



## I segni © e ®: significato e differenze

**Autore :** Giovanni Bonomo

**Data:** 27/02/2013

*Diritto d'autore e tutela del marchio: due diritti distinti che tuttavia vengono spesso confusi. Ecco una breve sintesi delle due figure.*

Capita spesso di vedere, vicino a un nome, il segno il simbolo © oppure il simbolo ®, i quali, per chi abbia dimestichezza con il diritto, hanno un significato chiaro; ma così può non essere per tutti. Quindi è utile spiegarne sinteticamente le differenze.

Il simbolo ©, consistente in una "C" cerchiata - in caso non si possa inserire il simbolo manualmente, si può inserire la C tra parentesi (C) -, deriva dalla parola inglese **copyright** e viene usato per indicare la presenza di diritti riservati di autore secondo il sistema statunitense e in genere di diritto anglosassone.

Si ricorda che il **diritto d'autore** è la posizione giuridica soggettiva dell'autore di un'opera dell'ingegno a cui i diversi ordinamenti nazionali e le varie convenzioni internazionali (si veda ad esempio la Convenzione di Berna) riconoscono la facoltà originaria esclusiva di diffusione e sfruttamento dell'opera stessa.



Nei sistemi di *civil law* (tra i quali l'Italia) si parla, appunto di diritto d'autore, mentre negli ordinamenti di *common law*, come gli Stati Uniti e la Gran Bretagna, esiste questo istituto, parzialmente diverso, del **copyright**. Al di là delle differenze, è importante ricordare che il diritto morale d'autore su un'opera creata (consistente nel diritto ad essere indicato quale autore dell'opera, anche qualora vengano alienate le facoltà di sfruttamento economico sulla stessa) è riconosciuto in tutte le legislazioni, anche in quelle di *common law*. Il diritto d'autore e il *copyright* nascono già con la creazione dell'opera dell'ingegno.

Il simbolo ® serve a indicare, invece, un **marchio registrato**. Il marchio è un qualunque segno distintivo suscettibile di essere rappresentato graficamente, e può consistere in parole (marchio verbale), disegni, lettere, cifre, suoni, addirittura la forma di un prodotto o della confezione di esso (marchio di forma), combinazioni o tonalità cromatiche, purché siano tutte caratteristiche idonee a distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelle delle altre.

In Italia, il marchio, quale segno distintivo tipico solitamente di un'impresa, è disciplinato dal Codice della proprietà industriale **[1]**.

Tramite il **procedimento di registrazione** dinanzi all'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (UIBM) il marchio, già di fatto meritevole di tutela quale segno distintivo, acquista una protezione rafforzata quale marchio registrato: basti considerare che, dal momento della registrazione, il marchio ha data certa, mentre un **marchio di fatto** (cioè non registrato) comporta l'onere per il titolare, in caso di contestazioni che si basino su denominazioni identiche o simili, di dimostrare sia la **notorietà** che il **preuso**.

La registrazione dura **dieci anni** a partire dalla data di deposito della domanda, salvo il caso di rinuncia del titolare e alla scadenza può essere rinnovata ogni volta per ulteriori dieci anni.



Per essere tutelato giuridicamente, il segno che si intende registrare come marchio deve essere anzitutto **originale [2]**, in modo da consentire l'individuazione dei prodotti contrassegnati fra tutti i prodotti dello stesso genere presenti sul mercato.

Di conseguenza non possono essere utilizzate come marchio le denominazioni generiche, quelle descrittive, e le espressioni, anche straniere, divenute di uso linguistico comune.

**Note:**

**[1]** Art. 7 e 28 del D. Lgs. n. 30 del 10 febbraio 2005.

**[2]** Deve cioè avere i requisiti di tutela di cui all'art. 13 ("Capacità distintiva") del codice di proprietà intellettuale.