Legge federale sulla protezione dei marchi e delle indicazioni di provenienza

(Legge sulla protezione dei marchi, LPM)

del 28 agosto 1992

*L'Assemblea federale della Confederazione Svizzera,
visti gli articoli 64 e 64^{bis} della Costituzione federale;
visto il messaggio del Consiglio federale del 21 novembre 1990¹⁾,
decreta:*

Titolo primo: Marchi

Capitolo 1: Disposizioni generali

Sezione 1: Protezione del marchio

Art. 1 Definizione

¹ Il marchio è un segno atto a distinguere i prodotti o i servizi di un'azienda da quelli di un'altra azienda.

² Parole, lettere, cifre, rappresentazioni grafiche, forme tridimensionali, sole o combinate tra loro oppure con colori, possono in particolare costituire marchi.

Art. 2 Motivi assoluti d'esclusione

Sono esclusi dalla protezione come marchi:

- a. i segni che sono di dominio pubblico, salvo che si siano imposti come marchi per i prodotti o i servizi ai quali si riferiscono;
- b. le forme che costituiscono la natura stessa del prodotto e le forme del prodotto o dell'imballaggio imposte dalla tecnica;
- c. i segni che possono indurre in errore;
- d. i segni in contrasto con l'ordine pubblico, i buoni costumi o il diritto vigente.

Art. 3 Motivi relativi d'esclusione

¹ Sono inoltre esclusi dalla protezione come marchio:

- a. i segni identici a un marchio anteriore e destinati a prodotti o servizi identici;

¹⁾ FF 1991 I 1

- b. i segni identici a un marchio anteriore e destinati a prodotti o servizi simili, se ne risulta un rischio di confusione;
- c. i segni simili a un marchio anteriore e destinati a prodotti o servizi identici o simili, se ne risulta un rischio di confusione.

² Sono considerati marchi anteriori:

- a. i marchi depositati o registrati che godono di una priorità secondo la presente legge (art. 6-8);
- b. i marchi che, al momento del deposito del segno considerato dal capoverso 1, sono notoriamente conosciuti in Svizzera ai sensi dell'articolo 6^{bis} della Convenzione di Parigi del 20 marzo 1883¹⁾ per la protezione della proprietà industriale (Convenzione di Parigi).

³ Soltanto il titolare del marchio anteriore può invocare i motivi di esclusione giusta il presente articolo.

Art. 4 Registrazione a favore di un utente autorizzato

È parimenti escluso dalla protezione il marchio registrato senza il consenso del titolare a nome di un agente, di un rappresentante o di un altro utente autorizzato o la cui registrazione è mantenuta nonostante la revoca del consenso.

Sezione 2: Insorgenza del diritto al marchio; priorità

Art. 5 Insorgenza del diritto al marchio

Il diritto al marchio insorge con la registrazione.

Art. 6 Priorità derivante dal deposito

Il diritto al marchio appartiene a chi deposita il marchio per primo.

Art. 7 Priorità in virtù della Convenzione di Parigi

¹ Se un marchio, conformemente alle prescrizioni, è stato oggetto di un primo deposito che ha avuto luogo o ha effetto in un altro Stato membro della Convenzione di Parigi, il depositario o il suo avente causa può rivendicare la data del primo deposito per depositare lo stesso marchio in Svizzera, a condizione che il deposito in Svizzera abbia luogo entro sei mesi dal primo deposito.

² Il primo deposito in uno Stato che accorda alla Svizzera la reciprocità ha gli stessi effetti del primo deposito in uno Stato membro della Convenzione di Parigi.

¹⁾ RS 0.232.01/.04

Art. 8 Priorità risultante da un'esposizione

Chi presenta un prodotto o servizi contraddistinti con un marchio in un'esposizione ufficiale o ufficialmente riconosciuta ai sensi della Convenzione del 22 novembre 1928¹⁾ concernente le esposizioni internazionali, organizzata in uno Stato membro della Convenzione di Parigi²⁾, può rivendicare per il deposito la data dell'apertura dell'esposizione, a condizione che il marchio sia depositato entro sei mesi da tale data.

Art. 9 Dichiarazione di priorità

¹ Chi rivendica il diritto di priorità risultante dalla Convenzione di Parigi²⁾ o da un'esposizione deve, al momento del deposito, produrre una dichiarazione di priorità e un documento di priorità.

² Il diritto di priorità decade se non sono rispettati i termini e le formalità fissati nell'ordinanza.

³ L'iscrizione di una priorità costituisce unicamente una presunzione a favore del titolare del marchio.

Sezione 3: Esistenza del diritto al marchio

Art. 10 Durata di validità e proroga della registrazione

¹ La registrazione è valida durante dieci anni a contare dalla data del deposito.

² A richiesta, la registrazione è prorogata per periodi di dieci anni, previo pagamento della tassa di proroga e, se del caso, della tassa di classe (art. 28 cpv. 4).

³ La richiesta di proroga dev'essere presentata all'Ufficio federale della proprietà intellettuale (Ufficio) entro i dodici mesi che precedono ma al più tardi nei sei mesi che seguono la scadenza della registrazione.

⁴ È dovuto un supplemento se la richiesta di proroga è presentata dopo la scadenza della registrazione.

