

INDICE

	<i>pag.</i>
Introduzione	XI

CAPITOLO I

IL SETTORE MODA: ASPETTI GENERALI

1.1. Il settore moda	1
1.2. L'importanza del progetto creativo	5
1.3. La tutela	10
1.4. Sistemi di distribuzione	14
1.5. Contratto di <i>franchising</i>	17
1.6. Le licenze	21
1.7. Il <i>co-branding</i>	23
1.8. Il contratto di sponsorizzazione	27

CAPITOLO II

MARCHIO, SEGNI DISTINTIVI E CONCORRENZA SLEALE

2.1. Definizione di “marchio” e di “segno distintivo”	31
2.2. La funzione del marchio e la sua protezione	34
2.3. La proprietà intellettuale: brevetto e copyright	37

	<i>pag.</i>
2.4. Dalla tutela dei segni distintivi alla concorrenza	41
2.5. La concorrenza sleale	44
2.6. Il rischio di confusione tra segni	48

CAPITOLO III

LA TUTELA DEI SEGNI DISTINTIVI NEL SETTORE DELLA MODA: ASPETTI DI DIRITTO PENALE

3.1. Settore moda: proprietà intellettuale e violazione dei marchi	53
3.2. La contraffazione in Italia	54
3.3. Violazione dei diritti di proprietà intellettuale	58
3.4. L'analisi dei rischi per la salvaguardia della proprietà intellettuale	64
3.4.1. Prevenzione reati e controlli aziendali	67

CAPITOLO IV

DESIGN INDUSTRIALE: PROTEZIONE E VIOLAZIONE

4.1. Il design industriale	71
4.2. Le forme di tutela	73
4.3. La protezione del design	81
4.4. I diversi tipi di violazione	86

CAPITOLO V

MODA MADE IN ITALY. LE MISURE DOGANALI

5.1. <i>Made in Italy</i> nell'abbigliamento	89
5.2. Normative e tutele	95
5.3. Il Codice Doganale Comunitario	98
5.4. Marchio d'origine	100
5.4.1. Marchio d'origine " <i>Made in EU</i> "	102
5.4.2. La tutela del " <i>Made In</i> " a livello globale	104

	<i>pag.</i>
5.5. L'accordo di Madrid e il fermo dogana del falso " <i>Made in Italy</i> "	106
5.5.1. Il caso Dolce&Gabbana: la sentenza n. 157/2006	108
CONCLUSIONI	113
BIBLIOGRAFIA	117

