

Proprietà intellettuale. Dal 1° ottobre in vigore l'ultimo tassello della riforma avviata nel 2016

Marchio Ue senza segno distintivo

MILANO

■ Multimediale, olografico, sonoro e, perchè no, olfattivo. Il marchio non è più solo – e può anche non essere affatto – una rappresentazione puramente grafica, un segno distintivo.

È forse questa la maggiore novità entrata in vigore dal 1° ottobre con l'ultimo tassello della riforma europea dei marchi Ue.

Seladirettiva Ue 2015/2436 (entrata in vigore a gennaio 2016) ha armonizzato le norme per i soli marchi nazionali (il proprietario di un ristorante, una pasticceria o una Pmi possono avere interesse a proteggere il proprio nome solo

in Italia, magari in uno o due Paesi ma non in tutta Europa), il regolamento Ue 2015/2424 (pubblicato a marzo di un anno fa) aveva già cambiato – per i marchi europei – i costi di registrazione all'Ufficio europeo che se ne occupa, l'Euipo.

L'ultimo tassello del regolamento – in vigore dall'1 ottobre – amplia, invece, il concetto di “marchio Ue” e mette nero su bianco che il requisito della rappresentazione grafica non è più obbligatorio all'atto della presentazione della domanda di marchio. Significa che i segni possono essere rappresentati in qualsiasi forma idonea, utilizzando la tec-

nologia disponibile, purché la rappresentazione sia chiara, precisa, autonoma, facilmente accessibile, intelligibile, durevole e obiettiva. Obiettivo – secondo il criterio *what you see is what you get* (ciò che si vede è ciò che si ha) – di rendere le iscrizioni nel registro più chiare, accessibili e facili da cercare.

Nasce anche il marchio di certificazione Ue (altra cosa rispetto al semplice marchio Ue). Indica che sono idonei a distinguere i prodotti o i servizi certificati in relazione ai materiali, al procedimento di fabbricazione, alla qualità, alla precisione o ad

altre caratteristiche, ad eccezione della provenienza geografica. Questi marchi dovranno essere depositati entro 2 mesi dalla domanda e avranno un costo di circa 1500 euro.

Invariate, infine, le novità fiscali, già in vigore dal 2016.

Le tasse per la registrazione ed il rinnovo di un marchio restano dell'ammontare di 850 euro per una sola classe di prodotti/servizi. Per la seconda classe, vanno aggiunti ulteriori 50 e per ogni classe merceologica oltre la terza ne saranno dovuti ulteriori 150.

L.Ca