

Start up note legali

Approfondimento nell'ambito del Progetto NIC NET

Claudia Cevenini

Dottore commercialista Revisore legale
Dottore di ricerca in Informatica giuridica e diritto dell'informatica

Normativa di settore

Le regole in Emilia-Romagna:

<http://imprese.regione.emilia-romagna.it/commercio/temi/pubblici-esercizi-di-somministrazione-di-alimenti-e-bevande/normativa-di-settore>

Comune di Bologna apertura attività

http://www.comune.bologna.it/impresa/domande_ricorrenti/40592

La scelta del marchio 1/2

NUOVE IMPRESE CREATIVE

Possono costituire oggetto di **registrazione** come **marchio d'impresa tutti i segni** suscettibili di essere **rappresentati graficamente**, in particolare le **parole**, compresi i **nomi di persone**, i **disegni**, le **lettere**, le **cifre**, i **suoni**, la **forma del prodotto** o della **confezione** di esso, le **combinazioni** o le **tonalità cromatiche**, purché siano atti a **distinguere i prodotti o i servizi** di un'impresa da quelli di altre imprese.

La scelta del marchio 2/2

Quando si registra un marchio non lo si può fare per qualsiasi attività ma occorre **identificare** i **prodotti/servizi** per i quali si deposita il marchio, ossia le c.d. **Classi**.

Un marchio si può **registrare** per **una o più classi**.

Si segue la classificazione di Nizza (45 classi)

http://www.rm.camcom.it/pagina352_classificazione-di-nizza-10-edizione.html

Esempi di classi: prodotti chimici, macchine utensili, mobili, abbigliamento, giocattoli, birra, tabacco (prodotti); pubblicità, assicurazioni, servizi medici, servizi legali (servizi).

Novità 1/3

Non possono essere **registrati** come **marchio** d'impresa i segni che alla data del deposito della domanda:

a) siano **identici o simili** a un **segno** già **noto** (=conosciuto) come **marchio o segno distintivo** di prodotti o servizi fabbricati, messi in commercio o prestati da altri per **prodotti o servizi identici o affini**, se possa determinarsi un **rischio di confusione o associazione** fra i due segni.

b) siano **identici o simili** a un segno già **noto** come **ditta**, denominazione o **ragione sociale**, **insegna** e **nome a dominio**, o altro segno distintivo adottato da altri, **se** possa sorgere un **rischio di confusione** per il pubblico o in un rischio di **associazione** fra i due segni.

Novità 2/3

c) siano **identici** ad un **marchio** già da altri **registrato nello Stato o con efficacia nello Stato** per **prodotti o servizi identici**;

d) siano **identici** o **simili** ad un **marchio** già da altri **registrato nello Stato o con efficacia nello Stato** per **prodotti o servizi identici o affini**, se a causa dell'identità o somiglianza fra i segni e dell'identità o affinità fra i prodotti o i servizi possa determinarsi un **rischio di confusione** per il pubblico, che può consistere anche in un rischio di **associazione** fra i due segni;

Novità 3/3

e) siano **identici** o **simili** ad un **marchio** già da altri **registrato** nello Stato o con efficacia nello Stato per **prodotti o servizi anche non affini, quando il marchio anteriore goda nella Comunità, se comunitario, o nello Stato, di rinomanza** e quando l'uso di quello successivo senza giusto motivo trarrebbe **indebitamente vantaggio** dal **carattere distintivo** o dalla **rinomanza** del **segno anteriore** o recherebbe **pregiudizio** agli stessi;

Capacità distintiva

Non possono costituire oggetto di registrazione come **marchio** d'impresa i **segni privi di carattere distintivo** e in particolare:

a) quelli che consistono **esclusivamente** in **segni** divenuti di **uso comune** nel **linguaggio corrente** o negli **usi costanti del commercio**;

b) quelli costituiti **esclusivamente** dalle **denominazioni generiche** di **prodotti o servizi** o da **indicazioni descrittive**, es. che indichino la **specie**, la **qualità**, la **quantità**, la **destinazione**, il **valore**, la **provenienza geografica** o l'**epoca di fabbricazione**.

