



MAGGIO 2025

DIFENDERE L'IDENTITÀ VATICANA TRAMITE LA PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Il Vaticano, in quanto Stato sovrano e sede della Chiesa cattolica, adotta una tutela molto rigorosa dei propri simboli religiosi e della propria identità. Utilizza strumenti di proprietà intellettuale, come la registrazione di marchi e nomi a dominio, per proteggere loghi, emblemi, nomi e simboli ufficiali (ad esempio, stemmi papali, loghi di eventi come il Giubileo, espressioni come "Habemus Papam").

La protezione tramite marchio serve a contrastare la contraffazione, a mantenere il controllo sull'uso dei simboli e a salvaguardare la sacralità dei segni religiosi, anche per evitare che vengano utilizzati in modo improprio o commerciale senza autorizzazione.

Tra i vari marchi registrati dalla Città del Vaticano – o da suoi enti e istituzioni – troviamo:

- **"Peregrinatio Ad Petri Sedem"**, ovvero la rappresentazione parziale dello stemma della Città del Vaticano
- **"Vatican Media"**, il marchio ufficiale per la distribuzione e la tutela di suoni, immagini e video relativi all'attività del Santo Padre e della Santa Sede, gestito dal Dicastero per la Comunicazione.
- **"Basilica di San Pietro"**, registrato sia come

marchio verbale sia come marchio figurativo da La Fabbrica di San Pietro in Vaticano

- **"MV"** o **"EMV"**, ovvero i marchi dei Musei Vaticani, registrati dalla Direzione dei Musei e dei Beni Culturali – Governatorato dello Stato della Città del Vaticano
- **"Stato della Città del Vaticano"**, registrato negli Stati Uniti

Sebbene la Città del Vaticano abbia istituito l'Ufficio Giuridico del Governatorato dello Stato della Città del Vaticano – responsabile di gestire questioni legali ed amministrative – non è dotata di un vero e proprio Ufficio Brevetti e Marchi.

Infatti, **per la registrazione di marchi, brevetti e modelli, è necessario rivolgersi all'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (UIBM).**

La registrazione di un marchio in Italia, infatti, offre protezione non solo sul territorio italiano e nella Repubblica di San Marino, ma **è riconosciuta anche nella Città del Vaticano**, grazie agli accordi bilaterali vigenti tra gli Stati.

Questo significa che un marchio registrato in Italia può ottenere tutela anche nel territorio vaticano, senza la necessità di una procedura di registrazione

autonoma specifica per il Vaticano stesso.

Tuttavia, lo stesso non vale per un marchio dell'Unione Europea: tale marchio protegge tutti gli Stati Membri UE, ma non include automaticamente il Vaticano. A tal fine è, infatti, necessario procedere con un deposito nazionale in Italia.

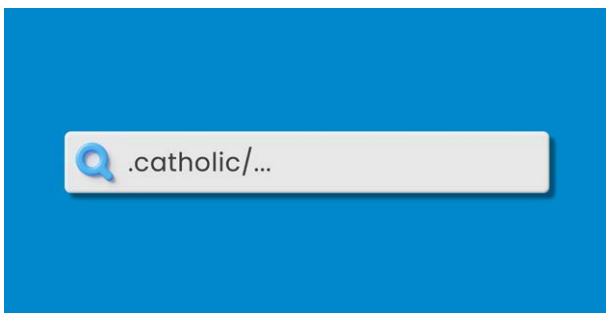
La Città del Vaticano ha provveduto anche alla tutela dei propri **nomi a dominio**.

Il dominio di primo livello nazionale assegnato alla Città del Vaticano è **.va**. Trattasi di un Country Code Top Level Domain (ccTLD) – al pari del .it, .de o del .fr – essendo la Città del Vaticano uno Stato Sovrano.

Tuttavia, a differenza degli altri ccTLD, che possono essere registrati da chiunque, **la registrazione di nomi a dominio con estensione .va è riservata esclusivamente ad organismi ufficiali vaticani**, come enti, dicasteri e uffici della Santa Sede; non è possibile, infatti, per privati o aziende esterne registrare domini in questa estensione.

I siti web ufficiali del Vaticano utilizzano anche nomi a dominio di secondo livello all'interno del dominio .va, come ad esempio **vatican.va**.

Il dominio **.catholic**, invece, può essere registrato solo da organizzazioni e scuole religiose cattoliche, garantendo un identificativo univoco per i siti web legati alla fede cattolica.



La Città del Vaticano è anche solita avvalersi dello strumento del **diritto d'autore** per tutelare i propri simboli, nomi o loghi.

