

Avv. Eleonora Trigari  
Via del Futurismo, 21  
20138 Milano  
Tel. e fax: 02-39981383  
Cell.: 349-0818124  
e-mail: e.trigari@studiolegaletrigari.it

## *Design & trademark news*



In questo numero:

### **CANALE MARCHI E DESIGN**

- Il nuovo Regolamento comunitario sulla tutela dei diritti di proprietà intellettuale da parte delle autorità doganali UE pag. 1
- Riforma della legge marchi in Cina Popolare pag. 4

### **CANALE ATTUALITÀ**

- Siate affamati, siate folli pag. 7
- Ancora disponibili le agevolazioni per il deposito di marchi comunitari e internazionali pag. 8

In questo numero viene dato ampio spazio a due importantissime riforme nel settore, con conseguenze pratiche di grande rilevanza a vantaggio di tutti i titolari di diritti di proprietà intellettuale.

Si tratta del nuovo Regolamento comunitario che disciplina l'intervento delle Autorità doganali UE nei casi di importazione di prodotti contraffatti o recanti marchi

contraffatti all'interno del mercato comunitario; e della riforma della legge marchi cinese, estremamente importante per tutte le imprese che hanno interessi commerciali in questo Paese.

Nelle notizie di attualità, si segnala in particolare che sono ancora disponibili i fondi ministeriali stanziati per agevolare il deposito di marchi comunitari/internazionali e la brevettazione.

### **CANALE MARCHI E DESIGN**

**Il nuovo Regolamento comunitario sulla tutela dei diritti di proprietà intellettuale da parte delle autorità doganali UE**



Il 29 giugno 2013 è stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale dell'UE il tanto atteso Regolamento N. 608/2013, relativo alla tutela

Avv. Eleonora Trigari  
Via del Futurismo, 21  
20138 Milano  
Tel. e fax: 02-39981383  
Cell.: 349-0818124  
e-mail: e.trigari@studiolegaletrigari.it

dei diritti di proprietà intellettuale da parte delle autorità doganali. Il testo completo può consultarsi al seguente link:

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:181:0015:0034:IT:PDF>.

La nuova norma, che abrogherà il Regolamento (CE) n. 1383/2003, introduce una serie di modifiche volte a colmare le lacune della precedente normativa, in modo da contribuire ulteriormente alla creazione di un mercato interno che garantisca ai titolari dei diritti una protezione più efficace, stimoli la creatività e l'innovazione e fornisca ai consumatori prodotti affidabili e di alta qualità, che dovrebbero a loro volta rafforzare le transazioni transfrontaliere tra consumatori, imprese e commercianti.

Quali sono le principali novità del Regolamento?

In primo luogo, **si allunga la lista dei diritti IP tutelabili**: le autorità doganali potranno intervenire anche in presenza di violazioni relative a denominazioni commerciali, nella misura in cui siano protette come diritti esclusivi di proprietà dal diritto nazionale, topografie di prodotti a semiconduttori, modelli di utilità e dispositivi progettati, prodotti o adattati con la finalità di rendere possibile o di facilitare l'elusione di misure tecnologiche.

Sulla base delle norme vigenti, quindi, i diritti di proprietà intellettuale per la cui violazione è possibile domandare l'intervento delle autorità doganali europee sono ora i seguenti.

**1) "Droit de propriété intellectuelle":**

**a) un marchio, in particolare:**

- un marchio comunitario, ai sensi del regolamento (CE) n. 207/2009 del

Consiglio, del 26 febbraio 2009, sul marchio comunitario;

- un marchio registrato in uno Stato membro o, per il Belgio, il Lussemburgo o i Paesi Bassi, presso l'Ufficio del Benelux per la proprietà intellettuale;
- un marchio registrato in base ad accordi internazionali avente effetto in uno Stato membro o nell'Unione;

**b) un disegno o modello, in particolare:**

- un disegno o modello comunitario ai sensi del regolamento (CE) n. 6/2002 del Consiglio, del 12 dicembre 2001, su disegni e modelli comunitari;
- un disegno o modello registrato in uno Stato membro o, per il Belgio, il Lussemburgo o i Paesi Bassi, presso l'Ufficio del Benelux per la proprietà intellettuale;
- un disegno o modello registrato in base ad accordi internazionali avente effetto in uno Stato membro o nell'Unione;

