

## I marchi collettivi

11 ottobre 2013

Alcuni prodotti sono spesso contraddistinti da marchi particolari, che accompagnano il marchio dell'impresa produttrice. Questi sono i marchi collettivi.

Il marchio collettivo è un segno distintivo concesso ad un soggetto, persona fisica o giuridica, ed ha la funzione di garantire la provenienza o la qualità di determinati prodotti o servizi, in applicazione di un regolamento che prevede le modalità di uso del marchio stesso, l'effettuazione dei controlli e le eventuali sanzioni da applicare nel caso di uso non corretto.

I marchi collettivi possono essere registrati soltanto da quei soggetti, persone fisiche o giuridiche, il cui compito è quello di controllare e garantire gli standard qualitativi, la provenienza, la composizione di un prodotto, e che hanno la facoltà di concedere l'uso dei marchi stessi a produttori e commercianti che si assoggettano all'osservanza degli standard di qualità e ai relativi controlli previsti dal Regolamento d'uso del marchio. I soggetti titolari dei marchi collettivi sono generalmente Associazioni o Consorzi tra produttori, i quali però non devono compiere attività d'impresa in proprio, contrassegnando con il marchio i prodotti o servizi propri.

I marchi collettivi sono soggetti ad una disciplina specifica che si differenzia da quella dei marchi individuali sia sotto il profilo dei soggetti cui è consentita la titolarità, sia sotto il profilo dei presupposti ai quali è legato il riconoscimento, sia quanto alla disciplina applicativa ed agli strumenti attuativi.

Il marchio collettivo, infatti, svolge una funzione diversa da quella tipica del marchio individuale d'impresa.

Il marchio d'impresa è un segno distintivo che serve a contraddistinguere i prodotti o servizi che un'impresa produce o mette in commercio e può essere registrato da chiunque lo utilizzi o si proponga di utilizzarlo nella fabbricazione o commercializzazione dei propri prodotti o servizi.

Il marchio collettivo, a differenza del marchio d'impresa che per sua natura è un marchio individuale, non contraddistingue il prodotto di un determinato imprenditore, e non può essere registrato da una singola impresa per contrassegnare i propri prodotti; può, invece, essere utilizzato da più soggetti, i quali si assoggettano all'osservanza degli standard qualitativi e dei relativi controlli previsti dal Regolamento d'uso.

La funzione svolta dai marchi collettivi è essenzialmente di garanzia qualitativa, in quanto gli stessi assicurano che i prodotti o servizi contrassegnati presentino:

una determinata origine, che sia rilevante per la qualità del prodotto;

un complesso di qualità, derivanti da fattori storici, geografici ed ambientali.

Proprio per quest'ultima ragione, il marchio collettivo, a differenza di quello d'impresa, può contenere anche indicazioni relative alla provenienza geografica.

Soprattutto nel settore agroalimentare sono nati alcuni Consorzi al fine di tutelare determinate produzioni, con il conseguente rilascio di un marchio che attesta la conformità a determinate specifiche concordate e validate dal Consorzio stesso il quale vigila sul corretto utilizzo del marchio.

Nel caso dei marchi collettivi rilasciati dai consorzi tra i produttori, le specifiche tecniche di produzione sono elaborate dal Consorzio stesso, che si preoccupa poi di verificare la conformità alle stesse da parte dei vari produttori, rilasciando il relativo marchio.

Nel caso invece dei marchi rilasciati da Organismi di certificazione, la specifica di riferimento è una norma tecnica (ad esempio, una norma UNI, CEI, oppure ISO) elaborata con il consenso di tutte le parti interessate alla produzione: produttori, consumatori, Pubblica Amministrazione, Ricerca scientifica. In questo caso, l'Organismo di certificazione, che ha il compito di verificare e certificare la conformità del prodotto alla specifica tecnica, non ha alcun collegamento con i produttori e dunque si propone come terza parte indipendente.

Anche per i marchi collettivi esiste la possibilità di utilizzare le medesime formule legali previste per il marchio "individuale" per la protezione in Europa, attraverso il deposito della domanda di marchio collettivo internazionale o il deposito della domanda di marchio collettivo comunitario.

L'adozione di marchi collettivi risponde alla richiesta di una fascia sempre più ampia di consumatori di garanzie ed informazioni sull'origine e la provenienza dei prodotti che acquistano, soprattutto nel settore agroalimentare. Purtroppo ad oggi i prodotti contraddistinti da marchi collettivi sono pochi perchè spesso non si conosce l'esistenza di questo strumento di garanzia e la sua semplicità attuativa.