
Comitato scientifico:

Elisabetta BERTACCHINI (Professore ordinario di diritto commerciale, Preside Facoltà Giurisprudenza) - Giuseppe BUFFONE (Magistrato) - Paolo CENDON (Professore ordinario di diritto privato) - Gianmarco CESARI (Avvocato cassazionista dell'associazione Familiari e Vittime della strada, titolare dello Studio legale Cesari in Roma) - Bona CIACCIA (Professore ordinario di diritto processuale civile) - Leonardo CIRCELLI (Magistrato, assistente di studio alla Corte Costituzionale) - Vittorio CORASANITI (Magistrato, ufficio studi del C.S.M.) - Francesco ELEFANTE (Magistrato T.A.R.) - Annamaria FASANO (Magistrato, Ufficio massimario presso la Suprema Corte di Cassazione) - Cosimo FERRI (Magistrato, Sottosegretario di Stato alla Giustizia) - Eugenio FORGILLO (Presidente di Tribunale) - Mariacarla GIORGETTI (Professore ordinario di diritto processuale civile) - Giusi IANNI (Magistrato) - Francesco LUPIA (Magistrato) - Giuseppe MARSEGLIA (Magistrato) - Piero SANDULLI (Professore ordinario di diritto processuale civile) - Stefano SCHIRO' (Presidente di Corte di Appello) - Bruno SPAGNA MUSSO (Magistrato, assistente di studio alla Corte Costituzionale) - Paolo SPAZIANI (Magistrato, Vice Capo dell'Ufficio legislativo finanze del Ministro dell'economia e delle finanze) - Antonio VALITUTTI (Consigliere della Suprema Corte di Cassazione) - Alessio ZACCARIA (Professore ordinario di diritto privato).

Interesse ed intervento adesivo dipendente. Il giudice può motivare tramite argomenti di dottrina?

La legittimazione ad un intervento adesivo dipendente presuppone un interesse giuridicamente rilevante e qualificato, determinato dalla sussistenza di un rapporto giuridico sostanziale tra adjuvante ed adjuvato e dalla necessità di impedire che nella propria sfera giuridica possano ripercuotersi conseguenze derivanti da effetti riflessi o indiretti del giudicato: non può, pertanto, riconoscersi la legittimazione al Ministero delle politiche agricole ad intervenire, ai sensi dell'art. 105, secondo comma, cod. proc. civ., in un giudizio tra privati avente ad oggetto la nullità del marchio, non essendo sufficiente l'interesse generale a proteggere i consumatori dall'uso ingannevole di una indicazione geografica, il quale, in una controversia tra privati, resta un interesse di mero fatto¹.

Nella motivazione di una sentenza ben possono i giudici utilizzare gli argomenti, ritenuti corretti ed adeguati, contenuti in articoli di dottrina pubblicati su riviste giuridiche ed esaminati nello studiare la controversia².

Cassazione civile, sezione prima, sentenza del 19.9.2013, n. 21472

...omissis...

¹ N.d.R.: massima estratta da CED Cassazione.

² N.d.R.: massima estratta da CED Cassazione.

Le stesse sono in parte infondate ed in parte inammissibili.

Per quanto concerne il giudicato che si sarebbe formato sulla circostanza che xxx non è un nome geografico, tale doglianza è già stata proposta al quarto motivo e valgono per essa le stesse considerazioni di rigetto svolte in occasione dell'esame di quel motivo, e che la questione della traduzione del nome geografico è stata ritenuta assorbita dalla sentenza di questa Corte del 2002 e dunque su di essa non si è formato alcun giudicato. Va a tale proposito ripetuto che la sentenza della Corte d'appello di Milano del 2000 ha esaminato la denominazione geografica dal punto di vista delle indicazioni geografiche ai sensi del Trattato di Lisbona e non già della provenienza geografica di cui all'art. 18 l.m., questione che investe, invece, la fattispecie in esame e che si distingue rispetto alla prima e che non è stata dunque oggetto di esame da parte della predetta sentenza.

Quanto alla seconda doglianza, secondo cui la sentenza avrebbe ripreso un articolo scritto da un professionista che si assume legato a una delle parti in causa, la stessa è inammissibile perchè non deduce come tale richiamo, limitato peraltro a tre righe, avrebbe influito sulla decisione e costituito una rilevante ratio decidendi.

