

Marchio: caratteri e tipologie

Autore: Redazione

In: Diritto civile e commerciale

Caratteristica coesistente del marchio, sia per la disciplina interna (vedi **art.7 ss Decreto Legislativo n.30 del 2015**) sia per la disciplina comunitario (**art.4 del REG. Marchio Comunitario n.207 del 2009**) è il suo carattere distintivo: il marchio infatti può essere costituito da segni, purché "atti a distinguere i prodotti e servizi di una impresa" da quelli di altre imprese.

Marchio semplice o complesso

Vista l'ampiezza della previsione normativa è immediatamente evidente che il marchio può consistere in un solo segno ed essere considerato "**semplice**"; oppure in una **combinazione di più elementi**, e si avrà dunque un marchio composto.

In particolare, i marchi composti possono dirsi "**complessi**", cioè costituiti da una pluralità di elementi, denominativi e figurativi, e come tali meritevoli di tutela, ed oggetto di esclusiva, in ciascuno dei loro elementi, purché si tratti di elementi nuovi e dotati ciascuno di capacità distintiva: per questo in presenza di un marchio complesso si ritiene configurata la contraffazione anche in caso di appropriazione di uno solo di questi caratteri; per contro, se una parte del marchio si dovesse ritenere priva di carattere distintivo, e meramente descrittiva, allora non potrebbe parlarsi di marchio complesso in senso proprio, valido in tutte le sue componenti.

Marchi d'insieme

Dai marchi complessi si differenziano i **marchi d'insieme**, nei quali l'idoneità distintiva si ritrova non nei diversi elementi che li costituiscono, i quali singolarmente considerati sono privi di capacità distintiva, ma nel loro complesso o nella loro peculiare combinazione, ovvero appunto nel loro insieme: il carattere distintivo deriva in questo caso proprio dalla associazione di termini, che di per sé sono privi del necessario carattere distintivo, ma lo acquisiscono quando sono combinati.

A fronte di un **marchio composto** di più elementi è quindi in primo luogo importante individuare il "cuore" della privativa, cioè l'elemento di per sé capace di costituire il nucleo distintivo del segno, che merita il diritto di esclusiva, ad esso solo, in ultima analisi riferito. Pertanto, le eventuali denominazioni generiche e le indicazioni descrittive, pur potendo essere parte di un marchio complesso registrato, non sono in generale soggette alla tutela ordinaria prevista per le componenti distintive, a meno che non abbiano acquisito, per l'uso fattone, una capacità distintiva specifica e riconoscibile, nel mercato.

<https://www.diritto.it/marchio-caratterie-tipologie/>