



Le origini storiche e la diffusione dei marchi commerciali

A cura di Cristina Accornero, ISMEL



Si narra di un episodio dai tratti leggendari che tuttavia testimonia la necessità di tutela e difendere i diritti d'autore già in epoca antica.

Le cronache medievale raccontano un evento sanguinoso, denominato la “battaglia del libro”, avvenuta in terra irlandese nel 561. San Columba di Iona, accusato di avere copiato abusivamente un prezioso libretto di salmi, è costretto ad affrontare il re Diarmuid e le sue truppe, che pretendono la restituzione della copia. Il violento scontro si conclude con centinaia di vittime e con la sconfitta del re, obbligato a dare il libro dei salmi.

Un primo esempio di legge, considerata l'antesignana della legislatura moderna in materia di marchi, è rintracciabile in Inghilterra.

Nel 1266 la Baker Marking Law obbliga i panettieri a marciare il pane appena sfornato con lo scopo di tutelare il consumatore. Nell'Europa medievale diventa consuetudine la pratica della punzonatura di oggetti realizzati in metalli preziosi. In Francia, nel 1275, il re Filippo l'Ardito impone l'obbligo che ogni città utilizzi un marchio specifico per tutelare le opere di oreficeria.

Quando inizia a diffondersi l'uso del marchio?

I marchi nascono in contemporanea alle rivoluzioni tecnologiche e commerciali avvenute verso la fine del Medioevo ma si può collocare un loro primo utilizzo nel periodo del Rinascimento. Il primo brevetto noto è quello concesso a Filippo Brunelleschi a Firenze nel 1421. L'architetto fiorentino ottiene un brevetto per una sua invenzione riguardante il trasporto e il sollevamento dei marmi utilizzati per la costruzione della cattedrale. Nella Repubblica di Venezia, nel 1474, il Senato promulga il primo atto normativo per la concessione dei brevetti, che trasforma la città in un centro di innovazione tecnologica e di sviluppo tra i secoli XV e XVI.

L'uso dei marchi commerciali si sviluppa man mano che produzione mercato si innovano e si trasformano. Nel XVIII secolo nascono alcuni celebri marchi che non sono mai tramontati e resistono nel tempo e che sono riconosciuti per il suo simbolo e per il suo nome come le birre Löwenbräu, che risale al 1746, e Stella Artois che inizia la sua attività nel 1708.





Il grande sviluppo o la svolta a scala globale corrisponde alla fase della seconda rivoluzione industriale. Sul piano istituzionale il marchio ottiene un riconoscimento attraverso la creazione di associazioni e convenzioni internazionali. Nel 1878 nasce l'United States Trademark Association, che si trasformerà nell'International Trademark Association, attiva tuttora nella promozione e protezione dei marchi.

Il primo importante trattato internazionale sulla proprietà intellettuale e industriale, firmato il 20 marzo 1893, è la Convenzione di Parigi per la Protezione della Proprietà Industriale. L'accordo è sottoscritto da undici Paesi, tra cui l'Italia ed è tuttora vigente, con 176 Stati aderenti. Nel 1886 la Convenzione di Berna sancisce il diritto di protezione di Copyright, in particolare la tutela delle opere artistiche e dei diritti dei loro autori.

Il 1891 è un anno importante perché è stipulato l'Accordo di Madrid per la registrazione internazionale dei marchi che nel corso del tempo subisce modifiche e revisioni a Washington nel 1911, all'Aja nel 1925, a Londra nel 1934, a Lisbona nel 1958 e a Stoccolma nel 1967. Nel 1893 nascono i Bureaux internationaux réunis pour la propriété intellectuelle con lo scopo di disciplinare le convenzioni di Berna e di Parigi. Nel 1967 le Nazioni Unite creano la World Intellectual Property Organization con sede a Ginevra.

Nel corso del XX secolo, grazie anche allo sviluppo delle relazioni internazionali, aumentano le legislazioni nazionali e gli accordi sovranazionali in materia di marchi. L'Accordo di Nizza del 1957 stabilisce un sistema di classificazione in classi merceologiche. Tale convenzione ha subito successivamente modifiche fino al 2002, che stabiliscono una ripartizione di 45 classi.

Le tappe fondamentali in materia di marchi nel corso della seconda metà del Novecento sono:

1. Nel 1994 la creazione del WTO (World Trade Organization) ha definito e adottato gli accordi TRIPS (Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights) che prevedono la tutela delle indicazioni geografiche.
2. Il Protocollo di Madrid del 1996, come integrazione all'accordo precedente del 1891 a cui aderiscono la maggior parte dei Paesi del mondo.
3. Nel 1996 la protezione del marchio avviene con un unico deposito, fase di esame e di registrazione nei 28 Paesi dell'Unione Europea. L'istituzione che si occupa della registrazione del marchio è l'Ufficio per l'Armonizzazione del Mercato Interno (UAMI) con sede ad Alicante in Spagna. Dal 2016 l'UAMI ha cambiato denominazione in Ufficio dell'Unione Europea per la Proprietà Intellettuale (EUIPO).





Nell'ambito dell'Unione Europea è entrato in vigore il Regolamento UE 2015/2424 che modifica il regolamento precedente n. 2868/95 del Consiglio del marchio comunitario. Esiste anche la Direttiva UE 2015/2436 del Parlamento Europeo e del Consiglio sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri in materia di marchi di impresa.

Bibliografia:

Maria Cristina Baldini e Pierstefano Berta, *Il vino e i marchi. Teoria e pratica dell'uso e della difesa dei marchi nel settore enologico e degli spiriti*, Edizioni OICCE, Asti 2016