Art. 11 Uso del marchio

¹ Il marchio è protetto sempre che sia usato in relazione ai prodotti o servizi per i quali esso è rivendicato.

² L'uso di una forma del marchio che non diverga in maniera essenziale dal marchio registrato nonché l'uso per l'esportazione sono assimilati all'uso del marchio.

³ L'uso del marchio con il consenso del titolare è assimilato all'uso da parte del titolare.

¹⁾ RS 0.945.11

²⁾ RS 0.232.01/.04

Art. 12 Conseguenze del mancato uso

¹ Il titolare che, per un periodo ininterrotto di cinque anni dalla scadenza inutilizzata del termine di opposizione o dalla fine della procedura di opposizione, non ha usato il marchio in relazione ai prodotti o ai servizi per i quali esso è rivendicato non può più far valere il diritto al marchio, salvo che gravi motivi giustificchino il mancato uso.

² Se l'uso o la ripresa dell'uso del marchio avviene dopo oltre cinque anni, il diritto al marchio è ripristinato con l'effetto della priorità originaria, a condizione che nessuno abbia invocato il mancato uso ai sensi del capoverso 1 prima di tale data.

³ Chi invoca il mancato uso del marchio lo deve rendere verosimile; la prova dell'uso incombe allora al titolare del marchio.

Sezione 4: Contenuto del diritto al marchio

Art. 13 Diritto esclusivo

¹ Il diritto al marchio conferisce al titolare il diritto esclusivo di farne uso per contraddistinguere i prodotti o i servizi per i quali il marchio è rivendicato e di disporne.

² Il titolare del marchio può vietare a terzi l'uso di un segno escluso dalla protezione come marchio giusta l'articolo 3 capoverso 1; può in particolare vietare che il segno:

- a. sia apposto su prodotti o sul loro imballaggio;
- b. sia usato per offrire prodotti, metterli in commercio o detenerli a tale scopo;
- c. sia usato per offrire o fornire servizi;
- d. sia usato per importare o esportare prodotti;
- e. sia apposto su documenti commerciali, usato a scopi pubblicitari o in qualsiasi altra maniera negli affari.

³ Il titolare può esercitare questi diritti anche nei confronti degli utenti autorizzati giusta l'articolo 4.

Art. 14 Restrizione concernente i segni utilizzati anteriormente

¹ Il titolare del marchio non può vietare a un terzo di continuare a usare, nella stessa misura, un segno che questi aveva già usato prima del deposito.

² Tale diritto di proseguire l'uso può essere trasmesso soltanto con l'azienda.

Art. 15 Marchi famosi

¹ Il titolare di un marchio famoso può vietarne a terzi l'uso per tutti i prodotti o servizi se un tale uso minaccia il carattere distintivo del marchio o ne sfrutta o mette in pericolo la rinomanza.

² Sono fatti salvi i diritti acquisiti prima che il marchio sia divenuto famoso.

Art. 16 Riproduzione di marchi nei dizionari e in altre opere di riferimento

Se un marchio è riprodotto in un dizionario, in un'altra opera di riferimento o in un'opera simile senza l'indicazione che si tratta di un marchio registrato, il titolare può esigere dall'editore, dal curatore della pubblicazione o dal distributore che la riproduzione del marchio sia completata con una tale indicazione, il più tardi in occasione di una nuova stampa.

Sezione 5: Modificazioni del diritto al marchio

Art. 17 Trasferimento

¹ Il titolare del marchio può trasferire, interamente o in parte, il diritto al marchio per i prodotti o i servizi per i quali esso è rivendicato.

² Il trasferimento è valido soltanto nella forma scritta. Esso è opponibile ai terzi di buona fede soltanto dopo la registrazione.

³ Le azioni previste dalla presente legge possono essere intentate contro il precedente titolare fino alla registrazione del trasferimento.

⁴ Salvo convenzione contraria, il trasferimento dell'azienda implica il trasferimento del relativo diritto al marchio.

Art. 18 Licenza

¹ Il titolare del marchio può autorizzare terze persone a usare il marchio per l'insieme o per una parte del territorio svizzero per tutti o una parte dei prodotti o dei servizi per i quali il marchio è rivendicato.

² La licenza è iscritta nel registro su richiesta di parte. Essa diviene pertanto opponibile ad ogni diritto al marchio acquisito posteriormente.

Art. 19 Usufrutto e diritto di pegno; esecuzione forzata

¹ Il marchio può essere oggetto di un usufrutto, di un diritto di pegno e di misure di esecuzione forzata.

² L'usufrutto e il diritto di pegno sono opponibili ai terzi di buona fede soltanto dopo l'iscrizione nel registro.

Sezione 6: Trattati internazionali

Art. 20

¹ Sono fatti salvi i trattati internazionali.

² I trattati internazionali dei quali la Svizzera è parte e che accordano diritti più estesi di quelli previsti dalla presente legge si applicano anche ai cittadini svizzeri.

Capitolo 2: Marchio di garanzia e marchio collettivo

Art. 21 Marchio di garanzia

¹ Il marchio di garanzia è un segno usato da più aziende, sotto il controllo del titolare del marchio, che serve a garantire la qualità, la provenienza geografica, il tipo di fabbricazione o altre caratteristiche comuni di prodotti o servizi di tali aziende.

