



CONSORZIO VINO
CHIANTI CLASSICO

www.chianticlassico.com



LA DIFESA DEL MARCHIO E DELLA DENOMINAZIONE DEL CONSORZIO VINO CHIANTI CLASSICO

Relazione del Consiglio di Amministrazione
all'Assemblea dei Soci



CHIANTI CLASSICO



Il marchio Gallo Nero diviene il marchio che contraddistingue tutta la produzione DOCG Chianti Classico.





LA TUTELA DEL MARCHIO

Il Consorzio ha sempre finalizzato la sua attività alla difesa della denominazione da abusi contraffazioni ed usi distorti ha depositato e dal 1972 registrato il proprio marchio figurativo, Gallo Nero.



LA TUTELA DEL MARCHIO GALLO NERO

Il marchio Gallo Nero è stato registrato anche in forme grafiche leggermente diverse, con diciture diverse tra loro (Consorzio Chianti Classico, Consorzio Vino Chianti Classico, Consorzio Marchio Storico) anche in lingue e colori alternativi al fine di ottenere la massima tutela possibile.



LA TUTELA DEL MARCHIO GALLO NERO: Le registrazioni

Tipo	Data	Numero	Dicitura
INTERNAZIONALE 33 coll.	19/09/2000	744435	SCHWARZER HAHAN
INTERNAZIONALE 33 ind.	10/11/1987	340935	CONSORZIO VINO CHIANTI CLASSICO
INTERNAZIONALE 33 coll.	22/05/1991	570360	CONSORZIO CHIANTI CLASSICO
INTERNAZIONALE 33 coll.	05/05/2006	902676	CHIANTI CLASSICO DAL 1716



LA TUTELA DEL MARCHIO GALLO NERO: Le registrazioni

Tipo		Data	Numero	Dicitura
ITALIANO	classi diverse ind.		832.152	CONSORZIO MARCHIO STORICO
ITALIANO	33 coll.		856.048	CONSORZIO MARCHIO STORICO
ITALIANO	33 coll. b/n		856.049	CONSORZIO MARCHIO STORICO
ITALIANO	classi diverse ind b/n		832.153	CONSORZIO CHIANTI CLASSICO
ITALIANO	33 coll.		856.219	CONSORZIO CHIANTI CLASSICO
ITALIANO	33 coll.	30/11/2001	856.220	CONSORZIO GALLO NERO
ITALIANO	33 coll.	20/12/1999	798.003	CONSORZIO VINO CHIANTI CLASSICO
ITALIANO	33 coll. b/n	19/9/2000	823.606	SCHWARZER HAHAN
ITALIANO	33 coll.	2/2/2004		ETICHETTA GALLO BIANCO
ITALIANO	33 coll.	2/2/2004		SCRITTA GALLO BIANCO
ITALIANO	33 coll. b/n	13/7/2004		ETICHETTA GALLO BIANCO
ITALIANO	33 coll.	8/3/1999	775.241	SCRITTA GALLO NERO
ITALIANO	33 coll.	05/05/2006	0001006311	CHIANTI CLASSICO DAL 1716



LA TUTELA DEL MARCHIO GALLO NERO: Le registrazioni

Tipo	Data	Numero	Dicitura
COMUNITARIO classi diverse ind	26/7/2002	002258903	CONSORZIO MARCHIO STORICO
COMUNITARIO 33 coll.	13/11/2001	001611128	scritta BLACK ROOSTER



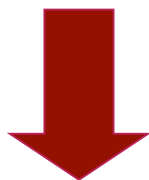
LA TUTELA DEL MARCHIO GALLO NERO: Le registrazioni

