vinetur

Doce países de la UE piden a Bruselas proteger las denominaciones de origen fuera de Europa

Italia alerta del riesgo de que Estados Unidos e internet conviertan nombres protegidos en términos genéricos

martes 24 de noviembre de 2026



Italia, con el apoyo de otros once Estados miembros de la UE, ha pedido a Bruselas una estrategia común para proteger las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen en terceros países y en internet. La iniciativa la presentó este lunes, 23 de noviembre, el ministro italiano de Agricultura, Soberanía Alimentaria y Bosques, Francesco Lollobrigida, y cuenta con el respaldo de Austria, Bulgaria, República Checa, Chipre, Francia, Grecia, Hungría, Polonia, Portugal, Eslovenia y España, según informa ANSA.

Lollobrigida sostuvo que defender las indicaciones geográficas supone proteger el trabajo de los agricultores y su vínculo con el territorio. A su juicio, la Unión Europea necesita una actuación coordinada en todos los foros internacionales para preservar las denominaciones de origen y evitar que productos ligados a una zona concreta pasen a considerarse nombres comunes de uso libre.

La iniciativa trasladada por Italia a la Comisión Europea alerta de varias medidas impulsadas fuera de la UE que, en opinión de estos doce países, ponen en riesgo el sistema comunitario de indicaciones geográficas. El punto que más preocupa está en Estados Unidos, donde la revisión del Farm Bill y la Safeguarding American Food and Export Trade Yields Act of 2025 buscan clasificar esas denominaciones como términos genéricos que podrían utilizarse sin límites vinculados al origen.

El ministro italiano señaló además que esa línea ya se ha trasladado a los llamados Acuerdos de Intercambio Recíproco firmados por Washington con diez países: Argentina, Bangladesh, Camboya, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Indonesia, Jordania, Malasia y Taiwán. Estados Unidos mantiene también negociaciones con India. Para los firmantes de la iniciativa, esa política puede interferir con acuerdos de la UE ya existentes, como Mercosur, y con otras negociaciones abiertas con Tailandia, Malasia e India.

La preocupación no se limita al comercio físico. Italia advierte también de problemas en el terreno digital por la asignación, por parte de la ICANN, de nuevos dominios genéricos de internet que incorporan nombres protegidos. Entre los ejemplos citados figuran .asiago, .gorgonzola, .champagne, .porto, .budweiser, .cava y .tokaj.

En la UE, las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen reservan el uso de un nombre a productos que proceden de un lugar concreto y cumplen unas condiciones de elaboración. Ese sistema tiene un peso económico notable en países del sur de Europa, donde buena parte del valor añadido de alimentos y bebidas depende precisamente de la identificación del origen y de la protección legal del nombre.

En la práctica, la discusión tiene una consecuencia directa para el sector de las bebidas. Nombres como Champagne, Porto, Cava o Tokaj identifican vinos protegidos por su origen y por sus normas de producción, mientras que Budweiser ha sido objeto durante años de litigios y acuerdos sobre el uso comercial del nombre. Si esos términos pasan a tratarse en algunos mercados como expresiones genéricas, las bodegas y otros productores podrían perder exclusividad comercial y margen para impedir usos ajenos a la zona reconocida.

Ese riesgo también se extiende a la venta por internet y a la publicidad digital. El uso de nombres protegidos en dominios web puede generar confusión entre los consumidores y complicar la defensa de las denominaciones fuera de la UE, sobre todo cuando el titular de una página opera en un país con reglas distintas sobre propiedad intelectual y etiquetado alimentario.

La posición impulsada por Roma pide a la Comisión que diseñe una respuesta común que combine protección jurídica, campañas de información y cooperación técnica en terceros países. Lollobrigida afirmó que ese trabajo debe servir para reforzar el respeto a las reglas compartidas sobre propiedad intelectual y para preservar el valor económico de producciones ligadas a un lugar concreto.

La participación de España sitúa este asunto entre las prioridades de los países con mayor peso en alimentos y bebidas amparados por denominaciones de origen e indicaciones geográficas. Para esos Estados, la disputa no afecta solo a un nombre comercial, sino a un sistema que vincula precio, reputación, empleo y procedencia del producto.