**c) un diritto d'autore o qualsiasi altro diritto connesso ai sensi della normativa nazionale o dell'Unione;**

**d) un'indicazione geografica, in particolare:**

- un'indicazione geografica o una designazione d'origine protetta per i prodotti agricoli e alimentari ai sensi del regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 21 novembre 2012, sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari;
- un'indicazione geografica o una designazione d'origine per il vino ai sensi del regolamento (CE) n. 1234/2007 del Consiglio, del 22 ottobre 2007, recante organizzazione comune dei mercati agricoli

Avv. Eleonora Trigari  
Via del Futurismo, 21  
20138 Milano  
Tel. e fax: 02-39981383  
Cell.: 349-0818124  
e-mail: e.trigari@studiolegaletrigari.it

- e disposizioni specifiche per taluni prodotti agricoli (regolamento unico OCM);
- una denominazione geografica per bevande aromatizzate a base di prodotti vitivinicoli ai sensi del regolamento (CEE) n. 1601/91 del Consiglio, del 10 giugno 1991, che stabilisce le regole generali relative alla definizione, alla designazione e alla presentazione dei vini aromatizzati, delle bevande aromatizzate a base di vino e dei cocktail aromatizzati di prodotti vitivinicoli;
  - un'indicazione geografica per le bevande alcoliche ai sensi del regolamento (CE) n. 110/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 15 gennaio 2008, relativo alla definizione, alla designazione, alla presentazione, all'etichettatura e alla protezione delle indicazioni geografiche delle bevande alcoliche;
  - un'indicazione geografica per i prodotti non rientranti nelle lettere dalla a) alla d), purché stabilita come diritto esclusivo di proprietà intellettuale ai sensi della normativa nazionale o dell'Unione;
  - un'indicazione geografica ai sensi degli accordi tra l'Unione e i paesi terzi e in quanto tale elencata in tali accordi;
- e)** un brevetto, ai sensi della normativa nazionale o dell'Unione;
- f)** un certificato protettivo complementare per i medicinali ai sensi del regolamento (CE) n. 469/2009 del Parlamento europeo e del Consiglio del 6 maggio 2009 sul certificato protettivo complementare per i medicinali;
- g)** un certificato protettivo complementare per i prodotti fitosanitari ai sensi del regolamento (CE) n. 1610/96 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 luglio 1996,

sull'istituzione di un certificato protettivo complementare per i prodotti fitosanitari;

**h)** una privativa comunitaria per ritrovati vegetali ai sensi del regolamento (CE) n. 2100/94 del Consiglio, del 27 luglio 1994, concernente la privativa comunitaria per ritrovati;

**i)** una privativa per ritrovati vegetali ai sensi della legislazione nazionale;

**j)** una topografia di prodotto a semiconduttori ai sensi della normativa nazionale o dell'Unione;

**k)** un modello di utilità, purché protetto come un diritto di proprietà intellettuale dalla normativa nazionale o dell'Unione;

**l)** una denominazione commerciale, purché protetta come un diritto esclusivo di proprietà intellettuale ai sensi della normativa nazionale o dell'Unione.

**La registrazione dei propri diritti (marchi, disegni/modelli, brevetti ecc.) è dunque requisito imprescindibile per poter ottenere l'intervento delle autorità doganali, nella quasi totalità dei casi.**

Altra importante novità è che **si estende la procedura semplificata e inserisce una procedura ad hoc per le piccole spedizioni.**

Infine, con il Regolamento 608/2013 **si istituisce una banca dati centrale:** le autorità doganali competenti dovranno comunicare alla Commissione tutte le decisioni relative all'accoglimento, alla proroga o alla sospensione delle domande di intervento tramite la banca dati centrale, che diventerà operativa non oltre il 1° gennaio 2015 e i cui dati personali verranno trattati in conformità con il Reg. (CE) n. 45/2001 e

Avv. Eleonora Trigari  
Via del Futurismo, 21  
20138 Milano  
Tel. e fax: 02-39981383  
Cell.: 349-0818124  
e-mail: e.trigari@studiolegaletrigari.it

sotto la sorveglianza del Garante europeo della protezione dei dati.

