ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Piano Azione Coesione

Piano export per le Regioni della Convergenza

Ministero dello Sviluppo Economico

Corso di formazione sulla Proprietà Intellettuale

Il marchio e il diritto d'autore: i principi e le normative nazionale, comunitaria e internazionale

Catania, Hotel Mercure Excelsior

28 Ottobre 2015

Ing. Marco Calì

www.brevetti.sicilia.it

Argomenti sul marchio

Concetti fondamentali sulle varie forme di tutela della Proprietà Intellettuale;

Approfondimento sul marchio individuale e collettivo;

Approfondimento sulla normativa nazionale;

Cenni sulle normative comunitarie e internazionali;

Le banche dati dei marchi;

Concetti fondamentali per la registrazione;

Le migliori prassi da seguire per la valorizzazione della Proprietà Industriale.

Ing. Marco Calì

www.brevetti.sicilia.it

Argomenti sul diritto d'autore

La Legge sul Diritto d'Autore n. 633 del 1941 ss. mod.;

Le opere letterarie, le composizioni musicali, le opere della scultura, della pittura, i disegni e le opere dell'architettura, le opere dell'arte cinematografica, le opere fotografiche, i programmi per elaboratore, le banche dati, le opere del disegno industriale;

La SIAE, la AGCOM e le CREATIVE COMMON;

La normativa nazionale e le recenti sentenze;

Cenni sulle normative comunitarie e internazionali;

Le sentenze internazionali.

Ing. Marco Calì

www.brevetti.sicilia.it

IL MARCHIO 1/3

Il marchio è un "segno" che fornisce l'informazione per distinguere i prodotti realizzati o i servizi forniti da un'impresa rispetto a quelli analoghi delle altre aziende.

Il marchio è uno strumento tecnico, giuridico ma prevalentemente commerciale ad uso di individui ed aziende, che consente loro di ottenere l'esclusività relativamente alla classe di prodotti o servizi per i quali è stata richiesta la tutela.

Il marchio spesso permette di ottenere una posizione unica in riferimento a un determinato mercato.

Il marchio è un segno suscettibile di essere rappresentato graficamente.

Il segno è un marchio se è distintivo.

I segni distintivi tipici sono quelli disciplinati in modo più o meno completo dalla legge:

- la ditta (contraddistingue il nome commerciale dell'imprenditore)
- il marchio (contraddistingue i prodotti o servizi dell'impresa)
- l'insegna (contraddistingue i locali dell'impresa)
- il nome a dominio (indirizzo che permette il collegamento ad un sito internet).

Il marchio per il CPI consente di ottenere l'esclusiva.

I diritti del titolare del marchio d'impresa registrato consistono nella facolta' di fare uso esclusivo del marchio. Il titolare ha il diritto di vietare ai terzi, salvo proprio consenso, di usare nell'attivita' economica:

a) un segno identico al marchio per prodotti o servizi identici a quelli per cui esso e' stato registrato;

b) un segno identico o simile al marchio registrato, per prodotti o servizi identici o affini, se a causa dell'identita' o somiglianza fra i segni e dell'identita' o affinita' fra i prodotti o servizi, possa determinarsi un rischio di confusione per il pubblico, che puo' consistere anche in un rischio di associazione fra i due segni;

c) un segno identico o simile al marchio registrato per prodotti o servizi anche non affini, se il marchio registrato goda nello stato di rinomanza e se l'uso del segno senza giusto motivo consente di trarre indebitamente vantaggio dal carattere distintivo o dalla rinomanza del marchio o reca pregiudizio agli stessi.

Il marchio è un segno utilizzato in ambito commerciale per distinguere i prodotti e servizi di un'impresa da quelli di altre imprese.

I prodotti ed i servizi di interesse da rivendicare nella domanda di deposito sono individuabili in modo univoco utilizzando la Classificazione Internazionale di Nizza (giunta alla X° edizione).

Essa trae origine da un trattato multilaterale amministrato dall'Organizzazione Mondiale della Proprietà Intellettuale di Ginevra (WIPO), siglato il 15 giugno 1957.

I prodotti sono compresi dalla 1-ma alla 34-ma classe

I servizi sono compresi dalla 35-ma alla 45-ma classe.

Ricordarsi che c'è la possibilità di selezionare uno o più prodotti all'interno di una stessa classe anche al fine di evitare il conflitto con marchi registrati nella stessa classe ma per prodotti diversi oppure registrati per tutta la classe ma effettivamente utilizzati solo per prodotti diversi rispetto al proprio marchio.

La sentenza IP translator, abbastanza recente, infatti dice che se quando presenti la domanda indichi solo la classe senza specificare i prodotti si intende che la registrazione è richiesta solo per i prodotti o servizi indicati nel titolo della classe ma questo non sempre è indicativo di tutti i prodotti o servizi compresi nella classe, per cui ne può derivare per assurdo che non andreste a coprire tutti i prodotti di vostro interesse

IL MARCHIO 2/3

Il marchio d'impresa individuale o collettivo con valore in Italia viene concesso dalla Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione – Ufficio Italiano Brevetti e Marchi – UIBM, oppure da un Ufficio Regionale che fa capo ad un gruppo di Stati (ad esempio l'Ufficio per Armonizzazione del Mercato Interno – UAMI).

Il marchio è oggetto di pubblicazione sul Bollettino Ufficiale.

Possono costituire oggetto di registrazione come marchio d'impresa tutti i segni suscettibili di essere rappresentati graficamente, in particolare le parole, compresi i nomi di persone, i disegni, le lettere, le cifre, i suoni, la forma del prodotto o della confezione di esso, le combinazioni o le tonalità cromatiche, purché siano atti a distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli di altre imprese.

IL MARCHIO 3/3

Nel linguaggio tecnico la registrazione di un marchio è cosa ben diversa dalla registrazione di una impresa e/o della ragione sociale.

Tale registrazione può essere fondamentalmente come tipo denominativo o come tipo figurativo ed a sua volte come marchio individuale se appartiene ad un privato o ad una singola impresa oppure come marchio collettivo se richiesto da consorzi, associazioni o cooperative che si impegnano a rispettare quanto stabilito nel loro regolamento d'uso.

