, si pone la questione se, in tale situazione, la protezione simultanea delle DOP e dei marchi collettivi sia compatibile con il diritto dell’UE.
 - La Commissione rileva la scarsità sia della giurisprudenza dell’UE in materia sia della giurisprudenza pertinente in generale.
 - Da un lato, le Direttive dell’Ufficio attualmente rifiutano tali registrazioni per il loro carattere ingannevole (Linee guida, Parte B, Esame, Sezione 4, Impedimenti assoluti alla registrazione, Capitolo 15, Marchi collettivi dell’Unione europea, punto 15.3.1, Carattere o significato ingannevole del marchio). Dall’altro lato, il RMUE non sembra contenere alcuna restrizione esplicita sulla natura collettiva della titolarità dei marchi collettivi per il logo oggetto della domanda e non affronta la questione se un’associazione o un organismo di regolamentazione, come un “Consorzio”, possano detenere tali segni come marchi collettivi.
 - Sebbene il suddetto cumulo di diritti sia stato ritenuto ammissibile nei casi in cui i segni in questione siano altamente simili (15/11/2023, R 1073/2022-5, GRANA PADANO (fig.), § 19), la questione rimane aperta quando i segni in questione sono identici.

Osservazioni presentate dalle parti interessate

- 13 Il 1° settembre 2025 è stata pubblicata nella Gazzetta ufficiale dell’Ufficio la decisione di rinvio alla Commissione di ricorso allargata ai sensi dell’articolo 37, paragrafo 2, RDMUE. Entro due mesi dalla pubblicazione, la “European Communities Trademark Association” (“ECTA”) e la “International Trademark Association” (“INTA”) hanno presentato le loro osservazioni scritte ai sensi dell’articolo 37, paragrafo 6, RDMUE.

- 14 Il 30 ottobre 2025, anche il Gruppo di ricerca nel settore del diritto commerciale dell'Università di Alicante ("UA") ha presentato le proprie osservazioni.

Osservazioni dell'ECTA

- 15 Il 23 ottobre 2025, l'ECTA ha presentato delle osservazioni i cui punti chiave sono i seguenti:

- Il diritto dell'Unione non vieta la registrazione come marchio collettivo di un segno figurativo che riproduca identicamente il logo contenuto nel disciplinare di una DOP / IGP. Al contrario, l'articolo 74 RMUE consente espressamente alle associazioni di produttori di registrare marchi collettivi e impedisce loro di utilizzare tali marchi per impedire l'uso legittimo delle indicazioni geografiche.
- L'articolo 45, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 1151/2012 (ora articolo 32, paragrafo 4, del regolamento (UE) 2024/1143 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 aprile 2024, relativo alle indicazioni geografiche per i vini, le bevande spiritose e i prodotti agricoli, nonché alle specialità tradizionali garantite e alle menzioni di qualità facoltative per i prodotti agricoli, che modifica i regolamenti (UE) n. 1308/2013, (UE) 2019/787 e (UE) 2019/1753 e che abroga il regolamento (UE) n. 1151/2012, regolamento n. 2024/1143) conferisce ai gruppi di produttori il diritto di tutelare i diritti di proprietà intellettuale connessi all'IG, il che include la registrazione di un logo come marchio collettivo. Quando il logo contenuto nel disciplinare dell'IG non include alcun riferimento all'IG, come nel caso in esame, l'unico mezzo di tutela disponibile è la registrazione di un marchio collettivo, poiché la protezione accordata all'IG dai regolamenti pertinenti non si estenderebbe al suo logo.
- Non sussiste il carattere ingannevole, di cui all'articolo 76, paragrafo 2, RMUE, quando il titolare del marchio collettivo è il consorzio o l'ente o l'associazione incaricati della promozione e della tutela del logo connesso all'IG.
- La questione determinante ai sensi dell'articolo 76, paragrafo 2, RMUE è la percezione dei consumatori. Sebbene sia vero che le indicazioni geografiche e i marchi collettivi abbiano finalità diverse e requisiti di utilizzo differenti, l'ECTA ritiene che ciò sia irrilevante ai fini della percezione che i consumatori hanno dei segni richiesti come marchi collettivi. I consumatori percepiranno il logo come un segno che identifica collettivamente i prodotti che beneficiano dell'indicazione geografica. Poiché, in questo caso, i prodotti sono limitati a quelli conformi al disciplinare della DOP, tale impressione non sembra fuorviante, ma accurata.
- Le Direttive dell'EUIPO creano un'incoerenza: consentono la registrazione degli stessi loghi contenuti nei disciplinari di una DOP se viene aggiunto il nome del titolare, ma la negano quando il logo appare da solo. L'ECTA sostiene che tale aggiunta non modifichi in modo significativo la percezione dei consumatori.
- La valutazione dell'EUIPO dovrebbe limitarsi a verificare se il segno richiesto rientri in uno dei motivi di rifiuto previsti dal RMUE, senza estendere l'analisi a eventuali conflitti apparenti tra diversi atti legislativi. Il presunto conflitto normativo non costituisce un motivo assoluto di rifiuto e non è certamente incluso

in quello di cui all'articolo 76, paragrafo 2, RMUE, che si basa sulla percezione del pubblico.

Osservazioni dell'INTA

- 16 Il 3 novembre 2025, l'INTA ha presentato delle osservazioni i cui punti principali sono i seguenti:
- L'articolo 74, paragrafo 2, RMUE consente esplicitamente la registrazione delle IG come marchi collettivi dell'UE, ma i terzi mantengono il diritto di utilizzare il nome geografico in conformità con le pratiche leali.
 - Inoltre, ai sensi dell'articolo 36 del regolamento n. 2024/1143, un'IG registrata può essere utilizzata da qualsiasi operatore che commercializzi un prodotto conforme al disciplinare corrispondente, senza dover essere membro del gruppo di produttori titolare della rispettiva registrazione come IG.
 - Non vi è alcuna distinzione tra la registrazione di un nome geografico come marchio collettivo dell'UE in forma verbale e la registrazione di un logo incluso nel disciplinare di una DOP o di una IGP, che deve essere utilizzato insieme al nome geografico. Se si dovesse sostenere che un marchio collettivo è potenzialmente ingannevole ai sensi dell'articolo 76, paragrafo 2, RMUE perché potrebbe essere utilizzato da chiunque soddisfi i criteri di produzione stabiliti nel disciplinare dell'IG, anche se non è membro dell'organizzazione di produttori titolare del marchio, allora, con la stessa logica, anche qualsiasi marchio collettivo che tuteli un nome geografico ai sensi dell'articolo 74, paragrafo 2, RMUE sarebbe ingannevole.
 - L'articolo 74, paragrafo 2, RMUE non si riferisce specificamente ai nomi geografici solo come parole, ma a qualsiasi segno o indicazione che possa servire a designare l'origine geografica dei prodotti. Poiché, ai sensi dell'articolo 4 RMUE, i segni ai sensi del regolamento includono in particolare parole, disegni, lettere, cifre, colori e persino la forma dei prodotti, non vi è motivo di ritenere che i segni menzionati nell'articolo 74, paragrafo 2, RMUE non includano i loghi. Pertanto, anche un marchio collettivo dell'Unione europea che protegga un logo rientrerebbe nell'eccezione di cui all'articolo 74, paragrafo 2, RMUE.
 - Il carattere ingannevole ai sensi dell'articolo 76, paragrafo 2, RMUE si applicherebbe *a fortiori* ai marchi denominativi registrati come indicazioni geografiche, e questi sono esplicitamente ammessi alla registrazione dal regolamento sul marchio dell'Unione europea. L'applicazione della motivazione dell'esaminatore porterebbe all'esclusione dalla registrazione come marchio collettivo di qualsiasi denominazione geografica, un risultato contrario al tenore letterale della disposizione normativa.
 - Se i loghi contenuti nelle specifiche delle IG fossero considerati non ammissibili alla registrazione come marchi collettivi, essi rimarrebbero con una protezione limitata, dato che non sono essi stessi DOP o IGP e che non potrebbero essere registrati come marchi individuali. Tuttavia, potrebbero ricevere protezione in

quanto rientrano nell'ambito di applicazione dell'articolo 26 del regolamento n. 2024/1143.