Sotto altro profilo, l'art. in questione risulta pubblicato su una rivista giuridica italiana onde ben potevano i giudici della Corte d'appello nello studiare la controversia esaminare gli scritti dottrinari e, se del caso, utilizzare argomenti ritenuti corretti ed adeguati.

Per quanto concerne la terza doglianza, anche questa riprende argomenti già in precedenza esposti.

In particolare, essa costituisce una censura alla motivazione fornita dalla Corte d'appello di ritenere che il nome xxx sia un nome geografico in riferimento agli argomenti svolti nella decisione. Le ricorrenti sostengono che: a) "la testimonianza" del Presidente della xxx risale alla fine dell'Ottocento, quando xxx era ancora impiegato come nome della città che all'epoca faceva parte dell'impero asburgico, e non si riferisce comunque al territorio italiano; b) la transazione" del 1939 non contiene affatto la frase sulla valenza geografica di Budweiser attribuita dalla Corte del merito e, comunque, riguarda solo territori xx (questi aspetti sono trattati anche nel 7^o mezzo di ricorso); c) la frase tratta dallo scritto dell'avv. xxxx. non ha valore di prova e in ogni caso riguarda solo la situazione nel territorio della ex Cecoslovacchia; d) il fatto che in risalente epoca storica la città venisse anche chiamata xxx nulla dice circa l'asserita valenza geografica di questa parola negli anni trenta in Italia o successivamente".

Sostengono le ricorrenti che detta motivazione non avrebbe tenuto conto sia di tutte le risultanze già emerse in precedenti giudizi i cui giudici erano giunti a valutazioni diverse sia del fatto che la decettività va valutata al momento dell'acquisto dei diritti e con riferimento al territorio in cui si chiede la protezione.

Osserva in primo luogo la Corte che è privo di rilevanza il riferimento a precedenti sentenze estranee al presente giudizio, che, in relazione alla questione trattata, non costituiscono - come detto - cosa giudicata.

In secondo luogo le ricorrenti sembrano sostenere in alcuni passaggi del ricorso che il nome xxx non sia espressivo di una provenienza geografica.

Tale assunto sarebbe comunque smentito dalle stesse ricorrenti laddove (pg 57 e 58 del ricorso) riconoscono che durante l'impero asburgico la popolazione di lingua tedesca aveva usato il nome xxxs per designare la città di Ceske xxx e che i due nomi convissero per tutto il periodo di durata dell'impero.

Risulta quindi non controverso che comunque in passato il nome Budweiser fosse attribuito alla città boema di cui si discute.

Ciò posto, al di là delle varie argomentazioni poste dalla Corte d'appello per ritenere che il nome Budweiser sia un nome geografico, l'elemento fondamentale su cui basa la decisione è la considerazione che anche nomi geografici usati in passato e non più attuali possono continuare a costituire indicazioni di provenienza geografica quando la loro notorietà perdura ancorchè gli stessi non siano più ufficialmente usati. A tal fine la sentenza impugnata riporta a titolo di esempio i nomi in italiano di alcune città dell'Istria e della Dalmazia ormai sostituiti dai nomi in lingua slava e che tuttavia continuano ad essere noti ed usati dalla popolazione italiana.

Tale argomentazione decisiva - che appare peraltro del tutto condivisibile - non costituisce oggetto di specifica censura, onde il motivo sotto tale profilo appare inammissibile.

Quanto poi alla conoscenza da parte del consumatore italiano del fatto che il nome xxx indichi una provenienza geografica, la sentenza impugnata contiene una serie di richiami ad articoli e riviste in gran parte degli anni novanta, e quindi in epoca del tutto prossima alla data di registrazione del marchio 589.805, ove viene dato atto che il termine Budweiser era noto in tutto il mondo per indicare la città di provenienza della birra boema. Tale motivazione non è oggetto di censura da parte del motivo in esame (lo è da parte del motivo 8[^].2 come sarà esaminato in seguito) onde anche sotto tale profilo questo deve essere dichiarato inammissibile.

Con il settimo motivo le ricorrenti sostengono che la sentenza della Corte territoriale, là dove ha posto la "transazione" del 1939 alla base della declaratoria di nullità del marchio xxx, sarebbe incorsa anche in una (ulteriore) violazione del giudicato.