Tali requisiti, ormai stringenti per l'ottenimento della registrazione, vengono valutati dall'analisi di ciò che è stato già registrato da altri.

I TIPI DI MARCHIO SONO:

MARCHIO D'IMPRESA

DENOMINAZIONE D'ORIGINE PROTETTA

INDICAZIONE GEOGRAFICA PROTETTA

SPECIALITÀ TRADIZIONALE GARANTITA

MARCHIO DI QUALITÀ

Ing. Marco Calì

www.brevetti.sicilia.it

MARCHIO D'IMPRESA

Le domande di registrazione di **marchio d'impresa** sono di competenza dell'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi. Il marchio di impresa, come precedentemente specificato, ha la funzione di distinguere un prodotto/servizio di un'impresa da quello di un'altra. Tale marchio, dunque, ha lo scopo di identificare agli occhi del consumatore un prodotto/servizio distinguendolo da altri dello stesso genere. **Il marchio d'impresa garantisce individui, aziende, imprese, associazioni, cooperative, consorzi.**

Un marchio può essere:

individuale: se appartiene ad una singola impresa o a persona fisica;

collettivo: garantisce l'origine, la natura o la qualità di determinati prodotti o servizi. Di solito è chiesto da associazioni, cooperative o consorzi, per poi essere concesso a quelle singole imprese che si impegnano a rispettare quanto stabilito nel regolamento d'uso. I regolamenti concernenti l'uso dei marchi collettivi, i controlli e le relative sanzioni, devono essere allegati alla domanda di registrazione. In deroga all'articolo 13, comma 1, del C.P.I., un marchio collettivo può consistere in segni o indicazioni che nel commercio possono servire per designare la provenienza geografica dei prodotti/servizi.

LE TIPOLOGIE DI MARCHIO D'IMPRESA SONO:

marchio denominativo o verbale

marchio patronimico

marchio figurativo o grafico

marchio sonoro o acustico

marchio di forma o tridimensionale

marchio di colore

marchio olfattivo

- marchio denominativo o verbale: è un marchio composto solamente da parole senza una particolarizzazione grafica (si pensi al marchio Internet Explorer);

- marchio patronimico: è un marchio costituito dal nome proprio di una persona; se si tratta di nomi noti, è utilizzabile solo dall'avente diritto o da terzi autorizzati (si pensi ai marchi Enzo Ferrari depositato il 25 Novembre 1991, Giorgio Armani depositato il 10 Maggio 1982);

- marchio figurativo o grafico: è un marchio composto da una determinata immagine o da un logo (si pensi al cavallino rampante della Ferrari o alla casetta del Mulino Bianco), accompagnato eventualmente da una parte testuale (da qui la dicitura marchio figurativo misto), ovvero costituito da un testo dotato di una propria connotazione grafica (Valentino Rossi depositato il 19 Novembre 1997);

- marchio sonoro o acustico: è il marchio costituito da una melodia, da un motivetto musicale o da una sequenza di suoni (si pensi ai suoni pubblicitari, il ruggito di leone della Metro-Goldwyn-Mayer o rombo delle Harley Davidson);

- marchio di forma o tridimensionale: è il marchio costituito dalla forma del prodotto o della sua confezione, registrabile se la forma non è prevedibile e non derivi esclusivamente dalla natura stessa del prodotto (forma necessaria, di libera utilizzazione). Esempi di noti marchi di forma sono: la stella della Mercedes, il Toblerone, Bulgari per le bottiglie dei suoi profumi;

- marchio di colore: è il marchio consistente in un colore o in una combinazione di colori, al fine della registrazione come marchio, occorre che una determinata tonalità sia divenuta nota al pubblico (combinazione di colori del marchio Burberry o al colore lilla della Milka).

- marchio olfattivo: è il marchio consistente in un odore o in una combinazione di odori (tuttavia, solo in casi eccezionali si ottengono questi marchi)

DENOMINAZIONE D'ORIGINE PROTETTA

Il titolo di **Denominazione d'Origine Protetta (DOP)** viene riconosciuto a quegli alimenti le cui peculiari caratteristiche dipendono essenzialmente o esclusivamente dal territorio in cui sono prodotti. **La DOP garantisce l'origine.** Affinché un prodotto sia DOP, le fasi di produzione, trasformazione, ed elaborazione devono avvenire in un'area geografica delimitata. Chi fa prodotti DOP deve attenersi alle rigide regole produttive stabilite nel disciplinare di produzione, il cui rispetto è garantito da un organismo di controllo.

INDICAZIONE GEOGRAFICA PROTETTA

Il titolo di **Indicazione Geografica Protetta (IGP)** viene riconosciuto a quei prodotti agricoli e alimentari per i quali una determinata qualità, la reputazione o un'altra caratteristica dipende dall'origine geografica, e la cui produzione, trasformazione e/o elaborazione avviene in un'area geografica determinata. **La IGP garantisce il territorio.** Per ottenere una IGP quindi, almeno una fase del processo produttivo deve avvenire in una particolare area. Anche chi produce IGP deve attenersi alle rigide regole produttive stabilite nel disciplinare di produzione, il cui rispetto è garantito da un organismo di controllo.

DENOMINAZIONE D'ORIGINE PROTETTA

Nell'elenco delle denominazioni italiane, iscritte nel Registro delle denominazioni di origine protette, delle indicazioni geografiche protette e delle specialità tradizionali garantite

(Regolamento UE n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio del 21 novembre 2012)

(aggiornato al 29 Settembre 2015)

Esistono 164 DOP nazionali di cui 17 DOP siciliane

Ortofrutticoli e cereali: Arancia di Ribera, Ciliegia dell'Etna, Ficodindia dell'Etna, Ficodindia di San Cono, Nocellara del Belice, Pistacchio Verde di Bronte.

Oli e grassi: Monte Etna, Monti Iblei, Val di Mazara, Valdemone, Valle del Belice, Valli Trapanesi.

Prodotti di panetteria, pasticceria: Pagnotta del Dittaino.

