

Le nuove Indicazioni Geografiche artigianali e industriali

Quadro normativo e profili operativi del Regolamento (UE) 2023/2411

Emanuele Salviati, Consulente Marchi
11 febbraio 2026

JACOBACCI

PARTNERS

Agenda

- 1. Ambito di applicazione**
- 2. Legittimazione attiva**
- 3. Iter di registrazione**
- 4. Protezione**
- 5. Rapporto con i marchi**
- 6. Controlli e vigilanza**
- 7. Mantenimento**
- 8. Conclusioni**

1. Ambito di applicazione

Definizione ex Art. 4

Prodotti Artigianali: *manufatti realizzati interamente a mano o con l'ausilio di strumenti manuali o digitali, in cui l'apporto manuale è prevalente.*

Prodotti Industriali: *manufatti prodotti in modo standardizzato, inclusa la produzione in serie, mediante l'uso di macchine.*

Esempi di applicazione:

- Vetro e cristallo
- Pietre e minerali
- Prodotti ceramici
- Prodotti tessili
- Articoli di oreficeria
- Mobilio, utensili e posate
- Articoli in ferro o metalli in generale
- Strumenti musicali
- Altro

Consorzio
Promovetro
MURANO

DIVALENZA
Made in Italy makes a new impression

 **Liuteria
Cremonese**
Patrimonio UNESCO


CONSORZIO
**CORALLO e
cammeo
Torre**

Esempi possibili

Italia

- Vetro artistico di Murano
- Ceramica artistica e tradizionale – Ceramica di qualità (varie località)
- Coltelli artigianali di Sardegna
- Oreficeria di Valenza
- Tessuti e filati di Biella

Altri Stati membri (es. Francia)

- Coltelli Laguiole («Couteau de Laguiole»)
- Porcellana di Limoges («Porcelaine de Limoges»)

Requisiti cumulativi di applicazione

1. Originario di **un luogo/regione specifici**;
2. Qualità o reputazione essenzialmente **attribuibili all'origine**;
3. Almeno una fase di produzione **localizzata nell'area**.

1. Originario di un luogo/regione specifici

- La zona geografica può fare riferimento a un **determinato luogo, regione o paese**.
- La delimitazione deve essere **concisa e precisa**, facendo riferimento per quanto possibile a confini fisici (fiumi, montagne, ecc.), amministrativi (provincia, comune, ecc.) o di altro tipo (coordinate).

Caso particolare: se la domanda viene presentata, in via eccezionale, da un **singolo produttore**, la zona geografica è delimitata senza riferimento ai confini della proprietà privata.

2. Qualità o reputazione essenzialmente attribuibili all'origine

Esistenza di «**nesso di causalità**» tra le particolarità del luogo e la specificità del prodotto e che può consistere in:

- una data qualità del prodotto;
- alcune caratteristiche del prodotto;
- la reputazione del prodotto.

Qualità: cosa differenzia il prodotto da prodotti dello stesso tipo.

Altre caratteristiche: fattori naturali (es. condizioni climatiche) e fattori umani (es. know-how) **pertinenti al territorio**, non generici.

Possono essere cumulative.

2. Qualità o reputazione essenzialmente attribuibili all'origine

Reputazione: caratteristiche dei fattori geografici (umani o naturali o una combinazione degli stessi), che sono rilevanti per la reputazione al momento attuale e le informazioni storiche pertinenti che hanno creato la reputazione della specificità del prodotto.

Esempi di prove:

- Ritagli stampa
- Testi di riferimento
- Premi
- Menzioni speciali in pubblicazioni specializzate

3. Almeno una fase di produzione localizzata nell'area

- Qualsiasi fase di produzione, compresa la fabbricazione, la trasformazione, l'ottenimento, l'estrazione, il taglio o la preparazione, fino al momento in cui il prodotto assume una forma tale da consentirne l'immissione sul mercato.
- Il richiedente **può** decidere che tutte le fasi di produzione abbiano luogo nella zona geografica delimitata.

Attenzione: l'**imballaggio** del prodotto finito a fini commerciali **non** fa parte delle fasi di produzione.

Imballaggio ed etichettatura

Imballaggio

Il richiedente **può** decidere che l'**imballaggio** debba avere luogo nella zona geografica delimitata → obbligo di fornire motivazioni adeguate (ad es. il trasporto prima dell'imballaggio in altra sede può causare deformazioni/danni irreversibili al prodotto).

