Al via il nuovo regolamento sui marchi comunitari

Al via il nuovo Regolamento del Consiglio n. 207/2009 sul marchio comunitario, che in sintesi prevede i requisiti che i marchi di prodotti o di servizi debbono avere per ottenere la registrazione come "marchio comunitario". La nuova normativa abroga il precedente Reg. 40/94, già oggetto di numerose e sostanziali modifiche.

Possono costituire marchi comunitari tutti i segni riprodotti graficamente, in particolare le parole (compresi i nomi di persone), i disegni, le lettere, le cifre, la forma dei prodotti o del loro imballaggio, a condizione che tali segni siano adatti a distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli di altre imprese. Sono, invece, esclusi dalla registrazione i segni non conformi ai requisiti sopra descritti, i marchi privi di carattere distintivo, quelli che possono indurre in errore il pubblico, i marchi dei vini che contengono indicazioni geografiche e quelli Dop-Igp.

Per quanto riguarda l'ampiezza del diritto, il marchio comunitario produce gli stessi effetti in tutti gli Stati membri e può essere registrato, trasferito, formare oggetto di rinuncia, di decisione di decadenza dei diritti del titolare o di nullità e il suo uso può essere vietato soltanto per l'intera Unione. Naturalmente, le imprese non sono obbligate a registrare i propri marchi come marchi comunitari, se non desiderano una tutela dei loro marchi a livello Ue.

La durata di registrazione del marchio comunitario è di dieci anni a decorrere dalla data di deposito della domanda; per gestire la procedura di attribuzione viene istituito un Ufficio di armonizzazione a livello di mercato interno (marchi, disegni e modelli), dotato di autonomia amministrativa, giuridica e finanziaria, rispetto alle cui decisioni è possibile presentare ricorso alla corte di Giustizia Europea.

Gli Stati membri dovranno indicare, al livello nazionale, i tribunali di I e II grado, che assumono il ruolo di Tribunali dei marchi comunitari, per le controversie in materia di contraffazione e di validità dei marchi stessi.