- Per quanto riguarda l'argomentazione secondo cui i marchi collettivi sarebbero necessari per fornire una protezione supplementare alle IG mediante la richiesta di una registrazione internazionale ai sensi del Protocollo di Madrid, l'INTA nutre dubbi sul fatto che tale argomentazione possa essere valida. Sebbene il considerando 45 RMUE sottolinei che esso garantirà la registrazione efficace ed efficiente dei marchi internazionali anche in relazione ai marchi collettivi, l'INTA ritiene che la protezione efficace delle IG anche al di fuori dell'Unione europea sia piuttosto un compito politico che dovrebbe essere risolto a un livello diverso rispetto alle procedure amministrative dinanzi all'EUIPO.

Osservazioni del Gruppo di ricerca nel settore del diritto commerciale dell'Università di Alicante (UA)

17 Le osservazioni presentate dall'UA possono essere sintetizzate come segue:

- Un'IG è un termine che deve rimanere liberamente utilizzabile da qualsiasi operatore che rispetti il disciplinare. Al contrario, il logo in questione è un segno figurativo presentato per la registrazione come marchio collettivo dal Consorzio e applicato obbligatoriamente ai prodotti conformi alla DOP attraverso il disciplinare. L'esaminatore ritiene che il logo possa indurre in errore i consumatori facendogli percepire una DOP anziché un marchio collettivo, ma questo ragionamento è discutibile.
- Non è affatto evidente che i consumatori percepiscano il logo come una DOP, poiché una DOP è una designazione verbale piuttosto che un segno figurativo. Una questione diversa, tuttavia, è se il modo in cui il logo viene utilizzato possa, nel tempo, indurre i consumatori ad associarlo alla DOP.
- Tutti i produttori che attualmente rispettano il disciplinare della DOP appartengono al Consorzio, quindi il marchio, in pratica, non suggerisce un'origine commerciale errata. Eventuali future modifiche alla composizione del Consorzio o adeguamenti al disciplinare potrebbero essere utilizzati allo stesso modo per prevenire qualsiasi potenziale rischio di inganno.
- Tenuto conto del significato del segno, questa situazione rispecchia quella dei marchi di garanzia registrati in alcuni Stati membri che, a causa dell'impossibilità di registrare a livello dell'UE marchi di certificazione che indicano l'origine geografica, sono stati depositati e accettati presso l'EUIPO come marchi collettivi.
- Il diritto dell'Unione, in particolare l'articolo 74, paragrafo 2, RMUE, consente espressamente che i marchi collettivi contengano indicazioni geografiche e limita i diritti esclusivi dei loro titolari al fine di preservare un uso descrittivo leale. Poiché i terzi autorizzati a utilizzare un'indicazione geografica possono continuare a utilizzarla indipendentemente dal marchio collettivo, tali marchi non possono essere considerati ingannevoli per il solo fatto di incorporare termini geografici.

- La Corte conferma che i marchi collettivi possono legittimamente incorporare termini geografici (20/09/2017, C-673/15 P - C-676/15 P, DARJEELING (fig.) / DARJEELING et al., EU:C:2017:702, § 50). Per i marchi collettivi, l’obiettivo di interesse pubblico sottostante è preservato anche quando le indicazioni geografiche compaiono nel segno. Ciò in quanto, in primo luogo, ai sensi dell’articolo 74, paragrafo 2, RMUE, il titolare di un tale marchio non può impedire a terzi di utilizzare tali termini geografici nel commercio, a condizione che l’uso sia conforme alle pratiche commerciali leali. In secondo luogo, ai sensi dell’articolo 75, paragrafo 2, RMUE, il regolamento che disciplina un marchio collettivo geografico deve consentire a chiunque i cui prodotti o servizi provengano dalla zona geografica in questione di diventare membro dell’associazione titolare del marchio.
 - La giurisprudenza nazionale in Italia e in Spagna rafforza questo principio: anche se esiste un marchio collettivo, qualsiasi operatore che soddisfi il disciplinare della DOP può utilizzare il nome dell’IG senza il consenso dell’associazione. Il marchio collettivo non può equivalere all’IG stessa, poiché un semplice marchio denominativo che riproduca una DOP verrebbe generalmente rifiutato per mancanza di carattere distintivo.
 - La distribuzione degli stampi per il logo richiesto costituisce una tipica autorizzazione d’uso nell’ambito di un sistema di marchio collettivo. Sebbene strutturalmente simili alle licenze, queste autorizzazioni differiscono in quanto i marchi collettivi sono destinati all’uso principalmente da parte dei membri dell’associazione e sono disciplinati da specifiche regole d’uso.
 - La registrazione dei marchi collettivi da parte delle associazioni di produttori di IG rafforza la protezione delle IG coprendo elementi non verbali, fornendo protezione in giurisdizioni prive di regimi di IG solidi, sostenendo l’applicazione della legge in contesti digitali quali le controversie sui nomi di dominio ed estendendo la protezione a beni e servizi non coperti dai sistemi di IG. Poiché i marchi di certificazione dell’UE non possono indicare l’origine geografica, i marchi collettivi sono l’unico strumento di marchio dell’UE in grado di svolgere questa funzione protettiva complementare, evitando che i produttori europei si trovino in una posizione di svantaggio competitivo rispetto alle giurisdizioni (sia nazionali che estere) in cui sono consentiti i marchi di certificazione geografica.
- 18 L’1 e il 5 novembre 2025, la richiedente veniva invitata a presentare osservazioni in merito alle osservazioni ricevute da ECTA, INTA e UA sulla decisione di rinvio alla Commissione di ricorso allargata.
- 19 La richiedente non presentava alcuna osservazione in risposta.

Motivi

- 20 Il ricorso è conforme agli articoli 66, 67 e all’articolo 68, paragrafo 1, RUME. Esso è ricevibile.

- 21 La Commissione di ricorso allargata è competente ai sensi dell'articolo 165, paragrafo 3, RMUE e dell'articolo 37, paragrafo 6, RDMUE, in seguito al deferimento da parte della Prima Commissione.

Diritto applicabile

- 22 Tenuto conto della data di deposito della domanda di marchio dell'Unione europea impugnata, il 9 gennaio 2023, che è rilevante ai fini della determinazione del diritto sostanziale applicabile, i fatti sono disciplinati dalle disposizioni sostanziali del regolamento (UE) 2017/1001 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 giugno 2017, sul marchio dell'Unione europea (EUTMR) e del regolamento n. 1151/2012, ora abrogato dal regolamento n. 2024/1143 (cfr., in tal senso, 29/01/2020, C-371/18, Sky, EU:C:2020:45, § 49; 12/05/2021, T-70/20, MUSEUM OF ILLUSIONS (fig.) / MUSEUM OF ILLUSIONS (fig.), EU:T:2021:253, § 17; 19/10/2022, T-275/21, DISPOSITIVO A MOTIVO A SCACCHIERA (fig.), EU:T:2022:654, § 15). Di conseguenza, si fa riferimento alle disposizioni del regolamento n. 1151/2012, con la corrispondente numerazione del regolamento n. 2024/1143 indicata tra parentesi.
- 23 Per quanto riguarda le norme procedurali, si applica la normativa in vigore al momento dell'adozione della decisione (11/12/2012, C-610/10, Commissione / Spagna, EU:C:2012:781, § 45). Pertanto, la controversia è disciplinata dalle disposizioni procedurali del RMUE e del regolamento delegato (UE) 2018/625 della Commissione del 5 marzo 2018 (EUTMDR), entrambi in vigore al momento dell'adozione della decisione impugnata e della presentazione del ricorso.

Osservazioni preliminari

- 24 Il rifiuto della domanda si basa sui motivi specifici di rifiuto applicabili ai marchi collettivi, previsti dall'articolo 76 RMUE.
- 25 Sebbene l'esaminatore si sia basato principalmente sull'articolo 76, paragrafo 2, RMUE, sostenendo che il marchio sarebbe stato percepito come qualcosa di diverso da un marchio collettivo, le motivazioni addotte dall'esaminatore sia nell'obiezione iniziale che nella decisione impugnata corrispondono di fatto a due motivi specifici di rifiuto previsti dall'articolo 76, paragrafi 1 e 2, RMUE, vale a dire:
- a) che sussista una violazione dei requisiti di cui all'articolo 76, paragrafo 1, RMUE, in combinato disposto con l'articolo 74, primo comma, RMUE, in quanto il marchio non adempie alla funzione essenziale di un marchio collettivo, non essendo in grado di distinguere i prodotti o i servizi dei membri dell'associazione titolare del marchio; e
 - b) che, in conseguenza di quanto sopra, sussiste anche il rischio di indurre in errore il pubblico circa il carattere o il significato del marchio, ai sensi dell'articolo 76, paragrafo 2, RMUE, poiché il segno può dare l'impressione di essere qualcosa di diverso da un marchio collettivo.
- 26 Il testo dell'articolo 76, paragrafi 1 e 2, RMUE mostra che uno qualsiasi dei motivi di rifiuto ivi elencati (collegati da "o" e "inoltre") è sufficiente a giustificare il rifiuto della domanda.