Etichettatura

Oltre al simbolo, il richiedente **può** rendere obbligatorio anche l'uso di un **logo specifico**.



2. Legittimazione attiva

Diritto collettivo pubblico

Le IG non conferiscono ai richiedenti la proprietà sui nomi protetti. Le IG sono un **diritto collettivo pubblico** che può essere esercitato da tutti i produttori ammissibili in una zona geografica delimitata, purché rispettino il disciplinare di produzione.

Soggetti richiedenti

1. Associazioni di produttori

- Qualsiasi associazione, indipendentemente dalla sua forma giuridica, composta principalmente da produttori che lavorano con lo stesso prodotto.
- Deve operare in modo **trasparente, aperto e non discriminatorio**. Deve permettere l'ingresso di qualsiasi nuovo produttore operante nella zona che rispetti il disciplinare.

Esempio:

Consorzio Promovetro Murano

Soggetti richiedenti (altri)

2. Produttore unico (in via eccezionale), esclusivamente se:

- è l'**unico produttore** in una determinata zona geografica che desidera presentare una domanda di registrazione di 'IG; e
- la zona geografica è delimitata **senza riferimento ai confini della proprietà privata** e presenta caratteristiche che differiscono da quelle delle zone geografiche limitrofe ovvero le caratteristiche del prodotto sono differenti da quelle dei prodotti realizzati nelle zone geografiche limitrofe.

3. Autorità locali/regionali e singoli privati (in via eccezionale):

- solo se **motivatamente** designati dallo Stato.

3. Iter di registrazione

Panoramica

1. Fase nazionale (UIBM)

- Domanda di registrazione presentata all'UIBM
- **Verifica** della documentazione (entro 60 giorni) e possibile **parere** Regione
- Pubblicazione nel Bollettino e apertura periodo per **opposizione** (2 mesi)
- L'esito positivo comporta l'invio della domanda all'EUIPO

2. Fase dell'Unione europea (EUIPO)

- Verifica della documentazione (entro 6 mesi)
- Pubblicazione nel Registro UE e apertura periodo per **opposizione** (3 mesi)
- Registrazione **definitiva**

Fase nazionale

Schema di decreto legislativo recante adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del regolamento (UE) 2023/2411, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche per i prodotti artigianali e industriali.

Attualmente allo stato di esame in Parlamento

Fase nazionale: documentazione necessaria

Disciplinare di produzione

L'IG può essere utilizzata solo su prodotti conformi al disciplinare, che contiene:

- a) il nome da proteggere;*
- b) il tipo di prodotto e una descrizione delle sue principali caratteristiche;*
- c) la zona geografica delimitata di produzione;*
- d) indicazione delle fasi di produzione del prodotto che vi hanno luogo;*
- e) una descrizione del metodo di produzione, nonché eventuali informazioni relative alle norme in materia di imballaggio ed etichettatura;*
- f) informazioni che stabiliscono il legame tra una data qualità, la reputazione o altre caratteristiche del prodotto e la zona geografica;*
- g) altri requisiti stabiliti dall'associazione di produttori, a condizione che siano oggettivi, non discriminatori e compatibili con il diritto.*

Fase nazionale: documentazione necessaria

Documento unico

Sintesi del disciplinare di produzione (max 2500 parole), che contiene:

- *il nome da proteggere;*
- *il tipo di prodotto;*
- *una descrizione del prodotto ed eventualmente informazioni relative all'imballaggio e all'etichettatura;*
- *una delimitazione della zona geografica;*
- *una descrizione del legame tra il prodotto e la zona geografica delimitata.*

Fase nazionale: documentazione necessaria

Documentazione di accompagnamento

Contiene:

- *il nome e i recapiti del richiedente;*
- *il nome e i recapiti dell'autorità competente designata (UIBM) e, se del caso, dell'organismo di certificazione dei prodotti che verifica la conformità al disciplinare di produzione;*
- *informazioni su eventuali limitazioni dell'uso o della protezione dell'indicazione geografica, nonché su eventuali misure transitorie (anche indicate dall'UIBM post opposizione).*

Fase nazionale: procedura di opposizione

CHI: Qualsiasi persona avente un interesse legittimo e stabilita o residente in Italia.

Motivi assoluti:

- assenza requisiti sostanziali;
- il nome proposto è diventato generico.