Tuttavia, **nessuna novità è stata introdotta con riferimento alla violazione dei diritti IP da parte della merce in transito**, settore in cui si attendevano le principali modifiche. Infatti, a seguito dell'emanazione delle famose decisioni della CGUE relative ai casi Philips e Nokia (procedimenti riuniti C 446/09 e C 495/09), nelle quali la Corte aveva affermato che le Autorità doganali europee possono intervenire solo in presenza di merci contraffatte o usurpative "laddove sia dimostrato che tali merci siano destinate ad essere immesse in commercio nell'Unione", l'UE era stata accusata di non curarsi di tutti i potenziali rischi che ruotano intorno alla circolazione di merce contraffatta. Tuttavia, il neo Regolamento non apporta nessuna modifica, al contrario conferma quanto indicato nelle sentenze Philips e Nokia: l'intervento delle dogane europee è tuttora subordinato alla esistenza di un atto di violazione all'interno di uno Stato membro; di conseguenza le dogane non possono sequestrare merci presumibilmente contraffatte qualora siano solo in transito nel territorio dell'Ue e, quindi, dirette in zone extra-europee.

#### **Inoltre, restano tuttora fuori dal controllo delle autorità doganali:**

- le merci trasportate dai passeggeri nei loro bagagli personali, purché non esistano indicazioni circa l'esistenza di un traffico commerciale;
- le violazioni risultanti dal commercio parallelo illegale - vale a dire le merci fabbricate con l'accordo del titolare del diritto, ma che poi siano state commercializzate per la prima volta nello Spazio Economico Europeo senza l'approvazione del titolare; nonché le merci i

la cui fabbricazione sia effettuata da una persona debitamente autorizzata dal titolare del diritto a produrre un certo quantitativo, ma che siano poi prodotte in quantità superiore a quella autorizzata. Si è ritenuto di escludere tali merci dal controllo doganale in quanto comunque si tratta di merci autentiche e, pertanto, secondo il Parlamento Europeo e il Consiglio un intervento anche in tali casi sarebbe superfluo.

L'entrata in vigore del regolamento è prevista per il 19 luglio 2013, ma lo stesso diventerà obbligatorio in tutti i suoi elementi e direttamente applicabile negli Stati membri solo dal 1° gennaio 2014.

#### **Riforma della legge marchi in Cina Popolare**



Il 30 agosto 2013, la massima autorità legislativa cinese – lo Standing Committee of the National People's Congress – ha riformato la legge marchi in Cina Popolare. La nuova legge ("Revised Trademark Law"), che sarà efficace a partire dal 1 maggio 2014, ha sostanzialmente migliorato l'attuale regime di tutela dei marchi, facilitandone la registrazione e il rinnovo, migliorando la procedura di opposizione, riducendo i tempi della giustizia, rafforzando la tutela e promuovendo la concorrenza leale. Si tratta di una notizia molto importante, soprattutto per le imprese che commercializzano i propri prodotti in Cina Popolare, considerato che la Cina Popolare è il Paese del mondo in cui sono depositate più domande di marchio in assoluto (più di 11

Avv. Eleonora Trigari  
Via del Futurismo, 21  
20138 Milano  
Tel. e fax: 02-39981383  
Cell.: 349-0818124  
e-mail: e.trigari@studiolegaletrigari.it

milioni di domande alla fine del 2012) e oltre sette milioni di registrazioni.

Quali sono le principali novità?

In primo luogo, si è cercato di **incentivare la registrazione** dei marchi, a vantaggio anche delle imprese straniere che hanno interessi in Cina Popolare.

Anzitutto, è stata introdotta la possibilità di rivendicare più di una classe di prodotti/servizi con un'unica domanda, mentre prima, se si ambiva ad ottenere la tutela in più classi, occorre depositare una domanda per ciascuna classe. Si ridurranno dunque i costi di deposito.

Inoltre, sono stati allungati i termini per il rinnovo dei marchi: dai 6 mesi ai 12 mesi precedenti la data di scadenza; ed è stato introdotto un termine di grazia di 6 mesi, se non si ha provveduto entro i suddetti termini.

In secondo luogo, si è cercato di **ridurre i tempi della giustizia**, aspetto indubbiamente positivo. In precedenza, alle Autorità competenti a decidere in materia di marchi (CTO in primo grado e TRAB in secondo) non erano imposti termini entro cui emettere le decisioni. Da ciò, anche per via della mole di vertenze da decidere, derivavano notevoli lungaggini (si potevano attendere anche alcuni anni prima di ottenere la registrazione). Con la riforma sono stati imposti a CTO e TRAB termini precisi entro cui emettere le decisioni in materia di opposizione, cancellazione per non uso, nullità ecc., che vanno dai 9 ai 12 mesi, prorogabili solo su approvazione del SAIC.

Numerose sono poi le disposizioni aventi il fine di **rafforzare la tutela**.

