



Il mondo del vino

tutela del marchio e non solo

 **bugnion**
The way to

 **bugnion**legal
The way to



**IL
MONDO
DEL
VINO**

**TUTELA
DEL
MARCHIO
E NON SOLO**


**TUTELA
DEL MARCHIO,
ETICHETTATURA
E PACKAGING,
E-COMMERCE
E SOCIAL NETWORK**

**TUTTE
LE RISPOSTE
ALLE TUE
DOMANDE!**

BUGNION e EY supportano le aziende nell'individuare, tutelare e valorizzare le idee ed ottenerne dei diritti esclusivi. Tali diritti costituiscono un elemento fondamentale del patrimonio aziendale e rappresentano quindi un vantaggio competitivo dell'impresa.

Un team di professionisti che conta oltre 70 tra mandatarî marchi e brevetti e 40 avvocati, specializzati nella proprietà intellettuale. La presenza capillare dei nostri professionisti in Italia e all'estero ci permette di mantenere uno stretto contatto con il territorio.





COME POSSO TUTELARE IL MIO MARCHIO, LA TRACCIABILITÀ E L'IMMAGINE DEL MIO PRODOTTO?

L'etichetta è da considerarsi come la carta di identità del prodotto. Essa, infatti, presenta una pluralità di informazioni che consentono al consumatore:

- di essere correttamente informato sul contenuto e sulla composizione dei prodotti, allo scopo di tutelarne la salute e gli interessi;
- di scegliere il prodotto più vicino alle proprie esigenze;
- di attuare una valutazione sul rapporto qualità/prezzo.

Dette informazioni possono essere raggruppate e suddivise nelle seguenti due categorie:

- indicazioni obbligatorie per legge, disciplinate dai regolamenti europei e dalla normativa, sia europea che nazionale;
- indicazioni facoltative, che includono, tra le altre, anche il marchio.

**ELEMENTI
PROTEGGIBILI
COME MARCHI
NELL'ETICHETTA**

MARCHI

MARCHIO SPECIALE
nome del vino

MARCHIO FIGURATIVO
stemma

etichetta
nel suo complesso

MARCHIO GENERALE
nome del produttore

NOME VINO



**INDICAZIONI
DESCRITTIVE**

non registrabili come marchio

provenienza geografica

epoca
di fabbricazione/attività

gradazione alcolica

quantità

qualità/specie

DOC / DOCG / IGP



COSA PUÒ ESSERE MARCHIO?

Possono costituire marchi d'impresa tutti i segni – rappresentabili graficamente – idonei a distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli altrui, in particolare le parole, i nomi di persone, i disegni, le lettere, le cifre, i suoni, la forma del prodotto o della sua confezione, le combinazioni o le tonalità cromatiche.





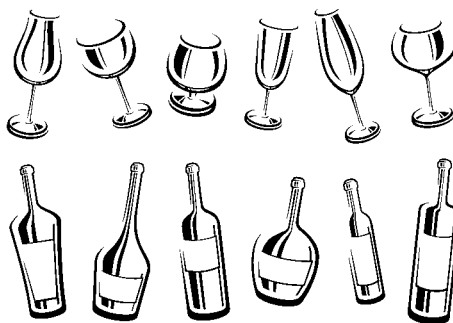
PAROLE
NOMI DI PERSONE
DISEGNI



CIFRE E SIGLE



FORME
DEL PRODOTTO
O DELLA SUA
CONFEZIONE



COMBINAZIONI
O TONALITÀ
CROMATICHE



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

NOVITÀ

ossia non confondibile con segni distintivi anteriori altrui (marchi, nomi a dominio, nomi commerciali);

**CAPACITÀ
DISTINTIVA**

ossia idoneo a distinguere un prodotto o servizio da quello di altri

LICEITÀ

ossia non contrario alla legge, all'ordine pubblico e 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.

IL MODELLO BLOCKCHAIN PER L'AGRI-FOOD

**ORIGINE
QUALITÀ
AUTENTICITÀ**

Grazie alla tecnologia Blockchain è possibile tracciare ed autocertificare ogni singolo processo di lavorazione tra cui l'origine, la qualità, l'autenticità.

LANDING PAGE

L'autocertificazione e la pubblicazione dei dati raccolti avviene attraverso la storicizzazione in Blockchain, e la pubblicazione nella landing page consultata dal consumatore.



I benefici non sono solo per il consumatore, ma anche per il produttore quali:

BENEFICI

- Raccolta e digitalizzazione dati operativi/gestionali attraverso una piattaforma unica ed integrata
- Monitoraggio e controllo in tempo reale dell'intera filiera
- Profilazione e conoscenza del consumatore grazie alle interazioni web
- Brand Awareness grazie ad un miglior posizionamento nell'arena competitiva, con particolare riferimento al mercato estero.

