

Collegio Italiano dei Consulenti in Proprietà Industriale

Webinar “IL MARCHIO STORICO”

16 marzo 2026

Alternative al marchio storico e prospettive estere

Dr. Luca Manfroï Giancarlo
Dragotti&Associati S.p.a.



FÉDÉRATION INTERNATIONALE DES CONSEILS
EN PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

INTERNATIONAL FEDERATION OF
INTELLECTUAL PROPERTY ATTORNEYS

INTERNATIONALE FEDERATION
VON PATENTANWÄLTEN

Proteggere la Storia o Proteggere il Territorio?

G.I. “NON AGRI”

Regolamento UE 2023/2411 del 18 ottobre 2023

**protezione delle indicazioni geografiche per i prodotti artigianali
e industriali**

che modifica i Regolamenti (UE) 2017/1001 e (UE) 2019/1753

Articolo 6

Requisiti per l'indicazione geografica

1. Affinché il **nome di un prodotto artigianale o industriale** sia idoneo ad essere protetto come indicazione geografica, il prodotto deve possedere i requisiti seguenti:
 - a) essere originario di un **luogo**, di una **regione** o di un **paese** determinati;
 - b) la **qualità, reputazione o altra caratteristica** del prodotto sono **essenzialmente attribuibili all'origine geografica** dello stesso; e
 - c) **almeno una delle sue fasi di produzione** ha luogo nella zona geografica delimitata.

Proteggere la Storia o Proteggere il Territorio?

Searching in "Union register of GIs for craft and industrial products"

Filters

Product type

Agricultural

☐ Wine

☐ Food

☐ Spirit drink

Craft & Industrial

☒ Craft and industrial

GI type ⓘ

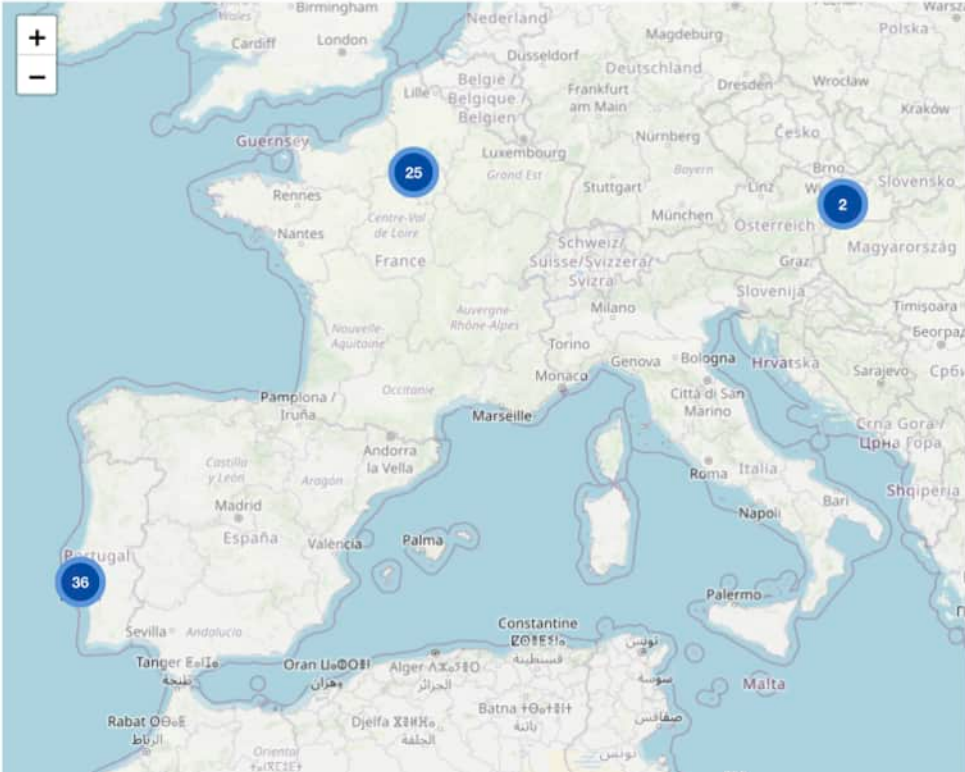
☐ PDO 

☒ PGI 

☐ GI 

Category

Country



Proteggere la Storia o Proteggere il Territorio?

Porcelaine de Limoges 

Union register

GI information		
Country/ies of origin France	Type Protected Geographical Indication (PGI)	Applicant Association pour l'Indication Géographique Porcelaine de Limoges
Status Notified	Type of procedure Transmission as existing GI / established GI	File number EUGICI000000001
Product type Craft and industrial	Classification Ceramic products	

Important dates

Date of notification 01/12/2025	Date of registration -
---	----------------------------------

Proteggere la Storia o Proteggere il Territorio?