Tipo	Data	Numero	Dicitura
USA 33 coll.	7/4/2000	889138	CONSORZIO CHIANTI CLASSICO
G. BRETAGNA 33 coll.	23/3/1991	1.215.633	CONS. VINO CHIANTI CLASSICO
SVEZIA 33 coll.	20/7/2001	347.650	CONS. VINO CHIANTI CLASSICO
DANIMARCA 33 coll.	22/10/2001	FR2001 00026	CONS. VINO CHIANTI CLASSICO
FINLANDIA 33 coll.	30/03/2001	220.552	CONS. VINO CHIANTI CLASSICO
NORVEGIA 33 coll.	30/11/2000	205.898	CONS. VINO CHIANTI CLASSICO
GIAPPONE 33 coll.	7/9/2001	4.504.237	CONS. VINO CHIANTI CLASSICO
AUSTRALIA 33 coll.	10/04/2000	831.159	CONS. VINO CHIANTI CLASSICO
SUDAFRICA 33 coll.	8/5/2004	2000/07082	CONS. VINO CHIANTI CLASSICO
CILE 33 ind	22/11/2000	583.179	CONS. VINO CHIANTI CLASSICO
IRLANDA 33 coll	25/10/2000	225.732	CONS. VINO CHIANTI CLASSICO
CANADA 33 coll.	25/04/2002	TMA 328.366	CONS. VINO CHIANTI CLASSICO
INDIA 33 coll.	12/12/2005	484558	CONS. VINO CHIANTI CLASSICO



LA TUTELA DEL MARCHIO "CHIANTI CLASSICO" E LA SUA REGISTRAZIONE

Nel 2006 è stata avviata anche l'attività di registrazione delle parole "CHIANTI CLASSICO" come marchio collettivo (marchio italiano, internazionale, singoli Paesi)



Esiti positivi con registrazione già avvenuta:
Italia - Austria - Benelux - Cina - Cipro - Danimarca
Estonia - Germania - Gran Bretagna - Irlanda
Lettonia - Lituania - Polonia Portogallo - Spagna
Ungheria - Norvegia Corea del Sud - Giappone
Australia - Svizzera - USA - Filippine - India
Indonesia - Sudafrica - Taiwan - Nuova Zelanda

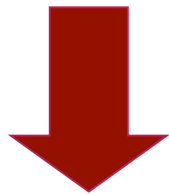


Istruttorie in corso:
Grecia - Slovacchia - Slovenia.

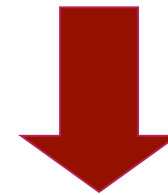


IL MONITORAGGIO

Dal 2006 è in corso un'attività di monitoraggio sull'uso fraudolento o illegittimo di marchi confondibili



Avviate 46 procedure internazionali di opposizioni per arginare il fenomeno della contraffazione dei marchi in Francia, Spagna, Germania, USA, Romania, Bulgaria, Cina, Svizzera, Giappone, Italia, Turchia

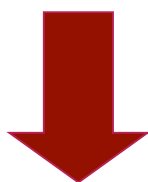


Da maggio 2006 è stata esercitata un sorveglianza su più di domini internet che utilizzano le parole "chianti classico".



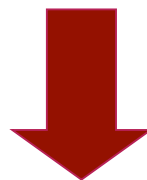
LA TUTELA DEL MARCHIO: I MEZZI

Struttura
consortile



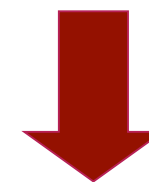
- Scelte sulle modalità di tutela
- Coordinamento delle istruttorie
- Attività di registrazione

Consulenti tecnici
esterni con
corrispondenti nei Paesi
stranieri



- Attività di registrazione
- Procedure di opposizione amministrativa

Studio legale esterno

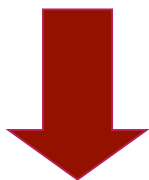


Eventuali controversie
legali

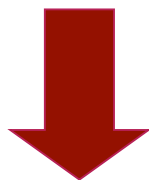


LA TUTELA DEL MARCHIO: I COSTI

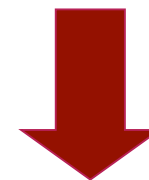
Dal 2006 il Consorzio Vino Chianti Classico ha sostenuto spese per **attività esterne** di registrazione, monitoraggio e procedure di opposizione pari a circa € 350.000



