



CASUCCI
STUDIO LEGALE
LAW FIRM

Marchi e Etichettatura

Le regole in tema di informazione alla luce della normativa comunitaria e del Codice del Consumo.

Giovanni F. Casucci

2012



Regole di Etichettatura nel settore Tessile

(considerando 19 - Reg. UE 1007/2011)

Le prassi commerciali ingannevoli, che implicano false informazioni che indurrebbero i consumatori a prendere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso, sono vietate ai sensi della direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno (1), e rientrano nell'ambito d'applicazione del regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 ottobre 2004, sulla cooperazione tra le autorità nazionali responsabili dell'esecuzione della normativa che tutela i consumatori (2).



Regole di Etichettatura nel settore Tessile

(considerando 20 - Reg. UE 1007/2011)

La tutela dei consumatori richiede norme commerciali trasparenti e coerenti, anche per quanto riguarda le indicazioni di origine. Tali indicazioni, qualora presenti, dovrebbe consentire ai consumatori di essere pienamente informati sull'origine dei prodotti che acquistano, così da proteggerli da indicazioni di origine fraudolente, inaccurate o fuorvianti.



Regole di Etichettatura nel settore Tessile

(considerando 21 - Reg. UE 1007/2011)

Il settore tessile europeo è colpito dal fenomeno della contraffazione, che pone dei problemi in termini di protezione e informazione dei consumatori. Gli Stati membri dovrebbero prestare particolare attenzione all'attuazione della legislazione orizzontale dell'Unione e delle misure concernenti i prodotti contraffatti nel settore dei prodotti tessili, per esempio il regolamento (CE) n. 1383/2003 del Consiglio, del 22 luglio 2003, relativo all'intervento dell'autorità doganale nei confronti di merci sospettate di violare taluni diritti di proprietà intellettuale e alle misure da adottare nei confronti di merci che violano tali diritti (3).



Regole di Etichettatura nel settore Tessile

(Art.14 - Reg. UE 1007/2011)

1. I prodotti tessili sono etichettati o contrassegnati al fine di indicare la loro composizione fibrosa ogni volta che sono messi a disposizione sul mercato.

L'etichettatura e il contrassegno dei prodotti tessili sono durevoli, facilmente leggibili, visibili e accessibili; nel caso si tratti di un'etichetta, questa è saldamente fissata.



Regole di Etichettatura nel settore Tessile

(Art.14 - Reg. UE 1007/2011)

2. Fatto salvo il paragrafo 1, le etichette o i contrassegni possono essere sostituiti o completati da documenti commerciali d'accompagnamento quando i prodotti sono forniti agli operatori economici nella catena di fornitura o quando sono consegnati in esecuzione di un ordine di un'amministrazione aggiudicatrice ai sensi dell'articolo 1 della direttiva 2004/18/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 31 marzo 2004, relativa al coordinamento delle procedure di aggiudicazione degli appalti pubblici di lavori, di forniture e di servizi (1).



Regole di Etichettatura nel settore Tessile

(Art.14 - Reg. UE 1007/2011)

3. Le denominazioni delle fibre tessili e le descrizioni delle composizioni fibrose di cui agli articoli 5, 7, 8 e 9 sono indicate chiaramente nei documenti commerciali d'accompagnamento di cui al paragrafo 2 del presente articolo.

Non si possono utilizzare abbreviazioni ad eccezione di codici meccanografici o qualora le abbreviazioni siano definite da norme internazionali, purché nel medesimo documento commerciale ne sia spiegato il significato.



Regole di Etichettatura nel settore Tessile

(Art.15 - Reg. UE 1007/2011)

1. All'immissione di un prodotto sul mercato il fabbricante garantisce la fornitura dell'etichetta o del contrassegno e l'esattezza delle informazioni ivi contenute. Se il fabbricante non è stabilito nell'Unione, **l'importatore** garantisce la fornitura dell'etichetta o del contrassegno e l'esattezza delle informazioni ivi contenute.
2. Un **distributore** è considerato fabbricante ai fini del presente regolamento qualora immetta un prodotto sul mercato con il proprio nome o marchio di fabbrica, vi apponga l'etichetta o ne modifichi il contenuto.



