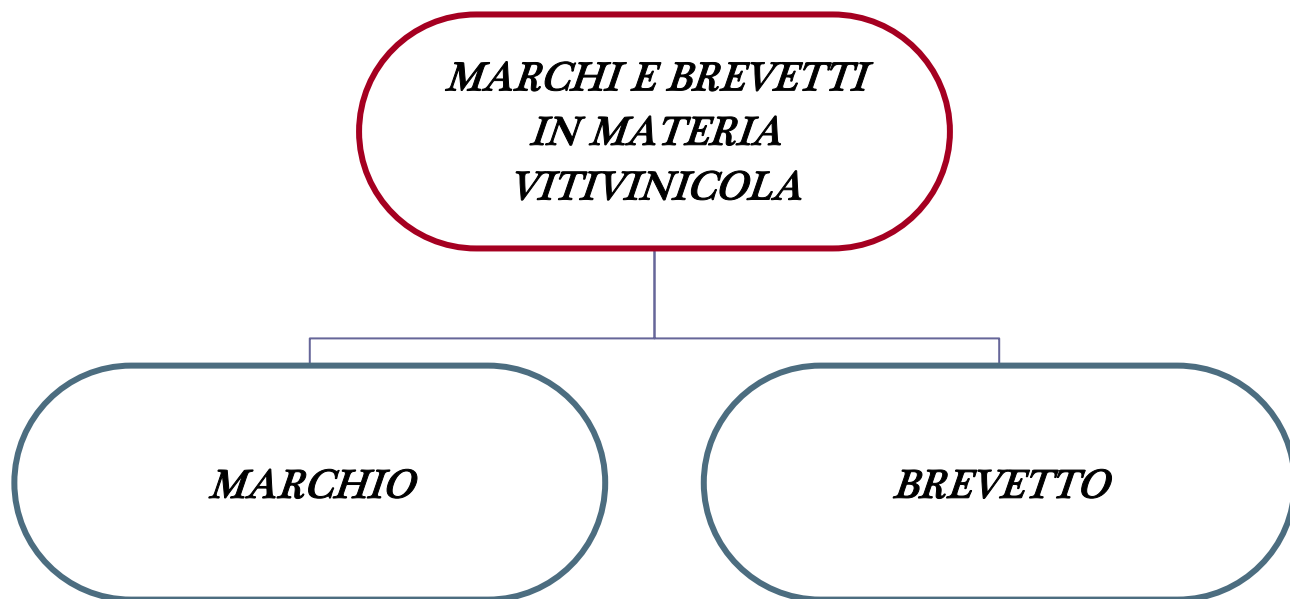




# BOLLETTINO INFORMATIVO DI LEGISLAZIONE VITIVINICOLA N. 33 Ottobre - Dicembre 2018<sup>1</sup>

Gentili Lettori,

il nostro Bollettino, messo a Vostra disposizione direttamente sul sito dell'Accademia Italiana della Vite e del Vino ([www.aivv.it](http://www.aivv.it)), e liberamente scaricabile a cura degli interessati, prosegue la sua attività di ricerca ed informazione di settore, occupandosi in questo numero di un ampio approfondimento tematico sull'argomento concernente **marchi e brevetti in materia vitivinicola**.



---

<sup>1</sup> Questo numero del Bollettino è stato curato dall'Avv. **DANILO RIPONTI**, con il supporto del Dott. **Andrea Parro**, collaboratore dello **STUDIO LEGALE ASSOCIATO RIPONTI**, e con il prezioso ausilio del Dott. **Francesco Bruzzese**. Nella preparazione del presente elaborato ci si è avvalsi dei contributi tratti dalle fonti normative e regolamentari, dal variegato materiale reso disponibile dalle associazioni di categoria, dagli studi scientifico - accademici, ed infine dai suggerimenti e dalle svariate questioni che ci vengono sottoposte dagli addetti del settore.

## MARCHIO

### √ **Definizione sintetica di marchio e principali tipologie**

Il **marchio** è un segno utilizzato per distinguere i propri prodotti/servizi da quelli della concorrenza: rappresenta uno dei principali elementi dell'immagine dell'azienda e fornisce, agli occhi della clientela, garanzie di qualità ed affidabilità.

Secondo quanto stabilito dall'**art. 7 del Codice della Proprietà Industriale (CPI)**, possono costituire **oggetto di registrazione come marchio d'impresa tutti i segni rappresentabili graficamente** e, dunque: parole (compresi i nomi di persone), disegni, lettere, cifre, suoni, forma del prodotto o della confezione di esso, combinazioni o tonalità cromatiche **[All.1]**.

La legge richiede che un segno possa essere validamente registrato come marchio nel caso in cui sia dotato di:

- **novità**, in quanto non confondibile con segni distintivi anteriori altrui (marchi, nomi a dominio, nomi commerciali);
- **capacità distintiva**, in quanto idoneo a distinguere un prodotto o servizio da quello di altri;
- **liceità**, in quanto non contrario alla legge, all'ordine pubblico ed al buon costume e, soprattutto, non idoneo a trarre in inganno i consumatori sulla provenienza geografica, sulle caratteristiche e le qualità dei relativi prodotti e servizi.

Più specificamente, i suoni possono essere registrati come marchi riportando su un pentagramma le note musicali che lo compongono.

La forma del prodotto o del suo confezionamento, invece, può costituire un valido marchio, a condizione che il segno in questione abbia una sua autonoma capacità distintiva agli occhi del consumatore medio, e non sia altresì costituito esclusivamente dalla forma imposta dalla natura stessa del prodotto (in quanto questa è priva di capacità distintiva), dalla forma del prodotto necessaria per ottenere un risultato tecnico (proteggibile esclusivamente da un brevetto o da un modello di utilità), o dalla forma che dà un valore sostanziale al prodotto (in ossequio a quanto stabilito dall'art. 9 CPI).

Anche le combinazioni o tonalità cromatiche, come sopra accennato, possono costituire un valido marchio: sono esclusi però i colori puri, in quanto l'uso degli stessi non può essere riservato esclusivamente ad un titolare.

Sebbene l'art. 7 CPI non li citi espressamente, fanno inoltre parte dei segni suscettibili di costituire un valido marchio gli slogan pubblicitari, a condizione, tuttavia, che presentino un carattere distintivo, vale a dire che si tratti di un segno che possa essere percepito dal pubblico dei consumatori come uno strumento d'identificazione dell'origine commerciale dei prodotti o dei servizi considerati, così consentendone, senza possibilità di confusione, la distinzione da quelli dei concorrenti.

**In base agli elementi che lo compongono**, si possono individuare tre categorie di marchio:

- il **marchio denominativo**, che è costituito solo da parole;
- il **marchio figurativo**, che consiste in una figura o in una riproduzione di oggetti reali o di fantasia;
- il **marchio misto o complesso**, effetto della combinazione di parole e figure.

**In base a tipologia e caratteristiche**, il marchio può ulteriormente essere suddiviso in:

a) per tipologia di prodotto o servizio:

- **marchio di fabbrica**, per prodotti fabbricati da un'azienda;

- **marchio di commercio**, per prodotti messi in commercio da un'organizzazione commerciale (per le merci vendute attraverso negozi o magazzini sviluppati dalle GDO come Esselunga, Coop, etc.);

- **marchio di servizio**, per prestazione di servizi come attività di trasporti, comunicazioni, pubblicità, costruzioni, assicurazioni e credito, spettacolo, ristorazione, alberghi, servizi turistici e culturali, etc.;

b) per contenuti:

- **marchio denominativo**, costituito da parole di fantasia, diciture, etc.;

- **marchio figurativo**, costituito da emblemi e colori, parole abbinate a disegni, vignette, ritratti, etc.;

- **marchio complesso**, costituito sia da elementi figurativi sia da elementi denominativi;

- **marchio di colore**, costituito da una tonalità cromatica o combinazione di colori;

- **marchio sonoro**, ad esempio le sigle dei programmi radiotelevisivi;

- **marchio olfattivo**, costituito da odori riproducibili tramite formula chimica.

c) per originalità:

- **marchio forte**, per la particolare originalità, abitualmente di pura fantasia, con un'elevata capacità distintiva ed espansiva, adatto alla tutela ed alla valorizzazione anche in riferimento ad aree produttive e prodotti non direttamente coincidenti con quelli del prodotto al quale il marchio è stato originariamente collegato (forte tutela);

- **marchio debole**, contraddistinto da segni e indicazioni che si sovrappongono al prodotto o al servizio cui si riferiscono (debole tutela).

I marchi possono poi essere individuali o collettivi.

Il **marchio individuale** appartiene ad una singola impresa o a persona fisica.

Il **marchio collettivo** si ha quando attraverso di esso viene garantita l'origine, la natura o la qualità di determinati prodotti o servizi.

Quest'ultimo solitamente è richiesto da un soggetto proponente che può essere una persona fisica o giuridica (generalmente si tratta di associazioni, cooperative o consorzi), per poi essere concesso in uso a quelle singole imprese che si impegnano a rispettare quanto stabilito nel **regolamento d'uso**. Così prevede infatti l'**art. 11 CPI**: *"i soggetti che svolgono la funzione di **garantire l'origine, la natura o la qualità di determinati prodotti o servizi**, possono ottenere la registrazione per appositi marchi come marchi collettivi..."*. È di conseguenza concesso ad un soggetto il cui compito non è quello di produrre e commercializzare, bensì quello di controllare e garantire gli standard qualitativi, la provenienza, la composizione di un prodotto o servizio in conformità alle norme regolamentari. Alla domanda di registrazione, infatti, deve essere allegato il regolamento che ne disciplina l'uso e la concessione, i controlli e le relative sanzioni e tutto quanto sia necessario per concedere, controllare e revocare ad un imprenditore l'uso del marchio stesso. Per eventuali modifiche al regolamento in questione vige l'obbligo della notifica all'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi, in modo tale che chiunque possa conoscere in cosa consista la garanzia effettivamente fornita dalla presenza di un marchio collettivo su un determinato prodotto o in relazione ad un determinato servizio. L'omissione da parte del titolare dei controlli previsti dalle disposizioni regolamentari sull'uso del marchio collettivo può comportare la decadenza del marchio stesso.

Con specifico riferimento al marchio collettivo, dunque, la legislazione nazionale vigente, rimarca non tanto il legame tra il segno e le imprese utilizzatrici - anzi viene meno ogni riferimento a rapporti di appartenenza, comunque configurati, tra l'utilizzatore ed il titolare del marchio - bensì il legame tra il segno e la garanzia della sua conformità alle regole d'uso, circa natura, qualità ed origine, che il titolare è tenuto a fornire.

**In deroga all'articolo 13 co. 1 CPI, poi, un marchio collettivo può consistere in segni o indicazioni che nel commercio possono servire per designare la provenienza**

**geografica** (e, quindi, la qualità derivante dalla particolare zona di realizzazione) dei prodotti/servizi.

L'UIBM (Ufficio Italiano Brevetti e Marchi) può, peraltro, rifiutare la registrazione quando i marchi richiesti possano creare situazioni di ingiustificato privilegio o recare pregiudizio allo sviluppo di altre analoghe iniziative nella Regione.

Esiste anche una disciplina comunitaria per il marchio collettivo (**marchio collettivo comunitario**), richiesto da parte di soggetti, individuali o collettivi, con la funzione di garantire alcune caratteristiche di determinati prodotti o servizi ed utilizzabile soltanto dai produttori che si assoggettano all'osservanza degli standard di qualità ed ai controlli stabiliti da un regolamento vincolante: tale **disciplina è contenuta nel Reg. CE 207/2009 (RMC), agli artt. 66 e ss [All.2]**.

Dall'analisi della norma comunitaria, si può notare come questa risulti più stringente rispetto a quella nazionale, omettendo l'indicazione della "funzione" del marchio collettivo, e prevedendo unicamente che (*ex art. 66 RMC*): "*possono costituire marchi comunitari collettivi i marchi comunitari così designati all'atto del deposito e idonei a distinguere i prodotti o i servizi dei membri dell'associazione titolare da quelli di altre imprese*"; ammettendo unicamente che "*in deroga all'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), possono costituire marchi comunitari collettivi, ai sensi del paragrafo 1, segni o indicazioni che, nel commercio, possono servire a designare la provenienza geografica dei prodotti o dei servizi*". E' esclusa, quindi, la possibilità di ottenere la registrazione del marchio laddove la carenza di distintività non sia correlata al carattere "geografico".

