

Rödl & Partner

INSIEME PER CRESCERE

TUTELA DEL MARCHIO, REQUISITI
DI REGISTRABILITÀ.

*GREEN TRADEMARKS, CO-
BRANDING E SOSTENIBILITÀ*

Avv. Isabella Corrias

IP TO 360° - LE TAVOLE ROTONDE FOCUS ON: MARCHI
Indicam, 21 marzo 2023



AGENDA

1 Introduzione

2 I principali marchi volontari in ambito ambientale

3 *Co-branding* e sostenibilità

4 Contatti



1. INTRODUZIONE



1. INTRODUZIONE

1.1 PREMESSA



1. INTRODUZIONE

1.2 MARCHI COLLETTIVI

- ❖ Il marchio collettivo è un segno distintivo che serve a contraddistinguere prodotti o servizi di più imprese svolgendo una funzione di garanzia del prodotto o del servizio secondo un regolamento specifico (cd. «Disciplinare»), che deve essere depositato insieme alla domanda di marchio collettivo.
- ❖ Le persone giuridiche di diritto pubblico e le associazioni di categoria di fabbricanti, produttori, prestatori di servizi o commercianti, escluse le società di cui al libro V, titolo V, capi V, VI e VII, del Codice civile, possono ottenere la registrazione di marchi collettivi che hanno la facoltà di concedere in uso a produttori o commercianti.
- ❖ I marchi collettivi sono quindi marchi destinati ad essere utilizzati da una pluralità di imprenditori diversi dal titolare che, generalmente, non lo utilizza. Il titolare può essere qualunque soggetto svolga la funzione di garantire l'origine, la natura o la qualità di determinati prodotti o servizi, e nel disciplinare devono essere previsti gli *standard* qualitativi previsti, i controlli e le relative sanzioni, nonché l'indicazione del soggetto deputato al controllo stesso.
- ❖ Un marchio collettivo può consistere in segni o indicazioni che nel commercio possono servire per designare la provenienza geografica dei prodotti o servizi.



1. INTRODUZIONE

1.3 MARCHI DI CERTIFICAZIONE

I marchi di certificazione sono un nuovo tipo di marchi, il cui scopo è certificare determinate caratteristiche dei prodotti e dei servizi (es. la qualità), secondo un regolamento specifico (cd. «Regolamento d'uso»), che deve essere depositato insieme alla domanda di marchio. La domanda deve riguardare i prodotti e i servizi che saranno certificati dal titolare del marchio tra le classi della classificazione di Nizza corrispondenti.

Il titolare del marchio di certificazione può essere una persona fisica o giuridica, tra cui istituzioni, autorità ed organismi accreditati ai sensi della vigente normativa in materia di certificazione, a garantire l'origine, la natura o la qualità di determinati prodotti o servizi, a condizione che non svolga un'attività che comporta la fornitura di prodotti o servizi del tipo certificato. Ha l'obbligo di neutralità in relazione agli interessi dei fabbricanti dei prodotti o dei fornitori dei servizi che certifica; può certificare i prodotti e i servizi che altri usano nelle rispettive attività, ma non può certificare i propri prodotti e servizi e utilizzare la certificazione egli stesso.

Un marchio di certificazione italiano può essere usato anche per certificare l'origine geografica di prodotti e servizi; tuttavia è necessario ricordare che il marchio di certificazione europeo non lo consente e il divieto riguarda sia il segno sia il regolamento d'uso.

2. I PRINCIPALI MARCHI VOLONTARI IN AMBITO AMBIENTALE



2. I PRINCIPALI MARCHI VOLONTARI IN AMBITO AMBIENTALE

2.1 LE ETICHETTE AMBIENTALI DI PRODOTTO

Etichette ambientali di tipo I

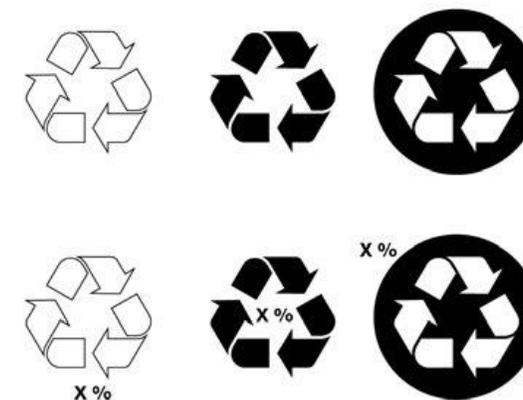
Certificazioni multicriterio di tipo qualitativo che attestano, tramite la concessione di un apposito marchio, l'eccellenza ecologica del prodotto/servizio rispetto ad alcuni valori limite calcolati secondo metodologie LCA, le quali prendono in esame l'impatto ambientale completo di un prodotto/servizio lungo tutto il suo ciclo di vita. Il riferimento normativo è l'UNI EN ISO 14024.

Etichette ambientali di tipo II

Sono asserzioni attraverso cui il produttore comunica al mercato le caratteristiche ambientali del proprio prodotto. Il riferimento normativo è l'UNI EN ISO 14021 che riguarda non solo le informazioni riportate sul *packaging*, ma anche quelle comunicate attraverso altri canali (es. *Internet* o pubblicità).