QUALI INDICAZIONI DEVO INSERIRE IN ETICHETTA?

LE SETTE
INDICAZIONI
CHE NON
POSSONO MAI
MANCARE
IN ETICHETTA

- CHE VINO È? denominazione di vendita
- CHI LO PRODUCE? azienda imbottigliatrice
- DOVE È PRODOTTO? provenienza
- QUANTO VINO CONTIENE QUESTA BOTTIGLIA? volume nominale
- QUANTO ALCOL C'È? titolo alcolometrico
- QUANDO È STATO CONFEZIONATO? numero di lotto
- CONTIENE ALLERGENI? solfiti
- DOC/DOCG O IGT? relative indicazioni

SENZA DIMENTICARE IL NUOVO CODICE DEL VINO

QUANDO
L'ETICHETTA
È PERFETTA

SI

NO

alla riconoscibilità del marchio

alla contraffazione

alla corretta veicolazione
delle informazioni

alle sanzioni

alla valorizzazione
delle caratteristiche del prodotto

all'essere uno fra tanti
sugli scaffali

alla valorizzazione
delle eccellenze del territorio

COME ETICHETTARE UN VINO BIOLOGICO?

**PER POTER
ETICHETTARE
UN VINO COME
"BIOLOGICO"
OCCORRE:**

La scelta di produrre vino biologico, oltre a rispondere alle esigenze dei produttori che vogliono aderire a un modello di sviluppo sostenibile, può rappresentare una valutazione di mercato, dettata dalla sempre maggiore attenzione che il consumatore dedica ai metodi di produzione e più in generale ai principi di salvaguardia e valorizzazione del territorio, dell'ambiente e della salute.

- che le uve provengano da agricoltura biologica certificata, ai sensi del Reg. 834/2007;
- che i processi di cantina seguano le regole stabilite nel Reg. 203/2012 e siano certificati.

L'etichetta in questo caso dovrà obbligatoriamente indicare il numero di codice dell'autorità o dell'organismo di controllo che ha rilasciato la certificazione e il logo comunitario.

**ATTENZIONE
ALLA CORRETTA
DICITURA
IN ETICHETTA!**



**QUAL È
L'ERRORE?**

Dall'entrata in vigore del Regolamento 203/2012, non è più possibile utilizzare la dicitura "vino ottenuto da uve biologiche" ma solo "vino biologico".

**OCCORRE SEMPRE UN OCCHIO ESPERTO
CHE SUPERVISIONI L'ETICHETTA ANCHE ALLA LUCE
DELLE NOVITÀ NORMATIVE DAL 2021!**

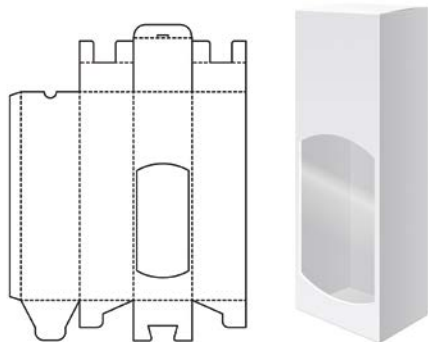
COME FACCIAMO A TUTELARE L'ASPETTO ESTERIORE E/O IL PACKAGING DEL MIO NUOVO PRODOTTO?

Ci sono forme frutto di significativi investimenti in ricerca e sviluppo che svolgono un importante ruolo attrattivo nei confronti del consumatore, ma che NON comunicano un'origine imprenditoriale.

La normativa sul DESIGN prevede che possono essere tutelate le FORME del prodotto o di una sua parte quale risulta, in particolare, dalle caratteristiche delle linee, dei contorni, dei colori, della forma, della struttura superficiale ovvero dei materiali del prodotto stesso ovvero del suo ornamento, a condizione che siano nuovi ed abbiano carattere individuale.

ECCO ALCUNI
ESEMPI:

PACKAGING
ED ELEMENTI
DECORATIVI





LAYOUT
NEGOZI / CANTINE



MENÙ

ABBIGLIAMENTO
DEL PERSONALE
DEL RISTORANTE



COSA È POSSIBILE TUTELARE CON IL BREVETTO NEL SETTORE AGROALIMENTARE E VITIVINICOLO?

