Marchi

Che cos'è un marchio

Il marchio è un "segno" che permette di distinguere i prodotti o i servizi, realizzati o distribuiti da un'impresa, da quelli di altre imprese.
Secondo l'art. 7 del Codice della Proprietà Industriale (CPI) possono costituire oggetto di registrazione come marchio d'impresa tutti i segni rappresentabili, in particolare: parole (compresi i nomi di persone), disegni, lettere, cifre, suoni, forma del prodotto o della sua confezione, combinazioni o tonalità cromatiche.

Requisiti per la registrazione

- novità: è necessario che il marchio non sia confondibile con marchi anteriori identici o simili (da verificare prima del deposito tramite una ricerca di anteriorità [1]) o con altri segni distintivi (ad esempio nomi a dominio, denominazioni sociali, ecc…)
  ATTENZIONE: l**e** ricerche di anteriorità **[1]** effettuate dalla Camera di commercio Irpinia Sannio **non sono da ritenersi esaustive** rispetto ad altre possibili e già avvenute registrazioni di marchi analoghi; ciò perché la banca dati utilizzata per tale ricerca è solo una delle molte destinate allo scopo e perché le ricerche possono riguardare solo i marchi già registrati, e non le istanze di registrazione. I risultati ottenuti hanno una funzione meramente indicativa, e pertanto **in merito all'esistenza dei requisiti legali per la registrazione del marchio la Camera di commercio declina ogni responsabilità**, sia verso i richiedenti sia verso terzi;

- capacità distintiva: il marchio ha capacità distintiva quando è in grado di distinguere i prodotti/servizi di un'impresa da quelli di altre imprese. Per ottenere questo risultato il marchio non può essere costituito solo da termini generici di uso comune (ad es. casa bella) o da semplici descrizioni dei prodotti/servizi per i quali è proposto (ad es. leasing per tutti);

- liceità: non contrario alla legge, all'ordine pubblico e al buon costume e, soprattutto, non idoneo a trarre in inganno i consumatori sulla provenienza geografica, sulle caratteristiche e le qualità dei relativi prodotti e servizi.

Perché depositare un marchio

Il deposito di un marchio **garantisce al suo titolare i seguenti vantaggi:**

- diritti di uso esclusivo del marchio;

- diritto di impedire l'uso non autorizzato da parte di terzi di un marchio identico o simile al proprio marchio, per prodotti o servizi identici o affini; se si tratta di marchio che gode di rinomanza questo diritto si estende anche ai servizi o prodotti non affini (art. 20, CPI);

- garanzia di tutela negli accordi di licenza, franchising, contratti di produzione/distribuzione;

- diritto di bloccare la merce contraffatta presso le dogane/diritto alle misure di sorveglianza doganali;

- diritto alle procedure di opposizione amministrativa;
- utilizzo legale del simbolo ® dopo la registrazione del marchio;
- aumento del valore economico del marchio;
- possibilità di ottenere detrazioni fiscali;
- diritto di ottenere la riassegnazione di un nome a dominio Internet identico al proprio marchio;
- diritto di impedire a terzi l'uso del proprio marchio come parola chiave nei motori di ricerca Internet.

In particolare, la protezione del marchio:

- è territoriale, cioè limitata all'ambito geografico prescelto: marchio nazionale, internazionale o europeo;
- è limitata ai soli prodotti e/o servizi richiesti in fase di domanda, da indicare obbligatoriamente in base alla classificazione di Nizza [2];
- compete al titolare del marchio.

Titolarità del marchio

I titolari (proprietari) del marchio possono essere una o più persone fisiche (privati) e/o giuridiche.

Natura del marchio

Per composizione grafico-verbale, il marchio può essere principalmente:

- **denominativo** se consiste in una dicitura digitata su una tastiera, priva di caratteri personalizzati, di colori, di grafica e/o logo. Il marchio denominativo tutela la scritta, non il suo aspetto esteriore;??
- **figurativo** se possiede un logo/immagine e/o una grafica personalizzata e/o dei caratteri personalizzati o di fantasia e/o dei colori. Un marchio figurativo tutela sia le parole utilizzate che l'aspetto esteriore;
- **marchio tridimensionale** (o di forma), se costituito dalla forma o dall'aspetto del prodotto o parte di esso o della sua confezione (i contenitori, gli imballaggi, il prodotto stesso o il loro aspetto);
- **marchio a motivi ripetuti** se costituito esclusivamente da un insieme di elementi che si ripetono regolarmente. La rappresentazione può essere accompagnata da una descrizione che specifichi la regolarità della ripetizione degli elementi;
- **marchio di posizione** se costituito da una parola, motivo grafico o figura tridimensionale in una posizione specifica e ben definita su di un determinato prodotto;
- **marchio di colore** se costituito esclusivamente da un colore o da una combinazione di colori;
- **marchio sonoro** se costituito esclusivamente da un suono o da una combinazione di suoni;
- **marchio di movimento** se caratterizzato da un cambiamento di posizione degli elementi del marchio;
- **marchio multimediale** se costituito dalla combinazione di immagine e di suono;

- **marchio olografico** se costituito da elementi con caratteristiche olografiche.

I marchi sonoro, di movimento, multimediale e olografico sono di recente introduzione nella disciplina nazionale: per una corretta rappresentazione del marchio consultare la circolare n. 605. [3]

Tipi di marchi

- marchio individuale, se ha la funzione di contraddistinguere i singoli prodotti o servizi; hanno la funzione di distinguere la produzione o la commercializzazione di prodotti e servizi riconducendoli ad un imprenditore piuttosto che ad un altro;

- marchio collettivo e marchio di certificazione [4], se ha la funzione di garantire l'origine, la natura o la qualità dei singoli prodotti o servizi.

Durata e Rinnovo

Il marchio è protetto per dieci anni ed è rinnovabile all'infinito per periodi di dieci anni.

Registro dei marchi storici di interesse nazionale: dal 16 aprile 2020 iscrizioni on-line

Possono iscriversi al registro i proprietari o licenziatari esclusivi di marchi in vita da almeno 50 anni.
Il logo del marchio storico non costituisce un nuovo titolo di proprietà industriale, ma può essere utilizzato per finalità promozionali e commerciali affiancandolo alla rappresentazione del proprio marchio.
L'iscrizione al registro dà la possibilità di accedere al “Fondo di garanzia per le piccole e medie imprese” per progetti di valorizzazione del proprio marchio e di usufruire delle risorse del “Fondo per la tutela dei marchi storici di interesse nazionale” per intervenire o prevenire la chiusura del sito di produzione storico o la delocalizzazione dello stesso al di fuori del territorio nazionale.

Per maggiori informazioni consulta la pagina dedicata [5] sul sito dell'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi.

Ultima modifica: Lunedì 26 Febbraio 2024

Condividi

Reti Sociali

Quanto ti è stata utile questa pagina? Select rating Nessun voto

Rate

Source URL: https://av.camcom.it/marchi-brevetti/marchi

Collegamenti
[1] https://www.irpiniasannio.camcom.it/marchi-brevetti/ricerca-anteriorita
[2] https://www.irpiniasannio.camcom.it/marchi-brevetti/marchi/deposito/classificazione-nizza
[3] https://uibm.mise.gov.it/images/circolari/Circolare_605.pdf

[4] https://uibm.mise.gov.it/index.php/it/marchi/il-marchio-collettivo-e-il-marchio-di-certificazione
[5] https://uibm.mise.gov.it/index.php/it/marchio-storico-di-interesse-nazionale/dal-16-aprile-e-possibile-iscriversi-al-registro-dei-marchi-storici-di-interesse-nazionale