SENTENZA DELLA CORTE (Seconda Sezione)
24 ottobre 2002 *

Nel procedimento C-81/01,

avente ad oggetto la domanda di pronuncia pregiudiziale proposta alla Corte, ai sensi dell'art. 234 CE, dalla Cour de cassation (Francia) nella causa dinanzi ad essa pendente tra

Borie Manoux SARL

e

Directeur de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI),

domanda vertente sull'interpretazione dell'art. 40 del regolamento (CEE) del Consiglio 24 luglio 1989, n. 2392, che stabilisce le norme generali per la designazione e la presentazione dei vini e dei mosti di uve (GU L 232, pag. 13), nella versione modificata dal regolamento (CEE) del Consiglio 16 dicembre 1991, n. 3897 (GU L 368, pag. 5),

* Lingua processuale: il francese.

LA CORTE (Seconda Sezione),

composta dal sig. R. Schintgen, presidente di sezione, dal sig. V. Skouris e dalla sig.ra N. Colneric (relatore), giudici,

avvocato generale: L.A. Geelhoed
cancelliere: R. Grass

viste le osservazioni scritte presentate:

— per la Repubblica francese, dal sig. G. de Bergues e dalla sig.ra L. Bernheim, in qualità di agenti;

— per la Commissione delle Comunità europee, dalla sig.ra A.M. Alves Vieira e dal sig. G. Berscheid, in qualità di agenti,

vista la relazione del giudice relatore,

sentite le conclusioni dell'avvocato generale, presentate all'udienza del 14 marzo 2002,

ha pronunciato la seguente

Sentenza

1 Con sentenza 13 febbraio 2001, pervenuta nella cancelleria della Corte il 16 febbraio seguente, la Cour de cassation ha proposto, ai sensi dell'art. 234 CE, una questione pregiudiziale relativa all'interpretazione dell'art. 40 del regolamento (CEE) del Consiglio 24 luglio 1989, n. 2392, che stabilisce le norme generali per la designazione e la presentazione dei vini e dei mosti di uve (GU L 232, pag. 13), nella versione modificata dal regolamento (CEE) del Consiglio 16 dicembre 1991, n. 3897 (GU L 368, pag. 5; in prosieguo: il «regolamento n. 2392/89»).

2 Tale questione è stata sollevata nell'ambito di una controversia tra la società Borie Manoux SARL (in prosieguo: la «Borie Manoux»), con sede in Bordeaux (Francia), e il direttore dell'Institut national de la propriété industrielle (in prosieguo: l'«INPI») in ordine alla registrazione del marchio «Les Cadets d'Aquitaine», destinato alla commercializzazione di vini a denominazione di origine provenienti dalla zona del Bergerac.

Ambito normativo

Diritto comunitario

3 Ai sensi del terzo 'considerando' del regolamento n. 2392/89, le norme generali per la designazione e la presentazione dei vini stabilite da tale regolamento hanno

lo scopo di fornire informazioni quanto più esatte e precise possibile per l'apprezzamento della merce tanto da parte dell'eventuale acquirente quanto da parte degli enti pubblici incaricati della gestione e del controllo del commercio dei prodotti in questione.

4 Il regolamento n. 2392/89 disciplina in particolare la designazione e la presentazione dei vini di qualità prodotti in regioni determinate (in prosieguo: i «v.q.p.r.d.»), ai sensi del regolamento (CEE) del Consiglio 16 marzo 1987 n. 823, che stabilisce disposizioni particolari per i vini di qualità prodotti in regioni determinate (GU L 84, pag. 59), come modificato dal regolamento (CEE) del Consiglio 19 giugno 1989, n. 2043 (GU L 202, pag. 1).

5 L'art. 11 del regolamento n. 2392/89 prevede:

«1. Per i v.q.p.r.d la designazione sull'etichettatura contiene l'indicazione:

a) del nome della regione determinata da cui i vini provengono;

(...)