Attività di registrazione
€ 150.000



Attività di monitoraggio
€ 50.000



Procedure di opposizione
€ 150.000



LE AZIONI DEL CONSORZIO NEGLI USA

Sorveglianza su registri mondiali Classe 33 Gallo Nero	Paesi	Esiti
Le Coq	USA	Esito positivo
Juice Box Wine Company	USA	Esito positivo
Atomic Brand Chicago	USA	Esito positivo
RMV LLC New York	USA	Esito positivo
Le clocher	Internazionale	Esito positivo
Get - Real	USA	istruttoria
Le Black Coq	USA	istruttoria
Le Black	USA	Esito positivo
Gallonery ristorante NY	USA	istruttoria

Sorveglianza su uso/registrazioni parole Chianti Classico	Paesi	Esiti
San Antonio Winery Classic Chianti California	USA	Istruttoria



LA TUTELA DEL MARCHIO LA VICENDA GALLO WINERY

13 agosto 1991 Ordinanza della Corte degli Stati Uniti

1. inibisce al Consorzio l'uso della parola "Gallo" sia da sola che come parte di qualsiasi marchio, ragione sociale o altra designazione commerciale, per ogni prodotto vinicolo presente negli Stati Uniti;



LA TUTELA DEL MARCHIO LA VICENDA GALLO WINERY

13 agosto 1991 Ordinanza della Corte degli Stati Uniti

2. conferma al Consorzio l'assenza di vincoli o limiti all'uso continuato del marchio Gallo Nero senza la parola Gallo;



LA TUTELA DEL MARCHIO LA VICENDA GALLO WINERY

13 agosto 1991 Ordinanza della Corte degli Stati Uniti

3. Viene consentito al Consorzio l'uso delle parole Gallo Nero non come marchio ma per descrivere il simbolo del Consorzio nel materiale informativo e/o pubblicitario stampato in lingua italiana anche se distribuito negli Stati Uniti.



LA TUTELA DEL MARCHIO RISTORANTE GALLONERONY





DENOMINAZIONE

- D. lgs 61/2010
- Regolamento (CE) 1234/2007
- Regolamento (CE) 607/2009

Codice Proprietà Intellettuale: articolo 30

*Sono protette le indicazioni geografiche e le **denominazioni di origine** che identificano un paese, una regione o una località, quando siano adottate per designare un prodotto che ne è originario e le cui qualità, reputazione o caratteristiche sono dovute esclusivamente o essenzialmente all'ambiente geografico d'origine, comprensivo dei fattori naturali, umani e di tradizione.*



DENOMINAZIONE

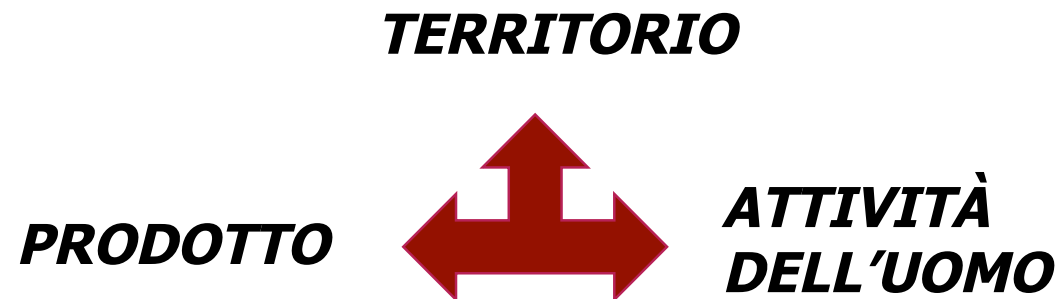
In campo vinicolo, in Italia (e sostanzialmente nei paesi europei) per denominazione si intende:

il nome geografico di una zona viticola particolarmente vocata, utilizzata per designare un prodotto di qualità e rinomato, le cui caratteristiche sono connesse all'ambiente naturale ed ai fattori umani.