Regole di Etichettatura nel settore Tessile

(Art.15 - Reg. UE 1007/2011)

3. All'atto della messa a disposizione sul mercato di un prodotto tessile, il distributore garantisce che esso rechi l'etichetta o il contrassegno appropriato previsto dal presente regolamento.
4. Gli operatori economici di cui ai paragrafi 1, 2 e 3 garantiscono che qualunque informazione fornita al momento della messa a disposizione sul mercato dei prodotti tessili **non possa essere confusa** con le denominazioni delle fibre tessili e le descrizioni delle composizioni fibrose stabilite dal presente regolamento..



Regole di Etichettatura nel settore Tessile

(Art.16 - Reg. UE 1007/2011)

1. All'atto della messa a disposizione di un prodotto tessile sul mercato, le descrizioni della composizione fibrosa di cui agli articoli 5, 7, 8 e 9 sono indicate nei cataloghi, nei prospetti, sugli imballaggi, sulle etichette e sui contrassegni in modo che risultino facilmente leggibili, visibili e chiare e con caratteri uniformi per quanto riguarda le dimensioni e lo stile. Tali informazioni sono chiaramente visibili per il consumatore prima dell'acquisto, anche se effettuato per via elettronica.



Regole di Etichettatura nel settore Tessile

(Art.16 - Reg. UE 1007/2011)

2. I marchi di fabbrica o le ragioni sociali possono essere indicati immediatamente prima o dopo le descrizioni della composizione fibrosa di cui agli articoli 5, 7, 8 e 9.

Tuttavia, se un marchio di fabbrica o una ragione sociale contiene, a titolo principale o a titolo di radice o di aggettivo, una denominazione delle fibre tessili di cui all'allegato I o una denominazione che può ingenerare confusione con essa, **tale marchio o ragione sociale deve essere indicato immediatamente prima o dopo** le descrizioni della composizione fibrosa di cui agli articoli 5, 7, 8 e 9.

Le altre informazioni sono sempre indicate separatamente.



Regole di Etichettatura nel settore Tessile

(Art.16 - Reg. UE 1007/2011)

3. L'etichettatura o il contrassegno sono redatti nella lingua o nelle lingue ufficiali dello Stato membro sul cui territorio i prodotti tessili sono messi a disposizione del consumatore, a meno che lo Stato membro interessato disponga altrimenti.

Per le spagnolette, i rocchetti, le matassine, i piccoli gomitoli e qualsiasi altra piccola quantità di fili per cucito, rammendo e ricamo, il primo comma si applica all'etichettatura globale di cui all'articolo 17, paragrafo 3. Se sono venduti singolarmente, tali prodotti possono essere etichettati o contrassegnati in una delle lingue ufficiali delle istituzioni dell'Unione purché riportino anche un'etichettatura globale..



Regole di Etichettatura nel settore Tessile

(Art.17 - Reg. UE 1007/2011)

DEROGHE

2. Non è richiesta l'indicazione delle denominazioni delle fibre tessili o della composizione fibrosa sulle etichette e sui contrassegni dei prodotti tessili elencati nell'allegato V. Tuttavia, se un marchio di fabbrica o una ragione sociale contiene una denominazione, a titolo principale o a titolo di radice o di aggettivo, elencata nell'allegato I o una denominazione può prestarsi a confusione con essa, si applicano gli articoli 11, 14, 15 e 16.
3. Quando i prodotti tessili di cui all'allegato VI sono dello stesso tipo e della stessa composizione fibrosa, possono essere messi a disposizione sul mercato raggruppati sotto un'etichetta globale.



