

Requisiti

I requisiti per ottenere la registrazione di un marchio d'impresa sono:

- **Capacità distintiva:** è la capacità di distinguere un prodotto o un servizio da quello degli altri
- **Novità:** è l'assenza sul mercato di prodotti o servizi contraddistinti da segno uguale o simile
- **Originalità:** è costituita dal carattere di fantasia del segno distintivo che non può consistere in una denominazione generica di prodotti o servizi o in una indicazione descrittiva
- **Liceità:** è la conformità all'ordine pubblico ed al buon costume.

Possano costituire Marchi d'Impresa i segni suscettibili di essere rappresentati graficamente, in particolare:

- parole, compresi i nomi di persona (ad es. Valentino, Fendi, Armani, Cinzano);
- disegni (come il piccolo cocodrillo della Lacoste);
- cifre (4711, la celebre acqua di Colonia);
- lettere (la V di Valentino);
- forma del prodotto o del suo confezionamento (la particolare bottiglia della Coca-Cola);
- le combinazioni o tonalità cromatiche.

Non possono costituire oggetto di registrazione come marchio d'impresa alcuni segni specificatamente individuati dalla legge, quali:

- gli stemmi ed altri segni considerati nella convenzioni internazionali vigenti in materia, segni contenenti simboli, emblemi o stemmi di pubblico interesse, a meno che non venga concessa l'autorizzazione alla registrazione da parte dell'autorità competente; L'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ha la facoltà di provvedere, prima della registrazione, ad inviare l'esemplare del marchio alle amministrazioni interessate per sentirne l'avviso;
- i segni idonei ad ingannare il pubblico, in particolare quelli con riferimenti alle provenienze geografiche, che si riferiscano alla natura e qualità dei prodotti o dei servizi;
- i ritratti o i nomi di persona diversi da quello del richiedente, senza il consenso delle medesime e, dopo la loro morte, senza il consenso del coniuge e dei figli;
- i segni identici o simili ad un segno già noto, se ciò può ingenerare confusione per il pubblico a causa dell'affinità dei prodotti o dei servizi;
- segni identici o simili ad un marchio registrato per prodotti o servizi non affini ma che godano di rinomanza nello Stato;
- i segni che possano ledere un altrui diritto di proprietà intellettuale, industriale o, comunque, altro diritto esclusivo;
- i segni costituiti esclusivamente da indicazioni generiche o indicazioni descrittive del prodotto o del servizio che intendano tutelare;
- i segni costituiti esclusivamente dalla forma naturale del prodotto;
- i segni divenuti di uso comune nel linguaggio corrente o negli usi consolidati;
- i nomi notori di persone, segni artistici, sportivi, denominazioni e sigle di manifestazioni, enti ed associazioni non aventi fini lucrativi, senza il consenso dei medesimi soggetti;

- i segni identici o simili al marchio registrato anteriormente nello Stato o, se comunitario, dotato di una valida rivendicazione di priorità, per prodotti o servizi non affini, se esso gode nello Stato di rinomanza e se l'uso del segno senza giusto motivo consente di trarre indebitamente vantaggio dal carattere distintivo o della rinomanza del marchio o rechi pregiudizio allo stesso.

Ultima modifica: Mercoledì 22 Luglio 2020

Condividi

Reti Sociali

Quanto ti è stata utile questa pagina?

Media: 4 (1 voti)

Rate

Source URL: <https://www.br.camcom.it/guida-ai-servizi/brevetti-e-marchi/marchi/marchi-nazionali/requisiti>