² Il marchio di garanzia non può essere usato per i prodotti e i servizi del titolare o di un'azienda che gli è strettamente connessa sul piano economico.

³ Il titolare deve autorizzare contro congruo compenso l'uso del marchio di garanzia per i prodotti e i servizi che presentano le caratteristiche comuni garantite dal regolamento del marchio.

Art. 22 Marchio collettivo

Il marchio collettivo è il segno di un gruppo d'aziende di produzione, di commercio o di servizi che serve a distinguere i prodotti o i servizi dei membri del gruppo da quelli di altre aziende.

Art. 23 Regolamento del marchio

¹ Il depositante di un marchio di garanzia o di un marchio collettivo deve rimettere all'Ufficio un regolamento concernente l'uso del marchio.

² Il regolamento del marchio di garanzia menziona le caratteristiche comuni dei prodotti o servizi che questo deve garantire; esso prevede inoltre un controllo efficace dell'uso del marchio e sanzioni adeguate.

³ Il regolamento del marchio collettivo designa la cerchia delle aziende autorizzate a usare tale marchio.

⁴ Il regolamento non deve violare l'ordine pubblico, i buoni costumi o il diritto vigente.

Art. 24 Approvazione del regolamento

Il regolamento deve essere approvato dall'Ufficio. L'approvazione è concessa se sono adempite le condizioni dell'articolo 23.

Art. 25 Regolamento illecito

Se il regolamento non soddisfa o non soddisfa più le condizioni previste dall'articolo 23 e se il titolare del marchio non rimedia a questo stato di fatto entro il termine fissato dal giudice, la registrazione del marchio è nulla allo scadere di tale termine.

Art. 26 Uso contrario al regolamento

Se il titolare tollera che il marchio di garanzia o il marchio collettivo sia ripetutamente usato in modo contrario alle disposizioni essenziali del regolamento e non pone rimedio a questo stato di cose entro il termine fissato dal giudice, la registrazione del marchio è nulla allo scadere di tale termine.

Art. 27 Trasferimento e licenza

Per essere validi, il trasferimento del marchio di garanzia o del marchio collettivo e la concessione di licenze su marchi collettivi devono essere iscritti nel registro.

Capitolo 3: Registrazione dei marchi

Sezione 1: Procedura di registrazione

Art. 28 Deposito

¹ Chiunque può depositare un marchio.

² Per il deposito si deve inviare all'Ufficio:

- a. la domanda di registrazione con l'indicazione del nome o della ragione commerciale del depositante;
- b. la riproduzione del marchio;
- c. la lista dei prodotti o dei servizi per i quali il marchio è rivendicato.

³ Per ogni deposito dev'essere pagata una tassa.

⁴ Il Consiglio federale può inoltre fissare una tassa supplementare in rapporto all'estensione della lista dei prodotti e servizi (tassa di classe).

Art. 29 Data del deposito

¹ Il marchio è depositato non appena sono stati inoltrati i documenti menzionati all'articolo 28 capoverso 2.

² Se, dopo il deposito, il marchio è sostituito o modificato in parti essenziali o se la lista dei prodotti o dei servizi viene estesa, la data del deposito è quella del giorno del deposito di tali modificazioni.

Art. 30 Decisione e registrazione

¹ L'Ufficio dichiara la domanda irricevibile se le condizioni del deposito previste dall'articolo 28 capoverso 2 non sono soddisfatte.

² Respinge la domanda di registrazione se:

- a. il deposito non soddisfa le condizioni formali fissate dalla presente legge o dall'ordinanza;
- b. le tasse prescritte non sono state pagate;

- c. vi sono motivi assoluti d'esclusione;
- d. il marchio di garanzia o il marchio collettivo non soddisfanno le esigenze previste dagli articoli 21-23.

³ Se non vi è motivo di rigetto, registra il marchio.

Sezione 2: Procedura di opposizione

Art. 31 Opposizione

¹ Il titolare di un marchio anteriore può opporsi ad una nuova registrazione in virtù dell'articolo 3 capoverso 1.

² L'opposizione deve essere motivata e inviata per scritto all'Ufficio entro tre mesi dalla pubblicazione della registrazione. La tassa di opposizione deve essere pagata durante questo medesimo termine.

Art. 32 Plausibilità dell'uso

Se il resistente invoca il mancato uso del marchio anteriore conformemente all'articolo 12 capoverso 1, l'opponente deve rendere verosimile l'uso del marchio o il mancato uso per gravi motivi.

Art. 33 Decisione su opposizione

Se l'opposizione è fondata, la registrazione è parzialmente o totalmente revocata; in caso contrario l'opposizione è respinta.

Art. 34 Indennità di parte

Nella decisione su opposizione l'Ufficio statuisce se ed in quale misura le spese della parte vincente sono addossate alla parte soccombente.

Sezione 3: Cancellazione della registrazione

Art. 35

L'Ufficio cancella in tutto o in parte la registrazione del marchio se:

- a. il titolare domanda la cancellazione;
- b. la registrazione non è prorogata;
- c. la registrazione è dichiarata nulla con decisione giudiziale cresciuta in giudicato.

Sezione 4: Rimedi giuridici

Art. 36

¹ Le decisioni dell'Ufficio in materia di marchi possono essere impugnate davanti alla Commissione di ricorso in materia di proprietà intellettuale.