Regole di Etichettatura nel settore Tessile

(Art.17 - Reg. UE 1007/2011)

DEROGHE

4. La composizione fibrosa dei prodotti tessili venduti a metraggio può figurare sulla pezza o sul rotolo messo a disposizione sul mercato.
5. I prodotti tessili di cui ai paragrafi 3 e 4 sono messi a disposizione sul mercato in modo tale che ogni acquirente della catena della fornitura, consumatore compreso, sia informato della loro composizione fibrosa.



EDUCAZIONE INFORMAZIONE E PUBBLICITA

(art. 6 Codice del Consumo)

(Contenuto minimo delle informazioni)

1. I prodotti o le confezioni dei prodotti destinati al consumatore, commercializzati sul territorio nazionale, riportano, chiaramente visibili e leggibili, almeno le indicazioni relative:
 - a) alla denominazione legale o merceologica del prodotto;
 - b) al nome o ragione sociale o marchio e alla sede legale del produttore o di un importatore stabilito nell'Unione europea;
 - c) al Paese di origine se situato fuori dell'Unione europea;



EDUCAZIONE INFORMAZIONE E PUBBLICITA

(art. 6 Codice del Consumo)

(Contenuto minimo delle informazioni)

- d) all'eventuale presenza di materiali o sostanze che possono arrecare danno all'uomo, alle cose o all'ambiente;
- e) ai materiali impiegati ed ai metodi di lavorazione ove questi siano determinanti per la qualità o le caratteristiche merceologiche del prodotto;
- f) alle istruzioni, alle eventuali precauzioni e alla destinazione d'uso, ove utili ai fini di fruizione e sicurezza del prodotto.



EDUCAZIONE INFORMAZIONE E PUBBLICITA

(art. 7 Codice del Consumo)

(Modalità di indicazione)

1. Le indicazioni di cui all'articolo 6 devono figurare sulle confezioni o sulle etichette dei prodotti nel momento in cui sono posti in vendita al consumatore. Le indicazioni di cui al comma 1, lettera e), dell'articolo 6 possono essere riportate, anziché sulle confezioni o sulle etichette dei prodotti, su altra documentazione illustrativa che viene fornita in accompagnamento dei prodotti stessi.



EDUCAZIONE INFORMAZIONE E PUBBLICITA

(artt. 7-12 Cod. Consumo)

- **Modalità di Indicazione:** confezioni o etichette
- **Ambito di applicazione:** salvo normative specifiche
- **Lingua:** italiana o straniera se di uso comune

- **Divieti:** Vietato porre in commercio beni senza tali indicazioni
- **Sanzioni :** amministrativa da € 516 a € 25.823 commisurata a prezzo listino e unità di prodotto salva l'applicazione del 517 c.p.

