

INTRODUZIONE

I beni prodotti da tutti i settori creativi, dall'abbigliamento all'arredamento, ai piccoli oggetti di uso quotidiano, svolgono un ruolo fondamentale da un punto di vista economico, sociologico e culturale.

Nell'ambito di tali industrie sia la creatività, sia l'originalità che l'innovazione risultano essere elementi fondamentali. Inoltre, i notevoli investimenti che vengono fatti da chi crede in tali strategie competitive, spesso portano alla produzione di oggetti e beni di consumo che di lì a poco andranno a riscuotere grande successo sul mercato. Tuttavia, tali strategie di crescita e sviluppo vengono spesso ostacolate da coloro che attuano pratiche imitative e contraffattorie. Si tratta di una problematica seria che è in grado di innescare fenomeni pericolosi e controproducenti in svariati contesti, determinando danni agli operatori del mercato, ai consumatori, nonché alla società nel suo complesso.

Detto ciò, l'obiettivo del presente lavoro, che annunciamo essere suddiviso in cinque capitoli, è quello di offrire una dettagliata analisi riguardante gli strumenti della proprietà industriale e intellettuale che vengono messi a disposizione a livello europeo per tutelare in modo opportuno i risultati dell'ingegno umano. Il settore che nel presente lavoro meglio verrà analizzato è quello della moda.

Obiettivo del primo capitolo è proprio quello di presentare il settore moda, le caratteristiche principali, le chiavi di successo e le tipologie di contratti che permettono ai diversi *brand* di incrementare la propria produzione, nonché entrare in nuovi mercati e rinnovare la propria immagine. Inoltre, come avremo modo di vedere, la creatività e l'innovazione di cui si accennava prima, costituiscono gli elementi propulsivi dell'azienda moda, quelli che hanno fatto dell'*Italian Style* un elemento di forza e di distinzione sui mercati internazionali. In questo scenario, le figure dell'imprenditore e dello stilista assumono

un ruolo fondamentale che richiede un'adeguata tutela giuridica, tanto più efficace quanto più puntuale e immediata, considerato anche il breve ciclo di vita del prodotto moda.

Considerato il fatto che la moda risulta essere il fenomeno che più di ogni altro è incline all'espansione e all'imitazione, è doveroso soffermarci su ogni singola problematica a cui tale settore va incontro. A tal riguardo, nel secondo capitolo, dopo aver fornito una definizione di "marchio" e "segno distintivo", nonché una dettagliata esposizione riguardante la tutela di questi ultimi, ci concentreremo su quella che è la concorrenza sleale. Avremo modo di constatare che il mercato della moda ed in particolare quello dei beni di lusso personali è il settore in cui si registrano i più elevati comportamenti concorrenziali illeciti.

Il terzo capitolo, invece, tratterà la tutela dei segni distintivi nel settore di nostro interesse. La nostra attenzione sarà posta sul tema della proprietà intellettuale e sulla violazione dei marchi. Come vedremo, la violazione dei diritti di proprietà intellettuale può costituire, oltre che un illecito civile, anche un reato presupposto per l'applicazione del d.lgs. n. 231/2001. Il settore della moda, in cui la creatività, come abbiamo già avuto modo di dire, svolge un ruolo fondamentale, è tra i più colpiti dalle violazioni di proprietà intellettuale ma i rischi di interferenza con diritti altrui sono significativi e spesso sottovalutati. L'opportunità che il legislatore, con l'introduzione nel catalogo 231 delle fattispecie relative alla violazione della proprietà intellettuale, ha offerto alle industrie appartenenti a tale settore è stata quella di poter analizzare i processi e verificare il proprio sistema di controllo interno al fine di valutare se lo stesso sia adeguato alle nuove sfide che la globalizzazione ed il progresso tecnologico presentano. Il capitolo in questione intende offrire una panoramica dei reati che hanno per oggetto la proprietà intellettuale e che maggiormente possono interessare le aziende della moda, segnalando le aree maggiormente a rischio ed i presidi di controllo volti a minimizzare la possibilità di commissione dei reati medesimi.

