

# Vernaccia vs Varnacia: il “vino di Dante Alighieri” vince la battaglia del Marchio in Spagna

Publicato il 25 settembre 2025

Un risultato fondamentale per la tutela di una grande eccellenza toscana: grazie alla strategia legale dei consulenti in Proprietà Intellettuale di **Bugnion Spa**, il Consorzio del Vino Vernaccia di San Gimignano ottiene la cancellazione del marchio spagnolo “Varnacia 1321”, reo di aver sfruttato indebitamente la notorietà della DOP italiana.



Dalla citazione dantesca del XXIV Canto del Purgatorio, fino alle tavole di oggi: la Vernaccia di San Gimignano, vino bianco simbolo della tradizione toscana, non smette di farsi riconoscere, e rispettare, anche sul mercato internazionale.

La vicenda ha inizio il 13 maggio 2022, quando la società spagnola **Gmarket** fa richiesta di registrazione del marchio figurativo “Varnacia 1321” per vini in classe 33. Un nome che richiama in modo piuttosto esplicito e ingannevole la DOP “Vernaccia”, peraltro con l’aggiunta dell’anno 1321, che rievoca proprio l’anno di pubblicazione della **Divina Commedia** e la celebre citazione di questo vitigno toscano da parte di **Dante Alighieri** (“...Questi e, mostrò col dito, è Bonagiunta. Bonagiunta da Lucca: e quella faccia di là più che l’altra trapunta ebbe la Santa Chiesa e le sue braccia: dal Torso fu, e purga per digiuno l’Anguille di Bolsena e la Vernaccia ....”).

Immediata la reazione del **Consorzio del Vino Vernaccia di San Gimignano**, responsabile della tutela, valorizzazione e promozione di questo vino nobile, non a caso ribattezzato anche “Regina Bianca”.

Il Consorzio presenta prontamente un’**opposizione** formale, chiedendo il rigetto della domanda sulla base di “motivi assoluti”, in quanto il marchio Varnacia 1321 risulta palesemente evocativo della DOP oggetto di tutela.

Nonostante l’evidenza del richiamo spagnolo a un’eccellenza assoluta del territorio toscano, l’opposizione viene conclusa nel 2023 con una prima vittoria di Gmarket, che per superare le obiezioni avanzate dal Consorzio, decide di limitare i prodotti rivendicati ai soli *vini conformi alla denominazione di origine protetta “VERNACCIA DI ORISTANO”*.

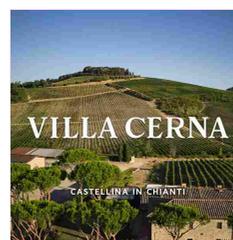


È uscito il quarantunesimo numero della rivista sul mondo del vino.

**Oinos - anno XIV, n.1**

Sfoglia la rivista on line

Scarica il file PDF





Una soluzione artificiosa, che però non corrispondeva alla realtà: il marchio Varnacia 1321 infatti era in uso per vini spagnoli, privi di qualsiasi legame con le denominazioni italiane.

Il Consorzio non si arrende, fa ricorso e opta per una nuova strategia, intraprendendo un'azione di decadenza per ingannevolezza del marchio "Varnacia 1321".

Nei giorni scorsi finalmente, dopo un lungo percorso legale durato circa due anni, il procedimento d'appello si conclude con una **decisione destinata a fare scuola**: le ragioni del Consorzio vengono accolte, il **marchio Varnacia 1321 viene effettivamente dichiarato ingannevole** e sarà dunque **cancellato dal registro** dei marchi spagnoli.

"Questa vittoria dimostra quanto sia fondamentale credere nella tutela legale garantita anche all'estero ai marchi e alle denominazioni d'origine e investire per proteggere i nomi legati alle nostre eccellenze territoriali - sottolinea l'avvocato Paola Stefanelli, di **Bugnion** -. La Proprietà Intellettuale, se gestita strategicamente, garantisce che gli sforzi per la promozione e valorizzazione delle nostre DOP e IGP, di cui l'Italia ha il primato assoluto, non siano sviliti da tentativi fraudolenti di accostare prodotti stranieri alla cultura, alla storia e alla qualità che ha reso il Made in Italy famoso in tutto il mondo".

"Il Consorzio nasce prima di tutto come espressione giuridica della comunità di tutti i viticoltori della città di San Gimignano, con il compito di proteggere e valorizzare quei vini che da secoli, ormai, rappresentano al meglio la nostra città e il nostro territorio: ecco perché oggi siamo ancora più orgogliosi di aver ottenuto questo importante risultato", spiega **Manrico Biagini, Presidente del Consorzio del Vino Vernaccia di San Gimignano**.

"Questo successo è il frutto di un lavoro che parte da lontano, con un attento monitoraggio non solo del mercato estero e internazionale, ma anche e soprattutto dei diversi registri marchi nazionali: perché il modo più efficace per bloccare sul nascere una minaccia, è proprio quello di intercettare questi marchi prima che arrivino sul mercato, **tramite un servizio di sorveglianza**, limitando così al massimo qualsiasi eventuale danno di immagine, per noi e per i nostri viticoltori".

Un grande successo, dunque, non solo per la Vernaccia di San Gimignano ma per tutto il sistema delle denominazioni italiane, ancora troppo spesso oggetto di imitazioni "selvagge" all'estero.