- 27 Prima di esaminare la questione se siano soddisfatte le condizioni per l'applicazione dell'articolo 76, paragrafi 1 e 2, RMUE, è utile considerare le disposizioni dell'articolo 74 RMUE al fine di chiarire la funzione essenziale di un marchio collettivo in quanto distinto da un'indicazione geografica (cfr. la sezione I di seguito). Sarà quindi necessario analizzare la questione separata se il pubblico sia indotto in errore quanto al carattere o al significato di tale marchio (cfr. la sezione II di seguito), prima di giungere a una conclusione generale (cfr. Conclusione, § 102 e seg.).

Articolo 76, paragrafo 1, RMUE in combinato disposto con la prima frase dell'articolo 74, RMUE

- 28 Ai sensi dell'articolo 74, paragrafo 1, RMUE, la funzione essenziale dei marchi collettivi dell'Unione europea è quella di distinguere i prodotti o i servizi dei membri dell'associazione che ne è titolare da quelli di altre imprese (20/09/2017, C-673/15 P – C-676/15 P, DARJEELING (fig.) / DARJEELING e a., EU:C:2017:702, § 63; 12/12/2019, C-143/19 P, EIN KREIS MIT ZWEI PFEILEN (fig.), EU:C:2019:1076, § 57-58), e non di garantirne l'origine geografica (20/09/2017, C-673/15 P – C-676/15 P, DARJEELING (fig.) / DARJEELING e a., EU:C:2017:702, § 57).
- 29 Ai sensi dell'articolo 74, paragrafo 2, RMUE, i marchi collettivi dell'Unione europea che sono descrittivi dell'origine geografica devono anche essere in grado di adempiere alla funzione essenziale di un marchio collettivo, ovvero quella di indicare l'origine commerciale collettiva dei prodotti venduti con tale marchio (20/09/2017, C-673/15 P - C-676/15 P, DARJEELING (fig.) / DARJEELING e a., EU:C:2017:702, § 54 e seg.; 05/03/2020, C-766/18 P, BBQLOUMI (fig.) / HALLOUMI, EU:C:2020:170, § 74). Inoltre, un marchio collettivo dell'UE è tipicamente utilizzato dalle imprese, insieme ai loro marchi individuali, per indicare che sono membri di una determinata associazione (12/12/2019, C-143/19 P, EIN KREIS MIT ZWEI PFEILEN (fig.), EU:C:2019:1076, § 54).
- 30 Una denominazione di origine è, ai sensi dell'articolo 5, paragrafo 1, del regolamento n. 1151/2012 [ora articolo 46, paragrafo 1, del regolamento n. 2024/1143], un nome che identifica un prodotto originario di un luogo, di una regione o, in casi eccezionali, di un paese determinato, le cui qualità o caratteristiche sono essenzialmente o esclusivamente attribuibili alla sua origine geografica e per il quale tutte le fasi della produzione si svolgono all'interno di tale zona definita. Un'indicazione geografica è, ai sensi dell'articolo 5, paragrafo 2, del regolamento n. 1151/2012 [ora articolo 46, paragrafo 2, del regolamento n. 2024/1143], un nome che identifica un prodotto originario di una specifica area geografica, la cui qualità, reputazione o altra caratteristica è essenzialmente attribuibile alla sua origine geografica e per il quale almeno una delle fasi di produzione si svolge all'interno di tale area definita.
- 31 Tali indicazioni geografiche, da un lato, e i marchi collettivi dell'UE, che consistono in segni o indicazioni che possono servire nel commercio a designare l'origine geografica di prodotti o servizi, dall'altro, sono disciplinati da regimi giuridici distinti e perseguono obiettivi diversi. Mentre un marchio dell'Unione europea è, ai sensi dell'articolo 4 RMUE, un segno in grado di distinguere l'origine commerciale di prodotti o servizi, la funzione essenziale di un'indicazione geografica è quella di garantire ai consumatori l'origine geografica dei prodotti e le particolari qualità ad essi inerenti (20/09/2017,

C-673/15 P - C-676/15 P, DARJEELING (fig.) / DARJEELING e a., EU:C:2017:702, § 62).

Articolo 76, paragrafo 2, RMUE

32 Ai sensi dell'articolo 76, paragrafo 2, RMUE, la domanda di registrazione di un marchio collettivo dell'Unione europea deve essere respinta se il pubblico rischia di essere indotto in errore circa il carattere il significato del marchio, in particolare quando questo non sembri un marchio collettivo.

(i) Interpretazione storica

33 Per comprendere il significato dell'articolo 76, paragrafo 2, RMUE, è opportuno esaminare l'evoluzione storica di tale disposizione. La Commissione di ricorso allargata rileva che disposizioni in termini sostanzialmente identici a quelli dell'articolo 76, paragrafo 2, RMUE figurano all'articolo 66, paragrafo 2, del regolamento (CE) n. 40/94 del Consiglio, del 20 dicembre 1993, sul marchio comunitario, e all'articolo 68, paragrafo 2, del regolamento (CE) n. 207/2009 del Consiglio, del 26 febbraio 2009, sul marchio comunitario. Una disposizione corrispondente è contenuta anche nell'articolo 31, paragrafo 2, della direttiva (UE) 2015/2436 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 dicembre 2015, sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri in materia di marchi.

34 La continuità e la formulazione sostanzialmente immutata di tali disposizioni dimostrano l'intenzione del legislatore di mantenere un regime stabile e autonomo per i marchi collettivi sin dall'istituzione del sistema del marchio comunitario. Già ai sensi del regolamento n. 40/94, il legislatore comunitario era pienamente consapevole dell'esistenza e del progressivo sviluppo di regimi di protezione specifici per le indicazioni geografiche a livello dell'Unione, in particolare nel settore agricolo. Ciò è confermato, tra l'altro, dall'articolo 159 del regolamento n. 40/94, che affrontava espressamente il rapporto tra il sistema del marchio comunitario e la protezione conferita da altri strumenti dell'Unione, compresi quelli relativi alle denominazioni di origine e alle indicazioni geografiche.

35 Pur essendo pienamente consapevole dell'esistenza delle indicazioni geografiche, al momento dell'adozione dell'articolo 66, paragrafo 2, del regolamento n. 40/94 e successivamente, quando sia il sistema dei marchi sia quello delle indicazioni geografiche furono ulteriormente perfezionati, il legislatore scelse comunque di non inquadrare il motivo di rifiuto in termini di conflitto con, o di approssimazione alla, protezione delle indicazioni geografiche. Ha invece limitato la disposizione ai casi in cui il pubblico sarebbe stato indotto in errore quanto alla natura o al significato del segno quale marchio collettivo.

36 Inoltre, le dichiarazioni congiunte del Consiglio e della Commissione delle Comunità europee inserite nel verbale della riunione del Consiglio, relative alla prima direttiva del Consiglio sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri in materia di marchi, adottata il 21 dicembre 1988, recitano quanto segue:

“18. Riguardo all'articolo 66

Il Consiglio e la Commissione ritengono che un marchio collettivo utilizzabile solo dai membri di un'associazione titolare del marchio sia suscettibile di indurre in errore ai sensi dell'articolo 66, paragrafo 2, se dà l'impressione di essere utilizzabile da chiunque sia in grado di soddisfare determinati criteri oggettivi.”