2. Per i v.q.p.r.d. la designazione sull'etichettatura può essere completata dall'indicazione:

(...)

c) di un marchio, secondo le condizioni di cui all'articolo 40;

(...)

l) del nome di un'unità geografica più piccola della regione determinata, alle condizioni di cui all'articolo 13;

(...)».

6 L'art. 12, n. 1, del regolamento n. 2392/89 precisa:

«Le indicazioni di cui all'articolo 11 sono le uniche ammesse per la designazione di un v.q.p.r.d. sull'etichettatura.

Tuttavia:

(...)

— gli Stati membri possono autorizzare l'aggiunta, accanto al nome della regione determinata di cui all'articolo 11, paragrafo 1, lettera a), del nome di un'unità geografica più estesa comprendente entro i propri limiti la regione determinata in causa, al fine di precisarne l'ubicazione, sempreché vengano rispettate le disposizioni che disciplinano l'uso del nome della regione determinata e dell'unità geografica di cui trattasi».

7 L'art. 13 del regolamento n. 2392/89, al quale rinvia l'art. 11, n. 2, lett. l), del medesimo regolamento, dispone, al n. 2, che gli Stati membri produttori possono accordare a dei v.q.p.r.d. il nome di un'unità geografica più piccola della regione determinata di cui trattasi purché tale unità geografica sia ben delimitata, e purché tutte le uve con le quali sono stati ottenuti tali vini provengano da detta unità.

8 Ai termini dell'art. 40, nn. 1 e 2, del regolamento n. 2392/89:

«1. La designazione e la presentazione dei prodotti di cui al presente regolamento, ivi compreso qualsiasi tipo di pubblicità dei medesimi, non devono essere erronee o di natura tale da creare confusione o da indurre in errore le persone cui si rivolgono, in particolare per quanto riguarda:

— le indicazioni previste agli articoli (...) 11 (...),

— le caratteristiche dei prodotti, quali in particolare (...) l'origine o la provenienza (...),

— (...).

Il nome geografico che designa una regione determinata deve essere sufficientemente preciso e notoriamente connesso con l'area di produzione affinché, in considerazione delle situazioni esistenti, si possano evitare le confusioni.

2. Se la designazione, la presentazione e la pubblicità concernenti i prodotti di cui al presente regolamento sono completate con marchi, questi ultimi non possono comportare parole, parti di parole, segni o illustrazioni:

a) che siano di natura tale da creare confusioni o indurre in errore, ai sensi del paragrafo 1, le persone cui si rivolgono, o

b) che:

— possano essere confusi dalle persone cui sono destinati con la designazione totale o parziale di un vino da tavola, di un v.q.p.r.d. o di un vino importato la cui designazione è disciplinata da disposizioni comunitarie o

con la designazione di un altro prodotto di cui all'articolo 1, paragrafo 1, primo comma e all'articolo 36, paragrafo 1, primo comma, o

— che siano identici alla designazione di tale prodotto, senza che i prodotti utilizzati per l'elaborazione dei prodotti finali summenzionati abbiano diritto a tale designazione o presentazione.

Inoltre, per la designazione di un vino da tavola, di un v.q.p.r.d. o di un vino importato non possono essere utilizzati sull'etichettatura marchi contenenti parole, parti di parole, segni o illustrazioni che:

(...)

b) per quanto riguarda i vini da tavola designati in applicazione dell'articolo 72, paragrafi 2 e 3 del regolamento (CEE) n. 822/87, i v.q.p.r.d. o i vini importati contengano indicazioni false, in particolare riguardo all'origine geografica, alla varietà di vite, all'annata di raccolta o a una menzione relativa ad una qualità superiore;

(...)».

