

Ditta, insegna e marchi : segni distintivi da tutelare

Autore: Lione Federico

In: Diritto industriale

a cura di Serena Biondi

Premessa

Partiamo dal presupposto che ditta, insegna e marchio sono dei segni distintivi.

Per chiarezza espositiva, si premette che:

la ditta identifica il nome dell'impresa;

l'insegna indica i locali dell'impresa;

il marchio individua i prodotti o i servizi dell'impresa.

Leggi anche:"La tutela del marchio di fatto "

La ditta: definizione

La ditta è un bene immateriale costituito dal nome con il quale l'imprenditore svolge la propria attività, la ditta non è dunque un soggetto giuridico: è questa la definizione più ricorrente in giurisprudenza.

L' INQUADRAMENTO NORMATIVO:

La ditta è disciplinata, nel nostro ordinamento, dagli **articoli 2563, 2564, 2565 e 2566 del Codice Civile**.

Ebbene, l'imprenditore ha il diritto all'uso esclusivo della propria ditta la quale deve contenere perlomeno il cognome o la sigla dell'imprenditore.

Come si acquista detto diritto?

Il diritto alla ditta si acquista con **la registrazione** della stessa presso il Registro delle Imprese o **con**

L'uso il quale, secondo la giurisprudenza, deve essere effettivo e pubblico.

Ditte confondibili

Cosa accade se una **ditta è uguale o simile** a quella usata da un altro imprenditore e può quindi creare confusione circa l'oggetto dell'impresa e per il luogo in cui detta attività viene esercitata?

La ditta del secondo imprenditore deve essere integrata o modificata con indicazioni idonee a renderla differente dalla prima.

Nell'ipotesi in cui delle due ditte confondibili una sia stata registrata e l'altra no, tendenzialmente prevale quella registrata su quella non registrata, tranne se si riesce a provare che la registrazione sia avvenuto in malafede.

L'insegna: definizione

Come anticipato, l'insegna rappresenta il segno distintivo che contraddistingue i locali in cui viene esercitata l'attività da parte dell'imprenditore.

L'insegna non identifica quindi nessun prodotto e nessuna attività ma un bene aziendale presso cui, o tramite il quale, un prodotto viene immesso nel commercio.

I tipi di insegna

L'insegna può essere di vari tipi:

- **denominativa:** se è formata da un nome il quale può essere anche di fantasia;
- **figurativa** se consiste in un disegno o una figura, oppure
- **mista:** se si compone di un nome e di un disegno.

L'inquadramento normativo:

L'insegna è disciplinata **dall'articolo 2568 del Codice civile** il quale stabilisce che a questa si applica la disciplina relativa alla ditta (quest'ultima è regolamentata dall'**articolo 2564 del Codice Civile**).

L'insegna deve pertanto essere vera, lecita e nuova dunque chi registra per primo un'insegna acquista sulla stessa il **diritto d'uso esclusivo** e di conseguenza può agire in giudizio contro chi usa un segno distintivo uguale o simile al proprio.

Il requisito della novità:

Uno dei requisiti generali dell'insegna in analisi, è proprio la **novità**.

L'eventuale conflitto tra più imprenditori che utilizzano la medesima insegna è risolto dal criterio della **priorità dell'uso**.

In tal caso si applica anche per l'insegna l'articolo 2564 del c.c. alla luce del quale, se la stessa è uguale o simile a quella che viene usata da un altro imprenditore e può creare confusione circa l'oggetto dell'impresa o per il luogo nel quale viene esercitata, occorre (anche in questo caso) modificarla al fine di renderla diversa dalla prima.

Il requisito della capacità distintiva

Affinché una parola o un segno possa essere tutelato come insegna, è necessario che abbia un sufficiente grado di capacità distintiva dunque, come stabilito dalla giurisprudenza, la stessa non deve consistere in una denominazione generica della merce venduta o del servizio offerto.

Il marchio: definizione

Infine, il marchio è un segno distintivo che ha il fine di individuare dei prodotti e dei servizi che vengono commercializzati o forniti da una o più persone fisiche e/o giuridiche.

I prodotti ed i servizi sono raggruppati in quarantacinque classi indicate nella Classificazione internazionale di Nizza.

L'inquadramento normativo

I marchi sono disciplinati dal Codice Civile, precisamente dalle seguenti disposizione: dall'articolo 2569 all'articolo 2574 nonché dal Codice della Proprietà Industriale (D.Lgs. 10 febbraio 2005, n. 30 e successive modifiche), nello specifico dall'articolo 7 all'articolo 28.

Requisiti dei marchi

Per ottenere maggiore tutela i marchi vanno registrati, in Italia è a tal proposito competente l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi.

Il marchio viene registrato, innanzi tutto, se ha i seguenti requisiti necessari: la novità; la capacità distintiva e la liceità.

Per evitare conflitti tra marchi, occorre effettuare le ricerche di anteriorità prima di provvedere al deposito.

Conflitto tra marchi

I marchi infatti possono essere in conflitto tra di loro se sono uguali o se somigliano (da un punto di vista fonetico, visivo e/o concettuale) in quanto vi è il rischio che un consumatore possa confonderli associando il marchio di un'azienda o di una persona fisica alla titolarità di un'altra persona giuridica o fisica.

Per approfondimenti in materia di marchi si rimanda agli articoli precedentemente pubblicati.

Volume consigliato

<https://www.diritto.it/ditta-insegna-e-marchi-segni-distintivi-da-tutelare/>