Questa stessa "transazione", era infatti già stata sottoposta, insieme a una precedente scrittura del 1911, all'esame della Corte d'Appello di Milano nel primo giudizio tra xxxx e la Corte aveva allora negato ad essa ogni rilievo accertando che i "due accordi risalenti al 1911 al 1939...

riguardano la regolamentazione dell'utilizzazione del marchi "xxr" e "xxx" con riguardo al solo continente americano, e precipuamente al Nordamerica; nulla dispongono per l'Europa e, in particolare, nessuna restrizione è contemplata per i Paesi Europei".

Tale motivo, che si riallaccia al precedente, è inammissibile per le medesime ragioni.

Il riferimento alla transazione del 1939 non riveste, infatti carattere decisivo ai fini della individuazione del carattere geografico o meno del nome Budweiser.

A ciò va aggiunto che, nel caso di specie, non rileva se la transazione si riferiva al solo continente americano e non anche all'Europa, e sotto tale profilo non si riscontra alcuna violazione di giudicato, l'unico aspetto rilevante essendo se la detta transazione conteneva o meno il riconoscimento che la parola Budweis indicasse la provenienza geografica delle birre boeme.

La Corte d'appello ha accertato che tale riconoscimento era incluso nel testo della transazione. Le ricorrenti contestano la veridicità di tale affermazione, ma

non riproducono, in violazione del principio di autosufficienza del ricorso il testo della transazione da cui poter desumere l'erroneità della affermazione della sentenza.

Anche sotto tale profilo dunque il motivo è inammissibile.

Con l'ottavo articolato motivo di ricorso le ricorrenti denunciano errori di diritto e i vizi di motivazione nei quali la Corte d'Appello sarebbe incorsa in relazione al presupposto della declaratoria di nullità per decettività originaria del marchio costituito dalla sussistenza del milieu.

Sostengono che perchè un marchio possa essere dichiarato nullo per ingannevolezza sull'origine geografica non basta che il segno che ne forma oggetto sia espressivo di questa origine, ma occorre in più che l'origine sia, nella percezione del consumatore, collegata a specifiche caratteristiche del prodotto dovute all'origine stessa (cd. milieu géographique) e che, conseguentemente, il pubblico possa cadere in errore circa la presenza di queste caratteristiche.

Sotto tale profilo assumono (8[^].1) che la sentenza impugnata ammette l'esistenza di un "giudicato riguardante la mancanza di milieu" ossia di un giudicato sul fatto che "le caratteristiche della birra prodotta dalla xxxxBudvar non sono indissolubilmente legate al luogo d'origine; così come ammette che un giudicato opponibile alle controparti si sia conseguentemente formato in relazione alla invalidità delle denominazioni d'origine avversarie registrate in base all'accordo di Lisbona, essendo il milieu pacificamente necessario per la proteggibilità di queste denominazioni. Subito dopo, peraltro, la sentenza afferma che la circostanza della mancanza di milieu rileva solo "ai fini della mancanza di protezione in Italia delle denominazioni di origine registrate dalla xx" e non ai fini della valutazione circa la decettività del marchio "xxx

Nel capoverso successivo, tuttavia, la sentenza - secondo le società ricorrenti - si contraddirebbe asserendo che, affinché un marchio costituito da un'indicazione geografica sia ingannevole, occorre che "esista un collegamento tra la località indicata e la qualità dei prodotti contraddistinti dal marchio, in quanto altrimenti il marchio geografico risulterebbe usato in funzione di mera fantasia e sarebbe lecito". Occorrerebbe dunque, secondo la sentenza qui impugnata, l'esistenza di un milieu, dato che esso è appunto il collegamento tra la qualità dei prodotti e la loro origine geografica. Ciò posto, pur avendo riconosciuto che vi è un giudicato sull'inesistenza del milieu, la sentenza - a dire delle ricorrenti - in contrasto con il giudicato da essa stessa ammesso, ha proceduto a valutare la sussistenza del milieu concludendo che lo stesso esisteva.

Il motivo è infondato.

La motivazione della sentenza impugnata risulta sostanzialmente corretta ancorchè presenti margini di ambiguità e necessiti quindi di alcuni chiarimenti ai sensi dell'art. 384 c.p.c..

La corte d'appello ha rilevato che il giudicato formatosi con la sentenza della Corte d'appello di Milano del 2000 circa la mancanza di un milieu e, cioè, di caratteristiche della birra boema strettamente legate al luogo di produzione, fosse strettamente riferibile alla fattispecie riguardante le indicazioni geografiche e non si estendeva al caso di specie ove si discute di decettività del marchio.

