

# LA TUTELA DELLA CREATIVITÀ E DEL DESIGN

di Michela Maggi

*Prefazione* del Prof. Francesco Trabucco

## **IMPORTANTE**

→ PDF

Il volume è disponibile anche in versione pdf

Le istruzioni per scaricare il file sono a pag. 237

**N.B.:** Nelle versioni elettroniche del volume tutti i rimandi (per es. da Sommario a Paragrafi) sono attivabili (link)

EDIZIONI  
**FAG**  
MILANO

|

|

# Indice sistematico

<b>Prefazione</b> ( <i>Francesco Trabucco</i> ) .....	11
---	----

## **Introduzione - La premessa necessaria: muoversi in un mondo in continuo movimento** (*Giulio Ceppi*)

Percepire la complessità dello scenario.....	15
Osservare i confini che mutano .....	16
Interagire con i soggetti sempre più partecipanti.....	16
Interpretare la specificità dei mercati .....	17
Difendere il valore dell'icona e dell'archetipo.....	18
Registrare la storia in un diritto d'autore sempre più sociale.....	19

## **Capitolo 1 - Cos'è il *design*, premesse generali e definizione di *design***

1.1 Introduzione .....	21
------------------------	----

## **Capitolo 2 - La tutela della forma come disegno o modello**

2.1 La tutela come disegno e modello industriale .....	26
2.2 Cosa può essere oggetto di tutela come disegno e modello industriale: caratteristiche generali .....	28
2.2.1 La necessità che le forme siano visibili .....	30
2.2.2 Particolarità: l'aspetto dato dal materiale usato .....	30
2.3 Le forme registrabili o tutelabili come disegno e modello ....	32
2.3.1 Un oggetto industriale o artigianale.....	32
2.3.2 I componenti che devono essere assemblati per formare un prodotto complesso: i pezzi di ricambio	32
2.3.3 Gli imballaggi.....	35

2.3.4	Le presentazioni di un prodotto.....	35
2.3.5	I simboli grafici e i caratteri tipografici .....	35
2.4	I requisiti di validità di un disegno e modello.....	36
2.4.1	La novità.....	37
2.4.2	Il carattere individuale.....	38
2.5	Criteri per valutare se esiste il carattere individuale .....	41
2.6	Quali sono i disegni o modelli che possono essere considerati come anteriorità rilevanti .....	43
2.7	Il periodo di grazia. Ovvero se sia possibile registrare un disegno o modello dopo che questo è stato divulgato.....	45
2.8	Che cosa non può essere registrato come modello e disegno .	46
2.8.1	Le forme necessitate o standardizzate.....	46
2.8.2	I modelli e disegni contrari all'ordine pubblico e al buon costume .....	48
2.9	Quanto dura la registrazione?.....	49
2.10	Quali diritti conferisce la registrazione.....	49
2.11	A chi spetta il diritto di registrare.....	50
2.12	Cosa avviene se il <i>design</i> è creato dal dipendente .....	51
2.13	Cosa avviene se il <i>design</i> è creato su commissione.....	51
2.14	A partire da quando può essere fatta valere la registrazione nei confronti dei terzi? .....	52
2.15	E se qualcuno registra un disegno o modello sul quale non ha diritti?.....	52
2.16	Rimedi nel caso in cui la domanda di registrazione sia ancora pendente.....	53
2.17	Rimedi nel caso in cui la registrazione sia già stata concessa al non avente diritto .....	53
2.18	La registrazione può essere invalidata una volta concessa? ....	54
2.19	Come avviene la registrazione? .....	58
2.20	La registrazione comunitaria del disegno e modello .....	60
2.21	La violazione dei disegni e modelli: la contraffazione .....	62
2.22	Condotte riguardanti la mera pubblicità dei modelli e disegni, anche via Internet.....	63
2.23	I soggetti legittimati passivi all'azione di contraffazione .....	66
2.24	Il settore merceologico di riferimento .....	67
2.25	Basta qualche modifica di un disegno e modello per escludere la contraffazione?.....	68
2.26	Il disegno e modello non registrato ha una tutela?.....	69
2.27	La divulgazione del disegno e modello comunitario di fatto .	69
2.28	La contraffazione del disegno e modello di fatto.....	72

2.29	Ma allora conviene registrare?.....	74
2.30	Si può registrare dopo aver divulgato il disegno e modello? .	76
2.31	Il preuso del disegno e modello non idoneo ad essere considerato modello di fatto.....	76

### Capitolo 3 - Il *design* di fascia alta - La tutela di diritto di autore per il *design*

3.1	Il <i>design</i> è arte? .....	79
3.2	Un po' di storia.....	81
3.3	Il criterio della scindibilità .....	82
3.4	Le ricadute pratiche dell'applicazione del criterio della scindibilità .....	84
	3.4.1 I tessuti .....	84
	3.4.2 Le opere dell'arredamento .....	85
	3.4.3 Le sculture .....	85
3.5	Le esigenze di superamento del criterio della scindibilità .....	86
3.6	L'attuale disciplina .....	87
	3.6.1 La normativa comunitaria.....	87
	3.6.2 La normativa italiana.....	88
3.7	L'interpretazione del requisito del " <i>valore artistico</i> " da parte delle nostre Corti.....	90
	3.7.1 I primi orientamenti.....	90
3.8	Il valore artistico secondo l'orientamento preferibile e più attuale .....	93
3.9	La critica al criterio del " <i>riconoscimento della storia</i> " .....	98
3.10	Conclusioni .....	99
3.11	La moratoria: limiti (temporali eccessivi) alla tutela d'autore..	100
3.12	L'iter della disciplina transitoria sul <i>design</i> .....	101
3.13	Il testo vigente dell'art. 239 c.p.i. ....	109