Diritto nazionale

9 Ai sensi dell'art. L. 711-3, lett. c), del code de la propriété intellectuelle francese (JORF 3 luglio 1992, pag. 8801), «[n]on può essere adottato come marchio o elemento del marchio un segno (...) idoneo a ingannare il pubblico, in particolare circa la natura, la qualità o la provenienza geografica del prodotto o del servizio». Ai sensi dell'art. L. 711-4, lett. h), del medesimo codice, «[n]on può essere adottato come marchio un segno che reca pregiudizio a diritti precedenti e, in particolare, [a]l nome, all'immagine o alla reputazione di un ente locale».

Controversia nella causa principale

10 Il 6 gennaio 1997 la Borie Manoux ha presentato all'INPI una domanda di registrazione del marchio «Les Cadets d'Aquitaine», destinato alla commercializzazione di vini a denominazione di origine provenienti dalla zona del Bergerac, regione determinata che fa parte della regione amministrativa Aquitania (Francia).

11 Con decisione 8 luglio 1997, il direttore dell'INPI ha respinto tale domanda sul fondamento, da una parte, dell'art. L. 711-3 del code de la propriété intellectuelle e, dall'altra, degli artt. 11 e 40 del regolamento n. 2392/89.

12 La Borie Manoux ha impugnato tale decisione dinanzi alla Cour d'appel de Bordeaux (Francia). Con sentenza 26 ottobre 1998, tale giudice ha confermato la decisione controversa.

13 La Borie Manoux ha quindi presentato ricorso contro tale sentenza davanti alla Cour de cassation, in quanto la Cour d'appel de Bordeaux avrebbe violato, in particolare, gli artt. 11 e 40 del regolamento n. 2392/89 considerando illegittima per principio la menzione «Aquitaine» nel marchio «Les Cadets d'Aquitaine», dato che essa non rappresentava un riferimento geografico il cui uso è previsto da una legge nazionale o da un atto comunitario, senza neppure ricercare o precisare in che modo tale menzione fosse idonea a ingenerare un inganno sull'origine, sulla qualità o sulla natura del prodotto o un rischio di confusione con una designazione comunitaria o nazionale.

14 Nella sentenza di rinvio la Cour de cassation constata che, ai sensi dell'art. 11, n. 2, del regolamento n. 2392/89, la designazione sull'etichettatura può essere completata dall'indicazione di talune informazioni, in particolare di un marchio, secondo le condizioni di cui all'art. 40 di tale regolamento. Essa constata del pari che, ai sensi dell'art. 40, n. 2, del medesimo regolamento, se la designazione, la presentazione e la pubblicità concernenti i prodotti di cui al detto regolamento sono completate con marchi, questi ultimi non possono comportare parole, parti di parole, segni o illustrazioni che siano di natura tale da creare confusione o indurre in errore, ai sensi del n. 1 di tale disposizione, le persone cui si rivolgono, vale a dire per quanto riguarda le indicazioni previste in particolare al detto art. 11 e le caratteristiche dei prodotti quali in particolare la natura, l'origine o la provenienza.

15 Essa aggiunge che, ai sensi dell'art. 12, n. 1, del regolamento n. 2392/89, le indicazioni di cui all'art. 11 del medesimo regolamento sono le uniche ammesse per la designazione di un v.q.p.r.d. sull'etichettatura e che la Cour d'appel de Bordeaux ha dichiarato che il marchio di cui era richiesta la registrazione, per vini della Regione Aquitania, contiene il nome geografico «Aquitaine», menzione il cui uso non è previsto in applicazione delle disposizioni del detto art. 11.

16 Alla luce di questi elementi la Cour de cassation ha deciso di sospendere il giudizio e di sottoporre alla Corte di giustizia la seguente questione pregiudiziale:

«Se l'art. 40 del regolamento n. 2392/89 debba essere interpretato nel senso che è vietato il deposito, per la registrazione di un marchio per i prodotti di cui al regolamento, di una menzione geografica il cui impiego non è previsto dall'art. 11, anche qualora la registrazione di un siffatto marchio non sia idonea a ingannare il consumatore in merito alla provenienza del vino e non susciti alcuna confusione con una denominazione geografica registrata, nei limiti in cui una siffatta registrazione poteva lasciar supporre che la menzione geografica di cui trattasi, relativa alla regione in cui tale vino è effettivamente prodotto, ma che comprende altre denominazioni d'origine, formi oggetto di tutela».