Tale assunto è del tutto corretto.

L'art. 29 c.p.i stabilisce che sono indicazioni geografiche le denominazioni

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

Tale definizione ricalca pressochè alla lettera quella già citata di cui all'art. 2 dell'Accordo di Lisbona ed è sostanzialmente simile a quella del regolamento comunitario n. 510 del 2006 relativo alle indicazioni geografiche in materia di prodotti agricoli ed alimentari.

E' evidente che i requisiti richiesti dalla normativa in esame per le indicazioni geografiche, stante la tutela rafforzata assicurata dall'Accordo di Lisbona, rivestono un carattere molto più stringente di quelli che possono essere richiesti per determinare la decettività di un marchio dall'art. 18 l.m. (ora 14 c.p.i.) che costituisce invece una norma di carattere generale al fine di impedire l'induzione in errore dei consumatori in ordine alla provenienza di un prodotto.

In relazione a tale ultimo aspetto la giurisprudenza di questa Corte ha in ripetute occasioni affermato che i nomi geografici ben possono essere usati come marchio di un prodotto, quando, non provenendo quest'ultimo dalla località evocata con il predetto nome nè essendo, comunque, un prodotto tipico di essa, assume rilievo determinante l'idea originale dell'imprenditore di presentare il prodotto e la località associati all'attenzione del pubblico. Tale associazione, infatti, non essendo ispirata dalla provenienza del prodotto, ma frutto di fantasia non può che appartenere al patrimonio ideale di chi per primo la compie. (Cass. 8292/94; Cass. 9882/93; Cass. 5462/82 Cass. 16022/00).

L'utilizzo lecito come marchio di un prodotto di un nome geografico che non costituisce indicazione geografica ricorre dunque quando non esiste alcun collegamento tra il prodotto e la località geografica e i prodotti tipici di questa.

Nel caso di specie la tipicità del prodotto non deve avere gli stringenti requisiti di collegamento con il territorio previsti per le indicazioni geografiche, essendo comunque sufficiente che risulti che in una certa località esista un certo prodotto conosciuto come da essa proveniente per far sì che il nome di quella località non possa essere utilizzato come marchio per lo stesso tipo di prodotto. Nel caso di specie, l'accertamento effettuato dalla Corte d'appello riguarda proprio siffatta circostanza laddove ha rilevato che l'esistenza del collegamento tra la birra e la città boema risultava innegabile vista la celebrità della birra di xxx

Sempre con il motivo in esame le ricorrenti deducono che, nell'accertare il milieu, la sentenza sarebbe comunque incorsa in violazioni di diritto e in ulteriori vizi di motivazione.

Al riguardo, contestano l'affermazione della Corte d'appello secondo cui vi sarebbe una "attuale conoscenza da parte dei consumatori italiani del nome xxs per identificare le città boema di xx" e che questa conoscenza "è collegata alla fama della birra prodotta in detta località".

Come si è già fatto cenno in occasione dell'esame del sesto motivo di ricorso, la Corte d'appello ha ritenuto sussistere la conoscenza da parte del consumatore italiano della provenienza dalla città boema della birra xxxda una pagina scaricata dal sito Internet Wikipedia sulla storia di Ceske xxxonchè da cinque estratti da pubblicazioni sulla birra, tutte edite negli anni tra il 1995 e il 1999, in cui si parla anche della birra della xxx

La Corte d'appello ha fornito adeguata motivazione sul punto sulla base di una pluralità documenti attendibili.

Le censure che le ricorrenti muovono a siffatta motivazione tendono in realtà a prospettare inammissibilmente una diversa interpretazione riproponendo censure in precedenza svolte riguardanti: la diversa valutazione fornita da altri giudici; il milieu; la provenienza della birra da xxxx e il collegamento delle sue caratteristiche alla detta città; l'epoca di riferimento della conoscenza da parte dei consumatori italiani della provenienza della birra dalla città boema.

A tale proposito, fermo restando quanto già in precedenza detto, basta ripetere che la documentazione posta a base della decisione della Corte d'appello si riferisce a metà anni novanta ed è pertanto prossima al 1993 data di registrazione del marchio da parte di xxx, che costituisce la data cui far riferimento ai fini di valutare la decettività del marchio, e quindi la valutazione della conoscenza appare correttamente riferita a tale periodo.