Marchio forte e debole

Il **marchio forte** ha una notevole capacità distintiva, è costituito in genere da nomi di fantasia, che non hanno attinenza col prodotto o servizio contraddistinti dal marchio.

Es. Diesel (abbigliamento), Nokia, Kodak, Google, Nutella

Il **marchio debole** possiede una capacità distintiva molto bassa in quanto legato alle caratteristiche del prodotto/servizio cui si riferisce. Bastano lievi varianti al marchio per evitare la confondibilità e crearne lecitamente uno nuovo.

Es. Divani & divani, Poltronesofà, Benagol, Momendol, Condiriso

Effetti della registrazione

I **diritti esclusivi sul marchio** sono conferiti con la **registrazione**.

La registrazione dura **10 anni** a partire dalla **data di deposito** della domanda, salvo il caso di rinuncia del titolare.

La registrazione può essere rinnovata per lo stesso marchio precedente, per lo stesso genere di prodotti o di servizi.

La **rinnovazione** si effettua per periodi di **10 anni**.

Limitazioni al diritto di marchio

NUOVE IMPRESE CREATIVE

Il **titolare** dei diritti di marchio registrato **non può vietare** ai terzi l'uso nell'attività economica, purché l'uso sia conforme ai principi della **correttezza professionale**:

a) del loro **nome e indirizzo**;

b) di indicazioni relative alla specie, alla qualità, alla quantità, alla destinazione, al valore, alla provenienza geografica, all'epoca di fabbricazione del prodotto o di prestazione del servizio o ad altre **caratteristiche** del **prodotto** o del **servizio**;

c) del **marchio d'impresa** se esso è **necessario** per indicare la **destinazione** di un **prodotto o servizio**, in particolare come accessori o pezzi di ricambio.

Unitarietà dei segni distintivi

È **vietato** adottare come **ditta, denominazione o ragione sociale, insegna e nome a dominio** di un sito usato nell'attività economica o altro segno distintivo un **segno uguale o simile all'altrui marchio** se, a causa dell'identità o dell'affinità tra l'attività di impresa dei titolari di quei segni ed i prodotti o servizi per i quali il marchio è adottato, possa determinarsi un **rischio di confusione** per il pubblico o un rischio di associazione fra i due segni.

Il **divieto si estende** all'adozione come ditta, denominazione o ragione sociale, insegna e nome a dominio di un sito usato nell'attività economica o altro segno distintivo di un segno uguale o simile ad un marchio registrato per **prodotti o servizi anche non affini**, che goda nello Stato di **rinomanza** se l'uso del segno senza giusto motivo consente di trarre indebitamente vantaggio dal carattere distintivo o dalla rinomanza del marchio o reca pregiudizio agli stessi.

Registrazione nome a dominio in violazione di norme o in malafede

Art. 118, c. 6 CPI

Salvo l'applicazione di ogni altra tutela, la **registrazione di nome a dominio** aziendale concessa **in violazione** dell'articolo 22 (=unitarietà dei segni distintivi) **o** richiesta in **mala fede, può** essere, su domanda dell'avente diritto, **revocata** oppure a lui **trasferita** da parte dell'autorità di registrazione.

Art. 133 CPI. Tutela cautelare dei nomi a dominio

L'**Autorità giudiziaria** può disporre, in via cautelare, oltre all'**inibitoria** dell'**uso del nome a dominio** aziendale **illegittimamente registrato**, anche il suo **trasferimento provvisorio**, subordinandolo, se ritenuto opportuno, alla prestazione di idonea **cauzione** da parte del beneficiario del provvedimento.

Inibitoria: <http://www.treccani.it/enciclopedia/inibitoria/>

Privacy – nuove norme di riferimento

Regolamento Generale sulla protezione dei dati (Reg. UE 2016/679) o GDPR (General Data Protection Regulation)

In vigore dal 25 maggio 2016

Si **applica direttamente** in tutti gli Stati Membri della UE dal **25 maggio 2018**

Margine di autonomia agli Stati Membri su determinati ambiti.