Etichette ambientali di tipo III

Certificazioni multicriterio di tipo quantitativo che informano circa le performance ambientali ottenute da un prodotto/servizio calcolate secondo metodologie LCA, permettendo al consumatore di confrontare prodotti/servizi equivalenti sulla base dei risultati ottenuti in ciascuna categoria. Il riferimento normativo è l'UNI EN ISO 14025.



2. I PRINCIPALI MARCHI VOLONTARI IN AMBITO AMBIENTALE

2.2 LE CERTIFICAZIONI AMBIENTALI

Certificazioni e marchi di biodegradabilità e compostabilità



compostable

Certificazioni sul contenuto di materiale riciclato



Certificazioni sulla corretta gestione forestale



3. *CO-BRANDING* E SOSTENIBILITÀ



3. CO-BRANDING E SOSTENIBILITÀ

3.1 DEFINIZIONE ED ESEMPI (1/2)

Il **co-branding** si crea quando più marchi appartenenti ad imprese diverse vengono combinati tra loro nella realizzazione di un unico prodotto o prodotti commercializzati insieme.

La casa di moda fiorentina **Gucci** e il *brand* di *outerwear* **The North Face** hanno ad esempio avviato una collaborazione per celebrare tutti gli aspetti dell'ecosostenibilità:

- ❖ abiti, accessori, calzature e attrezzatura specifica per il *camping* sono il fulcro della collezione, risultato di una fusione, estetica e concettuale, di realtà volte a fare del **recycle** il fulcro di questa nuova *partnership*;
- ❖ realizzati in **econyl**, un tessuto di *nylon* ottenuto da materiali **rigenerati** come reti da pesca, tappeti e altri scarti di lavorazione, i capi sono innovativi soprattutto per i tessuti utilizzati;
- ❖ anche il **packaging si fa green**: vengono infatti utilizzati carta e cartone ottenute con tecniche sostenibili.



3. CO-BRANDING E SOSTENIBILITÀ

3.1 DEFINIZIONE ED ESEMPI (2/2)

Pensiamo inoltre ai marchi degli enti che garantiscono/controllano la produzione dei soggetti autorizzati ad usarli, prevedendo l'utilizzo del marchio in combinazione con il marchio del prodotto, di cui si è parlato nella prima sezione.

Anche in tal caso il *co-branding* può portare benefici al consumatore e all'impresa.

Il valore aggiunto conferito dall'impresa al prodotto grazie ad un processo di produzione innovativo e più rispettoso dell'ambiente viene quindi evidenziato agli occhi del consumatore e dunque valorizzato.



4. CONTATTI



4. CONTATTI

ISABELLA CORRIAS

Avvocato



Profilo

- Laurea in Giurisprudenza conseguita presso l'Università degli Studi di Milano
- Iscritta all'Ordine degli Avvocati di Milano
- Esperienze di studio all'estero in Germania (presso l'Universität di Bonn), in Inghilterra e in Australia
- *Expertise*
 - In Rödl & Partner dal 2018
 - Esperienze pregresse in studi legali specializzati in ambito IP e nell'ufficio legale di una società di moda italiana

Expertise

- *Intellectual property*
- *Food Law*
- *Life Science*
- *Information technology*

References

- Assistenza giudiziale e stragiudiziale in ambito IP
- Assistenza ad imprese nazionali ed internazionali nel settore alimentare, farmaceutico e cosmetico
- Conoscenza ed esperienza su tecnologie & infrastrutture IT a livello *enterprise*, nonché delle complessità e delle problematiche ad esse associate

Rödl & Partner
Largo Guido Donegani, 2
20121 Milano
T +39 02 63 28 841
F +39 02 63 28 8420
isabella.corrias@roedl.com

Formazione e Aggiornamento Professionale

- Relatrice a molteplici convegni e seminari

Lingue

- Italiano
- Inglese
- Francese

Avvocati, Dottori Commercialisti, Revisori
Legali e Consulenti del Lavoro

Attorneys-at-Law, Tax Consultants, Certified
Public Accountants and Labour Consultancy

Rechtsanwälte, Steuerberater,
Wirtschaftsprüfer, Arbeitsrechtsberater

MILANO

Rödl & Partner
Largo Donegani 2
I-20121 Milano

T +39-02-6328841
Fax +39-02-63288420
milano@roedl.com

PADOVA

Rödl & Partner
Via F. Rismondo, 2/E
35131 Padova

T +39-049-804 6911
Fax +39-049-8046920
padova@roedl.com

ROMA

Rödl & Partner
P.zza S.Anastasia, 7
00186 Roma

T +39-06-96701270
Fax +39-06-3223394
roma@roedl.com

BOLZANO

Rödl & Partner
P.zza Walther- von- der- Vogelweide 8
39100 Bolzano

T +39-0471-1943200
Fax +39-0471-1943220
bolzano@roedl.com