



NOVEMBRE 2025

IL “MEAT SOUNDING” QUANDO LA COMUNICAZIONE IN AMBITO ALIMENTARE DIVENTA ESSENZIALE E COME EVITARE CHE IL PROPRIO MARCHIO DI IMPRESA VENGA RIGETTATO

Negli ultimi tempi, il mercato degli alimenti vegetali ha registrato una crescita significativa. Dai “burger vegetali” alle “salsicce di tofu”, un numero sempre maggiore di consumatori opta per questi prodotti per ragioni legate all'etica, alla salute e all'ambiente.

Varie ricerche di mercato hanno appurato che le vendite al dettaglio di cinque categorie di alimenti a base vegetale (alternative a carne, latte, formaggi, yogurt e panna) nei supermercati e nei discount in Italia hanno raggiunto i 639 milioni di euro nel 2024, con un aumento del 16,4% rispetto al 2022 e del 7,6% rispetto al 2023.

Il mercato italiano dei prodotti alimentari a base vegetale appare quindi in forte espansione e sembrerebbe che la platea di **consumatori plant-based** si sia ampliata ben oltre la cerchia di vegetariani/vegan. In questa “nicchia”, i prodotti a marchio del distributore (private label) stanno guadagnando terreno in

modo significativo: tra il 2022 e il 2024, le vendite sono cresciute del 17,4%, raggiungendo oltre la metà del mercato nel 2024.

Ha, in tal modo, preso piede la c.d. **pratica del “meat sounding”**, ovvero l'uso di termini tipici della carne (come “salsiccia”, “burger”, “bistecca”) per etichettare alternative vegetali, vegane o sintetiche della stessa, quindi, per prodotti che non contengono carne ma derivano da soia, legumi, cereali o altre fonti vegetali.

Chi si oppone a tale pratica sostiene che l'utilizzo di tali termini sia volto a sfruttare la riconoscibilità del prodotto e incrementare le proprie vendite, riducendo simultaneamente la quota di mercato detenuta dal settore tradizionale.

Al contempo, si argomenta che vengono altresì fornite informazioni nutrizionali errate: il

consumatore potrebbe credere che il pollo vegetale sia nutrizionalmente equivalente al pollo stesso.

Infatti, uno degli aspetti più spinosi di tale pratica è collegato ai **dubbi sulla trasparenza della comunicazione** e sul **diritto all'informazione dei consumatori**.

Oltre alle aziende produttrici di prodotti di carne, anche gli allevatori stessi, hanno esercitato pressioni sui governi nazionali e sull'Unione Europea per garantire la protezione delle denominazioni tipiche della carne. Essi sostengono che termini come "bistecca", "ala" o "bacon" debbano essere riservati unicamente ai prodotti di origine animale, per tutelare la tradizione e la chiarezza informativa verso il consumatore.

Data la natura controversa di tale pratica e le pressioni ricevute, le istituzioni europee hanno deciso di intervenire per proteggere i consumatori da eventuali pratiche ingannevoli.

Il **16 luglio 2025**, la Commissione europea ha presentato una proposta di modifica del regolamento (UE) 1308/2013 sull'organizzazione comune dei mercati. Tra le varie disposizioni proposte, si prospetta di **riservare l'utilizzo di 29 termini, tra i quali "bistecca", "bacon", "pollo", "costina", "ala" o "salsiccia", per la descrizione di alimenti fatti di carne o derivati esclusivamente dalla carne**.

Il report allegato alla proposta indica che il divieto ha due obiettivi principali. Il primo è di natura politica e riflette la volontà della Commissione Europea di **supportare il settore zootecnico comunitario**, considerato una parte fondamentale dell'agricoltura dell'Unione, caratterizzato da standard elevati che spesso non ricevono un'adeguata compensazione sul mercato.

Il secondo obiettivo riguarda la **tutela del consumatore**: la Commissione ritiene che i termini collegati alla carne abbiano un valore culturale e storico importante, e proteggerli significa garantire una maggiore trasparenza e chiarezza per chi acquista i prodotti.

In questo scenario, è suggeribile porre particolare attenzione alla scelta del proprio

marchio di impresa.

Non è infatti possibile registrare marchi che possano indurre in inganno il consumatore circa la natura alimentare del prodotto a cui si riferiscono.

Per esempio, il marchio **"Veggiemett"**, depositato in Unione Europea per *"carne, pesce, pollame e cacciagione, in particolare prodotti a base di salsicce e prosciutti; estratti di carne"*, è stato rifiutato dall'Ufficio di competenza perché *"per il pubblico di lingua tedesca, «Veggie» è inteso come un'indicazione di ingredienti esclusivamente vegetali, o di origine esclusivamente vegetale, e «mett» è inteso come un prodotto a base di carne costituito specificamente da carne macinata. Il messaggio complessivo del segno è quello di varianti non a base di carne del prodotto alimentare (...). Un consumatore di lingua tedesca potrebbe erroneamente presumere che si tratti di un alimento vegetariano"*.