La tutela del diritto d'autore nella Città del Vaticano è ora regolata dalla Legge Vaticana del 19 marzo 2011, n. CXXXII "sulla protezione del diritto d'autore e dei diritti connessi" che ha sostituito interamente la precedente normativa che prevedeva l'applicazione nello Stato della normativa italiana in tema di diritto d'autore (Legge n. 633 del 22 aprile 1941).

La Legge vaticana sul diritto d'autore si compone di soli otto articoli. Ai sensi dell'articolo 1, la Legge

italiana sul diritto d'autore si applica su base suppletiva a qualsiasi questione relativa alla protezione del diritto d'autore che coinvolga la Città del Vaticano e che non sia specificamente regolata dalla Legge vaticana sul diritto d'autore. È, infatti, previsto che legge italiana è applicabile fintanto che non è in contrasto con il diritto divino, con i principi generali del diritto canonico, con le disposizioni derivanti da trattati internazionali firmati dalla Santa Sede o con le disposizioni di Patti Lateranensi e dei successivi accordi tra Italia e Città del Vaticano e sia applicabile in relazione al caso di specie.

Inoltre, vale la pena di notare che la Santa Sede è membro della Convenzione di Berna per la protezione delle opere letterarie e artistiche, ai sensi della quale *"gli autori godono, per le opere per le quali sono protetti ai sensi della presente Convenzione, nei Paesi dell'Unione diversi da quello di origine, dei diritti che le rispettive legislazioni accordano attualmente o potranno accordare in futuro ai loro cittadini, nonché dei diritti specialmente accordati dalla presente Convenzione"*.

Quanto sopra significa che i diritti concessi dalla Legge Vaticana sul Diritto d'Autore e/o dalla Legge Italiana sul Diritto d'Autore su un'opera sono applicabili in tutti i Paesi aderenti alla Convenzione di Berna (tra cui Francia, Germania, Italia, Regno Unito e Stati Uniti d'America).

Ma i simboli o nomi religiosi possono essere oggetto di protezione solo da parte della Città del Vaticano?

Teoricamente, la risposta è no. È, infatti, accordata la possibilità per soggetti terzi di registrare come marchio simboli religiosi (si pensi per esempio a comunità religiose locali), ma vi sono alcuni limiti importanti da considerare.

Innanzitutto, l'articolo 10 del codice di proprietà industriale vieta la registrazione di simboli notoriamente riconosciuti che rivestono un interesse pubblico, come molti simboli religiosi, a meno che l'amministrazione pubblica competente non esprima un diniego motivato.

La norma mira a evitare che simboli religiosi di grande rilevanza pubblica e culturale vengano monopolizzati o sfruttati commercialmente da soggetti privati senza autorizzazione, proteggendo così l'interesse collettivo e la sensibilità religiosa.

Inoltre, la registrazione può essere negata se il marchio è contrario alla legge, all'ordine pubblico o al buon costume o se è privo di carattere distintivo.

La giurisprudenza, ad esempio, ha spesso negato la registrazione di marchi che utilizzano nomi o simboli religiosi universalmente riconosciuti (come "Gesù", "Madonna", "Buddha"), ritenendo che non abbiano carattere distintivo sufficiente o che possano risultare offensivi per il sentimento religioso, quindi contrari all'ordine pubblico.

È stata, infatti, disposta la nullità del marchio "BUDDHA" da parte della Corte di cassazione per difetto di capacità distintiva in quanto "non solo evoca una religione, ma comunica adesione o comunque interesse per una filosofia e uno stile di

vita connotativi di un costume pertinente ormai alle più diverse manifestazioni dell'agire sociale, dalla letteratura, alla musica, dalle arti figurative alla cucina, tanto da essere divenuto di moda".

Se, quindi, si desidera proteggere un simbolo religioso od un nome che possa richiamare il mondo religioso – qualsiasi esso sia –, si consiglia di richiedere un parere ad un esperto in materia di proprietà intellettuale, per evitare il rischio di ricevere contestazioni. I nostri professionisti sono a vostra disposizione in tal senso!

FIERE ED ESPOSIZIONI: COME DIFENDERE LE INNOVAZIONI E TUTELARSI DAI RISCHI

Partecipare a fiere ed esposizioni è un'opportunità preziosa per le aziende, per sviluppare il proprio business e far conoscere le proprie innovazioni. Tuttavia, la divulgazione prematura di un'innovazione in questi eventi può compromettere la possibilità di brevettarla. Per brevettare un'invenzione, infatti, essa deve essere nuova, inventiva e applicabile industrialmente. La **pre-divulgazione** in una fiera, se non gestita correttamente, può **privare l'invenzione del requisito di novità, rendendo impossibile la protezione brevettuale**. Per evitare questo rischio, è fondamentale **depositare la domanda di brevetto prima di esporre pubblicamente l'invenzione** o, se ciò non è possibile, esporre l'invenzione avendo cura di nascondere gli aspetti innovativi.



