



Angolo legale Svizzera

di Riccardo Geiser

Depositare un marchio in Svizzera – 1a parte

Nel momento di avvio di un'attività commerciale, l'imprenditore previdente si occupa intensamente del branding dei suoi prodotti e/o servizi e quindi si pone l'inevitabile domanda della registrazione di un marchio.

Un marchio, in parole povere, è un segno di carattere distintivo, grazie a cui i consumatori riconoscono la provenienza aziendale di prodotti e/o servizi, e quindi conferisce loro la facoltà di distinguerli da prodotti e/o servizi della concorrenza. In effetti, un *brand* ben creato e posizionato sul mercato costituisce un vantaggio competitivo prezioso e, pertanto, può essere di gran valore per il suo titolare.

Facendo parte dell'universo della proprietà intellettuale, un marchio concede al suo proprietario un mini-monopolio, ovvero l'esclusività di poter contrassegnare i suoi prodotti e/o servizi durante un certo periodo. In Svizzera, i diritti di marchio sono tutelati dalla *Legge federale sulla protezione dei marchi e delle indicazioni di provenienza* e dalla relativa ordinanza. In pratica, inoltre, sono di grande rilievo le dettagliate *Direttive in materia di marchi* dell'Istituto federale della proprietà intellettuale (IPI). L'IPI è l'autorità svizzera, situata a Berna, responsabile per la registrazione di marchi e per la gestione del registro.

L'imprenditore, innanzitutto, deve stabilire l'aspetto del suo marchio, che può assumere una vasta gamma di forme, sempre a condizione che sia riproducibile graficamente: lettere, parole, cifre, rappresentazioni grafiche (simboli, logo), o anche combinazioni di questi elementi, con o senza rivendicazione di colori. Oltre a segni bidimensionali, si possono registrare forme tridimensionali (ad es. la forma del cioccolato Toblerone), sigle musicali (ad es. il noto jingle delle caramelle Rucola) o movimenti (ad es. il movimento del logo della Swisscom). Un marchio può persino essere un semplice colore, utilizzato per determinati prodotti (ad es. l'arancione per bevande a base di cioccolato e/o di malto, registrato a nome dell'azienda che produce l'Ovomaltina) o servizi (ad es. il giallo per il trasporto di lettere e pacchi, ma anche per il trasporto di persone con autobus, registrato a nome della Posta Svizzera).

Oltre all'aspetto del marchio, l'imprenditore deve stabilire le categorie di prodotti e/o servizi che intende contrassegnare. In realtà un marchio non è protetto "universalmente" – bensì va piuttosto registrato per determinate categorie, dette "classi". Al fine di categorizzare il proprio marchio, ci si può avvalere dell'assistenza alla classificazione messa a disposizione dall'IPI, costituita in virtù dell'*Accordo di Nizza sulla classificazione internazionale dei prodotti e dei servizi ai quali si applicano i marchi di fabbrica o di commercio*, che elenca 45 classi principali.

Non tutti i segni, però, sono degni di protezione: sono esclusi del tutto da un'iscrizione al registro (i) segni di dominio pubblico, vale a dire, segni senza carattere distintivo (ad es. meramente denominativi o descrittivi) e segni che devono rimanere liberamente utilizzabili da tutti gli operatori commerciali (cosiddetto "imperativo di disponibilità"), (ii) forme definite dalla natura stessa o dalla tecnica del prodotto, (iii) segni che possono indurre in errore (ad es. "Alpina" per orologi fabbricati in Asia), o (iv) segni in contrasto con l'ordine pubblico, i buoni costumi o il diritto vigente.

In assenza di un motivo d'esclusione assoluto, il titolare di un marchio anteriore può opporsi all'iscrizione se ritiene che il marchio depositato sia identico o crei un rischio di confusione con il marchio preesistente. Il titolare deve dimostrare tale asserzione in una procedura di opposizione dinanzi all'IPI. Va detto che, di regola, non esiste un conflitto tra marchi identici o simili se non sono anche registrati per prodotti e/o servizi identici o simili.

Una volta registrato, un marchio è protetto per 10 anni dalla data di deposito. Il titolare può sempre prorogare il suo diritto al marchio per altri dieci anni presentando una relativa richiesta all'IPI.

geiser@altenburger.ch