

23 Giugno 2026 - 09:39 di *Monica Cuprifi*

Nessuna tutela per il marchio troppo generico e descrittivo. Nemmeno Bruxelles ti viene in aiuto. L'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO) ha dichiarato parzialmente nullo uno dei principali marchi europei di Sportingbet, storico brand del settore delle scommesse oggi appartenente al gruppo Entain. La decisione, adottata dalla Divisione Annullamenti dell'EUIPO il 18 giugno 2026, rappresenta uno dei casi più significativi degli ultimi anni in materia di marchi nel comparto del gioco e delle scommesse online.

La vicenda nasce da un'azione promossa dalla società maltese SB Entertainment Ltd, che ha chiesto la dichiarazione di nullità del marchio figurativo europeo "Sportingbet", registrato nel 2005 e utilizzato da oltre vent'anni nel mercato delle scommesse sportive. Secondo il ricorrente, il segno sarebbe sostanzialmente descrittivo dei servizi offerti e privo del necessario carattere distintivo richiesto dalla normativa europea sui marchi.

Che cos'è l'EUIPO e perché la sua decisione è importante

L'EUIPO è l'autorità dell'Unione europea responsabile della registrazione e della tutela dei marchi dell'Unione europea e dei disegni e modelli comunitari. Un marchio registrato presso l'EUIPO garantisce protezione in tutti gli Stati membri dell'Unione con un'unica registrazione.

Tra le competenze dell'Ufficio rientra anche la possibilità di riesaminare marchi già registrati attraverso procedure di nullità. In questi casi l'EUIPO verifica se, al momento della registrazione, il marchio rispettasse effettivamente i requisiti previsti dalla normativa europea. Se conclude che tali requisiti mancavano, può annullare la registrazione anche molti anni dopo il suo rilascio.

È esattamente quanto accaduto nel caso Sportingbet.

Perché il marchio è stato dichiarato nullo

Secondo la Divisione Annullamenti, il pubblico anglofono percepisce immediatamente il termine "Sportingbet" come la combinazione delle parole "sporting" e "bet", ossia una scommessa relativa a eventi sportivi o un'attività di scommessa sportiva.

Scommesse: Bruxelles non tutela il marchio se il nome è troppo generico, 'bet' e 'sport' sono di tutti

L'EU IPO ha ritenuto che, per gran parte dei servizi rivendicati dal marchio, il segno non svolga la funzione fondamentale di identificare l'origine commerciale dei prodotti e dei servizi, ma descriva semplicemente la loro natura.

I giudici amministrativi dell'Ufficio hanno inoltre respinto l'argomento secondo cui la particolare veste grafica del logo sarebbe sufficiente a conferirgli carattere distintivo. La colorazione blu e rossa delle parole, il carattere utilizzato e gli altri elementi figurativi sono stati considerati troppo semplici e ordinari per superare il carattere descrittivo del segno.

I servizi per i quali la tutela viene meno

La decisione colpisce il cuore dell'attività di Sportingbet.

L'EU IPO ha annullato la registrazione per la maggior parte dei servizi legati al betting e al gambling, compresi i servizi di scommesse sportive, casinò online, bookmaker, lotterie, diffusione di quote e risultati sportivi, software per il gioco, pubblicazioni elettroniche dedicate alle scommesse, servizi finanziari collegati al gambling, trasmissione di dati e informazioni di gioco e numerosi servizi tecnologici utilizzati per la gestione delle piattaforme di betting.

In sostanza, il marchio perde la propria tutela europea proprio nelle aree economiche che rappresentano il nucleo storico del business Sportingbet.

La protezione rimane invece in vigore per un numero limitato di servizi, principalmente legati alla pubblicità, al marketing, alla compilazione di database, alle informazioni commerciali online e ad alcuni servizi immobiliari.

Cosa non cambia per Entain

La decisione non comporta alcun divieto di utilizzo del marchio Sportingbet. Entain può continuare a utilizzare il brand sui propri siti, sulle applicazioni e nelle attività commerciali. La pronuncia riguarda infatti la validità di una specifica registrazione europea e non l'uso del marchio in sé.

Inoltre, il gruppo dispone di un ampio portafoglio di diritti di proprietà intellettuale collegati al brand Sportingbet, comprendente altre registrazioni nazionali e internazionali. La stessa decisione ricorda che il marchio è presente sul mercato sin dagli anni Novanta e che il gruppo possiede ulteriori titoli di proprietà industriale relativi al segno. La società ha inoltre la possibilità di impugnare la decisione

davanti alle Commissioni di Ricorso dell'EUIPO e successivamente, se necessario, davanti al Tribunale dell'Unione europea.

Le possibili conseguenze per il mercato

L'effetto più immediato riguarda la capacità di Entain di fare affidamento su questa specifica registrazione quando intende opporsi a marchi successivi o contestare l'utilizzo di segni simili da parte di terzi nel settore delle scommesse. La decisione non apre automaticamente la strada a nuovi operatori che intendano utilizzare denominazioni analoghe, ma potrebbe rendere più complessa la difesa del marchio fondata esclusivamente su questa registrazione.

Ancora più importante è il principio affermato dall'EUIPO. L'Ufficio ha ribadito che termini composti da parole comunemente associate alle scommesse sportive possono essere considerati descrittivi e quindi non idonei a beneficiare di una tutela esclusiva particolarmente ampia.

Si tratta di un orientamento che potrebbe influenzare future domande di registrazione nel settore del betting e dell'iGaming, soprattutto quando i marchi sono costruiti mediante l'unione di termini direttamente collegati all'attività di scommessa.

Sul piano operativo la decisione non produce effetti immediati sul mercato delle scommesse, compreso quello italiano. Sportingbet non opera oggi come concessionario ADM in Italia e la pronuncia non riguarda licenze di gioco, autorizzazioni amministrative o concessioni.

L'impatto potrebbe però manifestarsi sul terreno della proprietà industriale e delle strategie di branding. L'orientamento espresso dall'EUIPO rappresenta infatti un precedente significativo per tutti gli operatori del settore che intendano proteggere marchi composti da termini descrittivi come "bet", "sport", "casino" o espressioni analoghe. Per gli operatori attivi in Italia la decisione conferma l'importanza di sviluppare marchi dotati di una reale capacità distintiva e non semplicemente descrittivi dei servizi offerti. La vicenda Sportingbet dimostra inoltre come anche registrazioni storiche, rimaste in vigore per molti anni, possano essere rimesse in discussione attraverso gli strumenti previsti dal diritto europeo dei marchi. Un principio che assume particolare rilevanza in un settore altamente competitivo come quello delle scommesse, dove il valore commerciale del brand rappresenta spesso uno degli asset più importanti per gli operatori.

Scommesse: Bruxelles non tutela il marchio se il nome è troppo generico, 'bet' e 'sport' sono di tutti

Fonte: <https://www.jamma.it/?p=354197>