Formaggi: Pecorino Siciliano, Piacentinu Ennese, Ragusano, Vastedda della valle del Belice.

DENOMINAZIONE

D’ORIGINE

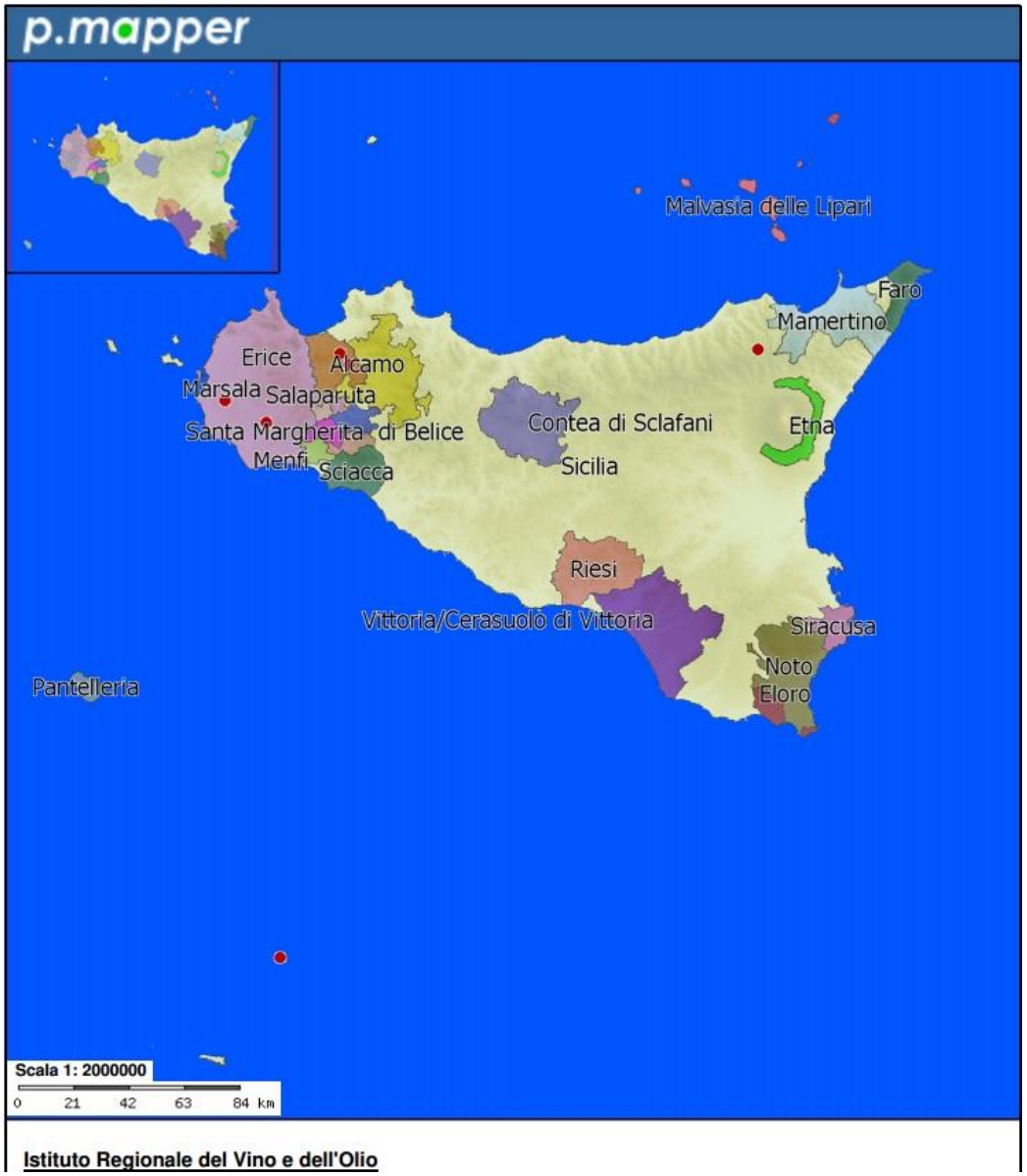
PROTETTA

Nel settore dei vini

Tratto dal sito dell’IRVOS

(Istituto Regionale Vini ed Oli di Sicilia)

http://webgis.vitevino.it/map_default.phtml



INDICAZIONE GEOGRAFICA PROTETTA

Nell'elenco delle denominazioni italiane, iscritte nel Registro delle denominazioni di origine protette, delle indicazioni geografiche protette e delle specialità tradizionali garantite

(Regolamento UE n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio del 21 Novembre 2012)

(aggiornato al 29 Settembre 2015)

Esistono 110 IGP nazionali di cui 11 IGP siciliane

Ortofrutticoli e cereali: Arancia Rossa di Sicilia, Cappero di Pantelleria, Carota Novella di Ispica, Limone di Siracusa, Limone Interdonato Messina, Pesca di Leonforte, Pomodoro di Pachino, Salame S. Angelo, Uva da tavola di Canicattì, Uva da tavola di Mazzarrone

Altri prodotti dell'allegato I del trattato: Sale Marino di Trapani

INDICAZIONE

GEOGRAFICA

PROTETTA

Nel settore dei vini

Tratto dal sito dell’IRVOS

(Istituto Regionale Vini ed Oli di Sicilia)

http://webgis.vitevino.it/map_default.phtml

SPECIALITA' TRADIZIONALE GARANTITA

La Specialità Tradizionale Garantita (STG) è volta a tutelare produzioni che siano caratterizzate da composizioni o metodi di produzione tradizionali. Diversamente dalle Denominazioni d'Origine (DOP) e dalle Indicazioni Geografiche (IGP) si rivolge a prodotti agricoli e alimentari che abbiano una «specificità» legata al metodo di produzione o alla composizione legata alla tradizione di una zona, ma che non vengano prodotte necessariamente solo in tale zona.