Anche il marchio **"JUST EGG"**, per *"sucedanei delle uova a base vegetale; succedanei delle uova liquidi; alimenti trattati a base vegetale"*, è stato respinto dal medesimo Ufficio: i consumatori, inclusi quelli senza un rigoroso comportamento alimentare, avrebbero rischiato di acquistare i prodotti con la convinzione che si trattasse di uova o prodotti a base di uova (di gallina), e non alternative. Il segno sarebbe pertanto stato in grado di ingannare il pubblico circa la natura dei prodotti.

Pertanto, nello scegliere la denominazione con cui si intende commercializzare il proprio prodotto alimentare occorre – da un lato – accertarsi che la stessa **non sia descrittiva** (ovvero che evochi il prodotto rivendicato) e – dall'altro – assicurarsi che **non possa indurre in errore il consumatore circa le caratteristiche del prodotto, la sua composizione, il suo contenuto e le sue proprietà nutritive**.

I nostri professionisti sono a disposizione per ulteriori approfondimenti e per valutare possibile criticità legate alla descrittività o ingannevolezza delle denominazioni da voi prescelte per i vostri prodotti.

NUOVE IGP PER PRODOTTI ARTIGIANALI E INDUSTRIALI: DAL 1° DICEMBRE 2025 ATTIVO IN ITALIA IL DEPOSITO ONLINE PRESSO L'UIBM

Il Consiglio dei Ministri ha approvato in via preliminare lo schema di decreto legislativo volto ad adeguare l'ordinamento italiano al Regolamento (UE) 2023/2411, che disciplina le **Indicazioni Geografiche Protette (IGP) per i prodotti artigianali e industriali, tutelabili a partire dal 1° dicembre**.

Il provvedimento costituisce pertanto l'adeguamento normativo necessario **per rendere pienamente operativa in Italia** la nuova disciplina europea sulle IGP artigianali e industriali che estende la tutela a prodotti come oggetti in legno, gioielli, tessuti, pizzi, posate, vetro, porcellana, ceramica e cuoio, che si distinguano per qualità, reputazione o altre caratteristiche riconducibili all'origine geografica, di cui abbiamo parlato nella nostra [**newsletter di febbraio**](#).

rafforzerà ulteriormente la tutela del patrimonio produttivo nazionale, consentendo altresì di promuovere a livello internazionale le nostre eccellenti produzioni locali e regionali e i loro rispettivi territori.

In attuazione del **Reg. (UE) 2023/2411**, con le nuove IGP artigianali e industriali sarà consentito ai produttori di impedire l'uso di tali denominazioni per prodotti simili fabbricati al di fuori delle zone geografiche designate, aiutandoli a combattere la contraffazione sia online che offline.

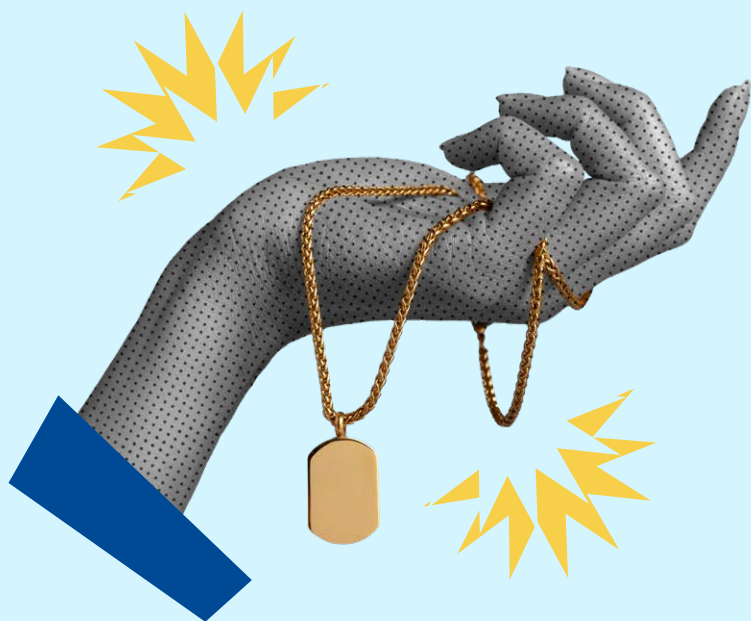
Inoltre, il sistema delle IGP consentirà ai produttori dell'UE di richiedere la protezione internazionale delle loro IGP e ai produttori extra UE di richiedere la protezione a livello dell'Unione Europea se soddisfano i requisiti dell'UE.