Sempre con il motivo in esame le ricorrenti contestano la sentenza laddove questa ha rilevato che esse non avevano offerto delle prove per dimostrare che i consumatori italiani sapevano che il marchio n. 589.805 "Budweiser" contraddistingueva un tipico prodotto americano, ma si erano limitate a sostenere che tale circostanza era stata ampiamente provata nella prima causa milanese, con effetto di giudicato.

Sostengono che l'onere della prova della nullità del marchio era a carico delle resistenti e che la Corte d'appello avrebbe affermato un'erronea inversione dell'onere della prova.

La doglianza è infondata.

La Corte d'appello ha accertato la sussistenza degli elementi della decettività in relazione al fatto che i consumatori italiani riferivano il nome geografico xxxx alla birra boema per cui ha correttamente ritenuto che sulla base di ciò era onere delle odierne ricorrenti fornire la prova contraria della conoscenza da parte dei consumatori del nome in questione come indicante un prodotto americano.

Con ulteriore censura le ricorrenti sostengono che la Corte d'appello avrebbe erroneamente valutato le argomentazioni e gli accertamenti probatori effettuati da altre sentenze ed in particolare da quella della Corte d'appello del 2000 passata in cosa giudicata, in ordine alla notorietà acquistata dal marchio delle ricorrenti fin dagli anni trenta ed alla loro conoscenza da parte dei consumatori italiani.

Sul punto la Corte d'appello ha preso in esame le predette argomentazioni, che riferivano di una notorietà acquisita fin dagli anni trenta in virtù di intense campagne pubblicitarie a livello mondiale, ma ha ritenuto che tali argomenti si riferivano all'accertamento della mancanza di novità dei marchi registrati dall'ente pubblico ceko e nulla dimostravano, invece, circa il fatto che in virtù della detta notorietà e del preuso i consumatori italiani fossero consapevoli del fatto che la birra prodotta dalle ricorrenti era una birra statunitense e non boema.

Trattasi di una motivazione del tutto logica, in ragione di quanto in precedenza ritenuto dalla Corte d'appello poichè, proprio a causa della accertata decettività del marchio Budweiser delle ricorrenti, era presumibile supporre che il consumatore italiano fosse stato tratto in errore ritenendo trattarsi di una birra boema.

A fronte di tale motivazione le censure delle ricorrenti tendono ancora una

volta ad investire inammissibilmente il merito della valutazione.

Collegata alla censura in esame è quella secondo cui la sentenza sarebbe incorsa in errore là dove ha ritenuto che, per sottrarsi alla declaratoria di nullità, il marchio xxx avrebbe dovuto assumere un significato diverso da quello, descrittivo della provenienza geografica della birra della località di xx", che aveva in origine.

Anche tale doglianza è infondata e per certi versi inammissibile, ripetendo essa l'argomentazione già in precedenza infondatamente spesa secondo cui il marchio Budweiser non era descrittivo di una località geografica già luogo di produzione di una diversa birra nonchè ponendo come data di riferimento quella degli anni trenta e non già quella degli anni novanta.

Con il nono motivo di ricorso le ricorrenti deducono che la sentenza sarebbe affetta da vizi motivazionali sui fatti decisivi e controversi dell'esistenza del milieu, del collegamento tra le caratteristiche della birra ceca della xxx e la zona di origine, e della ingannevolezza al riguardo del marchio Budweiser di xxx nonchè sulla valutazione delle risultanze di precedenti sentenze e della conoscenza da parte dei consumatori italiani dell'origine americana della birra in questione. Tale motivo ripete censure già espresse con i precedenti motivi in precedenza esaminati e lo stesso risulta infondato ovvero inammissibile per le ragioni già espresse.

Con il decimo articolato motivo di ricorso le ricorrenti sostengono che erroneamente la Corte del merito ha ritenuto che con il Trattato di Atene del 2004 sia stato legittimato l'uso di "Budweiser" da parte di xxx basandosi sull'originario equivoco secondo cui la città di xxx sarebbe tuttora nota come xxx

Notano a tale proposito che il Trattato di Atene, come già si è rilevato, non riguarda affatto la parola Bxxxx bensì tre espressioni in lingua ceca completamente diverse. Deducono poi che la sentenza non abbia minimamente tenuto conto delle precedenti decisioni di numerosi giudici e della definitiva posizione cui si è giunti in sede internazionale e comunitaria - che chiaramente smentiscono le conclusioni cui è pervenuta la sentenza impugnata che sarebbe poi in contrasto con il Trattato di Atene anche per non aver tenuto conto della disposizione finale secondo cui il riconoscimento delle tre espressioni ceche come indicazioni geografiche protette lascia impregiudicati qualsiasi marchio di fabbrica o altri diritti relativi alla birra esistenti nell'Unione Europea alla data di adesione.