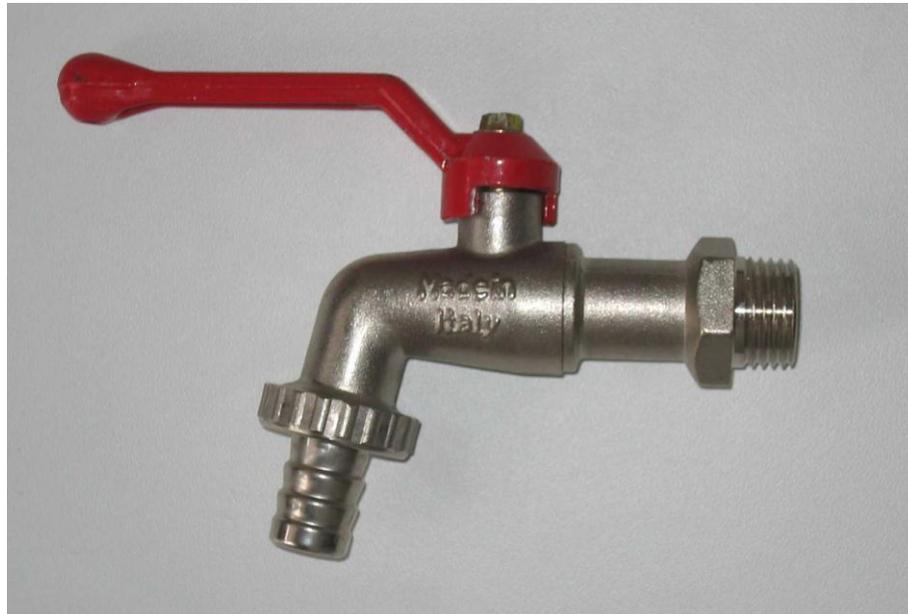


CASUCCI
STUDIO LEGALE
LAW FIRM

EDUCAZIONE INFORMAZIONE E PUBBLICITA

(art. 10 Cod. Consumo)

MADE IN ?





CASUCCI
STUDIO LEGALE
LAW FIRM

EDUCAZIONE INFORMAZIONE E PUBBLICITA

(art. 10 Cod. Consumo)

MADE IN ?

“STYLED IN ITALY”

“ITALIAN STYLE”

“DESIGNED ITALY”



CASUCCI
STUDIO LEGALE
LAW FIRM

EDUCAZIONE INFORMAZIONE E PUBBLICITA

(art. 10 Cod. Consumo)

MADE IN ?

THUN[®]

Bozen

Italy



EDUCAZIONE INFORMAZIONE E PUBBLICITA

(art. 10 Cod. Consumo)

Problemi di coordinamento e coerenza:

- **Cassazioni Penali** su Made In:
“origine” in senso giuridico, no obbligo di *made in* e libertà di evidenziare l’origine progettuale italiana senza ingannevolmente indicare la manifattura italiana
- **Proposta di Regolamento Comunitario** sul *made in* del 16/1205:
obbligo di *made in* per talune categorie di prodotti (calzature, abbigliamento e accessori, gioielleria, ceramica, scope e spazzole)



Sezione II

Indicazioni geografiche

Art. 29.

Oggetto della tutela

1. Sono protette le indicazioni geografiche e le denominazioni di origine che identificano un paese, una regione o una località, quando siano adottate per designare un prodotto che ne è originario e le cui qualità, reputazione o caratteristiche sono dovute esclusivamente o essenzialmente all'ambiente geografico d'origine, comprensivo dei fattori naturali, umani e di tradizione.

▪



Sezione II

Indicazioni geografiche

Art. 30.

Tutela

1. Salva la disciplina della concorrenza sleale, salve le convenzioni internazionali in materia e salvi i diritti di marchio anteriormente acquisiti in buona fede, e' vietato, quando sia **idoneo ad ingannare il pubblico**, l'uso di indicazioni geografiche e di denominazioni di origine, nonché l'uso di qualsiasi mezzo nella designazione o presentazione di un prodotto che indichino o suggeriscano che il prodotto stesso proviene da una località diversa dal vero luogo di origine, oppure che il prodotto presenta le qualità che sono proprie dei prodotti che provengono da una località designata da un indicazione geografica.
2. La tutela di cui al comma 1 non permette di vietare ai terzi l'uso nell'attività' economica del proprio nome o del nome del proprio dante causa nell'attività' medesima, **salvo che tale nome sia usato in modo da ingannare il pubblico.**



CASUCCI
STUDIO LEGALE
LAW FIRM

SICUREZZA E QUALITÀ

(artt. 102 -135 Cod. Consumo)

- **Obbligo di sicurezza:**

presunzione se conforme a norme non obbligatorie

previsione misure di ritiro

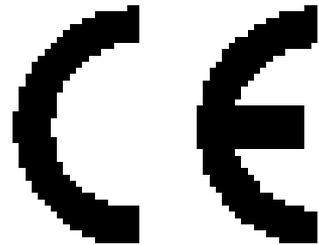
diligenza massima

conservazione della documentazione per 10 anni



SICUREZZA E QUALITÀ

(artt. 102 -135 Cod. Consumo)