- 37 Sebbene non siano giuridicamente vincolanti, le dichiarazioni congiunte forniscono un'indicazione preziosa dell'interpretazione data dal legislatore al momento dell'adozione dell'articolo 66, paragrafo 2, del regolamento n. 40/94. Esse chiariscono che la questione affrontata dall'articolo 66, paragrafo 2, del regolamento n. 40/94 [ora articolo 76, paragrafo 2, RMUE] risiede nel rischio che il pubblico possa fraintendere il carattere o il significato del marchio, in particolare quando un marchio collettivo, che per definizione è riservato ai membri dell'associazione che ne è titolare, dia l'impressione di essere accessibile a qualsiasi impresa in grado di soddisfare criteri oggettivi.
- 38 In primo luogo, essa conferma che la disposizione è stata concepita per salvaguardare la caratterizzazione del segno nell'ambito del sistema dei marchi, al fine di prevenire il rischio di confusione tra diverse categorie di marchi (individuali, collettivi, di certificazione), piuttosto che come meccanismo per vigilare sul rispetto di condizioni sostanziali paragonabili a quelle che disciplinano le indicazioni geografiche. In secondo luogo, essa dimostra che il criterio decisivo è la percezione da parte del pubblico di riferimento del carattere del segno, vale a dire se esso sia inteso come disponibile per l'uso solo da parte dei membri di un'associazione titolare del marchio, oppure come indicante un diverso tipo di sistema.
- 39 Tale contesto storico è significativo. La continuità legislativa ininterrotta dal regolamento n. 40/94 al RMUE conferma quindi che l'articolo 76, paragrafo 2, RMUE deve essere interpretato in senso restrittivo e alla luce della sua funzione originaria: prevenire il rischio di confusione quanto al carattere o al significato del segno, salvaguardando il sistema dei marchi assicurando che il pubblico di riferimento comprenda chiaramente il carattere o il significato del segno. Esso non è inteso a creare una sovrapposizione con, o a sostituire, i regimi autonomi di protezione delle indicazioni geografiche di cui il legislatore dell'Unione è stato e rimane pienamente consapevole e che sono stati deliberatamente disciplinati in strumenti giuridici distinti sin dall'inizio.

(ii) Interpretazione teleologica

- 40 Da un punto di vista teleologico, l'articolo 76, paragrafo 2, RMUE garantisce che il segno richiesto trasmetta al pubblico di riferimento il suo corretto carattere o significato di marchio collettivo, ai sensi dell'articolo 74 RMUE.
- 41 Questa attenzione al segno è coerente con lo schema generale del regolamento. Altre disposizioni del RMUE disciplinano il contenuto dei regolamenti d'uso e il controllo esercitato dall'associazione sui propri membri. L'articolo 76, paragrafo 2, RMUE, al contrario, ha una funzione distinta: impedire la registrazione di un segno la cui formulazione, struttura o presentazione complessiva possa confondere i confini concettuali tra i marchi collettivi e altri tipi di segni, quali i marchi di certificazione o le indicazioni geografiche.
- 42 Tale finalità è stata espressamente confermata dalla giurisprudenza delle Commissioni di ricorso. Nella sua decisione “ECO ENTRETIEN” (28/11/2024, R 2100/2023-4, ECO ENTRETIEN (fig.), § 73), la Commissione ha ritenuto che l'articolo 76, paragrafo 2,

RMUE sia inteso a precludere la registrazione di marchi collettivi che, per loro stessa natura, sarebbero percepiti dal pubblico come atti a certificare la conformità a criteri oggettivi, in particolare quando il segno richiesto come marchio collettivo trasmette un forte messaggio di certificazione, poiché ciò costituisce una contraddizione manifesta con la funzione intrinseca di un marchio collettivo.

- 43 Tale contraddizione può sorgere, ad esempio, quando il segno contiene termini quali “certificato” o “garantito”, o riproduce in altro modo l’aspetto di un marchio di qualità. In tali circostanze, il segno stesso rischia di essere percepito come un marchio di certificazione o come un sistema ufficiale di qualità, fuorviando così il pubblico quanto al suo carattere giuridico ai sensi dell’articolo 76, paragrafo 2, RMUE.
- 44 Per quanto riguarda le indicazioni geografiche, è stato spiegato e chiarito nella decisione “GRANA PADANO” (15/11/2023, R 1073/2022-5, GRANA PADANO (fig.), § 19) che il regolamento che disciplina l’uso di un marchio collettivo può costituire un fattore rilevante per escludere l’applicazione del divieto di cui all’articolo 76, paragrafo 2, RMUE. In particolare, laddove la percezione del pubblico di riferimento sia influenzata dal modo in cui l’uso del marchio collettivo è definito e vincolato da tali regolamenti, il segno richiesto non può essere considerato fuorviante quanto al suo carattere o significato agli occhi di tale pubblico, ad esempio, qualora il marchio collettivo sia apposto solo sull’imballaggio dei prodotti, mentre il segno del logo dell’indicazione geografica sia apposto direttamente sul prodotto stesso, come sulle forme di formaggio.
- 45 Più recentemente, nella decisione “Burgos alimenta” (27/02/2026, R 378/2020-G, Burgos alimenta (fig.), § 259-264), la Commissione di ricorso allargata ha ulteriormente chiarito l’applicazione dell’articolo 76, paragrafo 2, RMUE, ponendo l’accento sulle caratteristiche intrinseche e sulla funzione percepita del segno. Ha ritenuto che, sebbene il marchio fosse stato depositato come marchio collettivo, le sue caratteristiche essenziali corrispondessero sostanzialmente a quelle di un marchio di certificazione. In particolare, la richiedente era un’autorità pubblica che non svolgeva alcuna attività relativa all’ampia gamma di prodotti e servizi in questione, e il regolamento d’uso stabiliva condizioni incentrate sul rispetto di standard di qualità e di un sistema di controllo della qualità. In tali circostanze, il pubblico di riferimento era suscettibile di percepire il marchio non come un’indicazione dell’origine commerciale collettiva dei prodotti o dei servizi provenienti dai membri di un’associazione di produttori o di commercianti, ma piuttosto come un marchio di certificazione, in particolare come una garanzia che tali prodotti e servizi fossero conformi a determinati standard di qualità legati alla loro origine geografica.
- 46 Di conseguenza, l’interpretazione teleologica conferma che l’articolo 76, paragrafo 2, RMUE deve essere applicato esaminando se il segno sia suscettibile di essere percepito come qualcosa di diverso da un marchio collettivo. Laddove il messaggio intrinseco del marchio gli attribuisca una funzione di certificazione o un altro significato giuridico distinto, il rifiuto è giustificato al fine di preservare la coerenza del sistema dei marchi dell’Unione europea e la chiara delimitazione tra le diverse categorie di marchi stabilita dal RMUE.

(iii) Interpretazione sistematica

- 47 L'interpretazione dell'articolo 76, paragrafo 2, RMUE è ulteriormente confermata dalla sua posizione e funzione all'interno della struttura complessiva del regolamento. Una disposizione corrispondente si applica ai marchi di certificazione dell'Unione europea. L'articolo 85, paragrafo 2, RMUE prevede che una domanda di marchio di certificazione dell'Unione europea sia respinta se il pubblico rischia di essere indotto in errore circa il carattere o il significato del marchio, in particolare quando questo non sembri un marchio di certificazione.
- 48 La formulazione parallela dell'articolo 76, paragrafo 2, e dell'articolo 85, paragrafo 2, RMUE dimostra l'intenzione del legislatore di garantire la simmetria tra le diverse categorie di marchi. Proprio come un marchio collettivo non deve essere percepito come un marchio di certificazione o come un altro tipo di segno, un marchio di certificazione non deve essere percepito come un marchio collettivo o individuale. Il regolamento mira quindi a preservare una chiara separazione concettuale tra questi strumenti giuridici, ciascuno dei quali svolge una funzione distinta all'interno del sistema dei marchi dell'Unione europea (27/02/2026, R 378/2020-G, Burgos alimenta (fig.), § 77).
- 49 Inoltre, il RMUE opera una chiara distinzione tra i motivi di rifiuto in fase di registrazione, più strettamente legati al segno, e i motivi di decadenza legati all'uso successivo. L'articolo 81, lettera b), RMUE prevede che un marchio collettivo sia revocato se, a seguito dell'uso che ne è stato fatto dal titolare o con il suo consenso, rischia di indurre in errore il pubblico. Analogamente, l'articolo 58, paragrafo 1, lettera c), e l'articolo 91, lettera c), RMUE stabiliscono motivi corrispondenti di decadenza di un marchio individuale o di un marchio di certificazione dell'Unione europea.
- 50 Da tale prospettiva, l'articolo 76, paragrafo 2, RMUE opera *ex ante*, nella fase di esame della domanda, e riguarda il carattere ingannevole inerente al segno oggetto della domanda. L'articolo 81, lettera b), e l'articolo 91, lettera c), RMUE, al contrario, operano *ex post* e riguardano situazioni in cui il modo di utilizzare il marchio, nel corso del tempo, dà luogo a un carattere ingannevole. Questa distinzione sistematica conferma che l'articolo 76, paragrafo 2, RMUE non è inteso a valutare un ipotetico comportamento futuro dell'associazione o l'attuazione pratica del suo regolamento d'uso. Il suo ambito di applicazione è limitato alle caratteristiche oggettive del segno e alla percezione che esso è suscettibile di generare al momento della registrazione.
- 51 Di conseguenza, la lettura combinata degli articoli 76, paragrafo 2, e 81, lettera b), RMUE, relativi ai marchi collettivi, e degli articoli 85, paragrafo 2, e 91, lettera c), RMUE, relativi ai marchi di certificazione, conferma che il regolamento istituisce un quadro coerente ed equilibrato: (i) ciascuna categoria speciale di marchio deve riflettere chiaramente la propria natura giuridica al momento della registrazione; e (ii) l'uso fuorviante successivo è affrontato attraverso specifici meccanismi di decadenza. Questa architettura sistematica rafforza la conclusione secondo cui l'articolo 76, paragrafo 2, RMUE deve essere applicato rigorosamente nell'ambito della sua funzione designata, vale a dire impedire la registrazione di segni il cui messaggio intrinseco sia incompatibile con il carattere o il significato di un marchio collettivo.
- 52 La Commissione di ricorso allargata inizierà la sua analisi affrontando due questioni giuridiche correlate che sono al centro delle questioni sottoposte al suo giudizio. La prima