Motivi relativi:

- **omonimia** con IG registrata/richiesta;
- marchio anteriore registrato che gode di **notorietà**, quando la registrazione della IG indurrebbe in errore il consumatore sulla vera identità del prodotto;
- quando la registrazione dell'IG pregiudicherebbe l'esistenza di un nome identico o simile utilizzato nella prassi commerciale oppure l'esistenza di prodotti che si trovano sul mercato da almeno cinque anni prima della data di pubblicazione → possibile **periodo transitorio**.

Fase europea

In caso di esito positivo dell'esame nazionale, UIBM trasmette la domanda di registrazione all'EUIPO.

- **Esame sostanziale** (simile a quello effettuato a livello nazionale)
- **Opposizione:**
 - Autorità competente di uno Stato membro o di un paese terzo oppure una persona avente un interesse legittimo, stabilita o residente in un paese terzo o in un altro Stato membro, ad eccezione dell'opponente nazionale;
 - stessi motivi dell'opposizione nazionale, ma estesi a tutta l'UE.

Periodi transitori

Qualora un opponente abbia dimostrato, a livello nazionale o UE, che la registrazione di un'IG possa **pregiudicare** un nome usato nella prassi commerciale, l'EUIPO può concedere una **deroga** per continuare a usare il nome:

- **fino a 5 anni**: Se il nome è stato usato legalmente per almeno **5 anni** prima della pubblicazione della domanda;
- **fino a 15 anni**: In casi eccezionali, se l'uso è stato leale, costante e documentato per almeno **25 anni** prima del deposito dell'IG.

Obbligo di etichettatura: Durante questo periodo, è obbligatorio indicare chiaramente il **paese di origine** per non indurre in errore il consumatore.

Registrazione dei nomi esistenti

Per i nomi già giuridicamente protetti a livello nazionale o acquisiti con l'uso, i richiedenti possono presentare una domanda di registrazione all'UIBM entro **90 giorni** dalla data di entrata in vigore del decreto legislativo italiano.

Tali domande sono sottoposte all'iter nazionale e UE già descritto, ma non si applica il regime di opposizione a livello UE.

La protezione nazionale cessa definitivamente il **2 dicembre 2026**.

Possibili esempi:

- Vetro artistico di Murano (Legge Regionale del Veneto n. 70/1994)
- Ceramica artistica e tradizionale – Ceramica di qualità (Legge 188/1990)

4. Protezione

Fattispecie di protezione

Le IG registrate sono protette contro:

- **uso commerciale diretto o indiretto** per prodotti comparabili o che sfruttano la reputazione dell'IG;
- **usurpazione, imitazione o evocazione**, anche se la vera origine dei prodotti o servizi è indicata o se l'indicazione geografica protetta è una traduzione o è accompagnata da espressioni quali «genere, «tipo», ecc;
- qualsiasi altra indicazione o pratica **falsa o ingannevole**;
- protezione estesa ai **nomi di dominio** e all'**e-commerce**.

Focus su «evocazione»

Ha luogo quando il consumatore è indotto ad avere **direttamente in mente**, come immagine di riferimento, il prodotto che beneficia dell'indicazione geografica protetta → nesso sufficientemente **diretto** e **univoco** tra il segno contestato e l'IG.

Prescinde dal rischio di confusione

- CHAMPAGNE / CHAMPANILLO (C-783/19): servizi di ristorazione
- PROSECCO / PriSecco (T-406/24): cocktails analcolici

5. Rapporto con i marchi

Marchi anteriori confliggenti con IG

- Marchio registrato che gode di notorietà → **IG respinta**
- Marchio che sia stato depositato, registrato o, se previsto dal diritto applicabile, acquisito con l'uso in buona fede nell'Unione anteriormente alla data in cui la domanda di registrazione dell'IG è presentata all'EUIPO → **coesistenza**

Marchi successivi confliggenti con IG

Respinti d'ufficio o su istanza di parte.

EUIPO

Prassi plausibilmente in linea con DOP/IGP agroalimentari.

UIBM

Da valutare.

Marchi collettivi

Le IG forniscono una tutela **rafforzata**:

- evocazione vs rischio di confusione
- protezione online (takedown, difesa contro il cybersquatting)
- nessun limite di durata e nessuna tassa di rinnovo
- molto più complesso cancellarle
- riconoscimento all'estero tramite Atto di Ginevra o accordi bilaterali
- intervento autorità pubblica e sanzioni penali



6. Controlli e vigilanza

Autodichiarazione

- Un'IG registrata può essere utilizzata da **qualsiasi produttore** di un prodotto conforme al disciplinare di produzione.
- Prima dell'immissione del prodotto sul mercato, i produttori presentano un'**autodichiarazione all'UIBM**.
- Successivamente, **ogni 3 anni**.
- Controlli **a campione**.

