

# Marchi collettivi geografici, tra identità aziendale e garanzia della qualità

scritto da Marco Miglietta | 02/03/2018



**Nel settore enogastronomico sono molto frequenti i marchi che - al proprio interno - contengono un riferimento ad una determinata città, regione o località. Proviamo a capire di cosa si tratta.**

Il **codice della proprietà industriale** (decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30 ), all'art. 7, definisce **marchio** quel segno che permette di distinguere i prodotti o i servizi, realizzati o distribuiti da un'impresa, rispetto a quelli delle aziende concorrenti.

## **Tipologie di marchi d'impresa**

La disciplina approfondisce anche le tipologie "**marchio d'impresa**" e sottolinea che possono costituire **oggetto di registrazione** tutti i segni rappresentabili graficamente e quindi:

- parole (**marchi denominativi**),
- disegni (**marchi figurativi**),
- lettere, cifre, suoni (**marchio sonoro** per la cui registrazione vengono riportate su un pentagramma le note musicali che lo compongono),

- forma del prodotto (da non confondere con il [modello di utilità](#)) o della confezione di esso,
- combinazioni o tonalità cromatiche.

## Marchio collettivo geografico

Tra le varie categorie del marchio d'impresa, uno che viene frequentemente utilizzato nel settore enogastronomico, è il **marchio collettivo geografico** ossia quel segno che - al proprio interno - contiene un riferimento ad una determinata città, regione o località. Tra gli esempi più famosi ci sono il Crudo di Parma, la Fontina, il Culatello di Zibello o l'Asiago.

Il **marchio collettivo**, disciplinato dall'art. 11 del già citato **codice della proprietà industriale** e nell'art. 2570 del codice civile, è un segno distintivo destinato ad una funzione differente da quella del suo corrispettivo individuale. In particolare ha il compito di **fornire una garanzia qualitativa** sottolineando una determinata natura, origine o qualità del prodotto.

L'obiettivo appena descritto, tutela e avvantaggia tanto il consumatore quanto il produttore che, insieme alle altre aziende che operano nello stesso settore, usufruisce di un sinonimo di garanzia intrinseco del segno stesso.

### Funzione di garanzia del marchio collettivo

La **funzione principale del marchio collettivo geografico** riconosciuta dalla giurisprudenza, è quella di **garantire l'origine, la natura e la qualità di determinati prodotti o servizi**.

Per "**origine**" si intende un'origine geografica rilevante rispetto alla qualità del prodotto, mentre per "**natura**" deve intendersi la qualità che un prodotto presenta in relazione alle materie prime che per la sua realizzazione sono state utilizzate.

Al fine di attuare tale funzione di garanzia, il legislatore ha previsto che i marchi collettivi debbano poggiarsi su un proprio regolamento d'uso, che consente loro appunto di svolgere tale funzione.

I regolamenti prevedono anche che i soggetti autorizzati all'uso del marchio rispettino, nella fabbricazione dei prodotti, determinate norme attinenti alla qualità.

La funzione che i marchi collettivi geografici svolgono ha un importante rilievo per quanto riguarda l'interesse del consumatore che individua immediatamente un riferimento alla provenienza geografica, all'ubicazione e alle modalità del processo produttivo nonché alla qualità del prodotto.