² Lo stesso rimedio giuridico è dato contro le decisioni dell'Ufficio federale del registro di commercio relative all'inammissibilità di una denominazione dell'azienda e del nome di associazioni o fondazioni.

³ La Commissione di ricorso statuisce definitivamente nell'ambito della procedura di opposizione (art. 31 segg.).

Sezione 5: Registro, pubblicazioni

Art. 37 Tenuta del registro

L'Ufficio tiene il registro dei marchi.

Art. 38 Pubblicazioni

¹ L'Ufficio pubblica:

- a. la registrazione del marchio (art. 30 cpv. 3);
- b. la proroga della registrazione del marchio (art. 10 cpv. 2);
- c. la revoca della registrazione del marchio (art. 33);
- d. la cancellazione della registrazione del marchio (art. 35).

² Il Consiglio federale fissa quali altre iscrizioni debbano essere pubblicate.

³ Il Consiglio federale determina l'organo di pubblicazione.

Art. 39 Pubblicità del registro, consultazione degli atti

¹ Chiunque può consultare il registro, chiedere informazioni sul suo contenuto e ottenere estratti.

² Chiunque ha inoltre il diritto di consultare il fascicolo dei marchi registrati.

³ Il Consiglio federale fissa i casi nei quali il fascicolo può essere consultato prima della registrazione del marchio.

Art. 40 Ricerche

Contro pagamento di una tassa, l'Ufficio effettua direttamente o con l'assistenza di terzi ricerche sui marchi depositati o registrati che esplicano effetto in Svizzera e che sono identici o simili a un determinato segno.

Sezione 6:

Proseguimento della procedura in caso d'inosservanza dei termini

Art. 41

¹ Se l'Ufficio respinge una domanda in materia di marchi perché non è stato osservato un termine, il richiedente può chiedere per scritto il proseguimento della procedura. È fatto salvo l'articolo 24 capoverso 1 della legge federale sulla procedura amministrativa¹⁾.

² La richiesta dev'essere presentata entro due mesi a contare dal momento in cui il richiedente ha avuto conoscenza dell'inosservanza del termine, ma il più tardi sei mesi dopo lo scadere del termine inosservato; entro lo stesso termine dev'essere compiuto integralmente l'atto omesso e versata la tassa per il proseguimento.

³ L'accettazione della richiesta reintegra la situazione che sarebbe risultata dal compimento tempestivo dell'atto.

⁴ Il proseguimento della procedura è escluso in caso d'inosservanza:

- a. dei termini per inoltrare richiesta di proseguimento della procedura (cpv. 2);
- b. dei termini per rivendicare una priorità ai sensi degli articoli 7 e 8;
- c. del termine per presentare l'opposizione giusta l'articolo 31 capoverso 2.

Sezione 7: Rappresentanza

Art. 42

¹ Chi è parte in una procedura amministrativa o giudiziaria secondo la presente legge e non ha né sede né domicilio in Svizzera deve designare un rappresentante ivi residente.

² Sono fatte salve le disposizioni che disciplinano l'esercizio della professione forense.

Sezione 8: Tasse

Art. 43

¹ Oltre alle tasse previste dalla presente legge, devono essere versate tasse per le prestazioni compiute dall'Ufficio in seguito a una domanda speciale.

² Il Consiglio federale fissa le tasse in modo da coprire l'onere amministrativo.

¹⁾ RS 172.021

Capitolo 4: Registrazione internazionale dei marchi

Art. 44 Diritto applicabile

¹ Il presente capitolo si applica alle registrazioni internazionali ai sensi dell'Accordo di Madrid del 14 aprile 1891¹⁾ per la registrazione internazionale dei marchi (Accordo di Madrid), effettuate tramite l'Ufficio o che esplicano effetto in Svizzera.

² Le altre disposizioni della presente legge sono applicabili salvo che l'Accordo di Madrid o il presente capitolo dispongano altrimenti.

Art. 45 Domande di registrazione nel registro internazionale

¹ Tramite l'Ufficio è possibile richiedere:

- a. la registrazione internazionale di un marchio se la Svizzera è il Paese d'origine ai sensi dell'articolo 1 capoverso 3 dell' Accordo di Madrid¹⁾;
- b. la modificazione di una registrazione internazionale se la Svizzera è il Paese del titolare del marchio ai sensi dell'Accordo di Madrid.

² Per la registrazione internazionale di un marchio dev'essere pagata una tassa nazionale all'Ufficio, oltre alle tasse dovute secondo l'Accordo di Madrid.

Art. 46 Effetto della registrazione internazionale in Svizzera

¹ Una registrazione internazionale con domanda di protezione per la Svizzera ha lo stesso effetto del deposito presso l'Ufficio e dell'iscrizione nel registro svizzero.

² Tale effetto è considerato non intervenuto se e nella misura in cui al marchio oggetto di registrazione internazionale è negata la protezione per la Svizzera.

Titolo 2: Indicazioni di provenienza

Art. 47 Principio

¹ Le indicazioni di provenienza sono riferimenti diretti o indiretti alla provenienza geografica dei prodotti o dei servizi, compresi i riferimenti alle caratteristiche o alle qualità in rapporto con la provenienza.