Marchio Storico: Protegge l'**anzianità** di un segno grafico (50 anni di uso).
È un riconoscimento **aziendale**.

CIGI: Protegge il **legame indissolubile** tra un prodotto (es. Vetro di Murano, Coltelli di Maniago, Porcellane di Limoges) e il suo territorio. È un riconoscimento *collettivo*.

Proteggere la Storia o Proteggere il Territorio?



E' un titolo tutto sommato fine a se stesso,
l'onorificenza non va oltre il riconoscimento nazionale
eventualmente utile ai fini di poter ottenere fondi dal
Fondo di Salvaguardia o specifici bandi.

NON offre di per se tutela contro azioni di terzi.



diritto di proprietà intellettuale unitario
(valido in tutta l'UE) che conferisce poteri di
interdizione immediata contro le imitazioni

Proteggere la Storia o Proteggere il Territorio?



Tutela Reale contro l'*Italian Sounding*

- **Protezione Ex Officio:** A differenza del Marchio Storico, le autorità degli **Stati membri UE devono bloccare i prodotti che violano una CIGI (anche online)** senza che il titolare debba fare causa ogni volta.
- **L'evocazione:** La CIGI **protegge anche contro l'uso di nomi che "richiamano" il prodotto** (es. "Stile Murano" per vetro cinese). Il Marchio Storico non ha questo potere: protegge solo il logo specifico.
- **Il ruolo dell'EU IPO:** **Gestione centralizzata** a livello europeo, garantendo che un prodotto certificato sia riconosciuto e protetto da Berlino a Lisbona con la stessa forza.

...e all'estero?..FRANCIA

Loi en faveur des PME (2005) e Décret n° 2006-595 (aggiornato dal Décret n° 2022-1014)

"Entreprise du Patrimoine Vivant" "Impresa del Patrimonio Vivente" (EPV)

Creato nel 2005, il marchio (EPV) è un marchio statale istituito per **distinguere le aziende artigianali e industriali francesi dotate di competenze rare ed eccezionali.**

Le aziende francesi che detengono un know-how raro, rinomato o ancestrale, basato sulla padronanza di tecniche tradizionali o di alta tecnologia.

Non si basa solo sull'anzianità del marchio, ma sulla combinazione di tre criteri:

- patrimonio economico specifico (macchinari diritti IP)
- know-how raro
- legame territoriale/notorietà

Rilasciato dai prefetti regionali e valido per un periodo di cinque anni.



...e all'estero?..FRANCIA



Credito d'Imposta

Supporto Export

A differenza dell'Italia, il riconoscimento francese è accompagnato da un **risparmio fiscale diretto**.

...e all'estero?..SPAGNA

Ley 17/2001 de Marcas (riformata dal Real Decreto-ley 23/2018)

Marcas Renombradas: La legge spagnola distingue i marchi "rinomati" (conosciuti dal grande pubblico), garantendo loro una **tutela ultra-merceologica** (protezione anche per prodotti non affini).

Registri Locali: Città come Madrid e Barcellona gestiscono registri ufficiali per gli **"Establecimientos Centenarios"**, con l'apposizione di targhe commemorative (es. *Placas conmemorativas* del Comune di Madrid)



Foro de Marcas
Renombradas
Españolas

...e all'estero?..SPAGNA

Partnership Pubblico-Privato per la competitività.

FMRE (Foro de Marcas Renombradas Españolas): Un'alleanza strategica tra Ministeri (Industria, Esteri) e le principali aziende centenarie per difendere il brand "Spagna" nel mondo.

Azione Strategica: Non è un mero registro burocratico, ma una piattaforma operativa

Fiscalità: Sostegno indiretto tramite il *Piano di Internazionalizzazione delle PMI* e agevolazioni per la promozione del marchio all'estero.



A differenza dell'Italia, il riconoscimento spagnolo è accompagnato da un **risparmio fiscale diretto**.

...in conclusione..



Il Marchio Storico Italiano è oggi un asset di **puro branding** che certifica l'autenticità contro il "falso d'autore".

A livello pratico, funge esclusivamente da **"paracadute istituzionale"**: garantisce l'accesso prioritario ai fondi di salvaguardia e all'intervento di Invitalia nel capitale, estendendo tutele nate per le grandi industrie anche alle piccole realtà locali, purché custodi di una tradizione cinquantennale.

GRAZIE

Dr. Luca Manfroi Giancarlo
Dragotti&Associati S.p.a.
manfroi@dragotti.com