riguarda la possibilità di registrare come marchio collettivo un logo obbligatorio ai sensi del disciplinare della DOP, data la sua funzione e il suo uso specifici nell'ambito della DOP. La seconda questione riguarda il potenziale carattere ingannevole di tale marchio collettivo ai sensi dell'articolo 76, paragrafo 2, RMUE, valutando se esso sia idoneo a indurre in errore il pubblico riguardo al carattere o al significato del segno.

I. Registrazione di un logo obbligatorio contenuto nel disciplinare della DOP come marchio collettivo dell'Unione europea

- 53 La domanda di marchio collettivo è costituita da un quadrato contornato di nero, diviso orizzontalmente in due comparti uguali, ciascuno contenente lettere nere: la sezione superiore riporta una "S" a sinistra e una "C" a destra, mentre la sezione inferiore rispecchia tale disposizione con una "C" a sinistra e una "S" a destra.
- 54 Il marchio collettivo richiesto riproduce, in forma identica, il logo obbligatorio di cui all'articolo 8, intitolato "Etichettatura", del disciplinare della DOP "SALVA CREMASCO", che è riprodotto come segue:



- 55 Il logo sopra raffigurato deve essere utilizzato al momento dell'immissione del prodotto sul mercato. In particolare, ai sensi dell'articolo 8 del disciplinare, "al momento della sua immissione al consumo, su tutti gli incarti e/o su tutte le confezioni e obbligatoria, in etichetta, la dicitura "SALVA CREMASCO" DOP, unitamente al logo della denominazione di forma quadrata".
- 56 Inoltre, l'articolo 5, "Metodo di ottenimento", del disciplinare prevede che la "marchiatura identificativa del prodotto" sia effettuata mediante uno stampo in plastica per uso alimentare che riproduca il logo sopra menzionato contenuto nel disciplinare. Tale marchiatura viene impressa su una sola superficie piana del formaggio e reca il numero di identificazione del caseificio, che viene applicato tramite stampi distribuiti dall'organismo di controllo o dal Consorzio designato dal Ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali.
- 57 A titolo preliminare, in primo luogo, la Commissione di ricorso allargata rileva che il logo sopra descritto e riprodotto nei paragrafi 2 e 54 non contiene il nome dell'indicazione geografica "SALVA CREMASCO", ma è costituito esclusivamente dalle lettere "SCCS", come spiegato nel paragrafo 53 sopra. Di conseguenza, la questione da esaminare nel caso di specie è se i segni figurativi che non incorporano il nome dell'IG, ma che fanno parte dei requisiti obbligatori di etichettatura di tale IG, possano comunque beneficiare della protezione come marchio collettivo.
- 58 In secondo luogo, la Commissione di ricorso allargata osserva che il logo, come sopra descritto, avrebbe potuto essere validamente registrato come marchio collettivo dell'UE

in una situazione in cui il Consorzio avesse dapprima cercato protezione attraverso la registrazione di un marchio collettivo e successivamente incluso tale logo obbligatorio nel disciplinare dell'IG, poiché non sussistono ostacoli apparenti per quanto riguarda il suo carattere distintivo intrinseco (05/03/2020, C-766/18 P, BBQLOUMI (fig.)/HALLOUMI, EU:C:2020:170, § 73). Per contro, l'approccio inverso, vale a dire l'inserimento del logo obbligatorio nel disciplinare e solo successivamente la richiesta della sua registrazione come marchio collettivo, è stato contestato dall'esaminatore.

- 59 In terzo luogo, come già esaminato al paragrafo 28 sopra, la Corte di giustizia ha chiarito che la funzione essenziale dei marchi collettivi dell'UE è quella di distinguere i prodotti o i servizi dei membri dell'associazione, che ne è titolare, da quelli di altre imprese, piuttosto che di garantirne l'origine geografica. A questo proposito, le indicazioni geografiche e i marchi collettivi presentano differenze significative. Un'IG può essere liberamente utilizzata da tutti i produttori che rispettano il relativo disciplinare, mentre un marchio collettivo può essere utilizzato solo dai produttori autorizzati che sono membri dell'associazione. Come sottolineato dall'esaminatore, consentire ai non membri di utilizzare un marchio collettivo sarebbe in contraddizione con la sua stessa natura e indurrebbe inoltre in errore i consumatori, i quali non sarebbero più in grado di distinguere se si trovano di fronte a una DOP o a un marchio collettivo.
- 60 In questo contesto, sorge una tensione quando si tenta di registrare – come marchio collettivo – un logo incluso nel disciplinare di una DOP e destinato all'uso da parte di tutti gli operatori che rispettano i requisiti dell'IG. Mentre il marchio collettivo è concepito per distinguere i prodotti dei membri dell'associazione, il quadro normativo delle IGP consente l'uso dello stesso logo da parte di qualsiasi produttore conforme, indipendentemente dall'appartenenza all'associazione. Ciò comporta un conflitto intrinseco tra l'esclusività dei marchi collettivi e il principio di libero uso alla base del sistema delle IG.
- 61 La Commissione di ricorso allargata ritiene, tuttavia, che la tensione sopra menzionata non sia determinante per garantire un'efficace tutela giuridica del logo incluso nel disciplinare, che non contiene il nome dell'IG (“SALVA CREMASCO”). In tale situazione, la Commissione di ricorso allargata ritiene che sia necessario un approccio diverso, come discusso nelle sezioni seguenti.

(i) Tutela giuridica

- 62 La Commissione di ricorso allargata, in linea con le osservazioni ricevute dall'ECTA (pagine 10-11), dall'INTA (paragrafo 39) e dall'UA (pagina 28), rileva che se il logo dovesse essere considerato non idoneo alla registrazione come marchio collettivo, godrebbe di una protezione limitata sia all'interno che all'esterno dell'UE, dato che non si tratta di una DOP o di una IGP in sé.
- 63 Per quanto riguarda la protezione all'interno dell'UE, la Commissione di ricorso allargata ritiene che il logo possa essere tutelato solo nell'ambito dell'uso della DOP in un contesto di tutela, nella misura in cui il logo rientri nell'ambito di protezione dell'IG registrata ai sensi dell'articolo 13 del regolamento n. 1151/2012 [ora articolo 26 del regolamento n. 2024/1143]. Inoltre, la protezione del marchio collettivo integra la tutela accordata alle IG estendendo la copertura giuridica a elementi che vanno oltre il nome dell'IG, in particolare segni figurativi e stilizzati quali i loghi.

- 64 Per quanto riguarda la protezione al di fuori dell'UE, la protezione del marchio include anche la tutela al di fuori dell'UE, in particolare attraverso il Protocollo di Madrid, specialmente nelle giurisdizioni non dell'UE che non dispongono di una protezione sui generis delle IG. A tal proposito, la Commissione di ricorso allargata osserva che nel



2014 i simboli delle IG dell'UE e sono stati registrati come marchi di certificazione nel Regno Unito (n. UK 00 003 086 899, n. UK 00 003 086 900, n. UK 00 003 086 904, n. UK 00 003 086 906 e n. UK 00 003 086 908). Nel 2015 sono stati registrati anche presso l'EUIPO come marchi collettivi figurativi che rivendicano la priorità dai marchi di certificazione del Regno Unito. Questi simboli sono anche oggetto di registrazioni internazionali (marchi collettivi n. W1 269 025, n. W1 268 381 e n. W1 249 024). Questi esempi suggeriscono chiaramente che vi è un forte interesse a garantire la protezione dei simboli oltre al nome dell'IG.