Controlli

- **UIBM** quale autorità competente, coadiuvato dalla Guardia di finanza per lo svolgimento dei compiti di monitoraggio dell'uso di nomi registrati per designare prodotti immessi sul mercato, anche tramite commercio online.
- Possibilità di delegare alcune funzioni di controllo a **organismi di certificazione terzi accreditati**.
- Ruolo **Consorzi** in vigilanza e tutela IG.

Sanzioni

Sanzioni amministrative

- Multe proporzionate alla **gravità della condotta** (evocazione, pratiche ingannevoli, immissione sul mercato di prodotti non conformi a disciplinare, ecc.).
- Sanzioni si applicano anche ai nomi di dominio, alle merci in transito doganale e alle **vendite e-commerce** (i contenuti pubblicitari che violano le IG sono considerati "contenuti illegali" con responsabilità diretta per i gestori delle piattaforme → **rimozione**).
- Oltre alla multa, scatta l'**inibizione all'uso** dell'IG.

Sanzioni

Sanzioni penali

La tutela delle IG artigianali e industriali viene **equiparata** a quella agroalimentare.

Art. 517-quater c.p.: Punisce chiunque produce, detiene per la vendita o mette in commercio prodotti i cui nomi usurpano o evocano una IG protetta.

- Reclusione fino a 2 anni.
- Multa fino a 20.000 euro.
- Confisca dei prodotti.

7. Manutenimento

Cancellazione: motivi e decorrenza effetti

L'IG è dichiarata **nulla** con effetto **retroattivo** se:

- il nome era già diventato un termine generico;
- vi era già una IG identica;
- esisteva un marchio anteriore noto che avrebbe dovuto impedirne la registrazione.

L'IG **decade** se:

- non è più possibile garantire che il prodotto sia **conforme al disciplinare**;
- non è stato immesso sul mercato alcun prodotto certificato per un periodo **ininterrotto** di almeno 5 anni.

Cancellazione: legittimazione attiva

- Qualsiasi persona fisica o giuridica avente un interesse legittimo;
- L'autorità competente di uno Stato membro o di un paese terzo;
- Il richiedente originario;
- La Commissione europea o l'EUIPO (d'ufficio, solo per i motivi di «decadenza»).

Cancellazione: Uffici competenti

- I soggetti stabiliti in Italia devono presentare la richiesta all'**UIBM**, che poi la trasmette all'EUIPO per la decisione finale;
- Gli altri soggetti direttamente all'**EUIPO**.

8. Conclusioni

Vantaggi

- **Tutela rafforzata** (prescinde dal rischio di confusione, tutela penale, meno soggetto a decadenza per mancato uso)
- Strumenti efficaci di **difesa online** (es. obbligo di takedown)
- **Uso contrassegno IGP** (garanzia di qualità per i consumatori)
- **Valorizzazione economica** («DOP Economy», cfr. Rapporto Ismea-Qualivita 2025)
- **Internazionalizzazione ed export** (Atto di Ginevra, accordi di libero scambio UE-Paesi terzi)
- **Promozione patrimonio culturale e industriale locale** (Rapporto Turismo DOP 2025)
- **Accesso a finanziamenti pubblici** (cfr esperienza DOP/IGP agroalimentari)

Come possiamo aiutarvi

- **Mappatura dei diritti esistenti** (marchi collettivi, certificazioni, leggi speciali) e nella valutazione della strategia di protezione più adatta
- **Revisione della documentazione necessaria per la registrazione delle IG artigianali e industriali**
- **Presentazione delle domande all'UIBM** e gestione dell'iter verso la registrazione UE
- **Tutela e sorveglianza dell'IG** contro concorrenza sleale, uso improprio del nome geografico e contraffazioni online (registrazioni/domande di marchi, domini, marketplace, pubblicità ingannevole)
- Sviluppo di **strategie di valorizzazione** basate sulle nuove IG artigianali

Contatti



Emanuele Salviati
Consulente Marchi

esalviati@jacobacci.com

www.jacobacci.com/professionisti/emanuele-salviati

<https://it.linkedin.com/in/salvatiemanuele>