Sulla questione pregiudiziale

17 Con la sua unica questione pregiudiziale, il giudice nazionale chiede in sostanza se l'art. 40 del regolamento n. 2392/89 osti alla registrazione di un marchio destinato alla commercializzazione di vini, che contiene una menzione geografica il cui impiego non è previsto dall'art. 11 del medesimo regolamento, qualora la registrazione, anche se non è idonea a ingannare il consumatore in merito alla provenienza del vino o a suscitare confusione con una denominazione geografica registrata, possa lasciar supporre erroneamente che la menzione geografica di cui trattasi formi oggetto di tutela.

18 In via preliminare, occorre rammentare che gli artt. 11 e 12 del regolamento n. 2392/89 riflettono la volontà del legislatore comunitario di emanare con questo regolamento un codice particolareggiato e completo che disciplini la designazione e la presentazione dei vini (v. sentenza 5 luglio 1995, causa C-46/94, Voisine, Racc. pag. I-1859, punto 22). L'uso di una menzione geografica sull'etichettatura è quindi legittimo solo se essa è autorizzata dal detto regolamento.

19 A prescindere dall'art. 12 del regolamento n. 2392/89, le indicazioni di cui all'art. 11 di tale regolamento sono le uniche ammesse per la designazione di un v.q.p.r.d. sull'etichettatura.

20 Ai sensi dell'art. 11, n. 2, lett. l), del regolamento n. 2392/89, in combinato disposto con l'art. 13, n. 2, di tale regolamento, è consentita l'aggiunta del nome di un'unità geografica più piccola e, ai sensi dell'art. 12, n. 1, secondo comma, terzo trattino, del medesimo regolamento, l'aggiunta del nome di un'unità geografica più estesa.

21 Orbene, è giocoforza constatare che, in entrambi i casi, l'uso di tali nomi deve essere esplicitamente previsto dagli Stati membri. Come risulta dalle osservazioni del governo francese, non contestate dalla Borie Manoux, ciò non avviene a proposito del nome «Aquitaine».

22 Ai sensi dell'art. 11, n. 2, lett. c), del regolamento n. 2392/89, la designazione sull'etichettatura può anche essere completata dall'indicazione di un marchio, secondo le condizioni di cui all'art. 40 del medesimo regolamento. Fra tali condizioni figurano, in particolare, quella che il marchio non sia di natura tale da ingannare il consumatore in merito alla provenienza del vino e quella che esso non susciti confusione con una designazione tutelata.

23 Risulta chiaramente che il giudice nazionale, al quale spetta la valutazione delle circostanze del caso di specie, parte dalla constatazione che l'uso del marchio controverso nella causa principale soddisfarebbe le due condizioni summenzionate. Esso si chiede tuttavia se il fatto che la registrazione di un marchio contenente una menzione geografica possa far supporre che tale menzione sia oggetto di tutela in quanto regione determinata sia sufficiente per far derivare dall'art. 40 del regolamento n. 2392/89 un divieto di registrazione del detto marchio.

24 A tale proposito occorre rammentare che il fine dell'art. 40 del regolamento n. 2392/89 è principalmente di vietare l'uso menzognero dei marchi (v. sentenza 29 giugno 1995, causa C-456/93, Langguth, Racc. pag. I-1737, punto 29). Come dichiarato dalla Corte, per quanto riguarda il regolamento (CEE) del Consiglio 5 febbraio 1979, n. 355, che stabilisce le norme generali per la designazione e la presentazione dei vini e dei mosti di uve (GU L 54, pag. 99), abrogato e sostituito dal regolamento n. 2392/89, occorre eliminare, nel commercio dei vini, qualsiasi pratica atta a creare false apparenze (sentenza 25 febbraio 1981, causa 56/80, Weigand, Racc. pag 583, punto 18).

