

---

## Il marchio d'impresa: definizione e diritti del titolare

**Per le modalità operative di presentazione di un marchio, vedere le sezioni dedicate.**

Il marchio d'impresa costituisce un "segno" idoneo a identificare e differenziare i prodotti o i servizi fabbricati, commercializzati o resi da un'impresa rispetto a quelli concorrenti sul mercato. Esso può appartenere a una persona fisica, a una persona giuridica o ad un ente, incluse le Amministrazioni dello Stato, le Regioni, le Province e i Comuni.

Con la registrazione del marchio d'impresa, il titolare acquisisce il diritto esclusivo di utilizzo del segno sul territorio nazionale.

Tale diritto consente di:

- utilizzare il marchio in modo esclusivo per contraddistinguere i propri prodotti o servizi;
- vietare a soggetti terzi non autorizzati l'uso di segni identici o simili per prodotti o servizi uguali o affini;
- tutelare la propria identità commerciale da fenomeni di contraffazione o imitazione.

## Requisiti di registrabilità e segni tutelabili

Possono costituire oggetto di registrazione come marchio d'impresa tutti i segni idonei a distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli di altre imprese, a condizione che siano rappresentati nel registro in modo chiaro, preciso e tale da consentire di determinare con certezza l'oggetto della protezione conferita al titolare.

Rientrano in tale categoria:

- parole (ivi compresi i nomi di persona);
- disegni o loghi;
- lettere e cifre;
- suoni;
- la forma del prodotto o della sua confezione;
- combinazioni o tonalità cromatiche.

Ai fini dell'ottenimento della tutela giuridica, il marchio deve soddisfare tre requisiti fondamentali:

- **novità**: assenza sul mercato di prodotti o servizi contraddistinti da un segno da un segno identico o simile;
- **capacità distintiva**: attitudine del segno a distinguere chiaramente un prodotto o servizio da quello di altri soggetti, escludendo denominazioni o indicazioni generiche o meramente

---

descrittive;

- **liceità**: conformità alle norme di legge e all'ordine pubblico.

La normativa vigente **preclude la registrazione di specifiche categorie** di segni, tra cui:

- segni contrari alla legge, all'ordine pubblico o al buon costume;
- segni idonei a ingannare il pubblico, in particolare sulla provenienza geografica, sulla natura o sulla qualità dei prodotti o servizi;
- indicazioni geografiche;
- ritratti di persone senza il consenso delle medesime, o nomi di persona diversi da quello del richiedente qualora il loro uso leda la fama e il decoro dell'avente diritto;
- nomi di persona se notori, segni usati in campo artistico o sportivo, denominazioni e sigle di manifestazioni, enti e associazioni non aventi finalità economiche, senza il preventivo consenso dell'avente diritto;
- segni identici o simili a un segno già noto come ditta, denominazione o ragione sociale, qualora possa determinarsi un rischio di confusione per il pubblico a causa dell'affinità dei prodotti o servizi;
- segni identici o simili a un marchio registrato anteriormente nello Stato o, se comunitario, dotato di valida priorità, per prodotti o servizi anche non affini, qualora il marchio anteriore goda di rinomanza e l'uso del segno consenta di trarre indebitamente vantaggio dal suo carattere distintivo o ne rechi pregiudizio;
- segni che costituiscano violazione di un altrui diritto d'autore, di proprietà industriale o di altro diritto esclusivo;
- denominazioni generiche di prodotti o servizi o indicazioni descrittive (es. la parola "latte" per prodotti lattiero-caseari);
- segni costituiti esclusivamente dalla forma imposta al prodotto dalla natura stessa dello stesso;
- segni divenuti di uso comune nel linguaggio corrente o negli usi costanti del commercio;
- stemmi di partiti politici, emblemi e altri segni considerati dalle convenzioni internazionali vigenti, nei casi e alle condizioni previste dalle convenzioni stesse, nonché segni contenenti simboli, emblemi o stemmi che rivestono un interesse pubblico, salvo autorizzazione dell'autorità competente.

## Chi può depositare un marchio

La domanda di registrazione di un marchio può essere presentata da persone fisiche, persone giuridiche, associazioni, enti e, più in generale, da soggetti che utilizzano o intendono utilizzare il marchio per distinguere prodotti o servizi.

La domanda di registrazione può essere presentata attraverso le seguenti modalità soggettive:

- **direttamente dal richiedente** (persona fisica o legale rappresentante di persona giuridica);
- **tramite un rappresentante autorizzato**, individuato esclusivamente tra:
  - i consulenti in proprietà industriale (mandatari) iscritti al relativo albo professionale tenuto dall'UIBM;
  - gli avvocati iscritti nei rispettivi albi professionali (rappresentanti).