MARCHIO DI QUALITA'

I marchi di qualità, non sono di pertinenza dell'UIBM, ma vengono concessi da appositi organismi competenti a rilasciare tale certificazione ai prodotti in questione. Un **marchio di qualità** ha la funzione di certificare che il prodotto sul quale è apposto, abbia determinate caratteristiche qualitative e/o sia stato prodotto seguendo determinati procedimenti. La sua peculiarità, dunque, non è quella di indicare da quale impresa proviene il prodotto, bensì certificare ai potenziali clienti che il prodotto ha superato un test rigoroso ed è, pertanto, conforme a determinati standard.

SPECIALITA' TRADIZIONALE GARANTITA

Nell'elenco delle denominazioni italiane, iscritte nel Registro delle denominazioni di origine protette, delle indicazioni geografiche protette e delle specialità tradizionali garantite

(Regolamento UE n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio del 21 Novembre 2012)

(aggiornato al 29 Settembre 2015)

Mozzarella Reg. CE n. 2527 del 25.11.98 GUCE L 319 del 26.11.98

Pizza Napoletana Reg. UE n. 97 del 04.02.10 GUUE L 34 del 05.02.10

Ing. Marco Calì

www.brevetti.sicilia.it

MARCHIO DI QUALITA'

Le **DOC** (Denominazione di origine controllata) e le **DOCG** (Denominazioni di Origine Controllata e Garantita) sono un sistema di certificazione nazionale della qualità di prodotti agroalimentari, usato quasi esclusivamente, in seguito all'entrata in vigore nel dei marchi DOP, IGP e STG, per contraddistinguere i vini di qualità.

Il **marchio biologico** che ha ne vari tipi sia pubblici come il marchio Agricoltura biologica, (disciplinato dal regolamento CE n.834/07) sia privati come quello dell'Associazione Italiana per l'Agricoltura Biologica o quello Demeter. Questi ultimi indicano il rispetto del regolamento comunitario oppure l'adozione di norme più restrittive.

Il **marchio CE**, o più correttamente la **marcatura CE**, attesta che il prodotto su cui è apposto è conforme a tutte le direttive comunitarie ad esso applicabili.

Precisiamo che per questa ultima tipologia di marchio esiste l'obbligo della marchiatura:

> PALERMO, 15.01.2014 - I funzionari dell'Ufficio delle Dogane di Palermo hanno bloccato una spedizione di 474 lavabi in ceramica, che costituivano il carico di un container e diretto a un importatore. I sanitari erano privi della marchiatura "Ce" prevista dal regolamento Ue sui materiali da costruzione e relativa alla conformità dei prodotti. La merce è in stato di fermo amministrativo.

> VALENZA (AL), 15.01.2014 - Portava in auto ben 15 chili d'oro. La Guardia di Finanza ha scoperto che il metallo era privo dell'obbligatorio marchio identificativo. L'oro, del valore di oltre 300 mila euro, è probabilmente di provenienza illecita. L'identificazione dell'oro attraverso i marchi è obbligatorio per garantire la qualità del metallo, la legittima provenienza e il tracciamento nel relativo mercato.

I requisiti di registrazione di un marchio d'impresa sono:

il segno deve essere nuovo (art. 12 CPI)

dotato di capacità distintiva (art. 13 CPI)

lecito (art. 14 CPI)

e corrispondente al principio di verità (art. 22 CPI).

La presenza di un impedimento tra questi ultimi ne ostacola la corretta registrazione e ne compromette la validità.

il segno deve essere nuovo (art. 12 CPI)

La prima caratteristica elencata, ossia la novità, è estremamente importante in quanto il segno distintivo che si vuol procedere a registrare come marchio non deve essere confondibile con segni anteriori altrui (marchi, nomi a dominio, ditte, insegne ecc...).

Un marchio è dunque nuovo quando non sia identico o simile a segni preesistenti già noti e/o anteriormente adottati da terzi, non solo come marchio, ma anche come altro segno distintivo, in base al principio di unitarietà dei segni distintivi.

dotato di capacità distintiva (art. 13 CPI)

La distintività consente al consumatore di associare i prodotti e i servizi contraddistinti dal marchio a una determinata impresa.

Non possono quindi costituire oggetto di registrazione come marchio d'impresa i segni privi di carattere distintivo e, in particolare, quelli costituiti esclusivamente dalle denominazioni generiche di prodotti o servizi o da indicazioni descrittive che ad essi si riferiscono.

Un marchio privo di capacità distintiva è pertanto affetto da nullità.

lecito (art. 14 CPI)

Il requisito della liceità sussiste quando il segno non è contrario all'ordine pubblico o al buon costume e quando non è lesivo dei diritti dei terzi.

Non sarà ad esempio possibile registrare come marchio un segno che inciti alla violenza o al razzismo, oppure che contenga espressioni o immagini di cattivo gusto o termini scurrili.

e corrispondente al principio di verità (art. 22 CPI).

Anche il principio di verità è un importante requisito per la valida registrazione di un marchio. Non usare mai il marchio in modo ingannevole. Il marchio non deve trarre in inganno i consumatori relativamente alle caratteristiche, alla provenienza e alle qualità dei relativi prodotti e servizi.

Un marchio contenente false indicazioni (e dunque lesivo del principio suddetto) potrà quindi essere dichiarato nullo.

Una volta registrato il proprio marchio, è necessario vigilare che nessuno lo usi o lo imiti per prodotti/servizi identici o simili senza autorizzazione. Per contrastare eventuali imitazioni o contraffazioni, la prima forma di tutela è il ricorso alla procedura di opposizione nei confronti della registrazione di un marchio identico o simile da parte di altri soggetti.
La procedura è stata attivata dal luglio 2011, a seguito della pubblicazione del Decreto Ministeriale 11 maggio 2011 e della Circolare esplicativa n. 582.

In base ad essa, per quello che riguarda le domande di marchio nazionali depositate in Italia, i titolari di diritti anteriori in conflitto con terzi depositari di un brand analogo possono opporsi alla nuova registrazione agendo in via amministrativa.
Questo sistema rappresenta una valida ed efficace alternativa al procedimento giudiziale ordinario, con costi e tempi nettamente inferiori. E' sempre possibile richiedere la nullità di un marchio attraverso il citato procedimento giudiziario.