Il motivo non può trovare ingresso in questa sede di legittimità, in quanto non investe comunque una ratio decidendi della sentenza di per sè in grado di sostenere la decisione impugnata. Invero, l'argomentazione sul punto della Corte d'appello costituisce un fuor d'opera del tutto superfluo dal momento che l'oggetto della controversia non riguarda in alcun modo indicazioni geografiche o la loro violazione ma esclusivamente la natura decettiva del marchio Budweiser delle società ricorrenti in relazione all'art. 18 l.m.

(ora art. 14 c.p.i.), senza che rilevi la protezione a livello delle indicazioni geografiche Europee attribuite dal Trattato di Atene a tre località ceche e le conseguenze che da detto Trattato discendono.

Il carattere aggiuntivo, e quindi non decisivo, della argomentazione in esame esclude la necessità di un rinvio pregiudiziale alla Corte di Giustizia, ai sensi dell'art. 234 del trattato Ce, per l'interpretazione della norma del Trattato di Atene cui la sentenza si riferisce, come richiesto anche dal PG in sede di

discussione.

Con l'undicesimo motivo di ricorso le ricorrenti contestano la sentenza qui impugnata, laddove ha rigettato le domande di contraffazione di marchio e di concorrenza sleale da esse proposte, affermando che il rigetto è necessaria conseguenza della declaratoria di nullità del marchio Budweiser n. 589.805 poichè la validità del marchio è presupposto necessario per l'accoglimento di queste domande.

Il motivo è palesemente infondato poichè, accertata la nullità da parte della Corte d'appello del marchio xxx, è chiaro che su di esso non è possibile fondare alcuna azione di contraffazione nè richiesta di risarcimento danni.

...omissis...

Il motivo è fondato.

L'art. 105 c.p.c. dispone al secondo comma, che per spiegare un intervento adesivo in giudizio occorre avervi interesse. A tale proposito questa Corte ha ripetutamente affermato che l'interesse richiesto per la legittimazione dell'intervento adesivo dipendente, tendente a far valere le ragioni della parte adjuvata, non può consistere in una utilità di puro fatto, ma deve concretarsi in un interesse giuridicamente rilevante e qualificato, determinato cioè dalla sussistenza di un rapporto giuridico sostanziale fra adjuvante e adjuvato e dalla necessità d'impedire che nella propria sfera giuridica possano ripercuotersi conseguenze dannose derivanti da effetti riflessi o indiretti del giudicato (Cass. nn. 18541/03, 1106/1995, 12758/1993, 5736/1993, 11404/1992, 7769/1990). Nel caso di specie è agevole osservare che nessun rapporto giuridico sostanziale sussiste tra il Ministero delle politiche agricole e le società resistenti con la conseguenza che gli eventuali effetti negativi del giudicato per queste ultime non potrebbero comunque riverberarsi nei confronti dell'Amministrazione. Il prospettato interesse generale a proteggere i consumatori contro l'uso ingannevole di una indicazione geografica nei marchi non può infatti considerarsi un interesse giuridicamente rilevante e qualificato nell'ambito di una controversia privatistica tra società ove si controverte in tema di contraffazione e di nullità di una privativa di marchio in quanto nessun effetto concreto, positivo o negativo che sia, risulta prodursi in capo alla Amministrazione pubblica in quanto soggetto.

Occorre infatti considerare che gli interessi pubblici in materia di proprietà industriale, la cui tutela viene conferita dall'ordinamento alla Pubblica amministrazione, vengono di regola perseguiti tramite l'esercizio di poteri amministrativi comportanti l'emanazione di atti che, se danno luogo, come nel caso di specie, al rilascio di una privativa di marchio comportano l'attribuzione di diritti soggettivi.

Una volta che questi ultimi risultano conferiti, ogni controversia che li concerne riguarda esclusivamente aspetti privatistici cui la Pubblica amministrazione risulta di regola estranea essendo indifferente rispetto alla loro sorte.