A conferma di quanto sopra indicato, secondo le direttive concernenti l'esame presso l'UAMI - Ufficio per l'Armonizzazione del Mercato Interno - (sub art. 2.11 "Marchi collettivi"): "*possono costituire marchi comunitari collettivi segni o indicazioni che, nel commercio, possono servire a designare la provenienza geografica dei prodotti o dei servizi*" (cfr., per la disamina di alcuni casi paradigmatici, la sentenza comunitaria del 15/10/2003, T-295/01, paragrafo 32, nonché la sentenza del 25/10/2005, T-379/03, paragrafo 35).

Si riporta di seguito un esempio in merito a *ut supra* esplicito: una domanda depositata per il marchio denominativo "*Alicante*", riferita a specifici servizi turistici, va respinta ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), RMC, se viene depositata per un marchio individuale, dal momento che descrive la provenienza geografica dei servizi. Invece, la domanda può essere validamente depositata come MCC (ossia è depositata da un'associazione o da una persona giuridica di diritto pubblico e soddisfa gli altri requisiti previsti per i marchi comunitari collettivi), se il regolamento d'uso include l'autorizzazione di cui all'articolo 67, paragrafo 2, RMC, venendo accettata ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), RMC. Tale eccezione si applica esclusivamente a quei segni che sono descrittivi della provenienza geografica dei prodotti e dei servizi. Se il MCC è descrittivo di altre caratteristiche dei prodotti o dei servizi, questa eccezione non si applica (se in ipotesi, viene depositata una domanda per il marchio denominativo come MCC in relazione ad utensili della classe 7, esso è considerato descrittivo della destinazione dei prodotti. Poiché il segno è descrittivo di alcune caratteristiche dei prodotti diverse dalla loro provenienza geografica, esso sarà respinto ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, lettera c), RMC, benché la domanda sia stata presentata per un MCC - cfr. decisione dell'08/07/2010, R 934/2010-1, paragrafo 35; nel caso di specie, l'esaminatore ha contestato l'assenza di distintività del marchio in quanto meramente descrittivo e generico e privo di qualsiasi elemento distintivo "*geografico*").

Ciò significa anche, come precisato dalle direttive UAMI (par. 2.11.1) che, a differenza di quanto si evince dalla norma nazionale (art. 11 CPI), i marchi collettivi non certificano necessariamente la qualità dei prodotti, anche se in qualche caso assolvono proprio questa funzione. Importante sottolineare, per esempio, che il regolamento d'uso spesso

contiene disposizioni che certificano la qualità dei prodotti e dei servizi dei membri dell'associazione, e questo è accettabile (cfr. decisione del 10/05/2012, R 1007/2011-2, paragrafo 13).

Detto ampliamente della disciplina nazionale e comunitaria cui è assoggettato il marchio collettivo, focalizziamo ora la nostra attenzione sul marchio individuale, e particolarmente alla sua dimensione comunitaria.

Con riferimento appunto alla disciplina del **marchio comunitario individuale**, il conflitto di tale marchio con le **indicazioni geografiche di vini e alcoolici** è specificamente regolato dall'**articolo 7, paragrafo 1, lettera j) RMC**, il quale **esclude dalla registrazione i MC dei vini che contengono o consistono in indicazioni geografiche che identificano vini, rispetto ai vini o alcoolici che non hanno tale origine, mentre diversamente la prassi ammette la registrazione - anche comunitaria - di marchi collettivi nazionali ad opera dei soggetti consortili legittimati.**

Da evidenziare gli **impedimenti assoluti** alla registrazione di un marchio individuale di cui all'**art. 7 RMC**, i quali sono richiamati dall'**art. 68 RMC**, che disciplina espressamente i motivi di rigetto della domanda di registrazione di un marchio comunitario.

Urge sottolineare, poi, come **nel linguaggio corrente talvolta si utilizza il termine generico di "marchio" per indicare una molteplicità di segni o denominazioni, aventi però caratteristiche e finalità diverse rispetto al marchio d'impresa** (e conseguentemente modalità di registrazione non di pertinenza dell'adibito Ufficio Italiano Brevetti e Marchi). Tra questi ricordiamo la ditta, la ragione o denominazione sociale, l'insegna, il nome a dominio, il marchio di qualità (avente la mera funzione di certificare che il prodotto sul quale è apposto abbia determinate caratteristiche e/o sia stato prodotto seguendo determinati procedimenti, e non la funzione di indicare l'impresa dalla quale il prodotto proviene), la Denominazione d'Origine Protetta (DOP), l'Indicazione Geografica Protetta (IGP), la Specialità Tradizionale Garantita (STG). **Tali "marchi di garanzia" (come IGP, DOP, etc.), per loro natura del tutto descrittivi del prodotto, hanno a livello comunitario una regolamentazione differente rispetto a quella dei marchi collettivi.**

Diversamente dai segni e dalle denominazioni sopra citate, invece, la principale funzione del marchio è quella di permettere ai consumatori di identificare un prodotto di una determinata impresa (sia esso un bene o un servizio), in modo da distinguerlo da prodotti simili o identici forniti da aziende concorrenti.

I marchi svolgono pertanto un ruolo centrale anche nelle strategie di marketing e promozione del nome dell'impresa, contribuendo all'affermazione dell'immagine e della reputazione dei prodotti agli occhi del consumatore.

Inoltre, i marchi forniscono alle imprese un incentivo a investire nel mantenimento e miglioramento della qualità dei prodotti, perché è vitale che i prodotti contrassegnati da un certo marchio mantengano un'immagine positiva.

## √ **Cenni sulla protezione del marchio: uso, processo di registrazione, procedura di opposizione amministrativa**

**La protezione di un marchio può essere ottenuta anche soltanto attraverso l'uso dello stesso.**

**E' tuttavia consigliabile registrare il marchio presso l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (UIBM) - Ministero dello Sviluppo Economico - in quanto, così facendo, si ottiene una maggiore protezione, soprattutto in caso di contestazioni o conflitti con altri soggetti.**

Un marchio registrato, infatti, attribuisce diritti esclusivi che consentono di impedire l'uso non autorizzato, da parte di altre imprese, dello stesso marchio o di un marchio

simile. Diversamente, non registrando il marchio si rischia di compromettere gli investimenti fatti per promuovere la vendita di un prodotto/servizio, in quanto un'impresa concorrente potrebbe adottare un marchio simile, confondendo i consumatori che potrebbero dirigersi verso i suoi prodotti/servizi e non verso quelli del fornitore originario. Il che, oltre a far diminuire i profitti di quest'ultima impresa, rischia di danneggiarne tanto la reputazione quanto l'immagine, soprattutto se il prodotto del concorrente è di qualità inferiore.

Un marchio scelto e costruito con cura ha, di per sé, un **valore commerciale**. La proprietà industriale del marchio non ricopre infatti solo una funzione difensiva, ma può essere monetizzata. In altre parole, il marchio costituisce un capitale e può essere oggetto di operazioni di sfruttamento commerciale tramite la concessione di licenze, di contratti d'esclusiva, mediante il *merchandising* e la sponsorizzazione. Può inoltre essere utilizzato per accedere a nuove fonti di finanziamento, quali strumenti finanziari tradizionali (mutui, *leasing*, etc.) o soluzioni strutturate studiate specificatamente per le esigenze dell'impresa (per esempio le cartolarizzazioni dei contratti di licenza).

Ad ogni modo, **prima di presentare apposita domanda di registrazione**, pare opportuno e doveroso espletare alcuni **controlli preliminari**, e particolarmente:

- assicurarsi, anzitutto, che il marchio sia conforme alle prescrizioni di legge;
- verificare che il marchio non abbia nessuna connotazione negativa, non solo in Italia, ma anche in altri Paesi (soprattutto se potenziali mercati di esportazione);
- controllare che il corrispondente nome di dominio (o indirizzo Internet) sia ancora libero;
- garantirsi che il marchio sia facile da leggere, scrivere, memorizzare e di facile pubblicizzazione su tutti i tipi di media;
- effettuare una ricerca d'antieriorità: ciò con la finalità di controllare che il marchio stesso non sia identico o simile a marchi precedentemente registrati. La ricerca *de qua* può essere svolta su apposite banche dati, disponibili sul sito internet dell'OMPI, Organizzazione Mondiale della Proprietà Intellettuale (WIPO). Per quanto nessuna ricerca, per svariati motivi, potrà dare la sicurezza assoluta che non esista un marchio uguale o simile a quello che si intende presentare a protezione di prodotti/servizi uguali o simili, essa consente senza dubbio di effettuare un primo filtro, e può comunque costituire un utile strumento di orientamento nella scelta del segno distintivo;
- individuare infine le classi di appartenenza dei prodotti/servizi per i quali si intende ottenere la registrazione del marchio, utilizzando il Sistema internazionale di classificazione dei marchi (o sistema di Nizza per la classificazione dei marchi), che comprende 34 classi per i prodotti ed altre 11 per i servizi. Per quanto concerne quest'ultimo controllo preliminare, è il caso di sottolineare come sia sufficiente presentare una sola domanda per più classi, mentre è di fondamentale importanza registrare il marchio in tutte le classi in cui si intende utilizzarlo.

Con riferimento invece alla vera e propria presentazione della **domanda di registrazione per marchio d'impresa**, questa deve essere redatta su apposito modulo e depositata presso qualsiasi Camera di Commercio. In alternativa, la domanda potrà essere inviata per posta all'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi - Divisione VIII, a mezzo raccomandata con ricevuta di ritorno (tale alternativa è tuttavia sconsigliata, in quanto l'UIBM è obbligata a trasmettere la domanda alla Camera di Commercio al fine dell'attribuzione di numero e data di deposito, con evidente dispendio di tempo al fine della decorrenza della protezione), oppure tramite il sito internet di riferimento ([www.servizionline.uibm.gov.it](http://www.servizionline.uibm.gov.it)).

La domanda *de qua* deve comunque assolutamente contenere:

- modulo di riferimento;

- attestazione di versamento all'Agenzia delle Entrate, da effettuarsi esclusivamente attraverso l'utilizzo del modello F24, rilasciato dalla CCAA all'atto del deposito (tale versamento si può eseguire anche prima del deposito della domanda, soltanto mediante deposito postale);

- ricevuta del pagamento su c/c postale dei diritti di segreteria alla Camera di Commercio presso cui si effettua il deposito.

Nel caso di **domanda di registrazione di un marchio collettivo**, deve essere allegata anche una copia del regolamento concernente l'uso di tale marchio, contenente precise disposizioni in materia di controlli e relative sanzioni: poiché il marchio collettivo è un marchio concesso "in deroga" alla normativa relativa ai marchi individuali, la mancata osservanza delle norme regolamentari, se non sanzionata, farebbe decadere i presupposti della concessione del marchio come collettivo.

Consegnata alla Camera di Commercio la suddetta domanda, seguirà l'esame della stessa, ed in tal caso il **processo di registrazione dei marchi nazionali** si articola in diverse fasi:

1. **ricevibilità**: l'Ufficio controlla che la domanda sia conforme alle condizioni stabilite dall'art. 148 del CPI (richiedente identificabile, riproduzione del marchio, elenco dei prodotti e/o servizi);

2. **esame formale**: l'Ufficio verifica che la domanda contenga quanto previsto dall'art. 156 del CPI (contenuto della domanda);

3. **esame tecnico**: l'Ufficio, riconosciuta la regolarità formale della domanda di registrazione, procede all'esame tecnico, svolto ai sensi dell'art. 170 del CPI, al fine di accertare che non esistano impedimenti assoluti alla registrazione;

4. **pubblicazione**: dopo essere stata esaminata dall'UIBM, la domanda di registrazione è messa immediatamente a disposizione del pubblico e riportata nel Bollettino dei Brevetti per invenzioni, modelli e marchi; tale Bollettino è pubblicato dall'UIBM con cadenza almeno mensile;

5. **osservazioni**: l'art. 175 del CPI prevede che qualsiasi interessato possa indirizzare all'UIBM, senza con ciò assumere la qualità di parte nella procedura di registrazione, delle osservazioni scritte, specificando i motivi per i quali un marchio deve essere escluso dalla registrazione. Qualora l'UIBM ritenga le osservazioni pertinenti e rilevanti, dà comunicazione delle stesse al richiedente che può presentare le proprie deduzioni entro 30 giorni dalla data di comunicazione. Le osservazioni pervenute dopo che, dall'esame della domanda, la stessa sia stata considerata registrabile e quindi resa disponibile per la pubblicazione o già pubblicata sul Bollettino dei marchi registrabili, non potranno essere prese in considerazione; a quel punto sarà tuttavia possibile intervenire con le modalità della procedura di opposizione;

6. **opposizione amministrativa**: l'art. 176 del CPI prevede la possibilità, per i titolari di un diritto anteriore, di opporsi alla registrazione della domanda di marchio entro 3 mesi dalla sua pubblicazione (la procedura di opposizione, in particolare, verrà esaminata dettagliatamente nel proseguo);

7. **registrazione**: verificato che non esistono impedimenti, che non sia stata presentata opposizione o, in caso affermativo, che la stessa si sia risolta positivamente, il marchio viene registrato e l'Ufficio emette un certificato di registrazione.