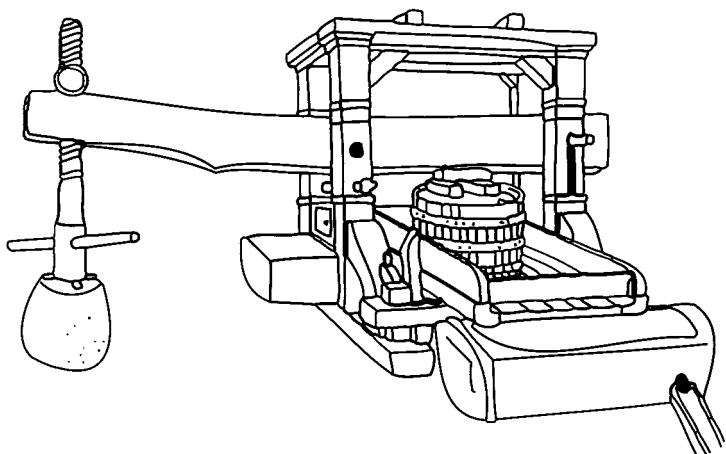
In ambito alimentare, possono essere oggetto di tutela brevettuale i procedimenti e metodi quali ad esempio di produzione, cottura, vinificazione ecc..

Anche le composizioni, nonché un diverso uso delle sostanze, possono costituire invenzioni e quindi essere tutelate mediante brevetto di invenzione. **Le ricette intese come una sequenza di fasi** in cui vengono combinate tra loro quantità predefinite di sostanze, possono essere tutelate come brevetto, se concepite come una soluzione ad un problema tecnico.

Inoltre, possono costituire oggetto di invenzione anche le apparecchiature, quali ad esempio strumenti di produzione o lavorazione di sostanze e prodotti nonché contenitori per prodotti alimentari.

APPARECCHIATURE
METODI
PROCEDIMENTI

COMPOSIZIONI
ALIMENTARI
O USI PARTICOLARI
DI ALCUNI
INGREDIENTI



E-COMMERCE: COME-DOVE- PERCHÉ

Aprire un proprio sito internet o affidarsi a un sito specializzato, a un flash-sales o a un market place?

Oggi esistono diverse modalità per aumentare la propria visibilità e possibilità di vendita su canali alternativi a quelli tradizionali.

Non sempre però andare "online" può essere conveniente come sembra, i nostri studi possono assistervi nel valutare la migliore soluzione adatta alle esigenze della tua azienda.

Occorre sempre registrare il proprio marchio anche come nome a dominio: gli illeciti in questo campo sono molto frequenti, meglio tutelarsi con anticipo.



HO PENSATO DI RIVOLGERMI
A UN FOOD AND WINE BLOGGER,
VORREI CHE IL MIO VINO
VENISSE POSTATO DAL BLOGGER
SUI SOCIAL COME INSTAGRAM...

I social network si sa, sono un ottimo strumento, per farsi conoscere velocemente in tutto il mondo.

Se la vostra azienda non ha abbastanza follower o per qualsiasi motivo pensate che un influencer potrebbe aiutarvi ad aumentare la vostra visibilità, è necessario prestare attenzione alle modalità con cui si decide di "postare" il vostro contenuto.

LA FOOD
BLOGGER
HA INSERITO
HASHTAG
O UN DISCLAIMER
CORRETTO ?





HANNO COPIATO IL MIO PRODOTTO, COSA POSSO FARE?

In caso di contraffazione del prodotto, del marchio o in generale in caso di violazione dei diritti di proprietà industriale è opportuno agire immediatamente.

Le azioni possono essere diverse a seconda delle esigenze e a seconda del contraffattore:

- intervento stragiudiziale, tramite l'invio di una lettera di diffida che invita controparte alla immediata cessazione dei comportamenti illeciti;
- blocco dell'attività illecita tramite intervento giudiziale e/o doganale;
- azione civile e/o penale.

MOLTE VOLTE PERÒ IMPOSTARE LE RELAZIONI
COMMERCIALI SULLA BASE DI UN BUON
CONTRATTO PERMETTE DI EVITARE L'APRIRSI
DI CONTENZIOSI.



NOVITÀ! I MARCHI DI CERTIFICAZIONE

Da ottobre 2017 è stata introdotta una nuova tipologia di marchio per l'UE: i marchi di certificazione.

I marchi di certificazione UE sono definiti come marchi *"idonei a distinguere i prodotti o i servizi certificati dal titolare del marchio in relazione al materiale, al procedimento di fabbricazione dei prodotti o alla prestazione del servizio, alla qualità, alla precisione o ad altre caratteristiche, ad eccezione della provenienza geografica, da prodotti e servizi non certificati"*.

Al titolare di un marchio di certificazione è precluso – per evidenti ragioni di terzietà – l'utilizzo del marchio per i prodotti o i servizi certificati.

