

# 2 Forum Food & Made in Italy

*VERSO IL MARCHIO UNICO*

*AGROALIMENTARE*

*VERSO IL MARCHIO UNICO  
AGROALIMENTARE*

Articolo 30 Decreto Sblocca Italia

Piano per la promozione del ‘Made in Italy’:

- Valorizzazione delle produzioni di eccellenza e tutela all'estero dei marchi e delle certificazioni di qualità e di origine;
- Realizzazione di un segno distintivo unico;
- Campagne di promozione strategica e lotta all'italian sounding.

*VERSO IL MARCHIO UNICO  
AGROALIMENTARE*

Il Segno Distintivo Unico non è un marchio *collettivo* unico, che invece è un marchio:

Registrato da un soggetto che intende svolgere la funzione di garantire l'origine, la natura o la qualità di determinati prodotti o servizi.

E' concesso in uso sulla base di un 'regolamento d'uso', uguale per tutti quelli che intendano usare il marchio collettivo.

*VERSO IL MARCHIO UNICO  
AGROALIMENTARE*

Diversi aspetti rendono difficile adottare un marchio collettivo unico:

- Cos'è un prodotto 'Made in Italy' e quali le sue caratteristiche?
- Come effettuare controlli su di un numero potenzialmente enorme di utilizzatori del marchio?

*VERSO IL MARCHIO UNICO  
AGROALIMENTARE*

La soluzione prospettata è un marchio, non collettivo, ma individuale, con impiego promozionale:

Promuovere il ‘Made in Italy’ all’estero;

Lo vedremo apposto *sui* nostri prodotti all’estero?

‘No’; lo vedremo usato per contraddistinguere iniziative di promozione del Made in Italy.

*VERSO IL MARCHIO UNICO  
AGROALIMENTARE*

Un concreto esempio di cosa parliamo:



*VERSO IL MARCHIO UNICO  
AGROALIMENTARE*

Lanciato nel 2008, viene registrato in diversi Stati Esteri dal Ministero delle politiche agricole Francese e da questi dato in gestione ad una società specializzata in campagne mirate di promozione ed accompagnamento commerciale.

Il nostro marchio sarà probabilmente usato in vari eventi promozionali e fieristici, in primis Expo 2015.

*VERSO IL MARCHIO UNICO  
AGROALIMENTARE*

Come dovrà essere fatto il nostro marchio unico?

- Un marchio ‘misto’: composto di parole (elemento denominativo) e figure (elemento figurativo).
- Un marchio ‘di fantasia’: privo di attinenza concettuale con i servizi o i prodotti contraddistinti.



*VERSO IL MARCHIO UNICO  
AGROALIMENTARE*

France Bon Appetit è un marchio cd. forte, forse meglio, ‘evocativo’:

L’espressione ‘buon appetito’ evoca la cucina, la Tour d’Eiffel e il tricolore la Francia.

Forse si possono scegliere composizioni ancor più di fantasia, magari con figure protette dal copyright e ovviamente la fascia del tricolore.

## *VERSO IL MARCHIO UNICO AGROALIMENTARE*

Qualcosa del genere, per intenderci:



## *VERSO IL MARCHIO UNICO AGROALIMENTARE*

Attenzione al Tricolore ed all'italianità!

I prodotti Italian Sounding usano spesso il Tricolore e la parola 'Italia', 'Italiano', 'Italian'.



*VERSO IL MARCHIO UNICO  
AGROALIMENTARE*

Cosa fare?

L'Articolo 30 del Decreto Sblocca Italia  
chiede di reagire contro l'Italian Sounding...

Qualche difesa forse a livello internazionale c'è:

*VERSO IL MARCHIO UNICO  
AGROALIMENTARE*

- Articolo *6ter* Convenzione di Parigi (incorporata nei TRIPs): divieto di registrazione ed uso di stemmi e bandiere dei Paesi dell'Unione.
- Articolo *6quinquies* Convenzione di Parigi: divieto di registrare marchi che ingannino il pubblico;
- Articolo *10bis* Convenzione di Parigi: divieto di atti di concorrenza sleale;

*VERSO IL MARCHIO UNICO  
AGROALIMENTARE*

Ed ancora:

- Norme a tutela dei consumatori, presenti in tutti i paesi del Mondo, particolarmente nei paesi di Common Law?
- Impiego ben mirato della Pubblicità Comparativa anti-Italian Sounding?

## *VERSO IL MARCHIO UNICO AGROALIMENTARE*

Per concludere, dunque:

1. Scegliamo bene e registriamo massicciamente all'estero il nostro Segno Distintivo Unico;
2. Promuoviamo i ns. prodotti targettizzando bene i consumatori dei ns. prodotti all'estero;
3. Proviamo a combattere l'Italian Sounding con:
  - Protezione del Tricolore e del termine 'Italia' ed aggettivazioni, come previsto dai Trattati Internazionali;
  - Lotta alla Concorrenza Sleale, come previsto dai Trattati Int.li;
  - Usiamo le norme straniere a difesa dei consumatori;
  - Usiamo campagne di pubblicità comparativa.

*VERSO IL MARCHIO UNICO  
AGROALIMENTARE*

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

[pmarzano@legance.it](mailto:pmarzano@legance.it)



# AREE DI ATTIVITA'

**FUSIONI, ACQUISIZIONI E DIRITTO SOCIETARIO**  
**BANKING**  
**PROJECT FINANCING**  
**DEBT CAPITAL MARKETS**  
**EQUITY CAPITAL MARKETS**  
**FINANCIAL INTERMEDIARIES REGULATION**  
**FONDI DI INVESTIMENTO**  
**CONTENZIOSO E ARBITRATI**  
**RISTRUTTURAZIONI E PROCEDURE CONCORSALE**  
**UE, ANTITRUST E REGOLAMENTAZIONE**  
**DIRITTO DEL LAVORO E DELLE RELAZIONI INDUSTRIALI**

**DIRITTO TRIBUTARIO**  
**DIRITTO AMMINISTRATIVO**  
**DIRITTO IMMOBILIARE**  
**DIRITTO DELL'ENERGIA, GAS E RISORSE NATURALI**  
**COMPLIANCE**  
**DIRITTO DELLA NAVIGAZIONE E DEI TRASPORTI**  
**PROPRIETA' INTELLETTUALE**  
**TMT (TECHNOLOGY, MEDIA, TELECOMMUNICATIONS)**  
**DIRITTO AMBIENTALE**  
**INSURANCE**  
**NUOVE TECNOLOGIE**  
**LEGISLAZIONE ALIMENTARE**

Milano  
20123 - Via Dante, 7  
T +39 02 89 63 071

Roma  
00187 - Via XX settembre, 5  
T + 39 06 93 18 271

Londra  
EC4N 1TX - 10 - 15 Queen Street  
Aldermary House  
T +44 (0)20 7074 2211

[info@legance.it](mailto:info@legance.it)  
[www.legance.it](http://www.legance.it)

**Legance**  
AVVOCATI ASSOCIATI