Importante evidenziare, comunque, che generalmente trascorrono oltre 6 mesi tra il momento del deposito della domanda e l'emissione del certificato di registrazione del marchio.

E' possibile effettuare una **richiesta di modifica relativa a domande di registrazione di marchio o di marchi già registrati**, richiesta che deve essere prodotta esclusivamente dal titolare o dal suo avente causa, facendo pervenire all'UIBM

un'apposita istanza: questa può essere trasmessa direttamente, oppure depositata, presso una Camera di Commercio che provvederà al suo inoltro all'UIBM.

Il CPI prevede che, prima che l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi abbia provveduto alla concessione del titolo, il richiedente ha facoltà di correggere, negli aspetti non sostanziali, la domanda originariamente depositata ([art. 172, co. 2](#)).

E' quindi possibile in questa fase richiedere modifiche non sostanziali del marchio o di altri elementi contenuti nella domanda, come, ad esempio, il domicilio, il cambio della denominazione o della ragione sociale (anche a seguito della cessione della domanda di registrazione del marchio a un altro soggetto). Sono ammesse lievissime modifiche all'immagine del marchio o, nel caso di marchio verbale, modifiche inerenti i caratteri di stampa, la trasformazione di un carattere da maiuscolo in minuscolo o viceversa, le cancellazione parziale degli elementi che compongono il marchio verbale; diversamente non sono consentite ulteriori integrazioni del marchio verbale con altre parole o lettere tali da stravolgerne il significato.

In sostanza, l'elenco dei prodotti/servizi originariamente depositato può essere limitato o meglio specificato, ma non ampliato.

Nel caso poi non si sia più interessati alla registrazione del marchio, nel periodo che intercorre tra la presentazione della domanda di registrazione e l'emissione del relativo certificato è possibile presentare la **richiesta di ritiro della domanda**.

Una volta registrato il proprio marchio, è necessario comunque vigilare che nessuno lo usi o lo imiti per prodotti/servizi identici o simili senza autorizzazione.

Per **contrastare eventuali imitazioni o contraffazioni**, la prima forma di tutela è il ricorso alla **procedura di opposizione** nei confronti della registrazione di un marchio identico o simile da parte di altri soggetti. La procedura è stata attivata dal Luglio 2011, a seguito della pubblicazione del [Decreto Ministeriale 11 Maggio 2011](#) e della [Circolare esplicativa n. 582](#).

In base ad essa, per quel che riguarda le domande di marchio nazionali depositate in Italia, i titolari di diritti anteriori in conflitto con terzi depositari di un *brand* analogo possono opporsi alla nuova registrazione agendo in via amministrativa.

Questo sistema rappresenta una valida ed efficace alternativa al procedimento giudiziale ordinario, con costi e tempi nettamente inferiori (anche se è sempre possibile richiedere la nullità di un marchio attraverso il citato procedimento giudiziario).

Come anticipato, l'opposizione deve essere proposta entro 3 mesi decorrenti:

- dalla data di pubblicazione, sul Bollettino ufficiale dei marchi d'impresa, di una domanda di registrazione ritenuta registrabile;
- dalla data di pubblicazione, sul citato Bollettino, della registrazione di un marchio, la cui domanda non sia stata pubblicata ([articolo 179, c. 2 del CPI](#));
- dal primo giorno del mese successivo a quello in cui è avvenuta la pubblicazione del marchio internazionale nella "*Gazette de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle des Marques Internationales*".

L'atto di opposizione alla registrazione di un marchio deve essere depositato utilizzando l'apposito modulo *online* disponibile. In tale modulo, redatto in lingua italiana dal soggetto legittimato, in quanto titolare di un diritto o di un marchio anteriore, devono essere indicati i motivi che sono alla base dell'opposizione, e precisamente:

- se l'opposizione si basa sull'[art. 8 del CPI \(diritti anteriori\)](#), occorre indicare esattamente il diritto dell'opponente, la sua legittimazione ed una spiegazione dei motivi dell'opposizione;
- se l'opposizione si basa sull'[art. 12, comma 1, lett. c\) e d\) del CPI \(marchio anteriore\)](#), occorre indicare esattamente: il tipo di registrazione su cui si basa l'opposizione (nazionale, comunitario, internazionale), gli estremi del marchio (se già registrato) o della relativa domanda di registrazione (già presentata, ma ancora sotto esame), il tipo



di marchio (denominativo, figurativo o altro), i prodotti/servizi su cui si basa l'opposizione, la legittimazione dell'opponente con una spiegazione dei motivi dell'opposizione, ed occorre inoltre aggiungere l'esemplare del marchio anteriore ed allegare copia della pubblicazione della domanda o della registrazione anteriore.

In ogni caso, al modulo devono poi essere allegati:

- copia della pubblicazione o riproduzione del marchio contro cui è proposta l'opposizione (a colori qualora il richiedente rivendichi uno o più colori come elemento distintivo);
- attestazione dei diritti prescritti.

L'atto di opposizione, indirizzato direttamente ed esclusivamente alla Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione - Ufficio Italiano Brevetti e Marchi - Divisione II - Affari Giuridici e Normativi, può essere:

- depositato attraverso lo specifico portale di servizio *online*;
- depositato a mano presso l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi;
- inviato tramite servizio postale all'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi, mediante raccomandata con ricevuta di ritorno o tramite altri servizi di spedizione che ne attestino la ricezione.

Entro 2 mesi dalla scadenza del termine per depositare le opposizioni, **l'Ufficio effettua l'istruttoria** per verificare sia la ricevibilità e l'ammissibilità dell'atto, sia il pagamento dei diritti di opposizione.

Svolte tali verifiche, **l'UIBM invia l'atto di opposizione al richiedente ed informa le parti sulla facoltà di procedere ad un accordo di conciliazione**, ai sensi dell'art. 178, co. 1 del CPI. L'accordo di conciliazione deve essere concluso entro 2 mesi dalla data di ricevimento della comunicazione effettuata dall'Ufficio. Tale termine non è perentorio, in quanto le parti possono estenderlo, con comune istanza di proroga da presentare prima della scadenza, fino al massimo di 1 anno a decorrere dalla data della ricezione della prima comunicazione dell'Ufficio.

Nel caso in cui sia raggiunto l'accordo, l'opposizione si estingue.

Se, invece, al termine del periodo utile per il raggiungimento dell'accordo di conciliazione la domanda di registrazione di marchio non è ritirata o limitata, **l'opponente**, entro il termine perentorio di 2 mesi dalla data di scadenza per raggiungere l'accordo, deve inviare all'Ufficio la documentazione di cui all'art. 176, co. 4, ossia:

- copia della domanda o del certificato di registrazione del marchio su cui è basata l'opposizione, ove non si tratti di domande o di certificati nazionali e, se del caso, la documentazione relativa al diritto di priorità o di preesistenza di cui esso beneficia, nonché la loro traduzione in lingua italiana; nel caso della preesistenza, questa deve essere già stata rivendicata in relazione a domanda o a registrazione di marchio comunitario;
- ogni altra documentazione a prova dei fatti addotti;
- la documentazione necessaria a dimostrare la legittimazione a presentare opposizione, qualora il marchio anteriore non risulti a suo nome dal Registro tenuto dall'UIBM.

Il **richiedente** che abbia ricevuto l'atto di opposizione e la documentazione depositata dall'opponente, entro il termine di 60 giorni dalla data di ricevimento di tale documentazione, può presentare le prime deduzioni in merito, affermando la sua posizione di soggetto avente diritto alla registrazione con qualsiasi fatto, argomento e prova che ritenga necessari per sostenerla e confutare le tesi dell'opponente. Il richiedente può, inoltre, entro lo stesso termine, eventualmente depositare l'istanza per la prova d'uso, con la quale chiede all'opponente di dimostrare l'uso effettivo del marchio.

**Quando l'UIBM conclude l'istruttoria assegna l'opposizione all'esaminatore** che deve analizzare i motivi a sostegno dell'opposizione e quelli contrari sostenuti dal richiedente. L'esame consisterà in una contemporanea comparazione dei marchi e dei prodotti/servizi secondo un sistema di interdipendenza di tali criteri di valutazione.

**Al termine del procedimento l'esaminatore decide se accogliere o rifiutare l'opposizione.**

**Tale decisione è impugnabile davanti alla Commissione dei ricorsi.**

In caso di decisione definitiva di accoglimento dell'opposizione, l'Ufficio respingerà la domanda di registrazione del marchio contestato; viceversa, in caso di rifiuto dell'opposizione, il marchio sarà registrato.

### √ **La durata della protezione e le successive rinnovazioni**

**La durata della protezione è di 10 anni dalla data del primo deposito. A scadenza, può essere rinnovata a tempo indeterminato, per periodo di 10 anni consecutivi.**

Il rinnovo di un marchio è dunque ripetibile indefinitamente.

Il marchio deve essere rinnovato ogni 10 anni a decorrere dalla data di deposito della domanda di registrazione (per periodi di 10 anni consecutivi), entro gli ultimi 12 mesi di scadenza del decennio in corso o nei sei mesi successivi al mese di scadenza. Si considera come data di scadenza del decennio l'ultimo giorno del mese della data di deposito originaria.

Il marchio deve essere rinnovato dal proprietario o dal suo avente causa subentrato alla data del deposito della domanda di rinnovazione (ciò significa che il marchio originariamente depositato e registrato a favore di un titolare può essere rinnovato da un diverso soggetto se questi, nel frattempo, ne sia diventato il legittimo proprietario). L'UIBM non verifica la titolarità di un marchio, presumendo che chi presenta la domanda di rinnovo sia legittimato al deposito.

In caso di marchi aventi più titolari il rinnovo può essere richiesto da uno solo dei titolari.

Se invece una parte del marchio è stata venduta (cessione parziale), ciascun comproprietario è tenuto a depositare la richiesta di rinnovo per i prodotti o servizi di sua competenza.

### √ **Lo sfruttamento del marchio**

Il marchio è un bene immateriale giuridicamente previsto e disciplinato, ed in quanto tale il titolare ne può disporre con atti di volontà/giudiziari in base alle sue esigenze ed al suo interesse: può pertanto essere **venduto, concesso in licenza a terzi per la totalità o anche per una parte di prodotti o servizi.**

Nel caso di **marchio dato in licenza**, il titolare del marchio mantiene la sua proprietà, ma acconsente alla sua utilizzazione da parte di altre imprese dietro pagamento di *royalties*.

In certi tipi di contratto, il licenziante mantiene un certo grado di controllo sul licenziatario, onde assicurare il mantenimento di un determinato livello di qualità. Generalmente, le licenze di marchio sono concesse nel quadro di contratti più vasti, come gli accordi di *franchising* (nei quali il *franchisor* consente al *franchisee*/affiliato di utilizzare un "pacchetto commerciale" che include non solo l'utilizzo del marchio, ma anche *know-how*, servizi al consumatore, *software*, decorazione degli interni, etc.), oppure i contratti di licenza di altri diritti legati alla proprietà intellettuale (brevetti, *know-how* e fornitura delle informazioni tecniche necessarie alla realizzazione di un dato prodotto).

La licenza inoltre può essere esclusiva o non esclusiva in relazione alla totalità o a parte del territorio dello Stato. In caso di licenza non esclusiva, il licenziatario deve obbligarsi espressamente ad utilizzare il marchio per contraddistinguere prodotti o servizi uguali a quelli corrispondenti messi in commercio o prestati nel territorio dello Stato, con lo stesso marchio, dal titolare o da altri licenziatari.

Con riferimento alla **vendita del marchio**, pur non essendoci alcun obbligo (il CPI italiano indica che un marchio può essere venduto o ceduto indipendentemente dall'impresa che lo possiede), è interesse del nuovo titolare dei diritti del marchio presentare all'UIBM un'istanza di trascrizione, unitamente a una copia del contratto di acquisizione dei diritti (od un suo estratto): le trascrizioni non sono infatti obbligatorie ma hanno efficacia dichiarativa dell'opponibilità a terzi.

La **domanda di trascrizione** può essere presentata da una delle parti del rogito, ovvero dal vecchio o dal nuovo proprietario/titolare del marchio.

Se il marchio è stato venduto, il proprietario del marchio contenuto nell'atto deve essere la stessa persona riportata come tale nel registro nazionale dei marchi. Pertanto, se il marchio è stato venduto più volte, l'acquirente deve assicurarsi che tutti i proprietari precedenti siano stati inseriti nel registro, e che non vi sia alcuna discontinuità. Se ciò è avvenuto, occorre registrare tutti i contratti di trasmissione della proprietà.