² Non sono indicazioni di provenienza ai sensi del capoverso 1 i nomi o segni geografici che non sono considerati dalle cerchie interessate un riferimento alla provenienza dei prodotti o servizi.

³ È vietato l'uso di:

- a. indicazioni di provenienza non pertinenti;
- b. designazioni che possono essere confuse con un'indicazione di provenienza non pertinente;

¹⁾ RS 0.232.112.3

c. un nome, un indirizzo o un marchio in rapporto con prodotti o servizi di altra provenienza, se ne risulta un rischio di inganno.

⁴ Le indicazioni di provenienza regionali o locali che si applicano a servizi sono considerate pertinenti se tali servizi soddisfanno i criteri di provenienza propri all'insieme del Paese.

Art. 48 Provenienza dei prodotti

¹ La provenienza di un prodotto è determinata secondo il luogo di fabbricazione o l'origine delle materie di base e delle componenti usate.

² Possono essere poste condizioni supplementari, quali il rispetto di principi di fabbricazione o di esigenze di qualità usuali o prescritte nel luogo di fabbricazione.

³ Nel singolo caso i criteri devono essere definiti in funzione dell'influenza esercitata sulla rinomanza dei prodotti; se corrisponde agli usi, l'indicazione di provenienza è presunta corretta.

Art. 49 Provenienza dei servizi

¹ La provenienza di un servizio è determinata secondo:

- a. la sede sociale di chi fornisce il servizio;
- b. la nazionalità delle persone che esercitano il controllo effettivo sulla politica commerciale e sulla gestione;
- c. il domicilio delle persone che esercitano il controllo effettivo sulla politica commerciale e sulla gestione.

² Possono essere poste condizioni supplementari quali il rispetto dei principi usuali o prescritti per le prestazioni di servizi o il legame tradizionale di chi fornisce i servizi con il Paese di provenienza.

³ Nel singolo caso i criteri devono essere definiti in funzione dell'influenza esercitata sulla rinomanza dei servizi; se corrisponde agli usi, l'indicazione di provenienza è presunta corretta.

Art. 50 Disposizioni particolari

Nell'interesse dell'economia in generale o di un singolo settore, il Consiglio federale può precisare le condizioni alle quali un'indicazione di provenienza svizzera può essere usata per prodotti o servizi determinati. Esso sente dapprima il parere dei Cantoni e delle associazioni professionali e economiche interessati.

Art. 51 Segno d'identificazione del produttore

Se lo esigono gli interessi di un settore economico, il Consiglio federale può prescrivere l'obbligo d'apporre un segno d'identificazione del produttore sui prodotti di tale settore.

Titolo 3: Protezione giuridica

Capitolo 1: Protezione di diritto civile

Art. 52 Azione d'accertamento

Chi dimostra un interesse giuridico può pretendere che il giudice accerti l'esistenza o meno di un diritto o di un rapporto giuridico previsto dalla presente legge.

Art. 53 Azione di cessione del diritto al marchio

¹ Invece di fare accertare la nullità della registrazione, l'attore può chiedere al giudice che gli sia ceduto il diritto al marchio che il convenuto abbia usurpato.

² L'azione dev'essere proposta entro due anni dalla pubblicazione della registrazione o dalla revoca del consenso del titolare giusta l'articolo 4.

Art. 54 Comunicazione di decisioni

I tribunali trasmettono all'Ufficio le decisioni cresciute in giudicato che provocano la modificazione di una registrazione.

Art. 55 Azione d'esecuzione di una prestazione

¹ La persona che subisce o rischia di subire una violazione del diritto al marchio o a un'indicazione di provenienza può chiedere al giudice:

- a. di proibire una violazione imminente;
- b. di fare cessare una violazione attuale;
- c. di ingiungere al convenuto di indicare la provenienza degli oggetti in suo possesso, muniti illecitamente di un marchio o di un'indicazione di provenienza.

² Sono fatte salve le azioni secondo il Codice delle obbligazioni¹⁾ volte a ottenere il risarcimento, la riparazione del torto morale o la restituzione di un utile, giusta le disposizioni sulla gestione d'affari senza mandato.

³ L'uso, contrario al regolamento, di un marchio di garanzia o di un marchio collettivo costituisce pure una violazione del diritto al marchio.

Art. 56 Legittimazione attiva delle associazioni e delle organizzazioni di consumatori

¹ Le azioni previste dagli articoli 52 e 55 capoverso 1 possono inoltre essere intentate in materia di protezione d'indicazioni di provenienza da parte:

- a. delle associazioni professionali o economiche autorizzate dagli statuti a difendere gli interessi economici dei membri;
- b. delle organizzazioni d'importanza nazionale o regionale che secondo gli statuti si dedicano alla protezione dei consumatori.

¹⁾ RS 220

² Le stesse associazioni e organizzazioni sono legittimate ad intentare l'azione prevista dall'articolo 52 qualora questa riguardi un marchio di garanzia o un marchio collettivo.

Art. 57 Confisca nella procedura civile

¹ Il giudice può ordinare la confisca degli oggetti in possesso del convenuto, muniti illecitamente di un marchio o di un'indicazione di provenienza.

² Il giudice decide se il marchio o l'indicazione di provenienza debbano essere resi irricognoscibili o se gli oggetti debbano essere resi inutilizzabili, distrutti o utilizzati in un determinata maniera.