MARCHI NAZIONALI DEPOSITATI

ANNO	2014	2013	2012	2011	2010
Italia	54.699	52.722	53.699	56.434	56.437
Sicilia	1.435	1.292	1.284	1.487	1.304

Ing. Marco Calì

www.brevetti.sicilia.it

CENNI SULLE NORMATIVE COMUNITARIE

1. Marchio Comunitario (aderenti 28 paesi)

Ing. Marco Calì

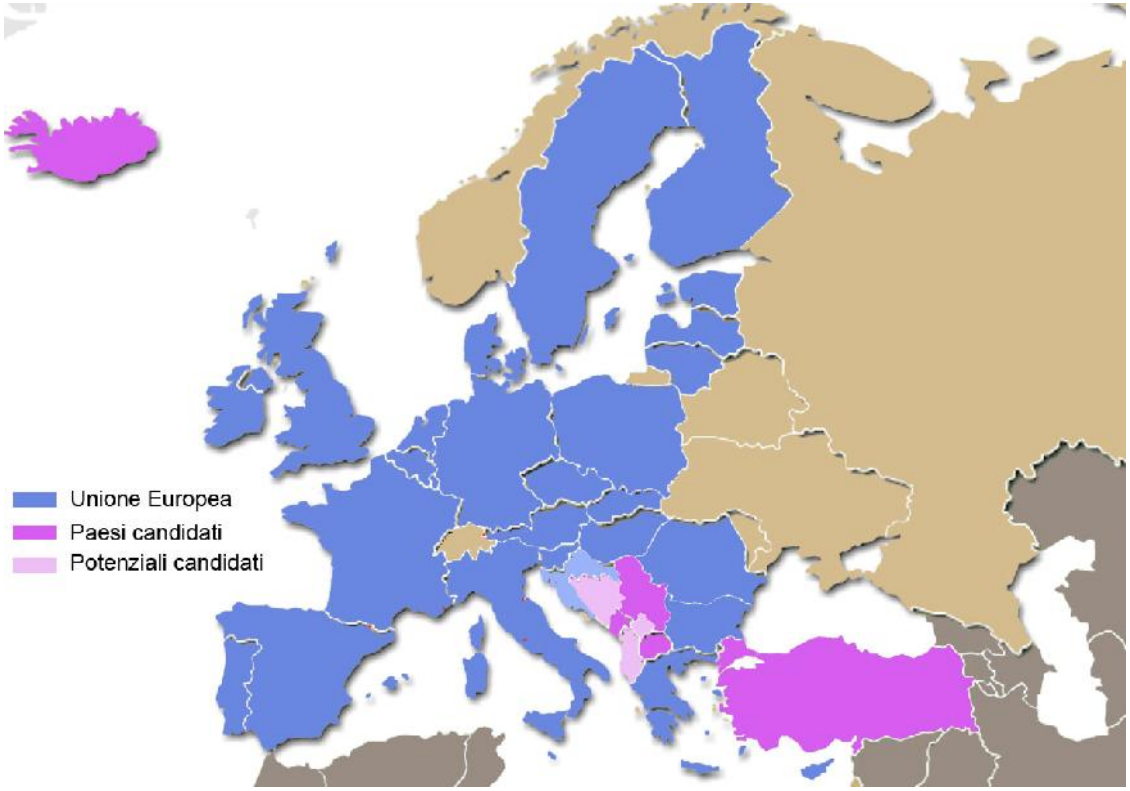
www.brevetti.sicilia.it

Marchio Comunitario

Disegni e Modelli Comunitario

28 paesi aderenti

Belgio, Francia, Germania,
Italia, Lussemburgo,
Paesi Bassi 1952
Danimarca, Irlanda,
RegnoUnito 1973
Grecia 1981
Portogallo, Spagna 1986
Austria, Finlandia,
Svezia 1995
Cipro, Estonia, Lettonia,
Lituania, Malta, Polonia,
Repubblica Ceca, Slovacchia,
Slovenia, Ungheria 2004
Bulgaria, Romania 2007
Croazia 2013



Ing. Marco Calì

www.brevetti.sicilia.it

MARCHI COMUNITARI DEPOSITATI

ANNO	2014	2013	2012	2011	2010
UE	117.464	114.279	107.978	84.949	80.103

Ing. Marco Calì

www.brevetti.sicilia.it

CENNI SULLE NORMATIVE INTERNAZIONALI

1. Accordo e protocollo di Madrid (marchio 92 paesi)

Accordo e protocollo di Madrid (marchio 92 paesi)

Albania, Algeria,Antigua and Barbuda, Armenia, Australia, Austria, Azerbaijan, Bahrain, Belarus, Belgium, Bhutan, Bosnia and Herzegovina, Botswana, Bulgaria, China, Colombia, Croatia, Cuba, Cyprus, Czech Republic, Democratic People's Republic of Korea, Denmark, Egypt, Estonia, European Union (EU), Finland, France, Georgia, Germany, Ghana, Greece, Hungary, Iceland, India, Iran (Islamic Republic of), Ireland, Israel, Italy, Japan, Kazakhstan, Kenya, Kyrgyzstan, Latvia, Lesotho, Liberia, Liechtenstein, Lithuania, Luxembourg, Madagascar, Mexico, Monaco, Mongolia, Montenegro, Morocco, Mozambique, Namibia, Netherlands, New Zealand, Norway, Oman, Philippines, Poland, Portugal, Republic of Korea, Republic of Moldova, Romania, Russian Federation, Rwanda, San Marino, Sao Tome and Principe, Serbia, Sierra Leone, Singapore, Slovakia, Slovenia, Spain, Sudan, Swaziland, Sweden, Switzerland, Syrian, Arab, Republic Tajikistan, the former Yugoslav Republic of Macedonia, Tunisia, Turkey, Turkmenistan, Ukraine, United Kingdom, United States of America, Uzbekistan, VietNam, Zambia.

Banche Dati Pubbliche

1. Nazionale (presso U.I.B.M.)

2. Comunitarie (presso U.A.M.I.)

3. Internazionali (presso W.I.P.O.)

Banche Dati Pubbliche 1. Nazionale (presso U.I.B.M.)

Contiene i marchi italiani depositati e registrati.