Anzitutto, la riforma ha aumentato l'importo della multa che può essere irrogata dalle Autorità Amministrative locali nei casi di contraffazione di prodotti, che sale da un massimo di 3 volte il valore dei prodotti, o di

circa 16.400 US\$ laddove non sia possibile calcolare tale valore, ad un massimo di 5 volte il valore dei prodotti contraffatti se tale valore supera gli 8,200 US\$, oppure di circa 41.000,00 US\$ qualora il valore dei prodotti contraffatti non superi la suddetta soglia o non sia possibile calcolarlo. Peraltro, la riforma ha previsto che le Autorità Amministrative possono irrogare diverse sanzioni ai soggetti che si sia accertato abbiano violato in più di 2 occasioni i diritti sui marchi.

È stata inoltre ampliata la definizione di malafede. A tale riguardo, anche la precedente normativa vietava l'uso e il deposito dei marchi in malafede. Era dunque possibile domandare l'invalidazione di marchi depositati, a propria insaputa, dal proprio agente, rappresentante, distributore o addirittura dal proprio avvocato (sic!), senza termine di prescrizione. Ora, a seguito della riforma, è stato ampliato il raggio dei soggetti che si presumono aver depositato il marchio in mala fede, comprendendovi qualsiasi soggetto che abbia conosciuto il legittimo titolare del marchio per aver stipulato con questi contratti, per aver condotto affari insieme o per aver intrattenuto una qualsiasi relazione commerciale con costui, prima che il marchio fosse depositato.

Diventa pertanto fondamentale pretendere che tutti i collaboratori firmino i contratti, di cui, non c'è bisogno di dirlo, deve esserne conservato un originale.

Sempre nel senso del rafforzamento della tutela va la norma che bilancia l'onere della prova. In precedenza era l'attore (che aveva subito la contraffazione) ad avere l'onere di quantificare i danni in giudizio, in particolare il lucro cessante (vale a dire, in buona sostanza, i mancati guadagni e gli utili illegittimamente percepiti dal contraffattore). Ovviamente, il più delle volte i contraffattori si rifiutavano di esibire le prove utili in tal senso. Ora, a seguito della riforma, il

Avv. Eleonora Trigari  
Via del Futurismo, 21  
20138 Milano  
Tel. e fax: 02-39981383  
Cell.: 349-0818124  
e-mail: e.trigari@studiolegaletrigari.it

Tribunale cinese può ordinare al contraffattore di esibire i libri, le scritture contabili e qualsiasi documento attestante l'entità dei profitti illegittimamente percepiti.

Inoltre, si è previsto che qualsiasi atto che intenzionalmente faciliti la violazione dei diritti esclusivi sui marchi sarà anch'esso considerato violazione dei diritti esclusivi (mentre prima erano considerati tali soltanto alcune particolari condotte, come per esempio lo stoccaggio e il trasporto di prodotti contrassegnati da marchi contraffatti).

Con la nuova legge, si è anche espressamente vietato a qualsiasi impresa di registrare come nome a dominio marchi registrati, o marchi noti non registrati. Si tratta del tristemente famoso fenomeno del cybersquatting, di dimensioni preoccupanti in Cina Popolare, che consiste appunto nell'accaparramento di nomi di dominio corrispondenti a marchi altrui, più o meno noti, o a nomi di personaggi famosi, al fine di realizzare un lucro sul trasferimento del dominio a chi ne abbia interesse. Per disincentivare tali atti viene inoltre introdotta una particolare forma di responsabilità professionale per i consulenti in proprietà industriale: essi dovranno avvisare i clienti nel caso in cui la registrazione del marchio richiesta sia contraria alla legge e dovranno rifiutarsi di procedere alla registrazione nel caso in cui vi sia malafede da parte del richiedente. Si tratta di una novità davvero importante, che sulla carta sembrerebbe testimoniare una nuova presa di coscienza da parte delle Autorità cinesi e una seria intenzione di creare condizioni per un mercato basato sulla legittima concorrenza.

Si segnala infine una norma che disciplina l'uso dei marchi di fatto (ossia i marchi di cui non sia mai stata domandata la registrazione, ma che siano solamente usati nel commercio)

rispetto ai marchi registrati identici o simili. Secondo la precedente normativa, il titolare di un marchio registrato poteva impedire l'uso di marchi identici o simili anche da parte di soggetti terzi che, prima della registrazione, avessero iniziato ad usarli in buona fede, senza però averne mai domandato la registrazione. Così il rischio era finire per prediligere marchi mai usati seriamente, pur se registrati, rispetto a marchi effettivamente usati nel commercio, anche se mai registrati, con grande spreco di risorse sociali. Tenuto conto.