Per le aziende che possiedono già un portafoglio brevetti, prima di partecipare a una fiera, è consigliabile individuare brevetti o domande di brevetto pertinenti, per verificare se il loro ambito di protezione copre quanto verrà esposto. Se il

prodotto da esporre contenesse migliorie rispetto a un brevetto precedente, potrebbe essere utile depositare una nuova domanda di brevetto diretta a tali migliorie prima della divulgazione.

Le fiere possono inoltre rappresentare un'importante occasione per **proteggere la proprietà intellettuale** di un'azienda raccogliendo prove di **eventuali contraffazioni**. Alcune fiere offrono strumenti di autodisciplina con procedure rapide per accertare e rimuovere violazioni. Questi strumenti consentono di agire prontamente, evitando lunghe e costose azioni legali. Tuttavia, se necessario, si possono intraprendere azioni legali post-fiera, come diffide, procedimenti civili d'urgenza per descrizione, inibitorie, sequestri e ritiri dal commercio. Raccogliere documentazione adeguata, come fotografie, testimonianze e materiali promozionali, con una data certa, può rafforzare la propria posizione nel caso si renda necessario un intervento legale.

Un altro aspetto da considerare è la **verifica della proprietà industriale dei concorrenti**. Prima di partecipare a un'esposizione, è auspicabile analizzare i brevetti esistenti per evitare di ledere diritti di privativa altrui. Questa verifica, nota come Ricerca di libertà di attuazione (*Freedom To Operate*, FTO), andrebbe effettuata già nella fase di sviluppo di un nuovo prodotto, ma rimane utile anche prima di una fiera. Le conseguenze di una violazione brevettuale possono infatti essere gravi, con possibili richieste di risarcimento o il blocco della commercializzazione del prodotto.

Tra i tanti casi menzionabili in cui le divulgazioni in fiera hanno avuto un ruolo chiave in contenziosi

brevettuali, segnaliamo, ad esempio, un caso affrontato dal Tribunale di Venezia (sentenza n. 870/2024 del 15/03/2024), il quale si è espresso **rigettando le accuse mosse ad un'azienda operante nel settore delle macchine utensili di aver contraffatto un brevetto di un concorrente riguardante un componente elettromeccanico.**

La decisione è stata presa in ragione del fatto che il componente elettromeccanico in presunta contraffazione era stato **divulgato in un evento fieristico** dall'azienda accusata di contraffazione **prima del deposito del brevetto del concorrente.** Fondamentale, in questo caso, è risultata la possibilità di **dimostrare la pre-divulgazione in fiera grazie a**

testimonianze e documentazione fotografica.

La gestione della proprietà intellettuale in fiera richiede, pertanto, una strategia chiara e preparata, prestando anche la dovuta attenzione alla comunicazione e alla presentazione del prodotto esposto. Inoltre, nelle fiere internazionali, è importante conoscere le normative locali sulla proprietà intellettuale, che possono differire significativamente da quelle europee. Con una preparazione adeguata, imprenditori e aziende possono sfruttare al meglio le opportunità offerte dalle fiere, proteggendo le loro innovazioni e garantendo la crescita del loro business.

RIFORMA DEL DESIGN NELL'UE: AL VIA LA FASE 1



La **Riforma UE del Design** è stata pubblicata nella [Gazzetta Ufficiale](#) dell'Unione Europea lo scorso 18 Novembre 2024. Essa mira a modernizzare il regime di tutela dei design (disegni o modelli) per stare al passo con le nuove tecnologie e realtà economiche, aumentando la certezza giuridica, semplificando il processo di registrazione e ampliando l'accessibilità della privativa.

Il **1° maggio 2025** è entrata in vigore la cosiddetta **fase 1** del nuovo [Regolamento](#) che, insieme alla [Direttiva](#), definisce la Riforma.