25 Risulta da una giurisprudenza costante che, affinché l'uso di un marchio possa ritenersi di natura tale da creare confusioni o da indurre in errore le persone alle quali si rivolge, è opportuno accertare, sulla base delle idee o delle abitudini dei consumatori di cui trattasi, se esista un rischio reale di influenza sulle loro scelte economiche (v., in particolare, sentenza 28 gennaio 1999, causa C-303/97, Sektkellerei Kessler, Racc. pag. I-513, punto 33).

26 Infatti, la Corte ha ricorrentemente statuito che spetta al giudice nazionale accertare l'eventuale effetto ingannevole di un marchio. A tal fine esso deve prendere come punto di riferimento l'aspettativa presunta di un consumatore medio, normalmente informato e ragionevolmente attento (v., in particolare, sentenza Sektkellerei Kessler, cit., punto 36).

27 Pertanto, perché si possa applicare il divieto di cui all'art. 40 del regolamento n. 2392/89, non è sufficiente accertare che l'uso di un marchio che contiene una menzione geografica può, di per sé, indurre a credere che si tratti di una menzione geografica oggetto di una tutela che in realtà non esiste. Occorre inoltre accertare che esiste un rischio reale che le scelte economiche dei consumatori interessati siano influenzate dall'uso di tale marchio.

28 Tuttavia, va sottolineato che l'art. 40 del regolamento n. 2392/89 non disciplina le condizioni richieste per ottenere la registrazione di un marchio in base al diritto nazionale, ma riguarda la designazione e la presentazione dei prodotti considerati da tale regolamento e il modo con cui un marchio può essere usato per completare tale designazione. Non spetta alla Corte decidere se il divieto di usare un marchio per la designazione dei vini in base al diritto comunitario sia tale da comportare il divieto di registrazione di tale marchio in forza de diritto nazionale.

29 Di conseguenza, si deve risolvere la questione pregiudiziale dichiarando che l'art. 40 del regolamento n. 2392/89 va interpretato nel senso che non osta all'uso di un marchio contenente una menzione geografica e destinato a commercializzare vino, il quale può lasciar supporre erroneamente che la detta menzione geografica costituisca oggetto di tutela, a meno che non esista un rischio reale che l'uso di un siffatto marchio induca in errore i consumatori interessati e, di conseguenza, influenzi le loro scelte economiche. Spetta al giudice nazionale valutare se ciò si verifichi.

Sulle spese

30 Le spese sostenute dal governo francese e dalla Commissione, che hanno presentato osservazioni alla Corte, non possono dar luogo a rifusione. Nei confronti delle parti nella causa principale il presente procedimento costituisce un incidente sollevato dinanzi al giudice nazionale, cui spetta quindi statuire sulle spese.

Per questi motivi,

LA CORTE (Seconda Sezione),

pronunciandosi sulla questione sottopostale dalla Cour de cassation con sentenza 13 febbraio 2001, dichiara:

L'art. 40 del regolamento (CEE) del Consiglio 24 luglio 1989, n. 2392, che stabilisce le norme generali per la designazione e la presentazione dei vini e dei mosti di uve, nella versione modificata dal regolamento (CEE) del Consiglio 16 dicembre 1991, n. 3897, va interpretato nel senso che non osta all'uso di un marchio contenente una menzione geografica e destinato a commercializzare vino, il quale può lasciar supporre erroneamente che la detta menzione geografica costituisca oggetto di tutela, a meno che non esista un rischio reale che l'uso di un siffatto marchio induca in errore i consumatori interessati e, di conseguenza, influenzi le loro scelte economiche. Spetta al giudice nazionale valutare se ciò si verifichi.

Schintgen Skouris Colneric

Così deciso e pronunciato a Lussemburgo il 24 ottobre 2002

Il cancelliere

R. Grass

Il presidente della Seconda Sezione

R. Schintgen