Con la riforma si è così previsto che il titolare di un marchio registrato non possa impedire a soggetti terzi di continuare ad usare un marchio di fatto identico o simile, nello stesso ambito, se già utilizzato da epoca anteriore alla registrazione del proprio e se, per effetto di un uso continuo, il marchio di fatto abbia ottenuto una certa notorietà. In questo modo, la legge marchi cinese finisce per allinearsi a quanto già previsto dalla legge sul diritto d'autore.

Resta fermo che il titolare di un marchio registrato ha l'onere di iniziare ad utilizzarlo seriamente entro tre anni dalla registrazione, altrimenti il suo marchio può essere cancellato per mancato uso, su iniziativa di terzi aventi interesse. Si tratta di un aspetto molto importante, se si considera (l'altro) tristemente noto fenomeno dei contraffattori "seriali", ossia di soggetti dediti al deposito in massa di decine e decine di marchi stranieri, più o meno noti, al mero fine di ostacolarne il deposito in Cina Popolare da parte dei legittimi titolari (soprattutto società straniere). Questi ultimi si trovano così a non poter legittimamente usare il proprio marchio in Cina Popolare, o a non poterne ottenere la registrazione, senza prima aver invalidato il marchio del contraffattore tramite un'opposizione/azione ordinaria, o senza aver pagato cifre spropositate per ottenerne la cessione dal contraffattore. Va da sé che un contraffattore "seriale" non utilizzerà seriamente il marchio, dunque sarà possibile

Avv. Eleonora Trigari  
Via del Futurismo, 21  
20138 Milano  
Tel. e fax: 02-39981383  
Cell.: 349-0818124  
e-mail: e.trigari@studiolegaletrigari.it

avviare nei suoi confronti un'azione di cancellazione per mancato uso (si dovrà poi sperare che in giudizio non produca prove d'uso artefatte e che il giudice non le reputi attendibili).

D'altro lato, nella riforma **si registrano alcuni aspetti che, se da un lato certamente mirano a rafforzare i diritti dei titolari di marchi depositati/registrati in Cina Popolare, d'altro lato rendono la vita un po' più difficile per gli opposenti** (e spesso gli opposenti sono le società straniere che, essendo state anticipate nel deposito del marchio da contraffattori cinesi, si trovano appunto a dover fare opposizione).

In questo senso, è stato ridotto l'elenco dei soggetti legittimati a depositare opposizione contro la registrazione di una domanda di marchio: non più qualunque terzo potrà farlo, anche se privo di specifici interessi rispetto a quel particolare segno, ma solo titolari di diritti anteriori o soggetti aventi interesse. Solo nel caso in cui il marchio sia affetto da vizi assoluti, per esempio in quanto identico a nomi di Paesi stranieri, allora qualsiasi terzo mantiene la legittimazione a fare opposizione.

È stato anche previsto che, in caso di opposizione respinta, l'opponente mantiene il diritto di fare appello, ma nel frattempo il marchio opposto va a registrazione.

Si è inoltre ristretto il raggio delle condotte considerate violazione dei diritti esclusivi: non è più considerato tale l'uso, in generale, di un marchio identico o simile per prodotti identici o simili, ma soltanto l'uso di un marchio identico o simile per prodotti identici o simili che probabilmente provochi confusione. Tale probabilità sarà oggetto di una valutazione inevitabilmente soggettiva da parte degli Esaminatori, il che desta notevoli perplessità.

In conclusione, sotto alcuni aspetti sembra permanere un atteggiamento ancora almeno in parte protezionistico, ma si registrano importanti "aperture".

In ogni caso, prevenire resta meglio che curare: soprattutto in Cina Popolare, il modo migliore per tutelare i propri interessi commerciali resta tuttora il deposito del marchio, possibilmente prima di iniziare ad usarlo. Questo è l'unico modo per procurarsi una carta davvero vincente contro i contraffattori, riducendo notevolmente il rischio di essere danneggiati e al tempo stesso risparmiando notevoli somme di denaro (per i danni economici derivanti dalla contraffazione; per i costi delle iniziative legali contro i contraffattori; per gli importi da versare per farsi cedere il marchio, sottostando a veri e propri ricatti, quando non resta altro da fare). A maggior ragione conviene piuttosto investire nel deposito del marchio, ora che ciò viene facilitato sia sotto l'aspetto economico (riduzione dei costi di deposito) che giuridico (tutela più forte).

