

**CONSULTAZIONE CIRCA****“*Linee di intervento strategiche sulla proprietà industriale per il triennio 2021-2023*”****CONSIDERAZIONI DI ASSICA****Premessa generale**

Ci preme anzitutto considerare che la collaborazione di Assica con codesta rispettabile Direzione Generale è sempre stata improntata alla condivisione di problematiche sia specifiche sia di più ampio respiro e profilo più generale con particolare riferimento ai marchi: al di là della disamina di situazioni specifiche relative alla titolarità di singoli marchi o al supporto per la tutela di denominazioni all'estero, ci si è sempre confrontati sulle possibili iniziative e strategie per migliorare non solo le procedure burocratiche connesse ai marchi del nostro settore, ma anche – più in generale – l'adozione di iniziative per la tutela del patrimonio gastronomico e culturale rappresentato dalla salumeria italiana all'interno dell'agroalimentare nazionale.

Il settore della salumeria italiana, infatti, è attento ai profili di proprietà intellettuale che più specificatamente riguardano i marchi e al loro rapporto con le tradizionali denominazioni di vendita. Storicamente le produzioni della salumeria nazionale hanno espresso una forte identità locale al pari di altre produzioni agroalimentari, spesso a tal punto dall'identificare una denominazione con un produttore specifico. Si tratta di legami che sottendono non solo profili di proprietà intellettuale, ma spesso anche veri e propri casi di sviluppo economico territoriale dal momento che quel produttore e il successo di quella produzione particolare hanno spesso segnato lo sviluppo sociale ed economico di interi territori del nostro Paese attorno a quell'attività economica. Disegni e brevetti sono certamente tematiche importanti per il nostro settore, ma indubbiamente con minore intensità rispetto ai marchi privati sia collettivi sia individuali.

Le considerazioni che seguiranno sono dunque interamente da interpretarsi con riferimento ai marchi e al particolare rapporto esistente tra produttore – marchio – denominazione – territorio che è stato qui sopra accennato.

**1. Monitoraggio e tutela**

Uno degli aspetti su cui maggiormente è attiva la collaborazione tra Assica e codesta rispettabile direzione generale è il monitoraggio e la tutela del mercato. Al di là delle specifiche necessità individuali legate ai marchi detenuti da ciascun titolare – il quale ovviamente agisce in nome e conto proprio come meglio ritiene – è divenuta sempre più evidente nel tempo la diffusione di fenomeni imitativi o pseudo imitativi. In particolare, con l'aumentare delle transazioni telematiche, e-commerce, acquisti a distanza e in questo ultimo periodo tristemente segnato da pandemia e lockdown anche food delivery, si sono registrati un crescente numero di casi in cui taluni prodotti vengono presentati e venduti con nomi che richiamano o “scimmiottano” altri prodotti più noti.

Si tratti di casi in cui talvolta si riscontrano veri e propri profili di violazione della proprietà intellettuale, altre volte gli estremi di tale violazione sono più labili, ma si tratta pur sempre di sfruttamento indebito della reputazione, notorietà e consolidata identità legittimamente acquisita nel tempo con l'uso di fatto di determinate denominazioni, prodotti, loghi e simboli.

Molto efficace in questi casi sono gli strumenti di monitoraggio e tutela che grazie all'opera della direzione generale si sono potuti mettere in campo e che hanno rivelato di per sé una funzione deterrente di comportamenti “equivoci”.



**ASSICA**

**Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi**

aderente a Confindustria

[www.assica.it](http://www.assica.it)

Esperienze come “Carta Italia”, cui Assica aderisce dalla prima ora, sono risultate utili a diffondere una diversa cultura dell’identità e della dignità di talune produzioni anche nell’ambito e-commerce dove spesso si ritiene che ci sia maggior libertà di comportamento nel descrivere e proporre i prodotti in vendita.

Su questo fronte si suggerisce dunque di rafforzare tali strumenti, includendo ove possibile un più esteso monitoraggio anche automatico (basato su software che in base a determinati algoritmi possano segnalare la presenza di situazioni potenzialmente anomale) e al contempo favorendo momenti di “divulgazione” che aiutino tutti gli operatori ad adottare comportamenti più consapevoli.

## **2. Protocolli di intesa e tutela**

Come detto, gli strumenti di tutela della proprietà intellettuale e di legittimazione dei diritti di fatto si sono dimostrati particolarmente efficaci specie con effetto deterrente verso comportamenti non sempre corrette ancorché a volte involontari. La formazione, l’informazione, la divulgazione e più in generale la possibilità offerta di correggere comportamenti erranei si è rivelata efficace nel ridurre le situazioni in cui marchi registrati o denominazioni utilizzate in modo continuativo per anni venivano richiamati generando un indebito sfruttamento della notorietà degli stessi.

