



Nei dare il benvenuto a tutti i lettori, ho il piacere di annunciare la creazione di questo nuovo spazio, dedicato alla registrazione e tutela dei marchi d'impresa.

L'importanza che un marchio ha per un'azienda o per chi, avuta un'idea, voglia cimentarsi per la prima volta nella creazione o distribuzione di un prodotto ovvero nell'offerta di un servizio è data dalla necessità di distinguersi dalla concorrenza. Il carattere distintivo, dunque, è uno dei principali elementi del marchio e contestualmente dell'immagine aziendale, rappresentandone l'identità.

A conferma di quanto sia importante differenziare il proprio marchio da quello di altre imprese, voglio riportare una notizia del mese di giugno che ha fatto scalpore e che ha visto coinvolta l'azienda Adidas, una delle maggiori case produttrici di abbigliamento sportivo. Ebbene, Adidas registrava nel 2014 il proprio marchio presso l'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO), descrivendolo come formato da 3 strisce parallele equidistanti tra loro e di uguale larghezza, applicate sui prodotti in qualsiasi direzione. Nel 2016, a seguito di una domanda di nullità del marchio introdotta da un'impresa belga, l'Ufficio europeo annullava la registrazione di tale marchio ritenendolo "privo di qualsiasi carattere distintivo". Anche il Tribunale dell'Unione Europea, con la sentenza (ECLI:EU:T:2019:427) T-307/17, del 19 giugno, confermava la decisione di annullamento, respingendo il ricorso introdotto da Adidas contro la decisione dell'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale, sostenendo che "Adidas non ha provato che tale marchio ha acquisito, in tutto il territorio dell'Unione, un carattere distintivo in seguito all'uso che ne era stato fatto". Inoltre, per il Tribunale europeo l'EUIPO non ha errato nel ritenere che Adidas non avesse dimostrato che il marchio era stato utilizzato in tutta l'Unione Europea e che poi aveva acquisito un carattere distintivo. Questo perché i soli elementi di prova presentati dall'Adidas e considerati pertinenti al loro scopo riguardavano solamente 5 Stati membri e non potevano essere estesi a tutto il territorio europeo.

Da quanto detto, si evince che la scelta dei segni grafici volti a dare un carattere distintivo al marchio d'impresa non è cosa semplice, non solo, ma un errore in tal senso potrebbe portare a vedere nullo ogni diritto di sfruttamento economico dello stesso con una perdita ingente in termini monetari. Basti pensare alle ripercussioni avute in borsa dalla linea di abbigliamento sportivo tedesca.

Hai bisogno di informazioni per la registrazione del tuo marchio? Utilizza l'apposito form cliccando [qui](#).

[www.registrazionemarchi.studiofazzari.it](http://www.registrazionemarchi.studiofazzari.it)

[www.gridei.it](http://www.gridei.it)

---

Vuoi richiedere una consulenza sull'argomento appena trattato? Clicca [Qui](#). Se invece hai bisogno di uno specifico servizio legale clicca [Qui](#).