Codice privacy (D.Lgs. 196/03) è stato aggiornato a settembre 2018 per adeguarlo al Regolamento.

Trattamento dei dati personali

I dati personali devono essere :

- a) trattati in modo **lecito** e **corretto**;
- b) raccolti e registrati per **scopi determinati, espliciti e legittimi**;
- c) **esatti** e (se necessario) **aggiornati**;
- d) **pertinenti, completi** e **non eccedenti** gli **scopi**;
- e) conservati in modo da permettere l'**identificazione** dell'**interessato** per un **tempo non superiore** al **necessario**.

ATTENZIONE!!! Se i dati sono trattati **in violazione** della legge **NON** possono essere **utilizzati**.

Informativa 1/2

PRIMA di raccogliere i dati deve essere fornita un'informativa con un contenuto minimo (casi principali):

- l'identità e i dati di contatto del **titolare** del trattamento
- i dati di contatto del responsabile della protezione dei dati (**DPO**) se è stato nominato
- le **finalità** del trattamento e la base giuridica del trattamento
- eventuali **destinatari** o eventuali **categorie** di destinatari dei dati personali
- l'intenzione del titolare del trattamento di trasferire dati personali a un **paese terzo** o a un'organizzazione internazionale
- il **periodo di conservazione** dei dati personali o, se non è possibile, i **criteri** utilizzati per determinare tale periodo

Informativa 2/2

- **diritti** dell'interessato (es. accesso, cancellazione, rettifica, limitazione, opposizione portabilità)
- diritto di **revocare** il consenso in qualsiasi momento senza pregiudicare la liceità del trattamento basata sul consenso prestato prima della revoca
- diritto di proporre **reclamo** a un'autorità di controllo
- se la **comunicazione** di dati personali è un **obbligo legale o contrattuale** oppure un **requisito necessario** per la conclusione di un contratto, e se l'interessato ha l'obbligo di fornire i dati personali nonché le possibili conseguenze della mancata comunicazione di tali dati
- l'esistenza di un **processo decisionale automatizzato**, compresa la **profilazione**.

Il sito web – informazioni obbligatorie

Il **numero di partita I.V.A.** deve essere indicato nelle **dichiarazioni**, nella **home-page dell'eventuale sito web** e in ogni altro documento ove richiesto.

L'omessa indicazione, che costituisce un caso di violazione della legge tributaria, è punita con una sanzione amministrativa che può variare da € 258,23 a € 2.065,83.

SpA, SapA, Srl che dispongono di uno **spazio elettronico destinato alla comunicazione** collegato ad una rete telematica ad accesso pubblico forniscono, attraverso tale mezzo, le seguenti informazioni:

- sede della società,
- ufficio del registro delle imprese presso il quale la società è iscritta e numero d'iscrizione;
- capitale sociale versato ed esistente dall'ultimo bilancio;
- eventuale stato di liquidazione;
- eventuale status di società unipersonale.

Informazioni obbligatorie start up innovative

- a) data e luogo di costituzione, nome e indirizzo del notaio;
- b) sede principale ed eventuali sedi periferiche;
- c) oggetto sociale;
- d) breve descrizione dell'attività svolta, comprese l'attività e le spese in ricerca e sviluppo;
- e) elenco dei soci, con trasparenza rispetto a fiduciarie, holding, con autocertificazione di veridicità;
- f) elenco delle società partecipate;
- g) indicazione dei titoli di studio e delle esperienze professionali dei soci e del personale che lavora nella start-up innovativa, esclusi eventuali dati sensibili;
- h) indicazione dell'esistenza di relazioni professionali, di collaborazione o commerciali con incubatori certificati, investitori istituzionali e professionali, università e centri di ricerca;
- i) ultimo bilancio depositato, nello standard XBRL;
- l) elenco dei diritti di privativa su proprietà industriale e intellettuale.