La fase operativa appena introdotta a livello nazionale anticipa quindi l'adozione definitiva del decreto legislativo italiano di adeguamento alla normativa europea, atteso entro fine gennaio, ma è necessaria per avviare tempestivamente la **fase nazionale della procedura di registrazione**.

Benché l'EUIPO sia l'Ufficio europeo responsabile della registrazione finale, le IGP per prodotti non agricoli seguiranno **un iter di registrazione a due fasi: una fase nazionale**, in cui la domanda viene presentata e valutata nel proprio paese, **e una fase EUIPO**, in cui l'ufficio nazionale invia la domanda all'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO) per la registrazione a livello europeo.

Per l'Italia, il decreto legislativo di attuazione preliminarmente approvato ha individuato nella Direzione Generale per la Proprietà

Come abbiamo illustrato, l'IGP sarà un **titolo di proprietà industriale valido in tutta l'Unione europea** e rappresenta un sigillo di origine, qualità e autenticità dei prodotti che



Industriale - **Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (DGPI-UIBM) del Ministero delle Imprese e del Made in Italy** - l'Autorità competente per l'intera fase nazionale delle procedure relative:

- alla registrazione delle IGP;
- alle modifiche del disciplinare;
- alla gestione di eventuali opposizioni alla registrazione;
- alla cancellazione della registrazione;
- alla gestione dei rapporti con EUIPO, quale Ufficio europeo responsabile della registrazione finale delle IGP artigianali e industriali.

Inoltre, il provvedimento stabilisce:

1. le **modalità per la presentazione della domanda di registrazione** da parte di associazioni dei produttori, che avverrà esclusivamente attraverso il portale di deposito telematico dell'UIBM (già operativo dal prossimo 1° dicembre);
2. il **contenuto della domanda**, che dovrà comprendere il disciplinare di produzione, il documento unico e il documento di accompagnamento, redatti secondo quanto prescritto dal Regolamento UE, rispettivamente dagli articoli 9, 10 e 11;
3. l'**iter amministrativo**, i tempi per l'esame della domanda e la sua pubblicazione sul bollettino ufficiale;
4. l'**attribuzione alla DGPI-UIBM** dei compiti amministrativi di autorità responsabile dei controlli, potendosi avvalere del supporto della Guardia di Finanza, per le attività ispettive e per il monitoraggio del mercato;
5. l'**estensione delle fattispecie di reato penale dell'art. 517-quater c.p. anche ai prodotti artigianali e industriali** e l'introduzione di un articolato sistema di sanzioni amministrative contro

usurpazioni, evocazioni, pratiche ingannevoli in materia di IGP nonché per i casi di violazioni di conformità ai disciplinari di produzione.

A partire dal **1° dicembre 2025**, sarà quindi possibile presentare le **domande di registrazione delle Indicazioni Geografiche (IGP) per i prodotti artigianali e industriali** direttamente tramite il portale di deposito online dell'UIBM.

Cosa deve contenere la domanda?

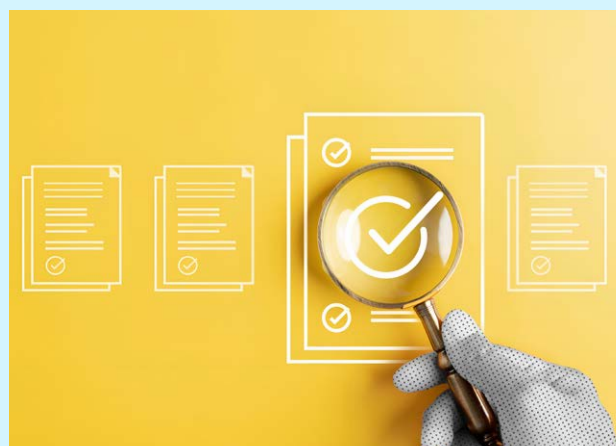
Ogni domanda di registrazione dovrà includere:

- **Disciplinare di produzione** (art. 9 del Regolamento)
- **Documento unico**, redatto secondo il modello allegato al Regolamento (art. 10)
- **Documentazione di accompagnamento** prevista dall'art. 11

Verifica e prossime fasi

La DGPI-UIBM effettuerà la verifica formale delle domande (ricevibilità e completezza). Le attività di esame di merito e le ulteriori fasi amministrative inizieranno solo dopo l'entrata in vigore del decreto legislativo nazionale, prevista entro la fine di gennaio.

Nell'attesa di potervi aggiornare sugli ulteriori sviluppi rimaniamo a vostra disposizione per fornirvi ulteriori informazioni e consigliarvi la migliore tutela.



NUOVA CLASSIFICAZIONE DI NIZZA



Il 1° gennaio 2026 entrerà in vigore la 13° edizione della Classificazione Internazionale dei Prodotti e Servizi di Nizza.