Art. 58 Foro

¹ Per quanto concerne le azioni previste dalla presente legge è competente il giudice del domicilio del convenuto o del luogo nel quale è stato commesso l'atto o nel quale si è prodotto il risultato.

² L'azione diretta contro diversi convenuti può essere intentata davanti a qualsiasi giudice competente se le pretese invocate si fondano essenzialmente sugli stessi fatti e stessi motivi; il giudice adito per primo è il solo competente.

³ I Cantoni designano per l'insieme del loro territorio un tribunale competente come istanza unica per le azioni civili.

Art. 59 Provvedimenti cautelari

¹ La persona che rende verosimile di subire o di temere di subire una violazione del diritto al marchio o all'indicazione di provenienza e che tale violazione rischia di causarle un pregiudizio difficilmente riparabile può chiedere che siano ordinati provvedimenti cautelari.

² Essa può segnatamente esigere che il giudice ordini le misure necessarie per assicurare le prove, ricercare l'origine degli oggetti muniti illecitamente del marchio o dell'indicazione di provenienza, salvaguardare la situazione attuale o assicurare a titolo provvisorio l'esecuzione delle pretese di omissione o cessazione del danno.

³ È competente a ordinare provvedimenti cautelari:

- a. il giudice del luogo in cui è pendente l'azione;
- b. se nessuna azione è pendente, il giudice competente secondo l'articolo 58.

⁴ Per il resto si applicano per analogia gli articoli 28c-28f del Codice civile svizzero ¹⁾.

¹⁾ RS 210

Art. 60 Pubblicazione della decisione

Su richiesta della parte vincente, il giudice può ordinare la pubblicazione della decisione a spese dell'altra parte. Egli determina tipo e portata della pubblicazione.

Capitolo 2: Disposizioni penali

Art. 61 Violazione del diritto al marchio

¹ Su querela della parte lesa è punito con la detenzione fino a un anno o con la multa fino a 100 000 franchi chiunque intenzionalmente viola il diritto al marchio di un terzo, nel senso che:

- a. usurpa, contraffà o imita il marchio altrui;
- b. usa il marchio usurpato, contraffatto o imitato per offrire o immettere in commercio prodotti, offrire o fornire servizi o fare pubblicità.

² È pure punito su querela della parte lesa chiunque rifiuta d'indicare la provenienza degli oggetti muniti di un marchio usurpato, contraffatto o imitato che sono in suo possesso.

³ Se l'autore del reato agisce per mestiere, è perseguito d'ufficio. La pena è la detenzione e la multa fino a 100 000 franchi.

Art. 62 Uso fraudolento del marchio

¹ Su querela della parte lesa è punito con la detenzione o con la multa fino a 100 000 franchi chiunque:

- a. contrassegna illecitamente prodotti o servizi con il marchio di un terzo a scopo di inganno, facendo credere che si tratta di prodotti o di servizi originali;
- b. offre o immette in commercio come originali prodotti muniti illecitamente del marchio di un terzo oppure offre o fornisce come originali servizi contrassegnati con il marchio di un terzo.

² Se l'autore del reato agisce per mestiere, è perseguito d'ufficio. La pena è la detenzione fino a cinque anni e la multa fino a 100 000 franchi.

³ Chi importa, esporta o immagazzina prodotti che sa destinati a scopo d'inganno nelle relazioni commerciali è, su querela della parte lesa, punito con l'arresto o con la multa fino a 20 000 franchi.

Art. 63 Uso, contrario al regolamento, di un marchio di garanzia o di un marchio collettivo

¹ Su querela della parte lesa è punito con la detenzione fino a un anno o con la multa fino a 100 000 franchi chiunque intenzionalmente usa un marchio di garanzia o un marchio collettivo in modo contrario al regolamento.

² È punito su querela della parte lesa chiunque rifiuta d'indicare la provenienza degli oggetti muniti di un marchio di garanzia o di un marchio collettivo apposti in modo contrario al regolamento e che sono in suo possesso.

³ Se sono toccate disposizioni poco importanti del regolamento, il giudice può rinunciare a qualsiasi pena.

⁴ Se l'autore del reato agisce per mestiere, è perseguito d'ufficio. La pena è la detenzione e la multa fino a 100 000 franchi.

Art. 64 Uso di indicazioni di provenienza non pertinenti

¹ Su querela della parte lesa è punito con la detenzione fino a un anno o con la multa fino a 100 000 franchi chiunque intenzionalmente:

- a. usa un'indicazione di provenienza non pertinente;
- b. usa una designazione che può essere confusa con un'indicazione di provenienza non pertinente;
- c. crea un rischio di inganno usando un nome, un indirizzo o un marchio in rapporto con prodotti o servizi d'altra provenienza.

² Se l'autore del reato agisce per mestiere, è perseguito d'ufficio. La pena è la detenzione e la multa fino a 100 000 franchi.

Art. 65 Infrazioni relative al segno d'identificazione del produttore

È punito con la multa fino a 20 000 franchi chiunque intenzionalmente viola le prescrizioni relative al segno d'identificazione del produttore.

Art. 66 Sospensione della procedura

¹ Il giudice può sospendere il procedimento penale se il prevenuto invoca la nullità della registrazione in un procedimento civile.