- 65 Pertanto, la registrazione del logo come marchio collettivo consente alla richiedente di ottenere una protezione completa, sia nei procedimenti amministrativi che in quelli giudiziari – sia all'interno che al di fuori dell'UE – garantendo che l'uso del logo rimanga controllato, uniforme e giuridicamente vincolante in tutti i mercati di riferimento.

(ii) Natura della richiedente

- 66 La Commissione di ricorso allargata ricorda che la richiedente è il Consorzio della DOP "SALVA CREMASCO". Tale Consorzio è ufficialmente riconosciuto dal Ministero dell'Agricoltura italiano come organismo rappresentativo della DOP con decreto ministeriale del 23 ottobre 2024, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 255 del 3 novembre 2025. In particolare, il Ministero ha verificato che la partecipazione di soggetti appartenenti alla categoria dei "caseifici" nella filiera produttiva dei "formaggi stagionati", come identificati all'articolo 4, lettera a), dello stesso decreto, rappresenti almeno i due terzi della produzione controllata dall'organismo di controllo. Ciò dimostra chiaramente che la richiedente non è una mera associazione di operatori IG, ma soddisfa piuttosto il grado minimo di rappresentanza previsto dalla legge.
- 67 La Commissione di ricorso allargata ritiene, in linea con le osservazioni ricevute dall'ECTA (pagina 10) e dall'UA (pagina 20), che il fatto che la richiedente sia il Consorzio stesso abbia implicazioni per il suo ruolo di coordinamento, che va oltre la rappresentanza dei propri membri per comprendere tutti gli operatori IG. Ai sensi dell'articolo 45, paragrafo 1, lettera b), del regolamento n. 1151/2012 [ora articolo 32, paragrafo 4, del regolamento n. 2024/1143], il Consorzio deve garantire un'adeguata tutela giuridica della DOP e dei diritti di proprietà intellettuale direttamente connessi alla DOP. Tale "tutela giuridica" comporta, tra l'altro, il deposito di un marchio collettivo a tutela della DOP nei paesi terzi o di marchi di certificazione nazionali, non registrabili a livello dell'UE a causa dell'elemento geografico. Ciò è riconosciuto anche dall'articolo 14, comma 15, della legge italiana n. 526 del 21 dicembre 1999, che definisce il Consorzio come l'organismo legittimamente responsabile di garantire il rispetto del disciplinare, di coordinare l'uso della DOP e di tutelarne la salvaguardia, anche attraverso la gestione dei segni e dei simboli associati alla denominazione.
- 68 Inoltre, ai sensi dell'articolo 4, lettera c), dello statuto del Consorzio "SALVA CREMASCO", la richiedente esercita attualmente funzioni di regolamentazione,

vigilanza e controllo della qualità nei confronti di tutti gli operatori della IG, indipendentemente dal fatto che siano membri del Consorzio. Nelle sue osservazioni, il Consorzio ha dimostrato di controllare gli stampi di produzione e di supervisionarne la distribuzione, garantendo in tal modo che tutti gli operatori, affiliati o meno, siano soggetti allo stesso sistema di controllo gestito dal Consorzio. Tale quadro garantisce il rispetto uniforme del disciplinare della DOP e assicura un uso coerente degli elementi obbligatori associati alla denominazione.

- 69 La Commissione di ricorso allargata prende inoltre atto che la legislazione italiana consente espressamente ai consorzi di essere titolari di marchi collettivi che identificano le DOP e le IGP. In particolare, l'articolo 14, comma 16, della legge italiana n. 526 del 21 dicembre 1999 prevede che i "marchi collettivi che identificano i prodotti DOP, IGP e STG, sono detenuti, in quanto dagli stessi registrati, dai consorzi di tutela per l'esercizio delle attività loro affidate". Tale quadro giuridico nazionale riconosce quindi espressamente il ruolo dei consorzi come legittimi titolari dei marchi collettivi legati alle IG, nella misura in cui tale titolarità sia finalizzata all'esercizio delle loro funzioni statutarie di gestione, tutela e promozione della denominazione.
- 70 Alla luce di quanto sopra, la Commissione di ricorso allargata ritiene che il Consorzio occupi una posizione centrale nella *governance*, nella protezione e nella tutela della DOP "SALVA CREMASCO". Il suo riconoscimento ufficiale da parte dell'autorità nazionale competente, il suo dovere statutario di garantire la tutela giuridica della denominazione e dei diritti di proprietà intellettuale ad essa direttamente connessi, i suoi poteri normativi e di vigilanza che si estendono a tutti gli operatori autorizzati, e il riconoscimento esplicito, ai sensi del diritto nazionale, della sua capacità di detenere marchi collettivi, dimostrano collettivamente il ruolo del Consorzio nella salvaguardia della denominazione, nell'assicurare un uso coerente dei segni obbligatori e nel tutelare gli interessi di tutti gli operatori della IG aventi diritto all'uso della DOP, indipendentemente dal fatto che siano affiliati o meno al Consorzio – nel contempo mantenendo la garanzia di autenticità e qualità per i consumatori.
- 71 Come indicato al paragrafo 60 sopra, può sorgere una tensione quando un segno di cui si chiede la registrazione come marchio collettivo corrisponde a un logo incluso in un disciplinare di una DOP. Tale tensione è tuttavia sostanzialmente attenuata, e nella pratica risolta, quando la richiedente del marchio collettivo è il Consorzio incaricato della tutela e della gestione della DOP stessa. In tali circostanze, l'associazione non agisce come un operatore economico chiuso che persegue interessi distinti da quelli dei non membri. Essa esercita piuttosto una funzione rappresentativa di carattere generale nei confronti della DOP e di tutti gli operatori autorizzati a utilizzarla.
- 72 Laddove il Consorzio sia riconosciuto come l'organismo responsabile della salvaguardia della DOP, del controllo del rispetto del disciplinare e della rappresentanza degli interessi del settore nel suo complesso, il suo ruolo trascende la mera aggregazione degli interessi commerciali dei suoi membri. Esso agisce, in effetti, come custode istituzionale dell'IG. La registrazione del logo come marchio collettivo da parte di tale Consorzio non serve quindi a escludere dal mercato i non membri conformi ai requisiti, ma a rafforzare la tutela giuridica della DOP e dei diritti di proprietà intellettuale ad essa direttamente connessi.
- 73 In tale configurazione, la funzione essenziale del marchio collettivo, quella di distinguere i prodotti dei membri dell'associazione, deve essere intesa alla luce del mandato

rappresentativo del Consorzio. Se il Consorzio è giuridicamente tenuto a rappresentare tutti gli operatori dell'IG indipendentemente dall'adesione formale, gli operatori effettivamente rappresentati coincidono con la cerchia dei produttori conformi. Il marchio collettivo opera quindi come strumento che garantisce una presentazione e un'applicazione uniformi del logo della DOP, piuttosto che come strumento di esclusione concorrenziale.

- 74 Di conseguenza, il fatto che la richiedente sia il Consorzio responsabile della DOP attenua l'apparente contraddizione tra la logica basata sull'appartenenza dei marchi collettivi e la logica di libero uso dei loghi delle IG. Lungi dal minare la funzione essenziale del marchio collettivo, tale registrazione può rafforzare l'effettiva protezione della DOP centralizzando l'applicazione e impedendo l'uso improprio del logo da parte di operatori non conformi. In tali circostanze, gli obiettivi strutturali del diritto dei marchi e del regime delle IG non sono in contrasto.

(iii) Adesione aperta

- 75 La Commissione di ricorso allargata ricorda che l'articolo 75, paragrafo 2, RMUE prevede espressamente che il regolamento che disciplina l'uso di un marchio di cui all'articolo 74, paragrafo 2, RMUE autorizzi qualsiasi persona i cui prodotti o servizi provengano dalla zona geografica interessata a diventare membro dell'associazione titolare del marchio collettivo. Di conseguenza, il Consorzio è tenuto ad accettare le domande di adesione presentate da tutti gli operatori aventi diritto all'uso dell'indicazione geografica.
- 76 Nel caso di specie, gli articoli 4, paragrafi 1 e 2, del regolamento che disciplina l'uso del marchio collettivo, che definiscono i requisiti di ammissione, sono redatti nel pieno rispetto dell'articolo 75, paragrafo 2, RMUE, in quanto riconoscono espressamente il diritto di tutti gli operatori dell'IG di diventare membri del Consorzio.
- 77 Secondo la richiedente, tutti gli operatori dell'IG sono attualmente affiliati al Consorzio. A suo avviso, tale circostanza esclude, in concreto, qualsiasi rischio di induzione in errore ai sensi dell'articolo 76, paragrafo 2, RMUE.
- 78 Per completezza, la Commissione di ricorso allargata osserva che qualora in futuro dei non membri acquisissero il diritto di utilizzare la DOP, come ad esempio gli operatori esistenti che decidessero di lasciare il Consorzio o i nuovi operatori che entrassero nel mercato, il marchio collettivo continuerebbe comunque a identificare i prodotti conformi al disciplinare della DOP e che rispettano gli standard di qualità monitorati dal Consorzio. Tale disposizione è coerente con il ruolo generale del Consorzio nella supervisione di tutti gli operatori dell'IG, siano essi membri o meno, rafforzando in tal modo la capacità del Consorzio di garantire un'adeguata protezione giuridica all'IG.

