

MARCHIO ED ETICHETTATURA

Unità d' apprendimento
ECONOMIA AZIENDALE

Lucchese, Lo Bue, Mazzola, Alistan, Parrinello.

MARCHIO

Il marchio, in diritto, indica un qualunque segno suscettibile di essere rappresentato graficamente, in particolare parole (compresi i nomi di persone), disegni, lettere, cifre, suoni, forma di un prodotto o della confezione di esso, combinazioni o tonalità cromatiche, purché sia idoneo a distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli delle altre.

In Italia esso è disciplinato dagli articoli da 7 a 28 del Codice della proprietà industriale (decreto legislativo n. 30 del 10 febbraio 2005).

Si distingue il marchio di fatto dal marchio registrato che, in virtù del processo di registrazione dinanzi all'Ufficio italiano brevetti e marchi (UIBM), gode di una protezione rafforzata in quanto ha data certa, mentre il marchio di fatto deve dimostrare sia la notorietà che il preuso esteso. La registrazione dura dieci anni a partire dalla data di deposito della domanda, salvo il caso di rinuncia del titolare, e alla scadenza può essere rinnovata ogni volta per ulteriori dieci anni.

Il marchio registrato è un marchio protetto giuridicamente.

A seconda del territorio in cui sono tutelati si distinguono i seguenti tipi di marchio registrato:

- MARCHIO NAZIONALE

La tutela giuridica del marchio nazionale è limitata al solo territorio italiano.

- MARCHIO COMUNITARIO

Con un'unica azione legale la tutela giuridica del marchio comunitario è valida per tutti i Paesi membri dell'Unione europea.

La domanda di registrazione deve essere fatta pervenire all'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (UAMI), a Alicante (Spagna).

- MARCHIO INTERNAZIONALE

I titolari di un marchio nazionale possono estenderne la tutela nei Paesi europei ed extraeuropei che aderiscono a due accordi internazionali (l'Accordo di Madrid e il Protocollo di Madrid) depositando una domanda di marchio internazionale.

Conformità Europea



Cina Export



ETICHETTATURA

Una **etichetta** è un foglio adesivo applicato a imballaggi o a un qualsiasi oggetto per permetterne l'identificazione, indicare le informazioni di ogni genere.

Un'etichetta di identificazione può riportare le seguenti informazioni in forma scritta:

- nome e ubicazione dell'azienda;
- nome e provenienza del prodotto;
- data di confezionamento e di scadenza del prodotto;
- prezzo del prodotto;
- quantità di prodotto, espressa in peso o in volume (ad esempio: peso netto, peso lordo, peso sgocciolato, volume in litri);
- ingredienti o composizione del prodotto.

**VALORI NUTRIZIONALI MEDI PER 100 g DI
PRODOTTO SGOCCIOLATO**

**Μέση θρεπτική αξία ανά 100γρ.
στραγγισμένου προϊόντος**

VALORE ENERGETICO Ενεργειακή αξία	173,50 kcal 725,50 kJ
PROTEINE Πρωτεΐνες	22,00 g
CARBOIDRATI Υδατάνθρακες di cui: zuccheri EK TΩN OTTOIΩN: σάκχαρα	0,00 g 0,00 g
GRASSI totali Συνολικά λιπαρά di cui: saturi EK TΩN OTTOIΩN: Κορεσμένα di cui: monoinsaturi EK TΩN OTTOIΩN: Μονοακόρεστα di cui: polinsaturi EK TΩN OTTOIΩN: Πολυακόρεστα	9,50 g 2,50 g 3,10 g 3,90 g
FIBRA Εξωδιμερές ίνες	0,00 g
SODIO Νάτριο	0,40 g

CECI

**QUANTITÀ MEDIA PER 100g
DI PRODOTTO SGOCCIOLATO:**

Valore energetico kJ 527 - kcal 125
Proteine g 6,7
Carboidrati g 16,8 di cui: zuccheri g 0,7
Grassi g 2,2 di cui: saturi g 0,3
Fibre alimentari g 5,8
Sodio g 0,30

Ingredienti: Ceci, acqua, sale, antiossidante:
acido ascorbico.

Da consumarsi preferibilmente entro:
vedi lato superiore

Prodotto nel rispetto dei valori di Coop da
Conservare Italia Soc. coop. Agricola nello
stabilimento di Codigoro (FE), via della
Cooperazione 5.

380g^e

230g
peso sgocciolato