Con la fase 1, vengono introdotte diverse modifiche significative, tra cui:

- **Aggiornamento delle definizioni:** la nozione di "disegno o modello" ora include l'animazione e la transizione delle caratteristiche visive. Inoltre, la definizione di "prodotto" si amplia per comprendere elementi non fisici, come interfacce grafiche utente e opere grafiche.
- **Diritti esclusivi e limitazioni:** la protezione dei design si estende alla stampa 3D e alla distribuzione digitale. Vengono introdotte nuove eccezioni per l'uso di design a fini di critica, commento o parodia. La clausola di riparazione diventa permanente, facilitando l'accesso ai pezzi di ricambio.
- **Procedure di deposito e tasse:** le domande di design dell'UE devono essere depositate direttamente all'EUIPO, eliminando la possibilità di farlo tramite uffici nazionali. Il pagamento della tassa di deposito diventa obbligatorio per fissare la data di deposito. Inoltre, si elimina il requisito dell'"unicità della classe", permettendo domande multiple con design appartenenti a classi diverse.
- **Nuovo sistema di avvisi:** i titolari possono ora esporre il simbolo ® sui loro prodotti per sensibilizzare sulla protezione del design.

Per maggiori dettagli sulle modifiche introdotte con la fase 1, rimandiamo al [numero di novembre 2024](#) della nostra newsletter.

FONDO PER LE PMI 2025: RIAPRONO I VOUCHER 3 E 4!

Il 2 giugno 2025 riapriranno i **Voucher 3 e 4** del **Fondo per le PMI "Ideas Powered for Business"**, che erano stati temporaneamente chiusi per esaurimento dei fondi.

Per il **Voucher 2**, tuttora aperto, non si prevedono al momento chiusure anticipate rispetto alla scadenza indicata nel bando, che è il 5 dicembre 2025.

Di seguito un riassunto dei Voucher del Fondo per le PMI e dei relativi importi ottenibili:

Voucher 2: Marchi e Disegni - importo massimo di 700 euro per beneficiario.

Voucher 3: Brevetti - importo massimo di 3.500 euro per beneficiario.

Voucher 4: Varietà vegetali comunitarie - importo massimo di 1.500 euro per beneficiario.

Per maggiori dettagli sulle spese coperte dai Voucher e sulle modalità di richiesta, Vi rimandiamo alla nostra [newsletter di febbraio 2025](#).



Ricordiamo che i Voucher di cui sopra possono essere richiesti da tutte le piccole e medie imprese (PMI) con sede in uno degli Stati membri dell'UE o in Ucraina.

Lo Studio Interpatent si conferma a disposizione per offrire la propria assistenza in materia e per ogni ulteriore informazione utile alla partecipazione alle misure agevolative in oggetto, fornendo la propria disponibilità a presentare le domande di ammissione per conto delle aziende richiedenti come parte integrante del singolo incarico conferito.

LO SAPEVATE CHE...

I **brevetti essenziali** (*Standard Essential Patent, SEP*) sono brevetti che proteggono invenzioni indispensabili per l'implementazione di standard tecnologici, garantendo interoperabilità e compatibilità tra dispositivi e servizi.

Le **organizzazioni di standardizzazione** (*Standard Developing Organisation, SDO*) svolgono un ruolo cruciale nel processo di definizione degli standard, collaborando con aziende e ricercatori per trovare le soluzioni tecniche migliori. Quando un brevetto viene dichiarato essenziale per uno standard, il suo titolare si impegna a concedere licenze secondo termini **FRAND** (**Fair, Reasonable and Non-Discriminatory**), garantendo un equilibrio tra innovazione e accessibilità.

I brevetti essenziali sono nati nel mondo delle **telecomunicazioni** e dell'**elettronica**, permettendo a tecnologie quali il Wi-Fi, il 5G o la compressione video MPEG-4 di funzionare in modo uniforme su scala globale. Tuttavia, esistono brevetti essenziali anche in altri settori, ad esempio nel settore medico.

I brevetti essenziali offrono vantaggi strategici e finanziari alle aziende, permettendo un maggiore sfruttamento economico tramite le suddette licenze FRAND o altri strumenti come il *cross-licensing* (cioè un accordo con cui due o più parti si concedono reciprocamente licenze sui propri brevetti) e il *patent pooling* (un consorzio in cui diverse aziende condividono e gestiscono collettivamente i propri brevetti).

Con questa newsletter ci proponiamo di mantenere aggiornati i nostri clienti sugli sviluppi nel settore della Proprietà Industriale in generale e della nostra struttura in particolare.

Desideriamo garantire in questo modo una visione più ampia degli strumenti che il campo dei marchi, nomi a dominio, brevetti, disegni e diritti connessi offre agli imprenditori, per valorizzare e difendere il loro impegno nella ricerca e sviluppo di nuove soluzioni e idee.



Members of FICPI and AIPPI

INTERPATENT Studio Tecnico Brevettuale S.R.L. - Sede Legale Via Caboto, 35 - 10129 TORINO - Capitale Sociale € 50000
Registro Imprese di Torino 08327040013 - Codice Fiscale e Partita IVA (V.A.T.) 08327040013 - REA 963838

email@interpatent.com - www.interpatent.com