² Se il prevenuto solleva l'eccezione di nullità della registrazione nel procedimento penale, il giudice gli può impartire un termine ragionevole per fare accertare tale nullità in un procedimento civile.

³ La prescrizione è interrotta durante la sospensione del procedimento.

Art. 67 Infrazioni commesse nell'azienda

Gli articoli 6 e 7 della legge federale sul diritto penale amministrativo¹⁾ si applicano alle infrazioni commesse nella gestione di un'azienda, da un subordinato, da un mandatario o da un rappresentante.

¹⁾ RS 313.0

Art. 68 Confisca nel procedimento penale

L'articolo 58 del Codice penale¹⁾ è applicabile; nonostante il capoverso 2 di detta disposizione, il giudice può però ordinare la confisca di un oggetto in quanto tale, munito illecitamente di un marchio o di un'indicazione di provenienza.

Art. 69 Competenze delle autorità cantonali

Il perseguimento penale spetta ai Cantoni.

Capitolo 3: Intervento dell'Amministrazione delle dogane

Art. 70 Denuncia di invii sospetti

L'Amministrazione delle dogane è autorizzata ad attirare, su determinati invii, l'attenzione del titolare di un marchio, dell'avente diritto a un'indicazione di provenienza oppure di un'associazione professionale o economica legittimata ad agire in virtù dell'articolo 56 nel caso vi sia motivo di sospettare l'imminente importazione o esportazione di prodotti muniti illecitamente di un marchio o di un'indicazione di provenienza.

Art. 71 Domanda d'intervento

¹ Se il titolare del marchio, l'avente diritto a un'indicazione di provenienza oppure un'associazione professionale o economica legittimata ad agire in virtù dell'articolo 56 dispone di indizi seri secondo i quali è imminente l'importazione o l'esportazione di prodotti muniti illecitamente del marchio o dell'indicazione di provenienza, egli può domandare per scritto all'Amministrazione delle dogane che abbia a rifiutare lo svincolo dei prodotti.

² Il richiedente deve fornire tutte le informazioni utili di cui dispone e che sono necessarie all'Amministrazione delle dogane per decidere in merito alla sua domanda; le rimetterà in particolare una descrizione esatta dei prodotti.

³ L'Amministrazione delle dogane decide definitivamente. Può riscuotere una tassa per coprire le spese amministrative.

Art. 72 Ritenzione

¹ Se in seguito a una domanda secondo l'articolo 71, l'Amministrazione delle dogane ha motivi fondati di sospettare l'importazione o l'esportazione di prodotti muniti illecitamente di un marchio o di un'indicazione di provenienza, lo comunica al richiedente.

² L'Amministrazione delle dogane trattiene i prodotti in questione al massimo durante dieci giorni lavorativi dal momento della comunicazione al richiedente secondo il capoverso 1, per consentire a quest'ultimo di chiedere provvedimenti cautelari.

¹⁾ RS 311.0

³ Il richiedente deve risarcire il danno causato dalla ritenzione nel caso non abbiano potuto essere ordinati provvedimenti cautelari o questi si rivelino immotivati.

Titolo 4: Disposizioni finali

Capitolo 1: Esecuzione

Art. 73

Il Consiglio federale emana le disposizioni esecutive.

Capitolo 2: Abrogazione e modificazione di leggi federali

Art. 74 Diritto previgente: abrogazione

La legge federale del 26 settembre 1890¹⁾ concernente la protezione delle marche di fabbrica e di commercio, delle indicazioni di provenienza di merci e delle distinzioni industriali è abrogata. L'articolo 16^{bis} capovero 2 rimane tuttavia applicabile sino all'entrata in vigore dell'articolo 36 della presente legge.

Art. 75 Modificazione del diritto in vigore

1. La legge federale sull'organizzazione giudiziaria²⁾ è modificata come segue:

Art. 100 lett. w

Inoltre, fatta eccezione per le decisioni in materia di protezione dei dati, il ricorso di diritto amministrativo non è ammissibile contro:

w. in materia di protezione dei marchi:

le decisioni nell'ambito della procedura di opposizione.

2. La legge federale del 20 giugno 1933³⁾ sul controllo del commercio in metalli preziosi e in lavori di metalli preziosi è modificata come segue:

Titolo

Aggiungere il titolo abbreviato e l'abbreviazione:

(Legge sul controllo dei metalli preziosi, LCMP)

Art. 10

b. Definizione ¹ Il marchio d'artefice è un segno che forma un tutto unico e serve a identificare il titolare del marchio. Può consistere in lettere,

¹⁾ CS 2 829; RU 1951 931, 1971 1617, 1988 1776

²⁾ RS 173.110

³⁾ RS 941.31

cifre, parole, rappresentazioni grafiche, forme tridimensionali, sole o combinate tra loro. Non deve poter essere confuso con marchi d'artefice già registrati o con marchi ufficiali.

² L'impronta del marchio d'artefice dev'essere chiara e indelebile.

Art. 12 cpv. 1^{bis} e 2 primo periodo

^{1bis} La registrazione è valida per un periodo di 20 anni a contare dal giorno in cui è stata effettuata. Può essere prorogata di 20 in 20 anni dietro richiesta da presentare prima dello scadere del termine, contro versamento di una tassa.