### √ **L'estinzione del marchio**

**Un marchio si estingue per mancato rinnovo o per decadenza** (ne sono causa fattori esterni o inosservanza delle disposizioni di legge) **ovvero per rinuncia totale** (per esplicita espressione della volontà del titolare).

Le correlative sentenze di decadenza/nullità sono poi riportate nel Bollettino dei marchi.

I **casì di decadenza** previsti dalla legge sono essenzialmente tre:

1) **per volgarizzazione**, quando un marchio perde la sua capacità distintiva e diviene denominazione generica, ovvero quando il marchio non identifica più un dato prodotto proveniente da un dato produttore bensì identifica semplicemente un prodotto merceologico a prescindere dalla sua fonte di provenienza (è ciò che è successo, ad esempio, per alcuni marchi quali nylon, cellophane, biro);

2) **per sopraggiunta illecità** (diversamente, se fosse illecito sin dal momento della registrazione il marchio sarebbe nullo);

3) **per mancato uso per 5 anni consecutivi**. Va precisato che **l'uso deve essere effettivo**. Comporta l'estinzione del marchio per decadenza l'uso meramente simbolico o sporadico o per quantitativi di prodotti irrisori.

Inoltre l'uso del marchio deve essere conforme alla registrazione (cioè per la relativa classe merceologica), in quanto un uso difforme farebbe nascere un marchio di fatto, ma farebbe "morire" il marchio registrato.

Costituiscono eccezione i cosiddetti **marchi difensivi**, ovvero i marchi simili a quelli che vengono effettivamente utilizzati dal titolare e che vengono dallo stesso registrati non per essere usati, ma solo per rafforzare la tutela del marchio evitando che altri registrino marchi molto simili a quello principale: i marchi difensivi non vengono ovviamente utilizzati dal titolare e quindi dovrebbero decadere per non uso, ma ciò non accade in quanto la legge stessa stabilisce che non si avrà decadenza se è stato utilizzato il marchio principale.

La **rinuncia in toto** ai diritti derivanti dalla registrazione di un marchio, invece, può essere richiesta solo dal titolare di un marchio registrato (o da un suo agente/rappresentante/delegato) presentando specifica istanza di annotazione per rinuncia totale.

Se una parte del marchio è stata venduta (cessione parziale), è necessaria la rinuncia da parte di ciascuno dei comproprietari.

Se il marchio è stato concesso in licenza, occorre l'autorizzazione scritta da parte di ciascun licenziatario

## **BREVETTO**

### **√ Definizione sintetica di brevetto e principali tipologie**

Un **brevetto** ha la **funzione di tutelare e valorizzare un'innovazione tecnica, ovvero un prodotto o un processo** che fornisce una nuova soluzione ad un determinato problema tecnico.

È un titolo in forza del quale viene conferito un monopolio temporaneo di sfruttamento sull'oggetto del brevetto stesso, consistente nel diritto esclusivo di realizzarlo, di disporne e di farne un uso commerciale, vietando tali attività ad altri soggetti non autorizzati.

Particolarmente, il brevetto conferisce al titolare:

- nel caso in cui l'**oggetto del brevetto sia un prodotto**, il diritto di vietare ai terzi, salvo consenso del titolare, di produrre, usare, mettere in commercio, vendere o importare a tali fini il prodotto in questione;
- nel caso in cui l'**oggetto del brevetto sia un procedimento**, il diritto di vietare ai terzi, salvo consenso del titolare, di applicare il procedimento, nonché di usare, mettere in commercio, vendere o importare a tali fini il prodotto direttamente ottenuto con il procedimento *de quo*.

È importante notare che un brevetto non attribuisce al titolare la "*libertà di uso*" o il diritto di sfruttare la tecnologia coperta dal brevetto, ma solo il diritto di escludere dall'utilizzo dello stesso altri soggetti.

Il brevetto è un formidabile strumento commerciale per le imprese, che consente loro:

- di proteggere i propri investimenti in ricerca e innovazione, evitando che altri utilizzino gratuitamente il frutto di tali attività;
- di acquisire risorse economiche supplementari attraverso la gestione economica dei suoi diritti di uso.

Il brevetto può essere utilizzato, infatti, non solo per disporre di un diritto esclusivo sul mercato, ma anche come una normale proprietà o bene, essendo possibile ottenere dei vantaggi economici come appunto dei profitti supplementari derivanti dalla concessione di licenze d'uso o dall'assegnazione (o vendita) del brevetto.

Particolarmente, possono costituire oggetto di brevetto:

#### **1. Le invenzioni industriali**

Nel linguaggio tecnico dei brevetti, un'invenzione è definita come una soluzione nuova ed innovativa in risposta ad un problema tecnico. L'invenzione può fare riferimento alla creazione di un congegno, prodotto, metodo o procedimento completamente nuovo o può semplicemente rappresentare un miglioramento di un dato prodotto o procedimento già esistente.

La mera scoperta di qualcosa che già esiste in natura, invece, non può essere qualificata come un'invenzione. Pertanto possono essere oggetto di brevetto le invenzioni nuove, che implicano un'attività inventiva e che sono atte ad avere un'applicazione industriale (oltre, ovviamente, ad essere lecite, ovvero non contrarie all'ordine pubblico ed al buon costume).

Secondo l'art. 46 CPI l'**invenzione non deve essere già compresa nello stato della tecnica**, ove per stato della tecnica si intende tutto ciò che è stato reso accessibile al pubblico, in Italia o all'estero, prima della data del deposito della domanda di brevetto, mediante descrizione scritta o orale, utilizzazione o qualsiasi altro mezzo.

A titolo di esempio, se un'invenzione identica a quella oggetto della domanda di brevetto è già stata realizzata da un terzo, ma mai divulgata, sarà possibile procedere ugualmente

al deposito della domanda; se, invece, quest'ultimo l'ha già esposta in una fiera, l'altra invenzione non potrà più essere considerata nuova.

Allo stesso modo, la pubblicazione dell'invenzione in un giornale scientifico, la relativa presentazione in una conferenza, l'utilizzo in ambito commerciale, l'esposizione in un catalogo, costituiscono atti in grado di annullare la novità dell'invenzione e, quindi, di renderla non brevettabile (e ciò anche nel caso che la pre-divulgazione sia opera dello stesso autore dell'innovazione).

L'art. 48 CPI, poi, precisa che un'invenzione implica un'attività inventiva quando, per una persona esperta in quel particolare campo tecnologico, non risulta in modo evidente dallo stato della tecnica.

Il **requisito della non ovvietà** intende assicurare che i brevetti siano concessi solo a risultati oggetto di un processo inventivo o creativo, e non a processi che una persona, con ordinaria abilità nel campo tecnologico relativo, potrebbe facilmente dedurre da quanto già esiste.

Esempi di una insufficiente attività inventiva, secondo quanto statuito dalle Corti di Giustizia di diversi Paesi, sono: il mero cambio di un'unità di misura, il rendere un prodotto portatile, la sostituzione ed il cambiamento di un materiale, la sostituzione di una parte con un'altra avente uguale funzionamento. Come pure è stata reputata non brevettabile l'applicazione di una precedente invenzione ad un campo diverso da quello in cui l'invenzione originaria è stata concepita, poiché il tecnico medio del settore avrebbe potuto arrivare senza difficoltà alla soluzione tecnica proposta dal secondo brevetto. Può essere brevettata, viceversa, l'invenzione di una combinazione che applichi una formula nota a un processo anch'esso noto, sempre però che ne derivi un *quid novi*, consistente in un progresso dello stato della tecnica.

In ossequio invece al successivo art. 49 CPI, **un'invenzione è considerata atta ad avere un'applicazione industriale se il suo oggetto può essere fabbricato o utilizzato in qualsiasi genere di industria, compresa quella agricola.**

Un'invenzione non può pertanto essere un semplice processo intellettuale, ma deve essere producibile, utile e in grado di generare effetti pratici.

## **2. I modelli di utilità**

L'art. 82 CPI prevede che possono costituire oggetto di brevetto per modello di utilità i nuovi modelli atti a conferire particolare efficacia o comodità di applicazione o di impiego di macchine o parti di esse, strumenti, utensili ovvero oggetti di uso in genere, quali i nuovi modelli consistenti in particolari conformazioni, disposizioni, configurazioni o combinazioni di parti.

Per essere protetto con modello di utilità è necessario che il prodotto industriale sia nuovo ed originale e che abbia particolare efficacia o comodità di applicazione o di impiego.

È a volte difficile distinguere un modello di utilità da un'invenzione.

Molti considerano il modello di utilità come "*una piccola invenzione*". Si dice anche che si ha invenzione quando si realizza un prodotto nuovo, mentre si ha modello di utilità quando si migliora un prodotto già esistente.

## **3. Le nuove varietà vegetali**

Per varietà vegetale è da intendersi quell'**insieme vegetale nell'ambito di un unico taxon botanico** del più basso grado conosciuto, a condizione che la pianta differisca da tutte le altre, e presenti le medesime caratteristiche rispetto agli altri esemplari della medesima specie.

Affinché possa essere richiesto un diritto di esclusiva è necessario che la **varietà vegetale abbia i requisiti di:**

- **novità:** la varietà si reputa nuova quando alla data di deposito della domanda, il materiale di riproduzione o di moltiplicazione vegetativa, ovvero un prodotto della

raccolta della varietà, non è stato commercializzato da oltre 1 anno sul territorio nazionale e da oltre 4 anni o, nel caso di alberi e viti, da oltre 6 anni, in qualsiasi altro Stato;

- **omogeneità**: la varietà si reputa omogenea quando è sufficientemente uniforme nei suoi caratteri pertinenti e rilevanti;

- **distinzione**: la varietà si reputa distinta quando si contraddistingue nettamente da ogni altra varietà la cui esistenza, alla data di deposito della domanda, è notoriamente conosciuta;

- **stabilità**: la varietà si reputa stabile quando i caratteri pertinenti e rilevanti rimangono invariati in seguito alle successive riproduzioni o moltiplicazioni.

## ✓ Manipolazione della materia vivente vegetale e diritti di proprietà intellettuale

La manipolazione della materia vegetale da parte dell'uomo (ovvero la capacità per quest'ultimo di godere delle sue mutazioni spontanee), al fine di ottenere nuove varietà di piante, ha radici molto profonde nel passato: sono ad esempio note le numerose fonti greche e romane in tema di **viticoltura**, tra tutte la monumentale opera di Columella, che delineano manuali, dettagli, tradizioni e preziose informazioni sulla viticoltura dell'epoca.

Le **modalità di manipolazione della materia vegetale** (finalizzate, ad esempio, alla generazione di materiale resistente a particolari malattie, ovvero dotati di particolari caratteristiche di crescita o conservazione) vengono costantemente divise in **due tipologie**, le cui innovazioni hanno diversa portata e sono soggette a diversi regimi di protezione legale:

**1) metodo biologico**: che consiste in un'attività di incroci "*fra piante diverse, semine, selezioni e ulteriori incroci, retro incroci, risemine e selezioni, fino ad ottenere la singola varietà avente le caratteristiche desiderate*";

**2) metodo biotecnologico**: che - mediante la modifica in laboratorio del patrimonio genetico cellulare - non solo consente di ottenere una specifica e nuova varietà, ma anche un insieme vegetale più ampio "*comprendente tutte le piante nelle quali può essere inserito un certo gene che permette alle stesse di avere determinate caratteristiche*".

A tale modalità di manipolazione del materiale vegetale corrispondono **differenti discipline in merito alla tutela dell'innovazione generata**:

**1)** la cd. **privativa** per i nuovi ritrovati vegetali nel caso di risultati derivanti dal sopra citato metodo biologico (o cd. diritto del costitutore).;

**2)** il **brevetto**: per invenzione nel caso di risultati derivanti dall'utilizzo del metodo biotecnologico (con riferimento ai principi regolatori relativi al brevetto per invenzione, si evidenziano, sul piano nazionale, gli artt. 45 e 81 octies del Codice della Proprietà Industriale, mentre sul piano europeo la Convenzione sul Brevetto Europeo e, relativamente al brevetto biotecnologico, la Direttiva 98/44/CE sulla protezione giuridica delle invenzioni biotecnologiche).

Particolarmente, il Codice della Proprietà Industriale, al suo art. 45, co. 4, stabilisce che non possono costituire oggetto di brevetto "*... b) le varietà vegetali e le razze animali ed i procedimenti essenzialmente biologici di produzione di animali o vegetali, comprese le nuove varietà vegetali rispetto alle quali l'invenzione consista esclusivamente nella modifica genetica di altra varietà vegetale, anche se detta modifica è il frutto di un procedimento di ingegneria genetica*".