Le visure danno informazioni sul titolare e l'oggetto della tutela richiesta ed eventualmente concessa insieme ad informazioni inerenti i rinnovi, le annotazioni e le trascrizioni.

L'indirizzo è: http://www.uibm.gov.it/uibm/dati

dove si possono inserire semplicemente i marchi da cercare

Per ricerche più precise conoscendo ad esempio il numero di deposito c'è l'opzione ricerca avanzata

http://www.uibm.gov.it/uibm/dati/Avanzata.aspx

cliccando l'opzione marchi

Banche Dati Pubbliche 2. Comunitarie (presso U.A.M.I.)

Contiene i marchi comunitari depositati e registrati.

Le visure danno informazioni sul titolare e l'oggetto della tutela richiesta ed eventualmente concessa insieme ad informazioni inerenti i rinnovi, le annotazioni e le trascrizioni.

L'indirizzo è: http://www.oami.europa.eu/eSearch/

dove si possono inserire semplicemente i marchi da cercare

Per ricerche più precise conoscendo ad esempio il numero di deposito c'è l'opzione ricerca avanzata

https://oami.europa.eu/eSearch/#advanced/trademarks

Banche Dati Pubbliche 3. Internazionali (presso W.I.P.O.)

Contiene i marchi internazionali depositati e registrati secondo il sistema di Madrid.

Le visure danno informazioni sul titolare e l'oggetto della tutela richiesta ed eventualmente concessa insieme ad informazioni inerenti i rinnovi, le annotazioni e le trascrizioni.

L'indirizzo è: http://wipo.int/romarin

Dalla schermata che si aprirà si capisce che anche la ricerca in campo marchi non è una attività semplice da fare.

Nella classifica 2015 fatta da Interbrand dei brand italiani globali a più alto valore economico troviamo:

1. Gucci (50° al mondo)
2. Prada (69° al mondo)
3. Ferrari
4. Giorgio Armani
5. Bulgari
6. Dolce & Gabbana
7. Diesel
8. Geox
9. Pirelli
10. United Colors of Benetton

Deposito e registrazioni

1. Modulistica marchi

Ing. Marco Calì

www.brevetti.sicilia.it

MODULO C (1/2)

AL MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO
UFFICIO ITALIANO BREVETTI E MARCHI (U.I.B.M.)
DOMANDA DI REGISTRAZIONE PER **MARCHIO D'IMPRESA** N° _____

MARCA DA BOLLO

OGNI QUATTRO PAGINE

TIPO:	T0		(P=PRIMO DEPOSITO, R=RINNOVO SENZA MODIFICHE NÉ CESSIONI, S=RINNOVO SENZA MODIFICHE MA CON CESSIONI, T=RINNOVO CON MODIFICHE MA SENZA CESSIONI, U=RINNOVO CON MODIFICHE E CESSIONI)	
A. RICHIEDENTE/I				
COGNOME E NOME O DENOMINAZIONE	A1			
NATURA GIURIDICA (PF / PG)	A2		COD. FISCALE PARTITA IVA	A3
INDIRIZZO COMPLETO	A4			
COGNOME E NOME O DENOMINAZIONE	A1			
NATURA GIURIDICA (PF / PG)	A2		COD. FISCALE PARTITA IVA	A3
INDIRIZZO COMPLETO	A4			
B. RECAPITO OBBLIGATORIO IN MANCANZA DI MANDATARIO	B0		(D = DOMICILIO ELETTIVO, R = RAPPRESENTANTE)	
COGNOME E NOME O DENOMINAZIONE	B1			
INDIRIZZO	B2			
CAP/LOCALITA'/PROVINCIA	B3			
C. MARCHIO DESCRIZIONE:	C1			
Marchio verbale	C3			
Marchio figurativo	C4			
Marchio individuale	C5			
Marchio collettivo	C6			
COLORI INDICATI NELLA DESCRIZIONE	C2			
E. CLASSI TOTALE CLASSI:	E0			

CLASSE		DESCRIZIONE PRODOTTI, MERCI O SERVIZI	
E1		E2	
E1		E2	
E1		E2	
E1		E2	

Suggerimenti e buone prassi

- Assicuratevi che il marchio sia conforme alle prescrizioni di legge (perché gli impedimenti assoluti possono condurre al rigetto di una domanda di registrazione);

- Effettuate una ricerca d'anteriorità per assicurarvi che esso non sia identico o simile a marchi precedentemente registrati (l'UIBM non verifica l'identità);

- Intanto controllate che il corrispondente nome di dominio sia libero ed acquistatelo;

- Orientatevi sulla facile recepibilità del nuovo marchio per i vostri potenziali clienti e quindi sia di facile lettura, scrittura, semplice da ricordare e da riprodurre;

- Usate un segno che non abbia nessuna connotazione negativa, non sia quindi offensivo né nella nostra lingua né nelle lingue dei vostri potenziali mercati;

Argomenti sul diritto d'autore

La Legge sul Diritto d'Autore n. 633 del 1941 ss. mod.;

Le opere letterarie, le composizioni musicali, le opere della scultura, della pittura, i disegni e le opere dell'architettura, le opere dell'arte cinematografica, le opere fotografiche, i programmi per elaboratore, le banche dati, le opere del disegno industriale;

La SIAE, la AGCOM e le CREATIVE COMMON;

La normativa nazionale e le recenti sentenze;

Cenni sulle normative comunitarie e internazionali;

Le sentenze internazionali.

Ing. Marco Calì

www.brevetti.sicilia.it

LA LEGGE SUL DIRITTO D'AUTORE 1/4

La legge 633 del 22/04/1941 con ss. mod. e int. (ultimo aggiornamento D. Lgs. n° 22 del 21.02.2014) "Protezione del diritto d'autore e di altri diritti connessi al suo esercizio" nota generalmente come Legge sul Diritto D'Autore, legifera la tutela delle opere definite dell'ingegno che siano di carattere creativo indipendentemente dall'ambito di applicazione qualunque ne sia il modo o la forma di espressione.