Il quarto capitolo, inoltre, ci proietterà in quello che è il mondo del design industriale. Come noto, il design è oggi uno degli aspetti fondamentali nella progettazione di accessori di moda, automobili, dispositivi elettronici, ecc. La scelta di un prodotto rispetto ad un altro, oltre ad essere determinata dagli aspetti funzionali è sempre più dettata dall'aspetto esteriore del prodotto stesso. Data una prima

definizione di design industriale, nel presente capitolo, si procederà con il tema della tutela. A tal riguardo anticipiamo che l'aspetto esteriore di un prodotto è tutelabile giuridicamente attraverso:

- l'istituto del disegno o modello registrato;
- l'istituto del design non registrato;
- la tutela per concorrenza sleale;
- la protezione prevista dal diritto d'autore;
- la tutela per marchio di forma o tridimensionale.

Tra le altre cose, facendo registrare un disegno presso un ufficio nazionale o regionale di proprietà intellettuale (o industriale) si acquisisce, ad esempio, il diritto esclusivo di impedire la copia non autorizzata o imitazione del disegno da parte di terzi. Tuttavia, sono numerose le violazioni che vengono ripetutamente riscontrate nell'ambito industriale. Concorrenza sleale e contraffazione sono le due violazioni di cui ampiamente ci occuperemo. Nel capitolo, inoltre, avremo modo di trattare i requisiti che un disegno industriale deve soddisfare al fine di essere registrato (esso deve essere nuovo, originale e avere carattere individuale), le metodologie di registrazione del disegno e la durata complessiva della tutela.

Nel quinto ed ultimo capitolo, infine, ci occuperemo del "*Made in Italy*". Indicazione di provenienza, quest'ultima, che se apposta su un capo o su un qualsiasi altro prodotto, è in grado di incrementare il valore qualitativo dello stesso.

Se prima il "*Made in Italy*", grazie all'artigianato e alle piccole imprese, era sinonimo di arte, lavorazione artigianale e cura del dettaglio, oggi, in un'economia sempre più globalizzata, in cui le imprese sono sempre meno legate al territorio, grazie all'introduzione di nuove tecnologie di comunicazione e di trasporto, le quali permettono di effettuare ordini e transazioni commerciali in tempi sempre più rapidi e al di là dei confini nazionali, cos'è rimasto del "*Made in Italy*"? Vi è una legge che lo definisce e lo tutela?

Da quanto appena detto, tramite una rilettura della legislazione nazionale, europea ed internazionale, si cercherà di capire a chi spetta la competenza decisionale in materia di etichettatura delle merci e chi sia effettivamente legittimato ad utilizzare la dicitura "*Made in Italy*", cercando di fare chiarezza su concetti quali: origine doganale, origine commerciale, marchi d'origine, denominazioni d'origine e marchi di qualità, troppo spesso utilizzati in maniera impropria.

A tal proposito, verrà posta l'attenzione sull'Accordo di Madrid riguardante la repressione delle false o ingannevoli indicazioni di provenienza, il quale è stato stipulato nel 1891, riveduto a Lisbona il 31 ottobre 1985 e recepito nell'ordinamento italiano dalla legge n. 676/1967. Tale Accordo, prevede efficaci strumenti di tutela della corretta indicazione di origine e provenienza, consentendo all'atto dell'importazione il sequestro di qualsiasi prodotto recante una falsa o ingannevole indicazione di provenienza, nella quale uno dei paesi cui si applica l'Accordo, o un luogo situato in essi, sia direttamente o indirettamente indicato come paese o come luogo d'origine. A tale accordo si collega la sentenza "Dolce&Gabbana" 8 febbraio 2006, n. 157 la quale verte sul fermo amministrativo disposto dall'autorità doganale, ai sensi dell'art. 1 del d.p.r. n. 656/1968, decreto di recepimento del citato Accordo di Madrid relativo alle indicazioni di provenienza false o fallaci, su un lotto di capi di abbigliamento proveniente dalla Turchia con il marchio "*Dolce e Gabbana linea junior*", su cui erano apposte targhette con la dicitura "*Dolce e Gabbana S.p.a. Legnano, Milano (Italy)*". Analizzeremo quali sono stati gli sviluppi e le conclusioni giurisprudenziali della vicenda.