## ✓ L'oggetto della protezione brevettuale in tema di biotecnologie vegetali

L'art. 81 *quater* CPI individua l'oggetto della protezione brevettuale, **nell'ambito delle invenzioni biotecnologiche**, stabilendo **che cosa sia brevettabile**, fermo restando il rispetto dei requisiti di **novità, attività inventiva ed applicazione industriale** che nel rapporto tra disciplina generale e disciplina speciale soggiacciono ad un processo di necessaria rilettura e rivisitazione in chiave interpretativa.

Tale norma pone peraltro un punto fermo, nel senso della non riconducibilità delle invenzioni biotecnologiche all'ambito non brevettabile delle scoperte, statuendo che *“la preesistenza allo stato naturale del materiale biologico (e cioè del materiale contenente informazioni genetiche, autoriproducibile o capace di riprodursi in un sistema biologico) non è di ostacolo alla brevettabilità se il materiale in questione è isolato dal suo ambiente naturale ed è prodotto tramite un procedimento tecnico, poiché con tali caratteristiche sia il materiale biologico che il procedimento attraverso il quale viene prodotto lavorato od impiegato, sono dichiarati brevettabili”*.

Ad ogni modo, si riportano di seguito quelle che possono essere le principali invenzioni biotecnologiche.

**a- Procedimenti tecnici attraverso i quali viene prodotto, lavorato o impiegato materiale biologico** (si consideri che l'art. 81 *ter* CPI definisce come materiale biologico *“un materiale contenente informazioni genetiche, autoriproducibile o capace di riprodursi in un sistema biologico”*).

Tale ipotesi richiama il tema e le peculiarità dei **brevetti di procedimento**: il titolare di un brevetto di procedimento ha diritto di vietare a terzi non solo l'applicazione del procedimento brevettato, ma anche l'uso ed il commercio che siano ottenuti direttamente dal procedimento brevettato (ciò in ragione del combinato disposto dall'art. 2586 del Codice Civile e dall'art. 66, co. 2, lett. b, CPI).

**b- Invenzioni riguardanti qualsiasi nuova utilizzazione di materiale biologico o di un procedimento tecnico relativo a materiale biologico.**

Tale ipotesi è rilevante perché consolida la via della protezione brevettuale in merito ad invenzioni di cd. nuovo uso, con ciò rafforzando il collegamento in termini di copertura della protezione tra brevetto biotecnologico e funzione rivendicata nel testo brevettuale, nel senso che non vi è spazio per una configurabilità in via assoluta della tutela derivante dal brevetto biotecnologico, potendo la stessa essere limitata alla sola funzione rivendicata nel brevetto.

**c- Invenzioni riguardanti piante ovvero un insieme vegetale, caratterizzate dall'espressione di un determinato gene e non dal suo intero genoma, se la loro applicazione non è limitata, dal punto di vista tecnico, all'ottenimento di una determinata varietà vegetale e non siano impiegati, per il loro ottenimento, soltanto procedimenti essenzialmente biologici** (quali incrocio o selezione).

Tale ipotesi è confortata da giurisprudenza che negli anni precedenti e successivi all'emanazione della direttiva comunitaria sul brevetto biotecnologico ha sostanzialmente sancito la brevettabilità di invenzioni aventi ad oggetto piante ove l'eseguibilità tecnica dell'invenzione non sia limitata ad una varietà vegetale. Il riferimento è all'insieme vegetale di classe tassonomica superiore alla varietà, caratterizzato da un gene determinato e non dal suo intero genoma. Si tratta a tutti gli effetti di un **brevetto di prodotto** (e non di procedimento) ricomprendente tutte le varietà riconducibili alle caratteristiche rivendicate.

Occorre peraltro considerare le potenzialità di estensione della copertura brevettuale in ambito tecnologico con riferimento all'art. 81 *sexies* CPI. Tale previsione va ad integrare, con riferimento alle invenzioni biotecnologiche, i diritti del titolare del brevetto sanciti dall'art. 66 CPI, dando conto pienamente della necessità di considerare nell'alveo della protezione dell'invenzione tecnologica, il cui oggetto è suscettibile di riproduzione,



anche il materiale derivato che continui ad esprimere la funzione dell'informazione genetica brevettata.

## ✓ La vita legale/commerciale/economica di un brevetto ed il suo mantenimento

Con riguardo alla **vita legale** di un brevetto, **i brevetti per invenzione sono protetti da un utilizzo non autorizzato per un periodo di 20 anni (e quelli per modelli di utilità per 10) a partire dalla data di deposito degli stessi, come pure le privative per nuove varietà vegetali sono tutelate per 20 anni a partire dalla data di concessione**, ma solo a condizione che i diritti di mantenimento in vita siano puntualmente pagati e, durante tale periodo, non venga accolta nessuna richiesta di invalidità o di revoca.

Per quanto concerne invece la **vita commerciale o economica** di un brevetto, vi è la possibilità di concessione di licenze, di vendita e altre modalità di sfruttamento.

Come pure, se la tecnologia coperta diventa obsoleta, se la stessa non può essere commercializzata o se il prodotto su cui si basa non riscontra successo nel mercato, il titolare del brevetto può decidere di non rinnovarlo, lasciando che esso perda validità prima della scadenza del termine di protezione e rendendo il trovato libero da vincoli di produzione e di commercializzazione da parte di terzi.

Ad ogni modo, qualsiasi cambiamento intercorra nella vita di un brevetto deve essere tracciato, secondo modalità e procedure definite.

Per il **mantenimento del brevetto** è comunque necessario che siano soddisfatte due **condizioni**: che il suo oggetto abbia attuazione, e che siano regolarmente pagate le relative spese di mantenimento.

Per quanto concerne l'**attuazione**, la legge prevede che **l'oggetto del brevetto deve essere attuato entro 3 anni dalla data di concessione del brevetto**, e che **l'attuazione non deve essere sospesa per più di 3 anni consecutivi**.

Attuazione significa fabbricazione e vendita in Italia, o importazione e vendita in Italia di oggetti prodotti in uno Stato membro dell'Unione Europea e/o in uno Stato membro dell'Organizzazione Mondiale del Commercio; significa cioè che, se il richiedente o i suoi licenziatari non hanno provveduto a fabbricare o importare da tali Stati l'oggetto del brevetto ed a metterlo così in circolazione nel territorio dello Stato in misura tale da non risultare in grave sproporzione con i bisogni del Paese, non è stata soddisfatta questa imposizione di legge (art. 69 CPI), e pertanto è possibile la concessione di una licenza obbligatoria (art. 70 CPI), o, nel caso di persistente mancata attuazione, la decadenza del brevetto.

Per quanto riguarda invece le **spese di mantenimento** di un brevetto (da intendersi come corresponsione dei diritti di mantenimento in vita del brevetto), le stesse devono essere regolarmente pagate:

- se si è ottenuto un brevetto per invenzione, con cadenza annuale, a partire dal 5° anno dalla richiesta di brevettazione (le prime 4 annualità sono incluse nella tassa di deposito/comprese nei costi della domanda stessa). Per tale brevetto ciascuna annualità deve essere pagata, anticipatamente ed a partire dal 5° anno, entro e non oltre l'ultimo giorno del mese anniversario del deposito della domanda (a titolo di esempio, se un brevetto è stato depositato il 10 Luglio 2012 i diritti di mantenimento in vita andranno versati entro il 31 Luglio degli anni successivi alla fine del 4°, a partire dal 31 Luglio 2016 e fino al 31 Luglio 2031), o corrispondendo la sovrattassa a titolo di mora anche entro l'ultimo giorno utile del semestre successivo;

- se invece si è ottenuto un brevetto per modello di utilità, occorre pagare contestualmente al deposito della domanda 5 annualità e dopo 5 anni pagare le altre 5, per cui complessivamente si fanno al massimo due versamenti.

L'art. 227 co. 2 del CPI, poi, dispone espressamente che *“i diritti di mantenimento in vita per i brevetti d'invenzione, i modelli di utilità e i disegni e modelli, ove già maturati alla fine del mese in cui è rilasciato l'attestato di concessione oppure maturati entro la fine del terzo mese successivo, sono pagabili entro quattro mesi dalla fine del mese di detto rilascio.* Trascorsi 6 mesi non è più possibile rimediare alla dimenticanza, salvo ipotesi rarissime ed eccezionali (procedura di ripristino).

Se l' annualità non viene pagata nei termini, il brevetto decade, e con esso il diritto del titolare al suo utilizzo esclusivo.

**Alla scadenza** dei 20 anni di protezione (o dei 10, per i modelli di utilità), l'oggetto del brevetto o della privativa diventa comunque di **pubblico dominio**, ovvero non gode più di protezione, e chiunque ne può usufruire senza vincoli o versamento di corrispettivi.

## ✓ Lo sfruttamento del brevetto

Come anticipato in precedenza, un brevetto può fruttare un successo commerciale.

Per utilizzare economicamente al meglio un proprio brevetto, in alternativa o ad integrazione della sua commercializzazione diretta, un'azienda dispone di una serie di opzioni, quali ad esempio:

- vendere il brevetto a terzi;
- dare il brevetto in usufrutto;
- concedere in licenza il brevetto ad altri;
- stabilire una *joint venture* o altre alleanze strategiche con altre imprese che hanno beni complementari;
- concedere in pegno un brevetto.

Si ricordi, comunque, che **ogni cambiamento/cessione della titolarità di un brevetto deve essere registrato presentando all'UIBM un'apposita istanza di trascrizione**, anche al fine di essere opponibile a terzi.

Tutte le modifiche che si riferiscono a diritti di proprietà industriale concessi /registrati, infatti, devono essere comunicate con apposita istanza all'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi. Queste le tipologie previste:

- istanza di annotazione (in caso di variazioni anagrafiche, rinunce, limitazioni);
- istanza di trascrizione (in caso di variazioni della titolarità dei diritti di proprietà industriale).

Le suddette istanze possono essere presentate, in linea generale, per variazioni riguardanti:

- tutti i diritti di proprietà industriale (marchi, brevetti, disegni/modelli, varietà vegetali ecc.) concessi o registrati a livello nazionale;
- marchi internazionali;
- traduzioni nazionali di brevetti europei.

### **a. Vendere un brevetto**

La cessione a terzi, vale a dire il trasferimento della titolarità di un brevetto ad altri soggetti, comporta il trasferimento permanente della titolarità del brevetto a un'altra persona.

Avviene di norma con un contratto traslativo, quale la vendita, la permuta, la donazione, il conferimento in società. Si applicano pertanto le norme del tipo contrattuale concretamente adottate.

Il ricavo avviene sotto forma di pagamento unico e definitivo, che non prevede ulteriori introiti.

### **b. Dare in usufrutto un brevetto**

Un brevetto può anche essere concesso in usufrutto: un diritto reale a tempo determinato.

Chi è titolare del diritto di usufrutto può infatti usare il brevetto e trarne ogni utilità che se ne può ricavare, con il limite del rispetto della sua destinazione economica. Il proprietario che ha dato in usufrutto il brevetto è detto nudo proprietario, mentre il titolare del diritto di usufrutto è detto usufruttuario. Al termine dell'usufrutto in nudo proprietario riacquista la pienezza della proprietà.

### **c. Concedere in licenza un brevetto**

Un brevetto viene ceduto in licenza quando il relativo proprietario (il licenziante) concede il permesso ad altro soggetto (il licenziatario) di utilizzare l'invenzione (o il modello di utilità o la nuova varietà vegetale) brevettata per scopi concordati reciprocamente.

In questi casi, un contratto di concessione viene generalmente firmato tra le due parti, specificando i termini e l'ambito dell'accordo.

Contrariamente alla vendita, la concessione in licenza di un brevetto a terzi consente di ricevere periodicamente delle retribuzioni (di solito si tratta di *royalty*) a fronte dell'autorizzazione all'utilizzo.

Per tale motivo la concessione di una licenza può essere una strategia finanziaria molto valida dal punto di vista economico, particolarmente utile se il soggetto titolare del brevetto non si trova nella condizione di produrla del tutto o in quantità sufficiente per soddisfare una certa esigenza di mercato o coprire una determinata area geografica.

Ci sono tre tipi di accordi di licenza che dipendono dal numero di coloro che hanno ottenuto la stessa e che potranno sfruttare commercialmente il brevetto:

- **licenza esclusiva:** un solo concessionario ha il diritto di utilizzare la tecnologia brevettata, la quale non può essere usata dal proprietario del brevetto;
- **licenza unica:** un solo concessionario, unitamente al proprietario del brevetto, ha il diritto di utilizzare la tecnologia brevettata;
- **licenza non esclusiva:** diversi concessionari, verosimilmente in aree diverse, ed il titolare del brevetto, hanno il diritto di utilizzare la tecnologia brevettata.