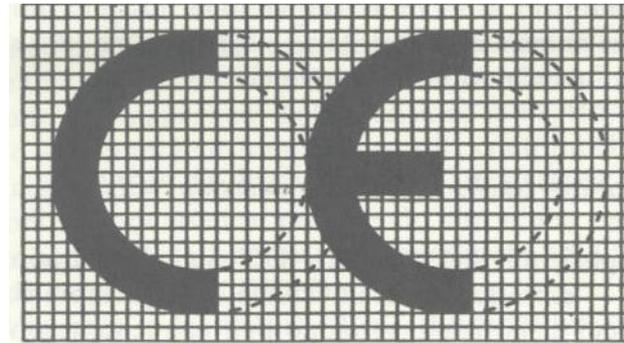
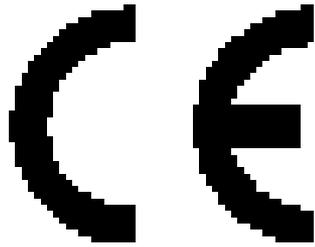


- **Controlli:** autorità MAP e Ministero Salute
- GDF e Dogane
- **Sanzioni:** €10.000 – € 50.000



CASUCCI
STUDIO LEGALE
LAW FIRM

SICUREZZA E QUALITA (artt. 102 -135 Cod. Consumo)



Simbolo grafico del marchio "China Export".





SICUREZZA E QUALITÀ

(artt. 102 -135 Cod. Consumo)

- **Responsabilità da Prodotto**
 - Produttore e fornitore e altri (in solido)
- **Risarcimento del danno:**
 - estinzione dopo 10 anni dalla prima messa in circolazione;
 - prescrizione dopo 3 anni per il consumatore



RICONOSCIBILITA

dotare i prodotti di elementi idonei a farli distinguere da altri e far esprimere ai prodotti le proprie caratteristiche qualitative

Tali soluzioni possono esprimersi in nuovi marchi e nuovi design

INFORMAZIONE

dotare i prodotti di elementi idonei a descrivere le caratteristiche qualitative e di origine

Tali soluzioni devono esprimersi in etichette



CASUCCI
STUDIO LEGALE
LAW FIRM

TIPOLOGIE DI PROTEZIONE MARCHI

MARCHIO

(codice Proprietà Industriale
artt. 7-28)

INDICAZIONI GEOGRAFICHE

(codice Proprietà Industriale
artt. 29-30)



REQUISITI e CONDIZIONI

MARCHIO

“segno” usato in relazione a specifici prodotti o servizi
avente una funzione non descrittiva

Requisiti:

novità e capacità distintiva

Condizioni:

Uso effettivo

(decadenza in caso di non uso effettivo per più di 5 anni)



DURATA e TERRITORIO

MARCHIO

10 anni dalla data di deposito (rinnovabile)
per ciascun territorio richiesto nell'ambito di 6 mesi dal primo
deposito

AMBITO di PROTEZIONE

MARCHIO

Identità del segno
Confondibilità del segno
Pregiudizio o indebito vantaggio da parte di terzi



CASUCCI

STUDIO LEGALE
LAW FIRM



GIOVANNI F. CASUCCI



Avvocato



Direttore del Master ICE in Proprietà Industriale “IDEACINA”,



Docente della Faculty permanente del MIP Politecnico di Milano



Coordinatore Commissioni Design e Fiere presso il CNAC



Esperto esterno IP accreditato presso il programma IPR2, Beijing



Membro di IBA, LES, AIPPI e ECTA.

MILANO

CORSO ITALIA 6 - 20122 - MILANO
TEL. +39 02 87389450 - FAX +39 02 87389452

VERONA

VIA OBERDAN 16 - 37121 - VERONA
TEL. +39.045.9230185 - FAX +39.045.9230186

VENEZIA

S. CROCE 2122 - 30172 - VENEZIA
TEL. +39.041.0991600 - FAX +39.041.0991619