

Informazioni sulle etichette e questioni giuridiche relative ai marchi verdi

1 Tipi di marchi e marchi verdi

Il termine «marchio verde» è stato introdotto nelle pubblicazioni sulla proprietà intellettuale solo di recente e non è un concetto giuridico. I marchi verdi non sono infatti un tipo di marchio in senso giuridico. La loro particolarità consiste nel contenere parole, slogan o rappresentazioni grafiche che, singolarmente o in combinazione, rimandano alla protezione dell'ambiente o alla sostenibilità. Per questo motivo nelle pubblicazioni sul tema dei marchi verdi, se ne parla talvolta nel contesto della comunicazione aziendale riguardante la protezione dell'ambiente (p. es. [Maggiore 2021](#) in inglese e [Park 2022](#) in francese e inglese).

2 Condizioni di protezione per i marchi verdi

Appartenenza al dominio pubblico

I marchi verdi sono marchi ordinari e quindi, per definizione, segni distintivi. Il carattere distintivo si misura in base all'impressione complessiva suscitata dal marchio. In linea di massima i segni privi di carattere distintivo non possono essere protetti come marchi. Questo vale per i segni costituiti unicamente da indicazioni convenzionali, descrittive o elogiative, utilizzate singolarmente o in combinazione, a cui essenzialmente manca il carattere distintivo. Ad esempio, un segno che si limita a fare manifestamente riferimento all'impatto ambientale positivo o neutro dei prodotti o servizi rivendicati non può essere tutelato come marchio perché si tratta di un'indicazione descrittiva (Direttive dell'IPI in materia di marchi, di seguito Direttive sui marchi, Parte 5, n. 4.4.1 e 4.4.2). Un marchio può essere rifiutato anche se si limita a una designazione generale di natura pubblicitaria o se consiste in uno slogan privo di carattere distintivo (Direttive sui marchi, Parte 5, n. 4.4.3 e 4.4.5).

Tuttavia, un marchio verde può essere protetto se combina elementi relativi alla protezione ambientale o alla sostenibilità con altri elementi quali parole, lettere, cifre o elementi figurativi, in modo che il segno nel suo complesso risulti distintivo.

Esempio di segno respinto per mancanza di carattere distintivo:

ECOSHELL

Segno parzialmente respinto per i prodotti tessili delle classi 24 e 25: gli elementi combinati con l'elemento ECO e il colore verde non erano sufficienti a conferire carattere distintivo al segno. Sentenza B-103/2020 del Tribunale amministrativo federale del 10 maggio 2021.

Esempi di segni che sono stati accettati sotto il profilo del carattere distintivo:



CH 805891, cl. 41



Sustainable and fair.

CH 788664, cl. 35, 41



Rischio palese di indurre in errore

Un marchio non deve indurre in errore. In altre parole, non deve contenere informazioni fuorvianti sull'origine, la qualità o le caratteristiche dei prodotti o dei servizi. Nella sua prassi l'IPI non verifica la veridicità delle informazioni contenute nel marchio. Questo vale anche per le indicazioni ambientali nei marchi verdi. L'IPI non esamina nemmeno le caratteristiche effettive del depositante del marchio. Secondo la prassi dell'IPI, non sussiste alcun rischio d'indurre in errore se è possibile un utilizzo corretto del segno per i prodotti e/o servizi rivendicati.

In altri termini, l'IPI respinge la registrazione di un segno a causa del rischio d'indurre in errore solo se questo è **palese**. Di conseguenza è estremamente raro che la registrazione di un marchio verde venga rifiutata per questo motivo. Secondo la prassi costante dell'IPI, i segni con la componente BIO per i prodotti sintetici sono respinti in quanto inducono in errore, mentre sono ammessi senza problemi per i prodotti agricoli (Direttive sui marchi, Parte 5, n. 5).

3 Marchi di garanzia ed etichette ecologiche: requisiti speciali

Le aziende desiderano spesso comunicare ai consumatori anche tramite un'**etichetta ecologica** che i loro beni o servizi soddisfano determinati standard ecologici o di sostenibilità. Secondo [la Segreteria di Stato dell'economia](#) queste etichette hanno lo scopo di consentire ai consumatori di acquistare consapevolmente prodotti fabbricati in modo ecologico e sostenibile (v. in merito www.labelinfo.ch/fr/list, sito disponibile in tedesco e francese). Le etichette ecologiche possono essere protette come marchi dai loro titolari. A tal fine il diritto svizzero riconosce diversi tipi di marchi, per i quali valgono requisiti diversi. I titolari delle etichette devono decidere quale di questi tipi di marchio fa al caso loro in base alle caratteristiche specifiche dell'etichetta in questione. Una categoria speciale è costituita dal **marchio di garanzia**, che offre notevoli vantaggi per la protezione delle etichette ecologiche secondo il diritto dei marchi.

I marchi di garanzia sono utilizzati in particolare per garantire che prodotti o servizi di aziende diverse presentino caratteristiche comuni. Si tratta, ad esempio, della qualità (capi d'abbigliamento in cotone), della provenienza geografica (prodotti

svizzeri, prodotti del Vallese), del tipo di fabbricazione (prodotti di coltivazione biologica o di allevamento rispettoso degli animali, produzione secondo i criteri ecologici) o di proprietà tecniche (prodotti con prova di conformità o del commercio equo). A tal fine, la domanda di registrazione di un marchio di garanzia deve essere corredata da un regolamento del marchio che deve definire le caratteristiche comuni dei prodotti e servizi per i quali il segno è utilizzato come marchio. Queste caratteristiche comuni devono essere oggettive. Il titolare del marchio è tenuto a controllare il rispetto delle caratteristiche comuni (cfr. art. 21, cpv. 1 della legge sulla protezione dei marchi, LPM). Il regolamento del marchio deve inoltre prevedere sistemi di controllo e sanzioni adeguate in caso di uso illecito del marchio (cfr. art. 23 cpv. 2 LPM, Direttive sui marchi, Parte 5, n. 10.3).

Di conseguenza, per registrare un segno come marchio di garanzia devono essere soddisfatte condizioni particolari. Il marchio di garanzia diventa così uno strumento di protezione che soddisfa sostanzialmente le aspettative dei consumatori e dei mercati per quanto riguarda l'uso delle etichette ecologiche nel commercio.