I principali cambiamenti riguardano l'aggiornamento dei termini per prodotti e servizi, in particolare quelli legati alla tecnologia digitale come gli NFT e i metaversi, e l'adeguamento di altre categorie.

Le modifiche riguardano principalmente le seguenti classi:

- Classe 9: voci quali “occhiali”, “occhiali da sole” e “lenti a contatto” migreranno nella classe 10.

- Classe 12: ricomprenderà alcuni **veicoli di emergenza** (ambulanze, autopompe da incendio, zattere di salvataggio), che erano precedentemente inclusi nella classe 09.
- Classe 42: ristrutturazione dei servizi relativi a **software in cloud**, riflettendo l'evoluzione tecnologica e normativa del settore IT.
- Classe 35: aggiornamenti nei **servizi di vendita online**, includendo normative più moderne e criteri più chiari per il commercio elettronico.

Questi cambiamenti mirano a modernizzare la classificazione, adeguandola alle nuove esigenze di mercato e alle innovazioni tecnologiche, con una maggiore precisione e chiarezza nelle definizioni per ogni classe.

Le modifiche non si applicano retroattivamente, tuttavia è raccomandabile che i titolari di marchi verifichino se tali cambiamenti possano impattare le classi più importanti per la loro attività commerciale.

L'ITALIA AL 25° POSTO NELLA TUTELA DEI DIRITTI DI PROPRIETÀ

L'Italia entra per la prima volta nella Top 25 mondiale per la tutela dei diritti di proprietà, secondo il rapporto 2025 dell'[International Property Rights Index \(IPRI\)](#), con un incremento del 16 % del punteggio IPRI complessivo rispetto all'anno precedente, salendo dalla 36ª alla 25ª posizione, dopo un lungo periodo di stabilità in 46ª.

L'indice IPRI misura la solidità dei diritti di proprietà in un Paese, considerando tre componenti principali:

- **LP (Legal and Political Environment)** → qualità delle istituzioni e dello stato di diritto
- **PPR (Physical Property Rights)** → protezione della proprietà fisica e accesso al credito
- **IPR (Intellectual Property Rights)** → protezione della proprietà intellettuale (brevetti, marchi, copyright)

Questo traguardo riflette un miglioramento complessivo della competitività e

dell'innovazione tecnologica dell'Italia, dimostrando la capacità del paese di saper innovare e crescere economicamente.

Un altro recente rapporto, la quinta edizione della Relazione sulla ricerca e l'innovazione in Italia realizzata da tre istituti del Consiglio Nazionale delle Ricerche, ha evidenziato come l'Italia mantenga una solida presenza nei settori più tradizionali legati alla manifattura avanzata, come la meccanica di precisione, i trasporti e l'ingegneria industriale.

Da tale rapporto emerge tuttavia anche una criticità: la dispersione di conoscenza tecnologica. L'aumento della quota di brevetti ideati da inventori italiani ma detenuti da gruppi esteri evidenzia infatti una crescente dipendenza dall'influenza straniera. Tale fenomeno risulta ancor più rilevante se si considera che i brevetti sviluppati da inventori stranieri e posseduti da soggetti italiani sono nettamente meno numerosi, in particolare nei settori tecnologici emergenti.

Un segnale positivo arriva invece dal ruolo sempre più rilevante di università e centri di ricerca italiani, protagonisti di una graduale ma costante crescita nell'attività brevettuale, in particolare nei settori ad alta intensità di conoscenza. Il **Politecnico di Milano è l'istituzione accademica con il maggior numero di brevetti** registrati negli Usa, che

ha fatto registrare una crescita significativa all'interno del periodo considerato (2002-2022). Lo seguono il Consiglio Nazionale delle Ricerche, l'Università di Bari, l'Università di Bologna e l'Università Sapienza di Roma.

In sintesi, entrambe le relazioni surriferite indicano come l'innovazione italiana sia viva e vegeta e in continua espansione.



Con questa newsletter ci proponiamo di mantenere aggiornati i nostri clienti sugli sviluppi nel settore della Proprietà Industriale in generale e della nostra struttura in particolare.

Desideriamo garantire in questo modo una visione più ampia degli strumenti che il campo dei marchi, nomi a dominio, brevetti, disegni e diritti connessi offre agli imprenditori, per valorizzare e difendere il loro impegno nella ricerca e sviluppo di nuove soluzioni e idee.



Members of FICPI and AIPPI

INTERPATENT Studio Tecnico Brevettuale S.R.L. - Sede Legale Via Caboto, 35 - 10129 TORINO - Capitale Sociale € 50000
Registro Imprese di Torino 08327040013 - Codice Fiscale e Partita IVA (V.A.T.) 08327040013 - REA 963838

email@interpatent.com - www.interpatent.com

