

I SEGNI DISTINTIVI DELL'IMPRESA

I segni distintivi sono degli elementi che hanno funzione di identificare un determinato imprenditore, un determinato luogo dove si esercita l'impresa, un determinato prodotto, per differenziarli agli occhi del pubblico dei consumatori. I segni distintivi fondamentali sono la ditta, l'insegna e il marchio.

Ditta (art. 2563 ss. c.c.)

Con il termine ditta si indica il nome sotto il quale l'imprenditore esercita la sua impresa. È formato da un elemento necessario (cognome o sigla dell'imprenditore) e facoltativamente anche da un elemento di fantasia (parole liberamente scelte) salvo il caso di trasferimento dell'azienda. L'imprenditore non può adottare una ditta uguale o simile a quella usata da altro imprenditore. Quando c'è rischio di confusione una delle due ditte deve essere integrata o modificata con indicazioni idonee a differenziarla. L'obbligo di differenziazione grava:

- sul titolare della ditta iscritta posteriormente al registro delle imprese;
- sul titolare della ditta usata posteriormente (in caso di impresa non soggetta a registrazione).

La ditta ha un proprio valore economico, costituendo un importante elemento del complesso aziendale: pertanto, il titolare può essere interessato a trasferirla ad un altro imprenditore realizzandone il valore di scambio, ma una ditta non può essere trasferita separatamente dall'azienda cui si riferisce. Se si tratta di un atto fra vivi la ditta passa all'acquirente solo con il consenso dell'alienante. In caso di morte dell'imprenditore la ditta si trasferisce automaticamente al successore.

Insegna (art. 2568 c.c.)

Il segno o il complesso di segni che identificano i locali dove si esercita l'impresa si chiama insegna: essa ha particolare importanza per quelle aziende il cui servizio è offerto proprio nei locali medesimi. All'insegna sono applicate tutte le norme relative alla ditta.

L'insegna deve avere una propria capacità distintiva, ossia deve presentare il requisito dell'originalità, deve corrispondere a verità e novità, ossia non deve provocare confusione, in riferimento all'oggetto e al luogo deputati all'attività, con l'insegna utilizzata da un altro imprenditore. Se sussistono tali requisiti, la tutela dell'insegna ha i medesimi connotati di quella spettante al marchio e alla ditta.

Marchio (art. 2569 ss. c.c.)

Il segno distintivo che contraddistingue un determinato prodotto o servizio è chiamato marchio: esso può consistere in parole o in un disegno. Si distinguono vari tipi di marchio:

- il marchio di fabbrica: si applica al prodotto dell'imprenditore responsabile della produzione;
- il marchio di commercio: viene applicato dall'imprenditore che distribuisce ai consumatori il prodotto fabbricato da altri;
- il marchio collettivo: viene creato da organismi aventi la funzione di garantire l'origine o la qualità di determinati prodotti o servizi (es. doc, dop, docg, ecc.)

La tutela del marchio consiste in un'esclusiva: il titolare del marchio ha il diritto di essere l'unico a utilizzarlo. È però condizionata dal requisito della "novità": chi adotta un marchio uguale o simile a quello già impiegato da altri non può godere di protezione.

Il marchio riceve tutela a livello LOCALE, NAZIONALE e INTERNAZIONALE.

A livello LOCALE, è tutelato con il preuso (dimostrando l'uso del marchio per primi con prove, come la pubblicità, volantini, ecc.).

A livello NAZIONALE, con l'iscrizione nel registro dei marchi e dei brevetti a Roma, uso esclusivo per 10 anni.

A livello INTERNAZIONALE, con l'iscrizione all'OMPI (organizzazione mondiale per la tutela delle attività intellettuali) a Ginevra. Questo non vale per l'America.

I **marchi di qualità** sono certificazioni di prodotto riconosciute agli alimenti dalla Comunità Europea che vengono rilasciate da enti di certificazione riconosciuti dal Ministero delle Politiche Agricole e che garantiscono al consumatore la provenienza originale del prodotto e/o che il processo di produzione avvenga secondo modalità legate a una tipicità territoriale nel rispetto del disciplinare che regola il marchio di qualità.

I marchi che possiamo trovare sui prodotti alimentari sono:

- **D.O.P.** (Denominazione di Origine Protetta): la produzione, trasformazione ed elaborazione dei prodotti D.O.P. avviene in un'area geografica delimitata e definita. Le qualità e le caratteristiche dipendono essenzialmente o esclusivamente dall'ambiente geografico contraddistinto da elementi naturali e fattori umani.

- **I.G.P.** (Indicazione Geografica Protetta): la produzione e/o trasformazione e/o elaborazione dei prodotti I.G.P. avviene in un'area geografica determinata e definita. La qualità o un'altra caratteristica può essere attribuita all'origine geografica.

- **S.G.T.** (Specialità Tradizionale Garantita): sono prodotti la cui specificità non è legata ad un'area geografica delimitata ma alla tradizione e quindi all'utilizzo di materie prime tradizionali o a una composizione tradizionale o ad un metodo di produzione e/o trasformazione tradizionale.

La produzione di vino in Italia è caratterizzata da una grande diversificazione di tipologie di vini, molti di grande prestigio sia a livello nazionale che internazionale. Per questo motivo il Ministero delle Politiche Agricole, le Camere di Commercio e le Regioni hanno l'obiettivo di favorire il consolidamento del successo delle produzioni di qualità, riconoscibili dai marchi D.O.C.G., D.O.C. e I.G.T.

- **D.O.C.G.** (Denominazione d'Origine Controllata e Garantita): sono i vini più pregiati, il marchio garantisce l'origine, la qualità e consente la numerazione delle bottiglie prodotte. La legge impone che sulle etichette ci siano le seguenti informazioni: nome della regione da cui provengono i vini, nome o ragione sociale dell'imbottigliatore unitamente alla menzione del Comune e dello Stato membro in cui l'imbottigliatore ha la propria sede principale, volume nominale in litri, centilitri o millilitri, titolo alcolometrico effettivo e lotto di produzione che identifichi il vino prodotto o confezionato in condizioni identiche.

- **D.O.C.** (Denominazione d'Origine Controllata): sono vini di qualità, originari di zone limitate, il cui ciclo produttivo deve essere conforme al disciplinare di produzione. Prima di essere commercializzati vengono controllati qualitativamente dalle Commissioni di degustazione che li sottopone ad analisi chimico fisiche e organolettiche per verificarne la corrispondenza ai requisiti di legge.

- **I.G.T.** (Indicazione Geografica Tipica): sono numerosi i vini in commercio con questo marchio, che rappresenta un riconoscimento di qualità attribuito ai vini da tavola che non hanno un disciplinare particolarmente restrittivo e le aree di produzioni sono abbastanza ampie. I vini I.G.T. dopo cinque anni possono diventare D.O.C.