Approfondimento: CARATTERE CREATIVO 1/3

il concetto giuridico di creatività cui fa riferimento la norma art. 1 Legge n. 633/1941, non coincide con quello di creazione, originalità e novità assoluta, riferendosi, per converso, alla personale e individuale espressione di un'oggettività appartenente alle categorie elencate, in via esemplificativa, nell'art. 1 della stessa Legge citata. Un'opera dell'ingegno riceve - pertanto - protezione a condizione che sia riscontrabile in essa un atto creativo, seppur minimo, suscettibile di manifestazione nel mondo esteriore. La creatività, quindi, non può essere esclusa soltanto perché l'opera consiste in idee e nozioni semplici, ricomprese nel patrimonio intellettuale di persone aventi esperienza nella materia;

TRIBUNALE DI NAPOLI - Sezione specializzata in materia di proprietà industriale ed intellettuale

Sentenza 27 febbraio 2014, n. 3085

Riprende la sentenza 28 novembre 2011, n. 25173

Approfondimento: CARATTERE CREATIVO 2/3

la creatività, nell'ambito di tali opere dell'ingegno, non è costituita dall'idea in sè, ma dalla forma della sua espressione, ovvero dalla sua soggettività, di modo che la stessa idea può essere alla base di diverse opere che sono o possono essere diverse per la creatività soggettiva che ciascuno degli autori spende, e che in quanto tale rileva per l'ottenimento della protezione.

TRIBUNALE DI NAPOLI - Sezione specializzata in materia di proprietà industriale ed intellettuale

Sentenza 27 febbraio 2014, n. 3085

Riprende la sentenza 28 novembre 2011, n. 25173

Approfondimento: CARATTERE CREATIVO 3/3

Creatività semplice

- si escludono forme necessitate o imposte dalla funzione utilitaria o distintiva, quelle banali, quelle standardizzate

- viene richiesto un grado di complessità espressiva o livello creativo

Creatività qualificata

- individualità dell'elemento creativo che deve riflettere la personalità dell'autore

- provenienza del processo creativo da una attività superiore rispetto alla normale interazione della vita quotidiana

- idoneità dell'opera ad attirare l'attenzione del pubblico o ad indurre i contraffattori a riprodurla

- soddisfare un'apprezzabile esigenza di ordine culturale

LA LEGGE SUL DIRITTO D'AUTORE 2/4

L'art. 2 della Legge 633 del 22/04/1941 afferma che sono comprese nella protezione:

1) le **opere letterarie**, **drammatiche**, **scientifiche**, **didattiche**, **religiose**, tanto se in forma scritta quanto se orale;

2) le **opere e le composizioni musicali**, con o senza parole, le opere drammatico-musicali e le variazioni musicali costituenti di per sé opera originale;

3) le opere coreografiche e pantomimiche, delle quali sia fissata la traccia per iscritto o altrimenti;

LA LEGGE SUL DIRITTO D'AUTORE 3/4

4) le opere della scultura, della pittura, dell'arte del disegno, della incisione e delle arti figurative similari, compresa la scenografia;

5) i disegni e le opere dell'architettura;

6) le opere dell'arte cinematografica, muta o sonora, sempreché non si tratti di semplice documentazione protetta ai sensi delle norme del Capo V del Titolo II;

7) le opere fotografiche e quelle espresse con procedimento analogo a quello della fotografia sempre che non si tratti di semplice fotografia protetta ai sensi delle norme del Capo V del Titolo II;

LA LEGGE SUL DIRITTO D'AUTORE 4/4

8) **i programmi per elaboratore**, in qualsiasi forma espressi purché originali quale risultato di creazione intellettuale dell'autore. Restano esclusi dalla tutela accordata dalla presente legge le idee e i principi che stanno alla base di qualsiasi elemento di un programma, compresi quelli alla base delle sue interfacce. Il termine programma comprende anche il materiale preparatorio per la progettazione del programma stesso.

9) **le banche di dati** di cui al secondo comma dell'articolo 1, intese come raccolte di opere, dati o altri elementi indipendenti sistematicamente o metodicamente disposti ed individualmente accessibili mediante mezzi elettronici o in altro modo. La tutela delle banche di dati non si estende al loro contenuto e lascia impregiudicati diritti esistenti su tale contenuto.

10) Le **opere del disegno industriale** che presentino di per sé carattere creativo e valore artistico.

Approfondimento: punti 4) e 10)

4) le opere della scultura, della pittura, dell'arte del disegno, della incisione e delle arti figurative similari, compresa la scenografia;

Il numero che così recitava: "4) le opere della scultura, della pittura, dell'arte del disegno, della incisione e delle arti figurative similari, compresa la scenografia;" è stato modificato dal D.Lgs. 2 febbraio 2001, n. 95 successivamente abrogato dall'art. 246, D.Lgs. 10 febbraio 2005, n. 30.

10) Le opere del disegno industriale che presentino di per sé carattere creativo e valore artistico.

Il numero che così recitava: "10) Le opere del disegno industriale che presentino di per sé carattere creativo e valore artistico." è stato inserito dal D.Lgs. 2 febbraio 2001, n. 95.

Approfondimento: le banche di dati

le banche di dati di cui al secondo comma dell'articolo 1,

… Sono altresì protetti … (omissis) … le banche di dati che per la scelta o la disposizione del materiale costituiscono una creazione intellettuale dell'autore

intese come raccolte di opere, dati o altri elementi indipendenti sistematicamente o metodicamente disposti ed individualmente accessibili mediante mezzi elettronici o in altro modo.

Ad esempio per la dottrina e la giurisprudenza questa forma di tutela si applica alle pagine web.

Infatti i siti raccolgono e presentano al pubblico una pluralità di informazioni (testi, immagini, suoni) che sono poi disposti in forma metodica o sistematica (in una pagina o in pagine diverse) ed accessibili individualmente.