## CANALE ATTUALITÀ

### SIATE AFFAMATI, SIATE FOLLI

"Your time is limited, so don't waste it living someone else's life. Stay hungry, stay foolish."

Sono le parole del più famoso discorso di Steve Jobs, correva l'anno 2005. Sicuramente le abbiamo sentite citare numerose volte. Sono, ovviamente, anche le parole che possono essere utilizzate per sintetizzare le linee guida di Apple e che hanno contribuito a portare la multinazionale della mela stabilmente al primo posto della graduatoria dei 500 top brand mondiali secondo la classifica stilata annualmente da Brand Finance.

Al secondo posto della graduatoria troviamo la coreana Samsung (che rispetto al 2012 scala ben 4 posizioni), mentre il resto della top ten è tutto a stelle e strisce: in terza

Avv. Eleonora Trigari  
Via del Futurismo, 21  
20138 Milano  
Tel. e fax: 02-39981383  
Cell.: 349-0818124  
e-mail: e.trigari@studiolegaletrigari.it

posizione c'è Google (che passa quindi dal secondo al terzo posto), in quarta Microsoft (anche Bill Gates vede scendere la propria azienda di un gradino, dal terzo al quarto), in quinta Walmart e poi a seguire IBM, GE, Amazon, Coca-Cola e Verizon.

| Ranking 2013 | Brand     |
|--------------|-----------|
| 1            | Apple     |
| 2            | Samsung   |
| 3            | Google    |
| 4            | Microsoft |
| 5            | Walmart   |
| 6            | IBM       |
| 7            | GE        |
| 8            | Amazon    |
| 9            | Coca-Cola |
| 10           | Verizon   |

E gli italiani? Per trovare il primo brand del nostro Paese bisogna cercare la posizione numero 92, dove si colloca Generali, che rispetto ai dodici mesi precedenti fa un salto indietro di 15 posizioni. Telecom è, invece, 102esima (+18 rispetto al 2012), Eni 163esima (-10), Enel 169esima (-10 anche in questo caso), Fiat 189esima (con un guadagno però di ben 50 posizioni), Unicredit 227esima, Prada 242esima e infine Ferrari 326esima.

L'appuntamento è ora per il 2014, con la speranza di trovare in graduatoria ancora più brand italiani e in posizioni ancora più avanzate. Nel frattempo, chi volesse maggiori informazioni sulle 500 marche top di quest'anno può consultare il sito internet: <http://brandirectory.com/>.

### **Ancora disponibili le agevolazioni per la registrazione di marchi comunitari e internazionali e per la brevettazione e la valorizzazione di brevetti**

Sono ancora disponibili i fondi stanziati dal Ministero per lo Sviluppo Economico, con

bando pubblicato nella Gazzetta Ufficiale del 7 maggio 2012, n. 105, **per favorire la registrazione dei marchi a livello comunitario ed internazionale** da parte di piccole e medie imprese.

Grazie a tale iniziativa, è tuttora possibile ottenere il **rimborso di una somma sino all'80% delle spese ammissibili sostenute (sia onorari che tasse), per il deposito di un marchio comunitario e/o internazionale**. Per ulteriori informazioni, si veda il link <https://www.progetto-tpi.it/P42A15C3S1/Bando-e-modulistica.htm>.

**Sono altresì tuttora disponibili gli incentivi stanziati dal Ministero dello Sviluppo Economico (MiSE) – Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione, Ufficio Italiano Brevetti e Marchi - per favorire la brevettazione e la valorizzazione economica dei brevetti.**

Si possono trovare ulteriori informazioni al link:

<http://www.invitalia.it/site/ita/home/incentivi-alle-imprese.html>.



Copyright 2013

Tutti i diritti riservati

I contenuti del presente articolo sono di proprietà esclusiva dell'autrice Avv. Eleonora Trigari e sono protetti dalla normativa vigente in materia di tutela del diritto d'autore, legge n. 633/1941 e successive modifiche ed integrazioni.

La riproduzione, totale o parziale, diretta o indiretta, temporanea o permanente, in tutto o in parte dell'opera, in qualunque modo o forma, la comunicazione al pubblico, la messa a disposizione del pubblico, il noleggio e il prestito, la diffusione e in generale qualsiasi utilizzazione di cui agli artt. 12 ss. della legge n. 633/1941 e successive modifiche ed integrazioni è tassativamente vietata, in mancanza di specifica ed espressa autorizzazione della titolare dei diritti.