² Se in seguito vengono a mancare le condizioni legali per la registrazione di un marchio d'artefice o se la durata della registrazione è scaduta senza che sia stata presentata tempestivamente una domanda di proroga, il marchio d'artefice sarà cancellato dal registro. ...

Art. 22 cpv. 1

¹ Gli invii in transito diretto possono essere controllati ufficialmente. L'articolo 20 capoverso 3 è applicabile per analogia.

Art. 22a

Annuncio di invii sospetti

Se l'Ufficio centrale ha il sospetto che un marchio d'artefice o un marchio di fusione o verifica di un terzo sia stato apposto illecitamente su merci importate, esportate o in transito o sia stato imitato o che vi sia violazione delle disposizioni sulla protezione della proprietà intellettuale, esso ne informa la persona lesa. L'invio può essere trattenuto.

Art. 47

d. Prescrizioni sui marchi, infrazioni; abuso di marchi e segni; modificazione di punzoni

¹ Chiunque mette in commercio lavori di metalli preziosi privi dell'indicazione del titolo o del marchio d'artefice, prodotti della fusione privi dell'indicazione del titolo o del marchio di fusione o verifica, ovvero lavori di doppiato privi di designazione o non muniti del marchio d'artefice, ovvero casse d'orologio senza il punzone ufficiale,

chiunque imita o usa illecitamente il marchio d'artefice o il marchio di fusione o verifica di un terzo,

chiunque mette in circolazione lavori di metalli preziosi o prodotti di fusione sui quali l'indicazione del titolo o l'impronta di un punzone ufficiale sono stati modificati o eliminati,

è punito, se ha agito intenzionalmente, con la detenzione o la multa.

² Se l'autore del reato ha agito per negligenza, è punito con la multa.

Art. 44-46 e 48-50

Tutti gli importi in franchi delle multe devono essere cancellati.

3. In tutti gli atti legislativi, l'espressione «marchio di fabbrica e di commercio» è sostituita con il termine «marchio», fatti salvi gli articoli 1 e 2 della legge federale del 5 giugno 1931¹⁾ per la protezione degli stemmi pubblici e di altri segni pubblici. Gli atti legislativi rispettivi saranno adattati alla prossima occasione.

Capitolo 3: Disposizioni transitorie

Art. 76 Marchi depositati o registrati

¹ I marchi già depositati o ancora registrati al momento dell'entrata in vigore della presente legge sono retti a partire da tale data dal nuovo diritto.

² In deroga al capoverso 1, sono tuttavia applicabili le disposizioni seguenti:

- a. la priorità è retta dal diritto anteriore;
- b. i motivi che giustificano il rigetto delle domande di registrazione, ad eccezione dei motivi assoluti d'esclusione, sono retti dal diritto anteriore;
- c. le opposizioni alla registrazione di marchi già depositati al momento dell'entrata in vigore della presente legge sono irricevibili;
- d. la validità della registrazione prende fine con lo scadere del termine previsto dal diritto anteriore; fino allora, la registrazione può essere prorogata in ogni momento;
- e. la prima proroga della registrazione di un marchio collettivo sottostà, quanto alla forma, alle stesse prescrizioni del deposito.

Art. 77 Marchi che finora non potevano essere registrati

Se le domande di registrazione concernenti marchi esclusi dalla registrazione dal diritto anteriore, ma non dal nuovo diritto, sono pendenti al momento dell'entrata in vigore della presente legge, il giorno dell'entrata in vigore è ritenuto data del deposito.

Art. 78 Priorità d'uso

¹ Chi, prima dell'entrata in vigore della presente legge, ha usato per primo un marchio su prodotti o sul loro imballaggio o per designare servizi, gode di un diritto prioritario rispetto a quello del primo depositante, a condizione di depositare il marchio entro due anni a partire dall'entrata in vigore della presente legge e di indicare il momento a partire dal quale il marchio è stato usato.

² Le opposizioni alla registrazione di marchi ai sensi del capoverso 1 sono irricevibili.

¹⁾ RS 232.21

Capitolo 4: Referendum ed entrata in vigore

Art. 79

¹ La presente legge sottostà al referendum facoltativo.

² Il Consiglio federale ne determina l'entrata in vigore.

Consiglio degli Stati, 28 agosto 1992

Il presidente: Meier Josi

Il segretario: Lanz

Consiglio nazionale, 28 agosto 1992

Il presidente: Nebiker

Il segretario: Anliker

Data di pubblicazione: 15 settembre 1992¹⁾

Termine di referendum: 14 dicembre 1992

3902

Legge federale sulla protezione dei marchi e delle indicazioni di provenienza (Legge sulla protezione dei marchi LPM) del 28 agosto 1992

In	Bundesblatt
Dans	Feuille fédérale
In	Foglio federale
Jahr	1992
Année	
Anno	
Band	5
Volume	
Volume	
Heft	37
Cahier	
Numero	
Geschäftsnummer	---
Numéro d'affaire	
Numero dell'oggetto	
Datum	15.09.1992
Date	
Data	
Seite	683-703
Page	
Pagina	
Ref. No	10 117 171

Das Dokument wurde durch das Schweizerische Bundesarchiv digitalisiert.

Le document a été digitalisé par les Archives Fédérales Suisses.

Il documento è stato digitalizzato dell'Archivio federale svizzero.