In tal senso il richiamo all'art. 170 c.p.i., comma 2 non appare rilevante.

La mera partecipazione ad un procedimento amministrativo per il rilascio di un marchio di competenza di altra Amministrazione pubblica (Ministero dello Sviluppo economico - Ufficio marchi e brevetti) tramite l'espressione di un parere neppure vincolante, comporta l'acquisizione in quel procedimento di un interesse pubblico, definito secondario, di cui l'Amministrazione precedente deve tenere conto al fine di una adeguata valutazione degli interessi pubblici coinvolti nel procedimento amministrativo ma tale circostanza non può di per

sè ritenersi idonea a conferire una legittimazione processuale in ragione della quale il Ministero delle politiche agricole possa intervenire in ogni giudizio civile tra privati ove si controversa sulla nullità di un marchio recante una denominazione geografica.

Tra l'altro, qualora, come nel caso di specie, si sostenesse la nullità di un marchio, si verrebbe di fatto a contestare la validità di un atto amministrativo di rilascio della privativa emanato da altro Ministero avente competenza primaria in materia, determinandosi così un conflitto, sia pure indiretto, tra pubbliche amministrazioni. Sotto un diverso profilo va osservato che il potere amministrativo del Ministero delle politiche agricole e forestali si è esaurito con il rilascio del parere nel predetto procedimento amministrativo e il generico potere di tutela dei consumatori circa una corretta provenienza dei prodotti resta comunque esercitabile nei limiti attribuiti dalla legge ma non può estendersi, in assenza di una espressa disposizione legislativa, fino a consentire l'intervento in un giudizio tra privati a sostegno delle ragioni di una o dell'altra parte se non sussista un interesse concreto derivante dalla possibilità di un vantaggio o di un pregiudizio concreto a carico dell'Amministrazione.

Non corretto appare, infine, il richiamo fatto dalla sentenza alla legittimazione processuale riconosciuta dall'art. 122 c.p.c. alle associazioni di consumatori.

Queste infatti rappresentano interessi privati di categorie ed hanno acquistato legittimazione processuale ad agire per la tutela delle predette categorie solo a seguito di apposita disposizione normativa (L. n. 281 del 1998) mentre prima della introduzione della emanazione della citata legge tale legittimazione era stata esclusa dalla giurisprudenza (v. Cass. 1111/03).

Ben diversa è ovviamente la posizione di una pubblica amministrazione che rappresenta interessi pubblici generali e che non ha di regola legittimazione, in assenza di apposita norma, a rappresentare processualmente interessi di categorie o di singoli.

Il motivo va in conclusione accolto.

Il tredicesimo motivo, con cui le ricorrenti contestano la legittimazione ad agire in nullità per decettività del Ministero in ragione del disposto dell'art. 170, comma 2, c.p.i., dal quale secondo la sentenza emergerebbe il compito istituzionale del Ministero di "tutela dei consumatori nazionali contro l'uso ingannevole di un'indicazione geografica come marchio di un tipo di birra", resta assorbito dall'accoglimento del dodicesimo motivo.

In conclusione vanno respinti i primi undici motivi del ricorso accolto il dodicesimo, assorbito il tredicesimo. La sentenza impugnata va cassata in relazione al motivo accolto e, sussistendo le condizioni di cui all'art. 384 c.p.c., la causa può essere decisa nel merito con la dichiarazione d'inammissibilità dell'intervento in giudizio del Ministero delle politiche agricole.

In ragione della complessità e della novità delle questioni oggetto del presente giudizio si compensano le spese dell'intero giudizio tra il Ministero delle politiche agricole e le società ricorrenti mentre tra queste ultime e le società resistenti si compensano le spese del presente giudizio.

p.q.m.

Respinge i primi undici motivi del ricorso, accoglie il dodicesimo, assorbito il tredicesimo; cassa la sentenza impugnata in relazione al motivo accolto e, decidendo nel merito, dichiara inammissibile l'intervento in giudizio del Ministero delle politiche agricole;

compensa le spese dell'intero giudizio tra il Ministero delle politiche agricole ed le società ricorrenti; compensa tra queste ultime e le società resistenti le spese del presente giudizio.

Così deciso in Roma, il 20 giugno 2013.

Depositato in Cancelleria il 19 settembre 2013

La Nuova Procedura Civile