DENOMINAZIONE

Nella nozione si valorizza dunque il collegamento tra:





MARCHIO COLLETTIVO E DENOMINAZIONE

Non vi è comunque alcun impedimento affinché una “Denominazione” possa anche essere un “Marchio Collettivo”, soprattutto se si vuole utilizzare, nei confronti dei contraffattori



LA TUTELA DELLE DENOMINAZIONI DI ORIGINE

Ciascuna denominazione d'origine deve essere accompagnata da un apposito **disciplinare di produzione**, finalizzato a garantire una certa qualità. Ottenuto detto riconoscimento per una data denominazione d'origine, il diritto ad utilizzarla spetta solamente a chi produce nel rispetto del disciplinare di produzione.



LA TUTELA DELLE DENOMINAZIONI DI ORIGINE

All' interno dell'Unione Europea, nessuno può produrre e commercializzare un vino utilizzando la denominazione d'origine o l'indicazione geografica corrispondente ad un determinato territorio della comunità, se il vino non proviene proprio da quel determinato territorio.

Parimenti, a nessun produttore extracomunitario è consentito commercializzare, all'interno dell'Unione Europea, vini contraddistinti con nomi geografici di territori della Comunità.

Nella UE il sistema è EFFICACE.



LE DENOMINAZIONI NEGLI USA

In linea di principio: gli americani considerano le denominazioni come indicative di una tipologia di vino e non una garanzia d'origine.

Sui mercati statunitensi è possibile trovare vini ad esempio prodotti in California che si fregiano di denominazioni europee (Chianti della California).

Conseguenza: inganno del consumatore e danni economici e d'immagine al produttore europeo



SULLA DENOMINAZIONE: DIVERSA IMPOSTAZIONE DI FONDO

USA

Hanno sempre respinto l'idea del riconoscimento del binomio prodotto-territorio, ritenendo invece più giusto che fosse valorizzato l'elemento della «**reputazione**», ovvero della percezione, da parte del pubblico dei consumatori, di ciò che un certo prodotto è. È rilevante non il nome geografico, ma la percezione che ne hanno i consumatori..



SULLA DENOMINAZIONE DIVERSA IMPOSTAZIONE DI FONDO

In USA, **ad esempio**, le parole:

« **Champagne** »

« **Chianti** »

sono menzioni **SEMIGENERICHE** non stanno cioè ad indicare solo vini provenienti dalle note regioni francese ed italiana, ma anche una determinata tipologia di prodotto indipendentemente dal loro luogo di origine.

Dal punto di vista americano, pertanto, anche le indicazioni geografiche di provenienza e la loro relativa tutela dovrebbe essere soggette ai principi della legislazione in materia di marchi.

Il **MARCHIO** prevale sulla **DENOMINAZIONE**.



CLASSIC CHIANTI CALIFORNIA

La San Antonio Winery asserisce di utilizzare il marchio dal 1991 e quando il diritto ad un marchio è stato acquisito a seguito di uso in buona fede prima dell'entrata in vigore degli Accordi Trips (1994), tale diritto non può essere limitato in base alla sua somiglianza con un indicatore geografico.

Il Consorzio si sta opponendo rivendicando:

1. uso dal 1967 e la registrazione del marchio
2. Registrazione di Gallo Nero/Chianti Classico dal 1970



CLASSIC CHIANTI CALIFORNIA





ACCORDO UE/USA SU DENOMINAZIONI

Il 10 marzo 2006 è entrato in vigore l'Accordo concluso tra la Comunità Europea e gli Stati Uniti d'America sulla commercializzazione del vino approvato con decisione del Consiglio n. 2006/232/CE.



SITUAZIONE ODIERNA NEGLI USA

La possibilità che i nomi « semi-generici » (comprendenti per l'Italia importanti indicazioni, quali le ricordate **Chianti** e Marsala) vengano utilizzati negli USA da nuovi imprenditori, che non li abbiano legittimamente utilizzati prima del 10 marzo 2006, è stata sostanzialmente eliminata, anche se chi aveva prima acquisito il diritto di utilizzare in etichetta tali termini continuerà a poterlo fare.