In entrambi i casi è richiesta la produzione di una procura o di una lettera di incarico soggetta a

---

imposta di bollo.

La domanda può essere depositata telematicamente presso l'[Ufficio Italiano Brevetti e Marchi \(UIBM\)](#), oppure in formato cartaceo presso l'Ufficio Brevetti e Marchi di una qualsiasi Camera di Commercio.

## La classificazione internazionale dei prodotti e dei servizi (Classificazione di Nizza)

**La tutela del marchio è limitata ai prodotti e ai servizi indicati nella domanda di registrazione.** Per questo motivo, al momento del deposito, il richiedente deve **specificare con precisione le classi merceologiche** per le quali intende ottenere protezione, individuandole in base alla Classificazione di Nizza vigente alla data di presentazione della domanda, reperibile sul [sito dell'UIBM](#).

La Classificazione di Nizza è il sistema internazionale utilizzato per classificare prodotti e servizi ai fini della registrazione dei marchi. È articolata in 45 classi:

- **Classi da 1 a 34:** destinate ai prodotti (beni materiali);
- **Classi da 35 a 45:** destinate ai servizi.

La classificazione è composta da diversi strumenti di consultazione: i titoli delle classi, che descrivono in modo generale le categorie di prodotti e servizi; l'elenco alfabetico, che associa ogni prodotto o servizio alla relativa classe; e le note esplicative, utili per interpretare correttamente i criteri di classificazione e individuare la classe più adatta al caso specifico.

La corretta scelta delle classi è importante perché contribuisce a definire l'ambito di protezione del marchio. Una classificazione inadeguata o incompleta può limitare la tutela ottenuta oppure rendere necessario un nuovo deposito per prodotti o servizi non indicati nella domanda iniziale.

## Regole per la compilazione

- I prodotti e i servizi devono essere elencati in modo dettagliato, utilizzando la terminologia ufficiale della Classificazione di Nizza;
- Ciascun prodotto o servizio deve essere separato dal successivo mediante il simbolo del punto e virgola (";");
- Non è ammessa la rivendicazione generica dell'intera classe tramite l'indicazione del solo titolo, poiché l'UIBM riconosce la tutela limitatamente al significato letterale dei termini espressamente indicati.

## Efficacia, durata e rinnovo

L'efficacia della tutela derivante dalla registrazione del marchio d'impresa è soggetta a precisi limiti territoriali e merceologici:

- 
- **limitazione territoriale** - il marchio registrato presso l'UIBM spiega efficacia esclusivamente entro i confini del territorio dello Stato italiano;
  - **limitazione merceologica** - la tutela è circoscritta esclusivamente ai prodotti o servizi specificati nella domanda di registrazione, consentendo a terzi l'utilizzo del medesimo segno per prodotti o servizi non affini, purché non sussista rischio di confusione o non si tratti di marchi che godono di rinomanza.

I diritti nascenti dalla registrazione del marchio d'impresa decorrono dalla data di presentazione della domanda e hanno una durata di **10 anni**.

Alla scadenza, la registrazione può essere rinnovata per ulteriori periodi decennali, senza alcun limite temporale.

Al fine di mantenere attiva la protezione:

- la domanda di rinnovo deve essere presentata entro i 12 mesi precedenti la scadenza del decennio in corso (la scadenza del periodo decennale coincide con l'ultimo giorno del mese in cui è stata depositata la domanda originaria);
- è ammessa la presentazione della domanda nei 6 mesi successivi alla scadenza, previo pagamento di una tassa di mora per ritardato pagamento; se il termine dei sei mesi viene superato, il marchio non è più rinnovabile e per ottenere nuovamente la tutela è necessario presentare una nuova domanda di registrazione come primo deposito.

Se si vuole **estendere la tutela territoriale ad altri Paesi** oltre l'Italia (europei e non), si veda la sezione [Marchio internazionale](#).

Contatti

[Brevetti e marchi](#)

---

## Indirizzo

Piazza dei Giudici, 3 - 50122 Firenze

## Telefono

055.23.92.145

## Email

brevetti@fi.camcom.it

## Orari

su appuntamento dal lunedì al venerdì dalle 8.30 alle 13.00 e martedì e giovedì dalle 14.00 alle 15.00  
- Deposito domande di brevetto e marchio: su appuntamento dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 12.00

## Ultima modifica

Mar, 15/09/2026 - 15:25

---

Condividi Condividi

- [Facebook Facebook](#)
- [Twitter](#)
- [LinkedIn LinkedIn](#)
- [Whatsapp Whatsapp](#)
- [Telegram](#)

Vedi azioni Vedi azioni

- Stampa [Stampa](#)
- [Invia Invia](#)