### Capitolo 4 - La tutela della forma attraverso il marchio

4.1	Forma e marchio.....	113
4.2	Che cos'è un marchio?.....	116
4.3	L'evoluzione storica del riconoscimento legislativo delle forme come marchi rispetto ai limiti della proteggibilità .....	118
4.4	Principali caratteristiche della tutela della forma come marchio.....	123
	4.4.1 La percezione della forma da parte dei consumatori rispetto ai marchi tradizionali .....	123

4.4.2	I principi in base ai quali viene riconosciuta la capacità distintiva nel marchio di forma.....	126
4.4.3	La bottiglia Contour della Coca Cola .....	127
4.5	Come provare l'acquisto della capacità distintiva.....	130
4.6	Gli impedimenti alla registrazione delle forme come marchio	132
4.6.1	La forma imposta dalla natura del prodotto .....	135
4.6.2	Forma necessaria per raggiungere un risultato tecnico	140
4.6.3	La forma che conferisce valore sostanziale al prodotto .....	145
4.6.4	A quali tipi di prodotti si applicano gli impedimenti alla registrazione .....	149
4.6.5	Le confezioni e gli impedimenti di cui all'art. 9 c.p.i..	150
4.7	Il principio di estraneità del marchio al prodotto per le forme	153
4.8	Il cumulo della tutela fra marchio e disegno e modello sovranazionale.....	155

## Capitolo 5 - Il design: la tutela senza registrazione

5.1	Sintesi delle tutele riconosciute di fatto al design e tutela senza registrazione: rinvio al disegno e modello di fatto e al marchio di fatto .....	157
5.2	La difesa dei valori distintivi e di richiamo dell'impresa attraverso la normativa sulla concorrenza sleale .....	158
5.3	Sulla imitazione servile delle forme di design.....	161
5.4	Appropriazione di pregi e agganciamento.....	162
5.5	Violazione delle regole di correttezza professionale.....	163
5.6	Alcuni casi significativi in materia di concorrenza sleale nel settore fashion.....	164
5.6.1	Il Burberry Check.....	164
5.6.2	Altri esempi di imitazione di tessuti.....	165
5.6.3	Le borse Kelly e Birkin di Hermes .....	166
5.6.4	La borsa "Hank" di Dolce & Gabbana.....	167
5.6.5	Lo stile: Gucci e altri .....	168
5.7	Packaging e <i>look alike</i> . L'importanza nel settore <i>food</i> .....	170
5.7.1	Le emiliane Barilla.....	172
5.7.2	Colussi c. Elledì.....	173
5.7.3	Nutella e Mc Quick Nocciollella .....	174
5.7.4	La patatine San Carlo Gruppo Alimentare .....	175

## **Capitolo 6 - Le implicazioni legali ed in particolare quelle riguardanti i diritti di proprietà intellettuale connesse all'utilizzo delle stampanti 3D**

<b>6.1</b>	Tecniche di produzione e principali problematiche .....	177
<b>6.2</b>	I soggetti .....	179
<b>6.3</b>	Premesse sulla violazione dei diritti di proprietà intellettuale	180
<b>6.4</b>	Una panoramica sulle problematiche in materia di disegni e modelli, diritto di autore e marchi.....	181
<b>6.5</b>	Ulteriori considerazioni sui pezzi di ricambio: la contraffazione indiretta.....	183
<b>6.6</b>	Misure di protezione.....	185

### **Appendice 1 - Modulistica per la registrazione dei marchi**

<b>A1_01</b>	Modulo registrazione marchio nazionale per richiedente ..	188
<b>A1_02</b>	Modulo registrazione marchio nazionale per mandatario..	191
<b>A1_03</b>	Modulo per opposizione marchio nazionale.....	195
<b>A1_04</b>	Costi di registrazione marchio nazionale .....	201
<b>A1_05</b>	Modulo di registrazione marchio comunitario .....	202
<b>A1_06</b>	Modulo per opposizione marchio comunitario .....	204
<b>A1_07</b>	Costi di registrazione marchio comunitario.....	209
<b>A1_08</b>	Costi di registrazione marchio internazionale .....	210

### **Appendice 2 - Modulistica per la registrazione di design**

<b>A2_01</b>	Modulo registrazione disegno e modello nazionale per richiedente.....	212
<b>A2_02</b>	Modulo registrazione disegno e modello nazionale per mandatario .....	215
<b>A2_03</b>	Costi di registrazione disegno e modello nazionale .....	219
<b>A2_04</b>	Modulo registrazione disegno e modello comunitario.....	220
<b>A2_05</b>	Costi di registrazione disegno e modello comunitario.....	224
<b>A2_06</b>	Modulo registrazione disegno e modello internazionale....	225
<b>A2_07</b>	Costi di registrazione disegno e modello internazionale....	236

|

|