In un singolo accordo di concessione può essere inoltre prevista l'assegnazione di alcuni diritti su base esclusiva e di altri su base unica o non esclusiva.

La scelta se concedere una licenza esclusiva o non esclusiva dipende chiaramente dal tipo di prodotto brevettato e dalla strategia commerciale dell'azienda.

Ad esempio, se la tecnologia brevettata può diventare uno standard necessario per tutti coloro che fanno parte di un dato mercato al fine di realizzare i propri affari, una licenza non esclusiva largamente concessa sarebbe la più vantaggiosa. Se, invece, il prodotto necessita di notevoli costi per la sua commercializzazione (ad esempio, un prodotto farmaceutico che richiede investimenti per compiere esperimenti clinici), un potenziale licenziatario verosimilmente non desidererebbe la concorrenza di altri licenziatari e, comprensibilmente, potrà cercare di ottenere una licenza esclusiva.

Quanto alla redditività di una licenza, nei contratti di concessione il proprietario del diritto generalmente è remunerato mediante pagamenti forfettari e/o attraverso la riscossione periodica di *royalties*, che si possono basare sul volume di produzione del prodotto in concessione (*royalty* per unità di produzione) oppure sulle vendite nette (*royalty* sulle vendite nette).

In molti casi la remunerazione per la concessione di un brevetto è una combinazione di pagamento forfettario e *royalty*.

Talvolta, una quota del capitale della compagnia del licenziatario può sostituire una *royalty*.

### **d. Dar vita ad una *joint venture* o ad altre alleanze strategiche**

La quarta soluzione per lo sfruttamento dei diritti brevettuali è dar vita a un **sistema di licenze incrociate**, con il quale i firmatari dell'accordo si scambiano reciprocamente licenze sui propri brevetti.

La licenza incrociata è molto comune nelle industrie, dove molti brevetti che coprono un ampio ambito di invenzioni complementari appartengono a due o più concorrenti, i quali si accordano per concedersi vicendevolmente l'autorizzazione a utilizzare i propri titoli brevettuali.

#### **e. Concedere in pegno un brevetto**

Seppure non molto diffusa nella prassi, è configurabile la costituzione di un diritto di pegno su brevetti.

Si tratta di un'opportunità molto utile per gli imprenditori che abbiano bisogno di risorse finanziarie per effettuare gli investimenti necessari allo sviluppo della propria azienda.

Anche il pegno su un brevetto di un'invenzione industriale si costituisce mediante trascrizione presso l'UIBM: secondo la dottrina prevalente, la trascrizione svolge infatti, per i diritti reali di garanzia, una funzione costitutiva. Così, l'eventuale concorso tra più diritti di pegno nello stesso brevetto sarà risolto in base all'ordine di priorità delle trascrizioni.

### ✓ **Possibilità di ricorso e tutela brevettuale**

I provvedimenti con i quali l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi respinge, totalmente o parzialmente, domande depositate al fine dell'ottenimento di titoli di proprietà industriale o istanze di trascrizione, ovvero con le quali impedisce il riconoscimento di un diritto riguardante un titolo di proprietà industriale, sono impugnabili, da parte del soggetto interessato dal provvedimento, davanti alla **Commissione dei Ricorsi** (art. 135 del CPI).

Se, diversamente, il provvedimento dell'Ufficio sopra menzionato è positivo, e correlativamente viene immesso sul mercato un prodotto nuovo o, comunque, migliore dei precedenti, e lo stesso riscuote successo, è probabile che i concorrenti prima o poi cercheranno di fabbricare prodotti con caratteristiche tecniche simili o uguali a quelle del prodotto originale.

I diritti di esclusiva concessi da un brevetto, attribuendo al legittimo titolare il diritto di impedire ai concorrenti di creare prodotti ovvero di usare processi che violino i propri diritti sul brevetto, conferiscono inoltre la possibilità di richiedere un risarcimento per gli eventuali danni subiti dall'altrui violazione.

Per provare che tale violazione sia avvenuta, è necessario dimostrare che ogni singola parte di una data rivendicazione, ovvero una sua equivalente, sia contenuta nel prodotto o nel processo che viola il proprio.

Il proprietario del brevetto è colui al quale è attribuita la responsabilità di individuare violazioni del proprio brevetto e, conseguentemente, porre in essere azioni nei confronti dei contraffattori dello stesso.

Se si presume che qualcuno stia violando un brevetto, cioè lo stia utilizzando senza autorizzazione, è necessario preliminarmente individuare i soggetti che pongono in essere la violazione, nonché il prodotto (o il processo) in causa.

Occorre raccogliere tutte le informazioni disponibili al fine di individuare l'azione più appropriata da intraprendere, dalla lettera di diffida al procedimento giudiziario.

## **NEWS IN MATERIA VITIVINICOLA**

### **■ Bollettino Ufficiale Regione del Veneto n. 113 del 20 Novembre 2017 - FUNZIONI ISPETTIVE IN MATERIA AGROALIMENTARE**

Attraverso l'allegato alla **deliberazione consiliare n. 155 del 15 Novembre 2017** relativa a "*Iniziativa regionale contenente, ai sensi dell'articolo 2, comma 2, della Legge regionale 19 Giugno 2014, n. 15, percorsi e contenuti per il riconoscimento di ulteriori e specifiche forme di autonomia per la Regione del Veneto, in attuazione dell'articolo 116, terzo comma, della Costituzione*", e particolarmente con l'**art. 45**, è stata introdotta un'importantissima novità concernente il **PASSAGGIO DELL'I.C.Q.R.F. SOTTO IL CONTROLLO REGIONALE**. Di seguito quanto dispone espressamente il sopra richiamato art. 45 ("*Funzioni ispettive in materia agroalimentare*"):

**" 1. Sono trasferite alla Regione del Veneto le funzioni amministrative svolte dall'Ispettorato Centrale della tutela e dalla qualità e della repressione frodi dei prodotti agroalimentari presso il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali (ICQRF) ai sensi dell'articolo 4 del decreto del Presidente del Consiglio dei ministri 27 febbraio 2013, n. 105.**

**2. Sono altresì trasferite alla Regione del Veneto le funzioni relative all'effettuazione dei controlli di qualità sui prodotti ortofrutticoli, svolte da Agecontrol S.p.a., ai sensi dell'articolo 18, comma 1 bis del decreto legislativo 29 marzo 2004, n. 99 "Disposizioni in materia di soggetti e attività, integrità aziendale e semplificazione amministrativa in agricoltura, a norma dell'articolo 1, comma 2, lettere d), f), g), l), e), della legge 7 marzo 2003, n. 38", come modificato dall'articolo 1, comma 4, del decreto legge 28 febbraio 2005, n. 22 "Interventi urgenti nel settore agroalimentare", convertito dalla legge 29 aprile 2005, n. 71.**

**3. Al fine di garantire l'adeguato esercizio delle funzioni di cui ai commi 1 e 2 sono trasferita alla Regione del Veneto le risorse umane, strumentali e organizzative attualmente assegnate al Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali.**

**4. I proventi derivanti dalle sanzioni irrogate a livello regionale sono acquisiti dalla Regione."**

Per mero tuziorismo, si riporta anche il testo del successivo art. 46, concernente i "*Prodotti biologici*", rientrante anch'esso, come il precedente, nella sezione XIII ("*Alimentazione*") dell'allegato *de quo*:

**"1. La Regione del Veneto detta la disciplina per l'attuazione della normativa comunitaria in materia di agricoltura biologica, relativa al metodo di produzione biologico di prodotti agricoli e alla indicazione di tale metodo sui prodotti agricoli e sulle derrate alimentari.**

**2. Nell'ambito del suo territorio la Regione del Veneto è l'autorità preposta al controllo e all'applicazione della normativa in materia di agricoltura biologica."**

Si allega dunque il Bollettino Ufficiale della Regione Veneto n. 113 riguardante il tema *de quo*. **[Al.3]**

### **■ I dati sulla congiuntura vitivinicola mondiale**

La **produzione vitivinicola mondiale 2018** è stata una delle più elevate dal 2000 (stimata in 282 ettolitri/Mio hl), rispetto invece ad un raccolto 2017 che era stato

significativamente basso. Particolarmente, riporteremo qui di seguito i dati più significativi:

- In **Europa**: Italia (48,5 Mio hl), Francia (46,4 Mio hl) e Spagna (40,9 Mio hl) fanno registrare livelli di produzione molto alti. Anche la Germania (9,8 Mio hl), la Romania (5,2 Mio hl), l'Ungheria (3,4 Mio hl) e l'Austria (3,0 Mio hl) prevedono raccolti superiori alle proprie medie quinquennali. Il Portogallo (5,3 Mio hl) e la Grecia (2,2 Mio hl) sono i soli Paesi ad aver conosciuto un calo di produzione rispetto al 2017.

- Il livello di produzione degli **Stati Uniti d'America** (23,9 Mio hl) si mantiene stabile da tre anni.

- In **Sud Africa** la siccità ha influenzato significativamente la produzione 2018 (9,5 Mio hl).

- In **America del Sud** i livelli di produzione sono molto elevati. In **Argentina** (14,5 Mio hl) la produzione vinificata cresce del 23% rispetto all'anno precedente, mentre in Cile (12,9 Mio hl) cresce del 36%. Il **Brasile** (3,0 Mio hl) si attesta su un livello elevato, nonostante la sua produzione si sia ridotta rispetto a quella molto alta del 2017.

- La **produzione di vino australiana** (12,5 Mio hl) diminuisce rispetto a quella dell'anno precedente, mentre la produzione **neozelandese** (3,0 Mio hl) si mantiene su un livello molto elevato.

Si allega il Comunicato stampa OIV (Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino), il quale riporta nel più dettagliatamente i dati sopra richiamati, concernenti la congiuntura vitivinicola mondiale 2018. [All.4]

### ■ **La vendemmia 2018 ha fatto segnare incrementi in tutte le Regioni italiane: 52,6 milioni di ettolitri, + 24% rispetto al 2017**

Le previsioni sono state rispettate, anche oltre le più rosee aspettative di fine Agosto: la **vendemmia italiana 2018**, ormai conclusa in tutto il Belpaese, ha portato nelle cantine una produzione di vini e mosti superiore del 24% sulla campagna 2017, con incrementi in tutte le Regioni, come rivelano i numeri definitivi di *Assoenologi*, che prende a riferimento i dati ufficiali del Ministero delle Politiche Agricole.

La produzione complessiva tocca così i 52,6 milioni di ettolitri, perfettamente nella media produttiva del vigneto Italia, che vanno a compensare il forte calo della vendemmia 2017, tra le più scarse degli ultimi cinquant'anni, dove gli eventi climatici si sono accaniti con un'inusuale ed eccezionale portata.

Tra le Regioni che hanno registrato un incremento maggiore, Lazio e Umbria (+40%, 1,39 milioni di ettolitri), ma in generale i miglioramenti maggiori sono stati appannaggio dei **vigneti del Centro e del Nord**, a partire dal Piemonte (+35%, 3,46 milioni di ettolitri), ma bene hanno fatto anche Emilia Romagna (+28%, 8,48 milioni di ettolitri), Lombardia (+25%, 1,32 milioni di ettolitri), Veneto (+25%, 12,1 milioni di ettolitri), di gran lunga la Regione che concentra la maggior produzione, in termini quantitativi, dello Stivale, Friuli Venezia Giulia (+25%, 1,9 milioni di ettolitri), Toscana (+25%, 2 milioni di ettolitri) e Marche (+25%, 820.000 ettolitri). E ancora, Trentino Alto Adige (+23%, 1,66 milioni di ettolitri), Puglia (+20%, 9,75 milioni di ettolitri), Sicilia (+20%, 4,9 milioni di ettolitri), Campania (+18%, 730.000 ettolitri), Abruzzo (+15%, 3,1 milioni di ettolitri) e Sardegna (+10%, 390.000 ettolitri).

Numeri positivi che, però, hanno portato con sé una coda critica, ossia dinamiche speculative sul mercato degli sfusi tesse a ridurre i prezzi.

La prima Regione a staccare i grappoli è stata la Sicilia nell'ultima settimana di Luglio, seguita dalla Puglia e dalla Lombardia (Franciacorta) nella prima decade di Agosto, mese in cui, nella maggior parte delle regioni italiane, sono avvenute le operazioni di raccolta per le varietà precoci (Chardonnay, Pinot, Sauvignon).

In tutta la penisola si è riscontrato un ritardo dell'inizio delle operazioni vendemmiali che varia dai 7 ai 10 giorni rispetto allo scorso anno, ma in linea rispetto ad un'annata normale.