(iv) Diritto di uso

- 79 Come già osservato nei paragrafi 55 e 56 sopra, ai sensi dell'articolo 8 del disciplinare dell'IG, la dicitura "SALVA CREMASCO" DOP, unitamente al logo, deve figurare sull'etichetta apposta su tutti gli incarti e/o su tutte le confezioni. Inoltre, l'articolo 5 del disciplinare prevede che il marchio identificativo del prodotto, che riproduce le stesse forme del logo e della domanda di marchio collettivo, sia impresso su una superficie

piana del formaggio. Gli stampi sono distribuiti dall'organismo di controllo o dal Consorzio designato dal Ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali.

- 80 La richiedente non contesta che l'uso del logo sia obbligatorio per tutti gli operatori dell'IG, come confermato dal tenore degli articoli 5 e 8 del disciplinare sopra citato.
- 81 Tuttavia, la Commissione di ricorso allargata rileva, in primo luogo, che il Consorzio non può vietare ai non soci di utilizzare il logo in relazione alla DOP. Qualsiasi restrizione di questo tipo sarebbe contraria all'articolo 46 del regolamento n. 1151/2012 [ora articolo 36 del regolamento n. 2024/1143], che disciplina l'uso legittimo delle IG.
- 82 In secondo luogo, gli stampi per formaggi di cui all'articolo 5 del disciplinare, sotto il controllo del Consorzio, sono messi a disposizione di tutti gli operatori IG autorizzati, indipendentemente dal fatto che siano soci. A tal proposito, il Consorzio autorizza gli operatori IG conformi a utilizzare la marcatura obbligatoria ai sensi dell'articolo 5 del disciplinare IG, che è identica al logo di cui all'articolo 8.
- 83 Tali disposizioni evidenziano ulteriormente il ruolo di coordinamento del Consorzio, che controlla gli stampi di produzione e ne sovrintende la distribuzione, gestendo i segni e i simboli associati alla denominazione nei confronti di tutti gli operatori IG, affiliati o meno, e garantendo autenticità e qualità ai consumatori.

(v) Conclusione sulla sezione I

- 84 Alla luce dell'analisi sopra esposta, la Commissione di ricorso allargata ritiene che sia possibile registrare il logo obbligatorio in questione come marchio collettivo.
- 85 In particolare, il conflitto tra le categorie di operatori autorizzati a utilizzare il logo: da un lato, tutti gli operatori che rispettano il disciplinare della IG e, dall'altro, i membri del Consorzio titolari del marchio collettivo, è superato dalla necessità di tutela giuridica dei diritti di proprietà intellettuale direttamente connessi all'IG, che è assicurata dal Consorzio, in quanto organismo ufficialmente riconosciuto che rappresenta la DOP, su tutti gli operatori dell'IG, siano essi membri o meno. I suoi compiti statutari, il riconoscimento giuridico nazionale e il controllo sugli stampi di produzione e sulle marcature obbligatorie garantiscono che tutti gli operatori dell'IG utilizzino il logo in modo coerente e conforme al disciplinare della DOP, continuando al contempo a garantire ai consumatori la qualità dei prodotti su cui è apposto tale logo. Inoltre, le regole del Consorzio sull'adesione aperta garantiscono che qualsiasi operatore dell'IG possa aderire all'associazione e utilizzare il marchio collettivo, il che significa che, in pratica, tutti gli operatori dell'IG aventi diritto rientrano nell'ambito di applicazione sia dei requisiti della DOP sia del sistema del marchio collettivo. Di conseguenza, l'uso del logo da parte di tutti gli operatori rimane uniforme e supervisionato nell'ambito della governance e del controllo di qualità generali del Consorzio.

II. Carattere ingannevole ai sensi dell'articolo 76, paragrafo 2, RMUE

- 86 L'esaminatore ha ritenuto che il segno sarebbe stato percepito dai consumatori come una DOP, non come un marchio collettivo indicante l'origine commerciale. Poiché la DOP può essere utilizzata da qualsiasi operatore conforme, mentre il marchio collettivo è di proprietà di un'associazione la cui adesione è selettiva, i consumatori sarebbero

presumibilmente indotti in errore quanto al carattere o al significato del segno e ai criteri per il suo utilizzo.

(i) Criteri di ingannevolezza

- 87 L'articolo 76, paragrafo 2, RMUE riguarda i marchi che possono indurre in errore il pubblico quanto al carattere o al significato del segno. Tale disposizione si applica alle domande di registrazione di marchi collettivi “oltre agli impedimenti alla registrazione di un marchio UE, previsti dagli articoli 41 e 42”.
- 88 Per quanto riguarda il criterio probatorio relativo al carattere ingannevole, dal testo dell'articolo 76, paragrafo 2, RMUE risulta chiaro che non è richiesto un inganno effettivo. È invece sufficiente che sussista un rischio sufficientemente grave e credibile che il pubblico di riferimento possa essere indotto in errore (27/02/2026, R 378/2020-G, Burgos alimenta (fig.), § 263-264, dove si afferma che il pubblico di riferimento è suscettibile di percepire il segno come un marchio di certificazione).
- 89 In conformità con i principi generali del diritto dei marchi, il carattere ingannevole di cui all'articolo 76, paragrafo 2, RMUE deve essere valutato in relazione alla percezione che il pubblico di riferimento avrà quando entrerà in contatto con il marchio, ad esempio al momento della decisione di acquisto. Il pubblico di riferimento a cui sono destinati i prodotti in questione, essenzialmente formaggi prodotti in conformità con il disciplinare della DOP Salva Cremasco e prodotti a base di formaggio, è il pubblico generale. Infatti, tali prodotti sono tipicamente oggetto di un'ampia distribuzione, che va dai reparti alimentari dei grandi magazzini ai supermercati e ai negozi specializzati. Si tratta di beni di consumo quotidiano il cui pubblico di riferimento è il consumatore medio, che mostrerà un livello medio di attenzione e avrà una conoscenza media dei formaggi e dei prodotti del settore caseario, senza essere un esperto o un intenditore.

(ii) Valutazione della metodologia interpretativa

- 90 La Commissione di ricorso allargata ritiene che il segno richiesto non sia ingannevole ai sensi dell'articolo 76, paragrafo 2, RMUE. La posizione dell'esaminatore non trova sostegno nel testo e nella finalità di tale disposizione, nell'ambito della struttura complessiva del RMUE, e non è suffragata da prove o da un'analisi credibile della percezione dei consumatori. Nel caso di specie, il presunto rischio di indurre in errore il pubblico non deriva dalle caratteristiche intrinseche del segno, ma si basa su ipotesi astratte. Tale conclusione è ulteriormente confermata dai risultati convergenti dei diversi metodi di interpretazione dell'articolo 76, paragrafo 2, RMUE.
- 91 In particolare, l'interpretazione storica, illustrata al paragrafo 39, sostiene una lettura restrittiva dell'articolo 76, paragrafo 2, RMUE, limitata alla prevenzione del rischio di induzione in errore quanto al carattere o al significato del segno. Come osservato al paragrafo 46 sopra, l'interpretazione teleologica favorisce una valutazione oggettiva della probabilità che il segno contestato possa essere percepito come qualcosa di diverso da un marchio collettivo. Infine, come considerato al paragrafo 50 sopra, l'interpretazione sistematica conferma che la valutazione deve concentrarsi sulle caratteristiche oggettive del segno e sulla percezione che esso è suscettibile di creare al momento della registrazione, piuttosto che su un ipotetico comportamento futuro.

