

13. Direttiva del Consiglio 21 dicembre 1988, 104/89/Cee, prima direttiva sul ravvicinamento delle legislazioni degli stati membri in materia di marchi di impresa.

Questa direttiva è stata emanata il 21 dicembre 1988 sulla base della proposta della Commissione (in GUCE 31 dicembre 1980 C 351 ed in GUCE 31 dicembre 1985 C 351) previo parere del Comitato economico sociale (in GUCE 30 novembre 1981 C 310) ed è stata pubblicata in GUCE 11 febbraio 1989 L 40. Il testo qui pubblicato è ripreso dal sito ufficiale delle istituzioni comunitarie: www.europa.eu.int/eur-lex.

3. Impedimenti alla registrazione o motivi di nullità. 1. Sono esclusi dalla registrazione, o, se registrati, possono essere dichiarati nulli:

- a) i segni che non possono costituire un marchio di impresa;
- b) i marchi di impresa privi del carattere distintivo;
- c) i marchi di impresa composti esclusivamente da segni o indicazioni che in commercio possono servire a designare la specie, la qualità, la quantità, la destinazione, il valore, la provenienza geografica ovvero l'epoca di fabbricazione del prodotto o della prestazione del servizio;
- d) i marchi di impresa composti esclusivamente da segni o indicazioni che siano divenuti di uso comune nel linguaggio corrente e negli usi leali e costanti del commercio;
- e) i segni costituiti esclusivamente:
 - dalla forma imposta dalla natura stessa del prodotto;
 - dalla forma del prodotto necessaria per ottenere un risultato tecnico;
 - dalla forma che dà un valore sostanziale al prodotto;
- f) i marchi di impresa contrari all'ordine pubblico o al buon costume;
- g) i marchi di impresa che sono di natura tale da ingannare il pubblico, per esempio circa la natura, la qualità o la provenienza geografica del prodotto o del servizio;
- h) i marchi di impresa che, in mancanza di autorizzazione delle autorità competenti, devono essere esclusi dalla registrazione o invalidati a norma dell'art. 6-ter della convenzione di Parigi per la protezione della proprietà industriale, in appresso denominata « convenzione di Parigi »

12. Motivi di decadenza. 1. (omissis).

2. Il marchio di impresa è suscettibile inoltre di decadenza quando esso dopo la data di registrazione:

- a) è divenuto, per il fatto della attività o inattività del suo titolare, la generica denominazione commerciale di un prodotto o di un servizio per il quale è registrato;
- b) è idoneo a indurre in inganno il pubblico, in particolare circa la natura, la qualità provenienza geografica dei suddetti prodotti o servizi, a causa dell'uso che ne viene fatto dal titolare del marchio di impresa o con il suo consenso per i prodotti o servizi per i quali è registrato.

13. Impedimenti alla registrazione e motivi di decadenza o di nullità soltanto per una parte dei prodotti o servizi. Se un impedimento alla registrazione o motivi di decadenza o di nullità di un marchio di impresa sussistono soltanto per una parte dei prodotti o servizi per i quali il marchio di impresa è richiesto o registrato, l'impedimento alla registrazione, la decadenza o la nullità riguardano solo i prodotti o servizi di cui trattasi.