Il pieno della raccolta, in tutta Italia è avvenuto tra la seconda decade di Settembre e la prima di Ottobre, e si è praticamente conclusa tra la fine di Ottobre e i primi giorni di Novembre con i conferimenti degli ultimi grappoli di Nebbiolo in Valtellina, di Cabernet in Alto Adige, di Aglianico del Taurasi in Campania, e dei vitigni autoctoni sulle pendici dell'Etna, mentre in Sardegna, per le uve da dessert (Malvasia e Nasco), gli ultimi grappoli saranno staccati verso la fine di Novembre.

L'andamento climatico ha messo a dura prova l'opera dei viticoltori, che hanno dovuto effettuare molti trattamenti per mantenere la sanità delle uve. Di conseguenza, al Nord la qualità risulta più che buona, con diverse punte di ottimo e alcune di eccellente.

I primi dati analitici indicano acidità inferiore alla norma, tipiche di condizioni climatiche variabili.

Per quanto concerne i vini bianchi ottenuti dalle prime uve vendemmiate, si riscontra un buon quadro aromatico e un'interessante intensità.

È chiaro che in un'annata come questa, dove la pressione delle malattie fungine è stata maggiore rispetto alla norma, l'opera dell'enologo, attraverso le proprie competenze ed esperienze, è risultata determinante e fondamentale per il livello qualitativo dei futuri vini.

In generale in tutta Italia, dopo un mese di Gennaio mite e poco piovoso, a partire da Febbraio si sono registrate precipitazioni anche di molto superiori alla norma che hanno contribuito a riequilibrare le riserve idriche del terreno, dopo la siccità dello scorso anno. L'inizio di Marzo è stato caratterizzato da aria gelida che ha portato abbondanti nevicate anche in pianura. Aprile invece è risultato siccitoso e molto caldo con temperature massime tra le più elevate degli ultimi decenni. Anche nei mesi di Maggio e Giugno i valori termici e le precipitazioni sono state superiori alla media del periodo. Tutto ciò ha creato una notevole umidità che ha favorito, in particolare, gli attacchi di peronospora e di oidio che hanno impegnato seriamente i viticoltori con diversi trattamenti. I mesi di Luglio ed Agosto sono stati caratterizzati da tempo instabile con picchi di temperature al di sopra della media, interrotte da perturbazioni temporalesche e qualche grandinata. Eventi comunque circoscritti a specifiche aree, dove si rilevano abbattimenti quantitativi. Il ciclo vegetativo della vite, che inizialmente registrava un ritardo di alcuni giorni, è rientrato nella norma grazie al caldo di Aprile, tanto che le fasi fenologiche (germogliamento, fioritura e allegagione) hanno avuto un andamento regolare, producendo pertanto un elevato numero di grappoli con un peso decisamente superiore rispetto allo scorso anno, dovuto all'ingrossamento degli acini. In alcune aree del Centro Sud la situazione nel mese di Agosto è stata caratterizzata da precipitazioni abbondanti e continue. In diversi areali violenti temporali e bombe d'acqua hanno provocato defogliazioni e lacerazioni sviluppando marciume acido e botrite. Da rilevare, in particolare nel sud della Puglia e nella Sicilia occidentale, l'assenza di venti caldi e la presenza di precipitazioni continue, che hanno determinato un notevole ristagno di umidità, con conseguente incremento delle malattie fungine. Fortunatamente, come detto, la situazione è stata circoscritta e, nel complesso, molte zone sono state favorite da migliori condizioni meteo. I mesi di Settembre e di Ottobre sono decorsi favorevolmente in tutta l'Italia del Nord permettendo una vendemmia regolare e programmata. Tale periodo è stato caratterizzato da giornate calde e luminose, spesso anche ventose con poche e localizzate piogge che non hanno disturbato la vendemmia. La buona escursione termica tra giorno e notte, ha favorito la maturazione delle uve rosse, asciugando i grappoli e bloccando lo sviluppo della botrite, premiando dal punto di vista qualitativo tutte le varietà tardive. Diverso invece il discorso nel Centro Sud dove



il periodo di raccolta è stato disturbato da alcune insistenti e abbondanti precipitazioni, soprattutto nelle grandi isole, che hanno messo a dura prova i vigneti, compromettendo, in alcuni casi, la situazione sanitaria degli stessi.

#### **- Focus sul Trentino Alto Adige (quantità +23%)**

In tutto il Trentino Alto Adige la vendemmia 2018 è stata caratterizzata per la piena potenzialità produttiva facendo segnare complessivamente +23% rispetto al 2017. L'incremento risulta superiore in Trentino (+25%) rispetto all'Alto Adige (+20%).

La sanità delle uve è risultata ottima, dall'inizio della vendemmia fino alla sua conclusione, risultando l'aspetto peculiare di questa annata, benché alcune partite di Chardonnay e Pinot grigio abbiano sofferto dopo l'abbondante pioggia di inizio settembre (mediamente 60-80 mm caduti fra venerdì 31 Agosto e domenica 2 Settembre) per le quali si è dovuta accelerare la raccolta selezionando le uve in vigneto. Nel periodo successivo il rialzo delle temperature ha stabilizzato la stagione, che è risultata favorevole per tutto il restante tempo della vendemmia permettendo di conferire il raccolto in modo ottimale e programmato. Nell'ultima settimana di Settembre si è verificato un brusco calo delle temperature minime, che ha consentito una perfetta maturazione e raccolta delle varietà aromatiche e dei rossi bordolesi. Il modificato andamento stagionale abbinato al tempo asciutto ha permesso di protrarre in Trentino le raccolte fino a metà Ottobre per Merlot, Cabernet, Enantio e Nosiola e Traminer aromatico in collina. La resa uva/vino è risultata ottima favorita dall'elevato peso dei grappoli e da un diametro degli acini importante al di sopra della media. Le gradazioni zuccherine sono state interessanti dove si è lavorato bene in vigna, più modeste nei vigneti più produttivi.

In Alto Adige i conferimenti sono iniziati nei primi giorni di Settembre con le varietà precoci a bacca bianca (Pinot grigio, Chardonnay, Pinot bianco), per proseguire poi con i grappoli delle fasce collinari (Sauvignon, Müller Thurgau e Pinot nero). Le operazioni di raccolta sono terminate nella seconda metà Ottobre con gli ultimi grappoli di Cabernet. La qualità è molto interessante con eccellenti maturità fenoliche, con livelli di pH nella norma e con buone acidità.

Anche in Trentino la produzione è risultata importante e omogenea per tutte le varietà e la qualità risulta ottima. I primi riscontri analitici evidenziano vini profumati e piacevoli al gusto. I vini rossi sono ben strutturati e con profilo tannico di assoluto interesse.

#### **- Focus sul Veneto (quantità +25%)**

Quantitativamente la stima definitiva della vendemmia 2018 si attesta attorno a +25% rispetto al 2017, aumento legato anche a nuovi impianti entrati in produzione. Durante tutta la raccolta, iniziata nella prima quindicina di Agosto con circa 7 giorni di anticipo rispetto allo scorso anno, si è avuto solo un giorno di pioggia; pertanto, tutte le operazioni vendemmiali si sono svolte con condizioni atmosferiche ottimali. Durante il ciclo vegetativo non sono stati rilevati problemi fitosanitari, tanto che l'uva è stata conferita in condizioni sanitarie eccellenti. La resa uva/vino è stata leggermente superiore alla media per tutte le varietà. L'andamento fermentativo si è svolto nella norma. L'incremento di produzione e il sempre maggior conferimento di uve derivanti da raccolta meccanica hanno determinato in qualche caso problemi di gestione logistica (conferimento, stoccaggio), mentre le temperature ambientali più alte rispetto alla norma sono state fronteggiate con un'ottimale gestione del freddo in fase di fermentazione. La qualità dei vini 2018 risulta buona per le tutte le varietà, con un miglioramento per quelli ottenuti dalle uve raccolte verso fine vendemmia.

Il Prosecco evidenzia interessanti livelli qualitativi, con una quantità di acido malico nella norma e con un'interessante profilo aromatico. Anche per Pinot grigio, Merlot e Cabernet la qualità risulta più che buona, soprattutto per i vini rossi ottenuti dalle uve raccolte nell'ultima parte della vendemmia che hanno potuto beneficiare di qualche



pioggia e di giornate soleggiate. Nel Veneto occidentale (Verona e Vicenza) le uve precoci Chardonnay e Pinot grigio hanno evidenziato una più che buona qualità, con produzioni decisamente in aumento rispetto allo scorso anno. La raccolta ha avuto un decorso regolare per le varietà dei Colli Euganei, delle Doc vicentine e della provincia di Verona, in particolare per Garganega e Corvina, uve a forte uso per lo stacco per l'appassimento, tanto che si può ben sperare per i futuri vini.

La qualità sarà sicuramente buona/ottima con alcune punte di eccellente, soprattutto per i prodotti ottenuti da uve coltivate in collina.

Il mercato evidenzia contrattazioni con quotazioni in leggera diminuzione rispetto alla vendemmia precedente.

#### **- Focus sul Friuli Venezia Giulia (quantità +25%)**

Un stagione favorevole ha decisamente accelerato le fasi fenologiche della vite decretando, a partire dalla seconda decade di Maggio, l'inizio della fioritura. Per quanto riguarda lo stato sanitario della vite, sia in collina che in pianura, non si sono registrati particolari problemi se non alcuni sporadici attacchi di peronospora e oidio. Il caldo record della prima decade d'Agosto ha fortemente condizionato il processo di maturazione dell'uva, costringendo i vignaioli ad intervenire con abbondanti irrigazioni di soccorso. Questo andamento climatico, tutto sommato ottimale per la vite, ha permesso di ottenere un'uva perfettamente sana. Dalla fine di Agosto, fino alla metà di Ottobre, l'intera Regione è stata interessata da un clima tipicamente estivo, con temperature ben al di sopra della media stagionale e accompagnate da un'ottima ventilazione proveniente da Est. Queste condizioni climatiche ideali hanno permesso, per tutte le varietà, una perfetta maturazione. La vendemmia è iniziata qualche giorno prima di Ferragosto, soprattutto per alcuni vigneti di prima produzione e per le nuove varietà "resistenti alle crittogame". Per le uve destinate alle basi spumante, per il Pinot grigio, Pinot nero e alcuni cloni di Sauvignon, la raccolta ha preso il via nella seconda decade d'Agosto. È stata poi la volta delle uve di Traminer aromatico, Chardonnay, Pinot bianco, Glera e Ribolla gialla. Solo dopo il 10 di Settembre sono iniziati i conferimenti di uve a bacca rossa (Merlot e Cabernet franc). La raccolta si è chiusa in Ottobre con le varietà tardive (Verduzzo per la Docg Ramandolo, Refosco e Picolit) grazie soprattutto al prolungarsi della stagione estiva che ha fatto registrare oltre 28°C nei primi giorni dello stesso mese. Le uve vendemmiate, si sono presentate con buccia spessa e con una buona resa in mosto. Anche i dati analitici dei mosti hanno fatto registrare ottimi valori, sia in zucchero che nel corredo acido. Le fermentazioni si sono svolte senza particolari problemi e i nuovi vini si possono senz'altro definire di ottima qualità. Quest'anno si prevede un quantitativo superiore del 25% rispetto al 2017, con una qualità più che buona con diverse punte di ottimo. Per quanto riguarda le contrattazioni, sul mercato delle uve bianche, si registra una certa stagnazione dei prezzi, mentre per quelle rosse un certo interesse è rivolto al Refosco, al Merlot, al Cabernet Sauvignon e al Pinot Nero.

**■ Prezzi dei vini rispetto al 2017: crollano i prezzi dei vini comuni, crolla il prezzo del Prosecco con un significativo - 18,3% rispetto all'anno precedente**

**Un dato significativo: crolla il prezzo del Prosecco e quello di quasi tutti i vini comuni italiani.**

A riferirlo sono le quotazioni di *Ismea*, che sono state analizzate dalla rivista specializzata *WineNews*.