- 92 Sulla base di questo quadro interpretativo, in primo luogo, occorre sottolineare che né il RMUE, né il regolamento sulle IG applicabile, stabiliscono un divieto esplicito di combinare le protezioni conferite dal marchio collettivo e dall'IG, anche quando i segni in questione sono identici (15/11/2023, R 1073/2022-5, GRANA PADANO (fig.), § 19).
- 93 Inoltre, sebbene non sia vincolata dalle Direttive dell'Ufficio, la Commissione di ricorso allargata osserva che la versione 1.4 di tali Direttive, entrata in vigore il 31 marzo 2024 e applicabile al momento dell'adozione della decisione impugnata, nonché la versione 1.3, entrata in vigore il 1° maggio 2025 e attualmente in vigore, trattano questo motivo assoluto di rifiuto nella Parte B, Esame, Sezione 4, Motivi assoluti di rifiuto, Capitolo 15, Marchi collettivi dell'Unione europea, paragrafo 3.1, Rischio di induzione in errore quanto al carattere o al significato del marchio. Entrambe le versioni 1.4 e 1.3 delle Direttive dell'Ufficio prevedono che la registrazione di un marchio collettivo costituito da un logo, definito nel disciplinare di un'IG, debba essere rifiutata ai sensi dell'articolo 76, paragrafo 2, RMUE, in quanto il pubblico di riferimento rischia di essere indotto in errore quanto al carattere o al significato del marchio, poiché tali elementi possono essere percepiti come un'indicazione geografica piuttosto che come un marchio collettivo, la cui funzione è quella di indicare l'appartenenza a un'associazione.
- 94 Inoltre, il 30 settembre 2025, dopo che la causa in esame era stata deferita alla Commissione di ricorso allargata con decisione provvisoria, il Dipartimento giuridico dell'Ufficio ha sottoposto alla consultazione delle parti interessate il progetto di edizione 2026 delle Direttive, che entrerà in vigore dal 1° luglio 2026. La sezione pertinente delle Direttive dell'Ufficio sopra citata contiene le seguenti proposte di modifica:
- “Parimenti, se un marchio collettivo consiste in: ~~(i) un'IG oppure (ii) un logo contenuto nel disciplinare dell'IG~~, il pubblico può essere indotto in errore quanto al carattere o al significato del marchio, poiché ~~questo elemento possono~~ può essere percepito come un'indicazione geografica piuttosto che come un marchio collettivo la cui funzione è indicare l'appartenenza a un'associazione. Per maggiori dettagli sulle IG si vedano le Direttive su [IG].”*
- 95 Di conseguenza, alla luce della versione modificata delle Direttive dell'Ufficio, la Commissione di ricorso allargata prende atto che l'Ufficio non intende più opporsi sistematicamente, ai sensi dell'articolo 76, paragrafo 2, RMUE, alla registrazione come marchi collettivi dei loghi contenuti nei disciplinari delle IG.
- 96 In secondo luogo, l'approccio interpretativo di cui sopra è in linea con la realtà di mercato delle DOP e delle IGP. Per loro natura, si tratta di nomi di prodotti e i consumatori sono abituati a vedere indicazioni multiple sulla confezione, compreso il nome dell'IG. In particolare, la Commissione di ricorso allargata ricorda che, ai sensi dell'articolo 12, paragrafo 3, del regolamento n. 1151/2012 [ora articolo 37, paragrafo 3, del regolamento n. 2024/1143], l'uso del simbolo della DOP è obbligatorio per i prodotti in questione. Di conseguenza, al momento dell'acquisto, i consumatori si trovano necessariamente di fronte, contemporaneamente, al nome dell'IG registrata, al simbolo della DOP dell'UE e al logo obbligatorio in questione.
- 97 La Commissione di ricorso allargata ritiene che non vi siano prove del fatto che i consumatori, come definiti al paragrafo 89 sopra, percepiscano i segni figurativi o i loghi, che non contengono il nome dell'IG, come costituenti o designanti DOP e IGP. Non si può presumere che il pubblico di riferimento sia a conoscenza degli obblighi di

etichettatura che incombono agli operatori delle IG semplicemente perché il nome dell'IG appare accanto al logo sulla confezione del prodotto. In assenza della dicitura "SALVA CREMASCO" nel segno in questione, l'associazione con la DOP non sarà immediata nella mente del pubblico. Non vi è quindi alcuna indicazione o prova che una parte non trascurabile del pubblico dell'UE possa supporre che il logo si riferisca a una DOP o che il suo uso sia obbligatorio per tutti gli operatori delle IG. In assenza di prove concrete di tale percezione da parte dei consumatori, l'ipotesi che il segno in questione possa essere inteso come la DOP "SALVA CREMASCO" è puramente speculativa.

- 98 Inoltre, come già osservato ai paragrafi 49 e 50 sopra, se il logo dovesse diventare ingannevole a seguito dell'uso effettivo, potrebbe essere oggetto di revoca in qualsiasi momento ai sensi dell'articolo 81, lettera b), RMUE. Tale disposizione costituisce una salvaguardia ai sensi del diritto dei marchi, garantendo la tutela degli interessi dei consumatori e prevenendo qualsiasi percezione ingannevole sul mercato.
- 99 In terzo luogo, lungi dall'essere fuorviante, il marchio collettivo in questione fornisce ulteriori garanzie ai consumatori, poiché il regolamento interno del Consorzio è conforme alle norme relative alla DOP (15/11/2023, R 1073/2022-5, GRANA PADANO (fig.), § 28). Il rapporto tra il sistema della DOP e il marchio collettivo è quindi complementare piuttosto che contraddittorio.
- 100 In particolare, come già considerato nel paragrafo 66 sopra, la richiedente è il Consorzio ufficialmente riconosciuto dal Ministero dell'Agricoltura italiano come rappresentante di un minimo garantito per legge di oltre i due terzi della produzione. Attualmente, tutti gli operatori dell'IG sono membri del Consorzio. Anche se in futuro dovessero entrare nella catena di produzione operatori non membri, le prove presentate dalla richiedente dimostrano che tali operatori continuerebbero a ricevere gli stampi tramite il consorzio, come discusso al paragrafo 68 sopra, e rimarrebbero soggetti alla sua supervisione.

(iii) Conclusione sulla sezione II

- 101 Alla luce della precedente analisi interpretativa e della realtà di mercato delle DOP e delle IGP, la percezione del pubblico di riferimento non può essere valutata isolatamente. Non vi sono prove a sostegno dell'affermazione secondo cui i consumatori percepirebbero il logo stesso come indicativo di una DOP o che essi siano – o possano diventare – in qualche modo a conoscenza del disciplinare dell'IGP (e più in particolare dell'articolo 8 dello stesso). Al contrario, data la chiara coesistenza e differenziazione tra il nome dell'IG, il simbolo della DOP e il logo sul prodotto, è più probabile che i consumatori riconoscano l'IG attraverso il nome registrato e il simbolo ufficiale della DOP, mentre percepiscono il logo semplicemente come un marchio o un segno informativo. Tale conclusione è ulteriormente rafforzata dal requisito, stabilito dall'articolo 8 del disciplinare, secondo cui la dicitura "SALVA CREMASCO" DOP deve apparire in caratteri di dimensioni significativamente maggiori rispetto a qualsiasi altro testo presente sulla confezione. Di conseguenza, ci si aspetta che l'IG venga identificata principalmente attraverso il suo nome registrato e il simbolo della DOP, mentre il logo funge da indicatore supplementare di qualità o informazione. Di conseguenza, non vi è alcun motivo per ritenere che il logo comunichi ai consumatori che esso costituisca di per sé la DOP o che dia adito a una percezione fuorviante riguardo alla denominazione protetta.

Conclusione finale

- 102 La Commissione di ricorso allargata conclude che la registrazione del segno oggetto della domanda di marchio collettivo non è né contraria alla funzione essenziale dei marchi collettivi dell'UE, ai sensi dell'articolo 76, paragrafo 1, RMUE in combinato disposto con l'articolo 74, paragrafo 1, RMUE, né ingannevole quanto al suo carattere o significato agli occhi del pubblico di riferimento, ai sensi dell'articolo 76, paragrafo 2, RMUE.
- 103 Il ricorso è accolto e la decisione impugnata è annullata nella sua interezza.

Dispositivo

Per questi motivi,

LA COMMISSIONE DI RICORSO ALLARGATA

con la presente:

1. Annulla integralmente la decisione impugnata.

2. Rinvia il fascicolo all'esaminatore per l'ulteriore prosecuzione del procedimento.

Firmato

S. Stürmann

Firmato

G. Humphreys Bacon

Firmato

V. Melgar

Firmato

N. Korjus

Firmato

C. Negro

Firmato

A. Pohlmann

Firmato

C. Bartos

Firmato

Ph. von Kapff

Firmato

C. Govers

Cancelliera:

Firmato

K. Zajfert

