

LA PROTEZIONE DEI MARCHI E DELLE DENOMINAZIONI DI ORIGINE PER I PRODOTTI AGROALIMENTARI E DEL TERRITORIO

6 giugno 2016

Salone della Camera di Commercio di Reggio Calabria

IP | skill

Il marchio - Definizione

Cos'è un marchio?

Qualsiasi segno:

- rappresentabile graficamente (con eccezioni...)
- «atto a distinguere i prodotti e servizi di un'impresa da quelli di altre imprese»

Il marchio - Tipologie

Segni che possono essere protetti come marchio:

Parole: **ANTINORI**

Logo: The word "LEONE" is written in a highly decorative, black, gothic-style font with elaborate flourishes and serifs.

Etichette: A rectangular label with a black top section containing the word "GAJA" in white, bold, sans-serif capital letters. The bottom section is white.



Il marchio – Tipologie (segue)

Segni che possono essere protetti come marchio:

Packaging (2D)



Packaging (3D)



Il marchio – Requisiti di registrabilità

Novità

- conflitto con marchi simili precedenti
- «principio di specialità» = stesso settore commerciale

GAJA (*vini*)


TERRA GAJA (*vini*)

Il marchio – Requisiti di registrabilità (segue)

Distintività

Non proteggibili:

- denominazione comune prodotto/servizio



- diciture che descrivono natura o caratteristiche essenziali del p/s

NATURA OLIVA

- diciture generiche

CLASSIC

Il marchio – Requisiti di registrabilità (segue)

Liceità

Non proteggibili:

- segni contrari buon costume, morale, ordine pubblico



- segni ingannevoli



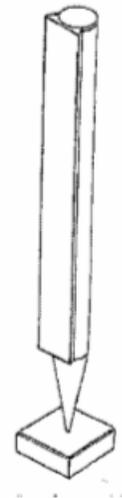
Il meglio del Italia

Il marchio – Requisiti di registrabilità (segue)

Marchi tridimensionali - Requisiti specifici

Non proteggibili:

- forma imposta dalla natura del prodotto
- forma che dà un valore sostanziale al prodotto



Il marchio – Territorialità

Principio di territorialità

Protezione nazionale nel Paese di registrazione

Una registrazione per ogni Paese



UIBM

inpi
INSTITUT NATIONAL
DE LA PROPRIÉTÉ
INDUSTRIELLE

Il marchio – Sistemi regionali di registrazione

Sistemi di registrazione uniforme a livello sovranazionale

Coprono per definizione il territorio di tutti i Paesi aderenti

Coesistono con i sistemi di registrazione nazionali:



O li sostituiscono:



Il marchio – Registrazione internazionale

Sistema di registrazione internazionale limitato a Paesi aderenti (circa 100 alla data attuale)

Solo sistema di deposito uniforme nei Paesi aderenti (esame di validità a livello locale su base di legge nazionale, stessi criteri dei marchi nazionali) – Deposito in patria necessario

Interfaccia con sistemi regionali

Registro internazionale c/o WIPO a Ginevra



Il marchio collettivo

Qualsiasi segno:

- rappresentabile graficamente
- avente la funzione di garantire l'origine, la natura o la qualità di determinati prodotti o servizi

Marchio collettivo e marchio d'impresa

Differenze rispetto al marchio di impresa

- titolare solitamente soggetto che svolge la funzione di garantire l'origine, la natura o la qualità di determinati prodotti o servizi (non obbligatorio a livello italiano!)
- funzione di garanzia della qualità e non di distinguere prodotti e servizi di un'impresa da quelli di un'altra

Marchio collettivo e marchio d'impresa

Differenze rispetto al marchio di impresa

- necessità di depositare un «disciplinare» (= regole d'uso) per ottenere registrazione
- principio c.d. «porta aperta»
- deroga al requisito della distintività, soprattutto per termini geografici

Marchio collettivo - Esempi

Esempi di marchi collettivi



LAMBRUSCO
FILOSOFIA FRIZZANTE



Indicazioni geografiche

Strumenti di protezione destinati ai prodotti agricoli ed alimentari per consumo umano

Legame (più o meno intenso) con il territorio di coltivazione / allevamento / produzione / trasformazione

Disciplina a livello di UE con normative di applicazione nazionali

Indicazioni geografiche (segue)

Funzione di protezione del sapere e delle specialità tradizionali

Funzione di protezione del consumatore tramite garanzia della provenienza / origine

Sistema di protezione di natura pubblica (titolarità ed esercizio necessariamente da parte di organismi di certificazione riconosciuti)

Indicazioni geografiche - Registrazione

Procedimento di registrazione unicamente pubblico
(impulso privato)



Indicazioni geografiche – Disciplinare

Necessità di un disciplinare che indichi:

- il nome da proteggere
- la descrizione del prodotto
- la definizione della zona geografica delimitata
- gli elementi che dimostrano che il prodotto è originario della zona geografica delimitata
- la descrizione del metodo di ottenimento del prodotto e di eventuali metodi “locali”
- gli elementi che stabiliscono il legame fra la qualità, la reputazione o altre caratteristiche del prodotto con l’ambiente geografico
- nome e indirizzo dell’autorità che verifica il rispetto delle disposizioni del disciplinare di produzione
- regole specifiche per l’etichettatura del prodotto ed eventuale logo

Indicazioni geografiche - Caratteristiche

Principio della «porta aperta» nel rispetto del disciplinare

Protezione incentrata più sulla funzione pubblica che su quella privata (eventuale azione per concorrenza sleale disponibile per singoli soggetti)

Indicazioni geografiche - Tipologie

Denominazione di origine protetta (DOP)



- origine in un luogo, regione o, in casi eccezionali, in un Paese determinato
- qualità o caratteristiche dovute essenzialmente o esclusivamente ad un particolare ambiente geografico ed ai suoi intrinseci fattori naturali e umani
- fasi di produzione nella zona geografica delimitata

Indicazioni geografiche – Tipologie (segue)

Indicazione Geografica Protetta (IGP)



- origine in un determinato luogo, regione o Paese
- origine geografica alla base di qualità, reputazione o altre caratteristiche
- produzione per almeno una delle sue fasi nella zona geografica delimitata

Indicazioni geografiche – Tipologie (segue)

Specialità tradizionale garantita (STG)



- specificità legata al metodo di produzione o alla composizione legata alla tradizione di una zona
- non necessariamente prodotti in tale zona
- esistenza comunque di un disciplinare

Indicazioni geografiche – Esempi

DOP

Olio Extra Vergine di Oliva
Alto Crotonese DOP



IGP



Consorzio Cipolla
Rossa di Tropea
Calabria IGP



STG



PIZZA
NAPOLETANA
STG

Marchi – Marchi Collettivi – Indicazioni Geografiche



MARCHIO DI IMPRESA

salvo preuso
(o no confusione)



MARCHIO COLLETTIVO



con differenziazione

MARCHIO COLLETTIVO



MARCHIO DI IMPRESA

confusione/non distintivi

GRAZIE A TUTTI

GRAZIE!

IP SKILL

Via Magenta, 25
Torino

Dott. Giulio Martellini
g.martellini@ip-skill.it

Avv. Mauro Nigro
m.nigro@ip-skill.it