I dati si riferiscono a **Novembre 2018, mese in cui si è registrato un calo del 21,1% sui bianchi comuni ed un calo del 24,5% sui rossi e rosati comuni.**

*“Il Conegliano Valdobbiadene Prosecco si conferma in testa alle quotazioni anche a novembre, a 245 euro a ettolitro, ma in caduta libera sul 2017 (-18,3%) - si legge su WineNews - seguito dai vini base del Marsala, a 192,5 euro a ettolitro (+10,6%) e dal Prosecco, in calo del -21,1% a 177,5 euro a ettolitro”.*

Nonostante questi vini italiani valgano meno, tuttavia, **sugli scaffali probabilmente i prezzi non subiranno variazioni.**

Le quotazioni di *Ismea* (prezzi medi Iva esclusa, per l'ultima annata in commercio e franco cantina), analizzate da *WineNews*, che, ovviamente, possono differire dai prezzi reali delle contrattazioni, ma che danno un'idea dello stato dell'arte, sono in decisa controtendenza sia rispetto alla Spagna, dove i vini bianchi comuni negli ultimi 12 mesi si sono apprezzati del +36,7%, a 3,52 euro per ettogrado ed i vini rossi hanno guadagnato il +43,8%, a 4,45 euro per ettogrado, sia rispetto alla Francia, dove la quotazione dei vini bianchi comuni è cresciuta del +4,8%, a 6,74 euro per ettogrado, e quella dei vini rossi comuni del +18,7%, a 6,61 euro per ettogrado.

Decisamente più pregnante, invece, l'andamento dei prezzi delle principali denominazioni del Belpaese, a cominciare dai **rossi**, con la conferma del Brunello di Montalcino, la Dop più quotata, a 1.085 euro a ettolitro, in crescita del +3,3% sul novembre 2017, seguito dai due big del Piemonte, entrambi in flessione: il Barolo, a 760 euro a ettolitro (dato di ottobre, ndr), -7,3% su novembre 2017, ed il Barbaresco, a 510 euro a ettolitro (dato di ottobre, ndr), in calo del -12,1%. In realtà, come da tradizione, tra Barolo e Brunello si incunea, fuori dai radar dell'*Ismea*, l'Amarone, che secondo le quotazioni della Camera di Commercio di Verona non si discosta da una quotazione di 800-900 euro a ettolitro, come un anno fa. Si conferma a quota 282 euro a ettolitro il Chianti Classico, in crescita del +9,7% su un anno fa, seguito dal Nebbiolo d'Alba a 250 euro a ettolitro (dato di Ottobre, ndr), in calo del -19,4%, mentre il Valpolicella scende a 234 euro a ettolitro (-6,4%). Non subiscono variazioni di prezzo né la Barbera d'Alba, a 210 euro per ettolitro, né il Teroldego Rotaliano, che si conferma a 195 euro a ettolitro, mentre continua la marcia dell'Etna, le cui quotazioni crescono del +12,7% a 177,5 euro a ettolitro, superando così il Dolcetto, che perde il -17,6% su 12 mesi fa, a 140 euro a ettolitro.

Di altro tenore, come sempre, le quotazioni dei principali **bianchi** del Belpaese, che mostrano un andamento assai disomogeneo, ma generalmente in calo. Il Conegliano Valdobbiadene Prosecco si conferma in testa alle quotazioni anche a Novembre, a 245 euro a ettolitro, ma in caduta libera sul 2017 (-18,3%), seguito dai vini base del Marsala, a 192,5 euro a ettolitro (+10,6%) e dal Prosecco, in calo del -21,1% a 177,5 euro a ettolitro. Crolla anche l'Oltrepò Pavese Chardonnay (-39,1%), a 140 euro a ettolitro, mentre il Friuli Grave Friulano non subisce variazioni (140 euro a ettolitro), ed il Soave Classico guadagna +9,5% (115 euro a ettolitro), con l'Orvieto stabile a 102,5 euro a ettolitro. Perde qualcosa anche l'Alcamo guadagna (-4,9%), a 97,5 euro a ettolitro, stabile l'Orvieto Classico, a 95 euro a ettolitro, in discesa, nella top 10 delle denominazioni bianchiste più quotate, il Frascati (-5,4%), a 87,5 euro a ettolitro.

### ■ **Competitività, ricambio generazionale, cooperazione: in vista nuovi bandi PSR per oltre 90 milioni di euro**

Si avvicina un altro importante momento per il sistema dello sviluppo rurale del **Veneto**. A Dicembre, infatti, è in programma l'uscita di **10 nuovi bandi del Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020, per una portata finanziaria complessiva di oltre 90 milioni di euro.**

La Regione del Veneto attiverà 5 misure e 10 diversi tipi d'intervento.

Due le novità più significative: l'attivazione del sostegno agli investimenti per il risparmio irriguo, i servizi di consulenza aziendale. Tornerà anche il "Pacchetto giovani" per l'insediamento dei giovani agricoltori, e saranno attivati i tipi d'intervento destinati all'attuazione di progetti di cooperazione finalizzati alle filiere corte, alle filiere per l'approvvigionamento di biomasse e per la diffusione dell'agricoltura sociale.

Questo l'elenco dettagliato di misure e tipi d'intervento che saranno finanziati con il contributo del fondo europeo FEASR, dello Stato italiano e della Regione del Veneto:

MISURA 2 - SERVIZIO DI CONSULENZA DI SOSTITUZIONE E DI ASSISTENZA ALLA GESTIONE DELLE AZIENDE

Tipo intervento 2.1.1 - Utilizzo dei servizi di consulenza da parte delle aziende

Beneficiari: Organismi o enti prestatori di servizi di consulenza pubblici o privati.

MISURA 4 - INVESTIMENTI IN IMMOBILIZZAZIONI MATERIALI

Tipo intervento 4.1.1 - Investimenti per migliorare le prestazioni e la sostenibilità globali dell'azienda - Focus area: 5A risparmio irriguo - 2A redditività in zone montane - 2B giovani agricoltori

Beneficiari: Imprenditori Agricoli Professionali - IAP; Cooperative agricole di produzione che svolgono attività di coltivazione e/o allevamento.

Tipo intervento 4.2.1 - Investimenti per la trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli

Beneficiari: Imprese agroalimentari che svolgono attività di trasformazione e commercializzazione; Microimprese e PMI (Raccomandazione 2003/361/CE); Imprese Intermedie (con meno di 750 occupati oppure con un fatturato inferiore ai 200 milioni di euro); Grandi imprese.

MISURA 6 - SVILUPPO DELLE AZIENDE AGRICOLE E DELLE IMPRESE

Tipo intervento 6.1.1 - Insediamento di giovani agricoltori

Beneficiari: Agricoltori di età compresa tra 18 e 40 anni che si insediano per la prima volta in un'azienda agricola in qualità di capo dell'azienda.

Tipo intervento 6.4.1 - Creazione e sviluppo della diversificazione delle imprese agricole

Beneficiari: Imprenditori agricoli.

MISURA 16 - COOPERAZIONE

Tipo intervento 16.4.1 - Cooperazione per lo sviluppo delle filiere corte

Beneficiari: Forme di aggregazione (inclusi i Gruppi operativi) che realizzano il progetto o i suoi componenti.

Tipo intervento 16.6.1 - Sostegno alle filiere per l'approvvigionamento di biomasse nel settore alimentare, energetico e per i processi industriali

Beneficiari: Forme di aggregazione (inclusi i Gruppi operativi) che realizzano il progetto o i suoi componenti.

Tipo intervento 16.9.1 - Creazione e sviluppo di pratiche e reti per la diffusione dell'agricoltura sociale e delle fattorie didattiche

Beneficiari: Forme di aggregazione (inclusi i Gruppi operativi) che realizzano il progetto o i suoi componenti.

GIOVANI: BANDO ISMEA AUTOIMPREDITORIALITÀ E RICAMBIO GENERAZIONALE IN AGRICOLTURA

A partire dal 23 Ottobre è possibile per i giovani agricoltori accedere al portale dedicato *Ismea* per presentare le domande di agevolazioni per autoimprenditorialità e ricambio generazionale in agricoltura

Il Bando *Ismea* prevede contributi per il subentro, cioè la cessione di un'azienda a un'impresa a totale o prevalente partecipazione giovanile, e per ampliamento ed ammodernamento dell'azienda.

Destinatari sono le micro, piccole e medie imprese agricole organizzate sotto forma di ditta individuale o di società, composte da giovani di età compresa tra i 18 e i 40 anni non compiuti, con i seguenti requisiti:

1) subentro: imprese agricole regolarmente costituite da non più di 6 mesi con sede operativa sul territorio nazionale, con azienda cedente attiva da almeno 2 anni, economicamente e finanziariamente sana;

2) ampliamento: imprese agricole attive e regolarmente costituite da almeno due anni, con sede operativa sul territorio nazionale, economicamente e finanziariamente sane.

Le agevolazioni previste consistono in mutui a tasso zero pari al 75% delle spese ammissibili per un investimento aziendale che non potrà complessivamente superare 1.500.000 euro.

Gli investimenti ammissibili sono: studi di fattibilità, opere agronomiche e di miglioramento fondiario, opere edilizie per la costruzione o il miglioramento dei beni immobili, oneri per il rilascio di concessioni edilizie, allacciamenti, impianti, macchinari, attrezzature, servizi di progettazione, beni pluriennali e acquisti di terreni.

Il mutuo agevolato è della durata minima di 5 anni e massima di 15, ed è rimborsabile in rate semestrali con scadenza al 30 Giugno e al 31 Dicembre di ogni anno.

### ■ Convegno Cà del Poggio del 13.11.2018 - “Prosecco informazione e disinformazione”

Si è svolto il 13 Novembre 2018, presso la sala conferenze del magnifico Hotel Villa Del Poggio, immerso nelle colline del Prosecco Superiore Docg Conegliano Valdobbiadene, l'interessante e seguitissimo convegno intitolato “Prosecco informazione e disinformazione”.

Numeroso e curioso il pubblico presente, vista anche la presenza di illustri ospiti, quali il **Prof. Antonio Calò**, Presidente dell'Accademia Italiana della Vite del Vino, il quale ha presentato e ha fatto da moderatore all'incontro, il **Dott. Angelo Costacurta**, il **Dott. Michele Borgo**, il **Prof. Luigi Mariani** (quest'ultimo particolarmente seguito con il tema del mutamento climatico e del progressivo aumento della temperatura valutato con riguardo al mondo vitivinicolo), ed il **Dott. Innocente Nardi**.

Si allega l'intervento del Presidente dell'AIVV Prof. Antonio Calò [AI.5].

### ■ Dalla Georgia la vite che resiste alla peronospora

L'Università di Milano ha scoperto nel **vitigno autoctono caucasico “Mgaloblishvili”** un sistema di difesa unico contro l'insidiosa malattia fungina della peronospora.

Si aprono dunque nuove opportunità di miglioramento genetico della vite. “Mgaloblishvili” è un'uva autoctona a bacca rossa (*vitis vinifera*), proveniente dalla Georgia, che ha caratteristiche uniche di resistenza alle malattie.

La scoperta è stata fatta da un team di ricerca coordinato dall'Università di Milano, in collaborazione con “Fondazione Edmund Mach” di San Michele all'Adige, “Scientific Research Center of Agriculture” e “Georgian Technical University” di Tbilisi. Particolarmente, i risultati sono stati pubblicati su “Scientific Reports” del gruppo Nature. La *vitis vinifera*, oggi coltivata in tutto il mondo per la produzione di vino, è estremamente sensibile all'agente della peronospora (il fungo *Plasmopara viticola*).

La coltivazione di varietà resistenti è un modo sostenibile per ridurre i danni causati da questo fungo e l'impatto della gestione della malattia, che comporta costi economici, sanitari e ambientali per la frequente applicazione di fungicidi.

Allo stato attuale, le varietà resistenti registrate in Europa per la coltivazione sono ottenute da incrocio tradizionale (senza utilizzo dell'ingegneria genetica) tra la vite europea e altre specie, asiatiche o americane, che sono interfertili con la vinifera.

La scoperta dell'Università di Milano rappresenta un'importante novità per il settore. «Abbiamo riscontrato caratteristiche uniche di resistenza alla peronospora nella varietà

*Mgaloblishvili, originaria della Georgia», dichiarano le ricercatrici del dipartimento di Scienze agrarie e ambientali Silvia Toffolatti e Gabriella De Lorenzis. «La sua risposta difensiva alla Plasmopara viticola, che porta a una limitazione della sua crescita e sporulazione, è determinata dalla sovraespressione di geni legati al riconoscimento patogeno, alla via di segnalazione dell'etilene, alla sintesi di composti antimicrobici ed enzimi e allo sviluppo di barriere strutturali».*

### ■ **Elenco dei prodotti agroalimentari tradizionali - Ministero delle politiche agricole alimentari, forestali e del turismo**

E' stato pubblicato lo scorso 03.03.2018, in Gazzetta Ufficiale, da parte del MIPAAF, la 18° revisione dell'”**Elenco dei prodotti agroalimentari tradizionali**”, che si allega **[All.6]**.

Grazie per l'attenzione. Da parte di tutto lo Staff auguri di buone festività ed a presto, con il prossimo numero del Nostro Bollettino n. 34 che uscirà verso la fine del mese di Marzo 2019.

DR