Il marchio di certificazione costituisce quindi un nuovo strumento a disposizione delle aziende le quali, tramite associazioni rappresentative, potranno valorizzare qualità o procedure produttive virtuose.



bugnion
The way to

v.le Lancetti 17
20158 Milano
T +39 02 693031

www.bugnion.eu
donatella.prandin@bugnion.eu

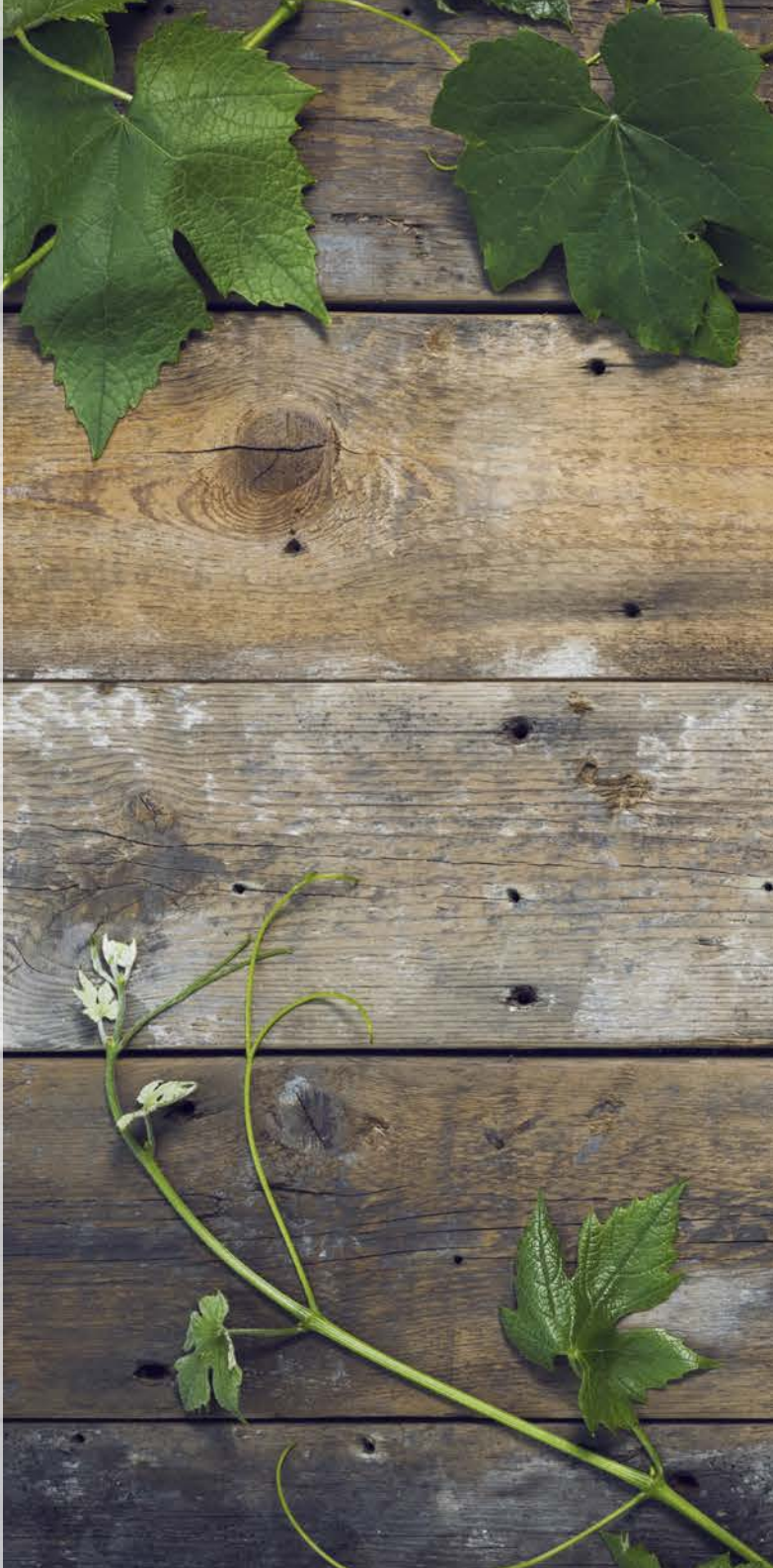


EY

**Building a better
working world**

via Meravigli 14
20123 Milano
T +39 339 7980837

nicoletta.colombo@it.ey.com





**ANCONA | BOLOGNA | BRESCIA | FIRENZE | MILANO | MODENA | PARMA
REGGIO CALABRIA | REGGIO EMILIA | RIMINI | ROMA | UDINE | VERONA
ALICANTE (ES) | LOS ANGELES (US) | MÜNCHEN (DE)**

Sede Legale: V.le Lancetti, 17 - 20158 Milano (IT) - Phone +39 02693031

www.bugnion.eu - email: segreteria generale@bugnion.eu

© Bugnion S.p.A. - Tutti i diritti riservati - Ottobre 2019