Da questo punto di vista anche i protocolli di intesa possono essere strumenti particolarmente efficaci per la tutela delle produzioni del nostro settore, svolgendo anche un utile elemento di prevenzione al dilagare di fenomeni di “sounding” sia in Italia sia all’estero. Accordi e protocolli che prevedano l’impegno delle parti ad un costante e continuo aggiornamento sulle materie specifiche di tutela dei nomi della salumeria da un lato e la rimozione tempestiva di comportamenti scorretti e la prevenzione del loro ripetersi dall’altro si rivelano sempre di reciproca soddisfazione tanto per l’amministrazione quanto per gli operatori che li sottoscrivono. In tale ottica si propone di studiare e pianificare che codesta rispettabile direzione generale possa sottoscrivere protocolli d’intesa tra operatori online, rappresentanti della distribuzione e della ristorazione, magari anche con il coinvolgimento delle associazioni di categoria che possono fornire utili strumenti e informazioni alle parti sull’evoluzione delle produzioni specifiche del settore. Si auspica che tali protocolli possano essere utilmente sottoscritti sia con valenza in ambito nazionale sia con valenza internazionale o in altri Stati per contribuire alla prevenzione dei noti fenomeni di “sounding” già richiamati.

## **3. Marchi di certificazione**

Le produzioni della salumeria, come accennato, sono molto diversificate e legate ai territori che le generano. Talune di esse sono nel tempo divenute così rappresentative del loro territorio e delle lunghe tradizioni produttive da poter ottenere il riconoscimento come prodotti agroalimentari DOP e IGP. Con ben 43 riconoscimenti in tale ambito l’Italia è il Paese europeo con il maggior numero di indicazioni geografiche nel settore della salumeria. Tuttavia molte altre produzioni locali hanno un’identità e una tradizione che merita e cerca una salvaguardia. Alcune di esse hanno intrapreso la strada del marchio collettivo per tutelare un’immagine consolidata a livello locale, altre stanno valutando l’adozione di un marchio di certificazione. Strumento relativamente nuovo, con numerose potenzialità soprattutto per il settore della salumeria nazionale, suscita curiosità da un lato e altrettanti dubbi dall’altro circa un’eventuale eccessiva burocrazia. Si suggerisce in tal senso l’intensificazione di momenti formativi, anche online, sull’utilizzabilità, le modalità pratiche di gestione e le tutele offerte dal marchio di certificazione in modo da favorire la crescita di una più diffusa cultura specifica sull’argomento e incrementare le opportunità di tutela delle produzioni agroalimentari nazionali.

## **4. Aspetti specifici per le DOP e le IGP**

Si è detto in precedenza delle produzioni DOP e IGP e della loro rilevanza per il settore salumi nazionale. Proprio in ragione di tale rilevanza, si ritiene particolarmente utile proporre alcuni suggerimenti per una miglior gestione dei profili di proprietà intellettuale inerenti queste tutele di carattere comunitario.



**ASSICA**

**Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi**

aderente a Confindustria

[www.assica.it](http://www.assica.it)

Anzitutto preme rilevare come si renda sempre più necessaria una costante e continua collaborazione tra codesta direzione generale e la corrispondente direzione generale della qualità presso il Mipaaf a cui compete la gestione dell'intero patrimonio di DOP e IGP nazionali. Se è vero che la legge attribuisce al dicastero agricolo di via Venti Settembre le funzioni inerenti il riconoscimento, la gestione e la tutela delle DOP e IGP è altresì innegabile che molteplici sono i profili di commistione dell'attività di codesta direzione generale quando si affrontano aspetti di proprietà intellettuale inerenti l'agroalimentare.

L'istituzione di una piattaforma di dialogo permanente tra le due direzioni generali è sicuramente auspicabile, nella convinzione che le competenze esclusive della direzione generale UIBM possano portare un sostanziale contributo ai costanti e assidui sforzi del Mipaaf, specialmente nel campo della tutela delle indicazioni geografiche.

Si suggerisce pertanto di istituire ogni possibile forma di dialogo e scambio informativo costante e/o anche informatizzato tra le direzioni generali in parola al fine di sfruttare al meglio le sinergie tra le diverse competenze a tutto vantaggio della tutela di un'importante parte del settore salumi italiano.

### **ASSICA – LA RAPPRESENTANZA DEL SETTORE CARNI SUINE E SALUMI**

ASSICA - Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi è l'organizzazione nazionale di categoria che, nell'ambito di Confindustria, rappresenta le imprese di **produzione dei salumi** (sia di carne suina sia di carne bovina), di **macellazione suina** e di **trasformazione di altri prodotti** a base di carne (carne in scatola, grassi e strutto, ecc.), e quindi l'intera filiera industriale del settore.

Nel quadro delle proprie finalità istituzionali, l'attività di ASSICA copre diversi ambiti, tra cui la definizione di una politica economica settoriale, l'informazione ed il servizio di assistenza agli associati in campo economico/commerciale, sanitario, tecnico normativo, legale, sindacale e sulle procedure per l'export.

ASSICA, presente a Bruxelles dal 1992, ha da sempre prestato grande attenzione alle evoluzioni politiche e legislative comunitarie poiché la definizione normativa e regolamentare del settore avviene sempre più a livello europeo.

Il **settore salumi** sviluppa circa **8 miliardi di euro di fatturato l'anno di cui circa 1,5 miliardi di euro dall'export** dei nostri apprezzati salumi. Le aziende associate ad ASSICA nel 2018 hanno fatturato complessivamente circa **l'80% del fatturato totale del settore**, dando occupazione a oltre 10.000 dipendenti diretti. Inoltre, **l'80% circa delle esportazioni** del settore sono generate dalle aziende direttamente aderenti ad ASSICA.