SOGGETTI DEL DIRITTO

Titolo I: Disposizioni sul diritto d’autore

Capo II: Soggetti del diritto

Articolo 6

Il titolo originario dell’acquisto del diritto d’autore è costituito dalla creazione dell’opera, quale particolare espressione del lavoro intellettuale

Ing. Marco Calì

www.brevetti.sicilia.it

DIRITTI CONNESSI 1/2

Titolo II: Disposizioni sui diritti connessi all'esercizio sul diritto d'autore

Capo I:	Diritti del produttore di fonogrammi
Capo II:	Diritti relativi all'emissione radiofonica e televisiva
Capo III:	Diritti degli artisti interpreti e degli artisti esecutori
Capo III-bis:	Diritti relativi ad opere pubblicate o comunicate al pubblico per la prima volta successivamente alla estinzione dei diritti patrimoniali d'autore
Capo III-ter	Diritti relativi ad edizioni critiche e scientifiche di opere di pubblico dominio
Capo IV:	Diritti relativi a bozzetti di scene teatrali

DIRITTI CONNESSI 2/2

Titolo II: Disposizioni sui diritti connessi all'esercizio sul diritto d'autore

Capo V:	Diritti relativi alle fotografie
Capo VI:	Diritti relativi alla corrispondenza epistolare ed al ritratto
Capo VII:	Diritti relativi ai progetti di lavori dell'ingegneria
Capo VII-bis:	Titolarità dei diritti connessi
Capo VIII:	Protezione del titolo, delle rubriche, dell'aspetto esterno dell'opera, degli articoli e di notizie - Divieto di taluni atti di concorrenza sleale

CATEGORIE DI OPERE PROTETTE

PIANO OGGETTIVO

- opere semplici (art. 2 unico creatore)
- opere collettive (art. 3 più creatori con contributi separabili)
- opere elaborate (art. 4 con apporti riconducibili al altre opere esistenti)
- opere composte (art. 10 più creatori contributi indistinguibili ed inscindibili)

PIANO SOGGETTIVO

- unico soggetto
- più soggetti

DIRITTO D'AUTORE 1/4

Come introdotto le forme espressive tutelabili sono veramente tante e riguardano in sintesi tutto ciò che è espressione dell'opera dell'ingegno.

Le opere letterarie, drammatiche, scientifiche, didattiche, religiose, le opere e le composizioni musicali, le opere drammatico-musicali e le variazioni musicali, le opere coreografiche e pantomimiche, le opere della scultura, della pittura, dell'arte del disegno, della incisione e delle arti figurative similari, la scenografia, i disegni e le opere dell'architettura, le opere dell'arte cinematografica, le opere fotografiche, i programmi per elaboratore, le banche di dati, le opere del disegno industriale se rappresentano carattere creativo e valore artistico ottengono il riconoscimento di opera tutelata mediante diritto d'autore.

DIRITTO D'AUTORE 2/4

E' noto a tutti che questa forma di tutela va ben oltre la vita dell'autore e gli stessi eredi possono beneficiare dei vantaggi economici che scaturiscono dallo sfruttamento delle opere.

In questo diritto rientrano spesso prodotti industriali del design che quindi beneficiano di una duplice tutela, visto che esiste per il D.Lgs. 30/2005 la tutela del disegno e modello industriale.

Emerge infine dalla presenza della tutela per i programmi per elaboratore e delle banche dati che anche questa legge è in continuo aggiornamento per soddisfare le varie esigenze che il mondo odierno richiede.

Strutture attive per la tutela dei diritti sono: i Tribunali, la S.I.A.E. (Società Italiana degli Autori ed Editori) e la AGCOM (Autorità per le Garanzie nelle COMunicazioni).

SIAE Società Italiana degli Autori ed Editori 1/4

La funzione istituzionale della SIAE consiste nell'attività di intermediazione per la gestione dei diritti d'autore. La SIAE concede, quindi, le autorizzazioni per l'utilizzazione delle opere protette, riscuote i compensi per diritto d'autore e ripartisce i proventi che ne derivano. Svolge la propria attività in Italia, servendosi dei propri uffici e, all'estero, attraverso le Società d'autori straniere con le quali ha stipulato accordi di rappresentanza.

Tratto da: http://www.siae.it/Faq_siae.asp?

Non è obbligatorio aderire alla SIAE. L'adesione alla SIAE è libera e volontaria. L'autore può teoricamente decidere di curare direttamente i rapporti con gli utilizzatori per tutelare i propri diritti, ma di fatto l'intermediazione di una organizzazione specializzata e capillare è indispensabile.

In Italia, l'attività di intermediazione è riservata dalla legge alla SIAE in via esclusiva. L' autore può comunque scegliere di aderire ad altre Società di autori di Paesi stranieri.

Tratto da: http://www.siae.it/Faq_siae.asp?

Dal momento in cui l'autore aderisce alla SIAE, si avvale della sua intermediazione per le utilizzazioni affidate alla sua tutela. Se interpellato direttamente, dovrà indirizzare alla SIAE gli utilizzatori per il rilascio delle autorizzazioni. L'autore non può concedere direttamente le autorizzazioni, non può rinunciare ai diritti e non può accordare riduzioni. Tutto ciò nell'interesse diretto dell'autore che, attraverso la gestione collettiva dei diritti, è garantito nei confronti degli utilizzatori, ai quali è assicurata la trasparenza di trattamento e la univocità di condizioni.

Tratto da: http://www.siae.it/Faq_siae.asp?

©

Simbolo del diritto d’autore

Non è obbligatorio indicare il simbolo per far valere il diritto. E’ bene precisare che la apposizione sull’opera, insieme al nome dell’autore e/o di chi ha il diritto di sfruttamento dell’opera e dall’anno di creazione, può essere comunque utile per indicare l’intenzione dell’autore di rivendicare la paternità dell’opera e come deterrente contro eventuali violazioni di diritti.

AGCOM Autorità per le Garanzie nelle COMunicazioni

Ha adottato con voto unanime il regolamento per la tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica.

L'intervento dell'Agcom si fonda inoltre sulla convinzione che la lotta alla pirateria non possa limitarsi all'opera di contrasto, ma debba essere accompagnata da una serie di azioni positive volte a creare una cultura della legalità nella fruizione dei contenuti. In questo senso potrà operare l'apposito Comitato tecnico, formato da rappresentanti di tutti gli stakeholder e delle istituzioni interessate, che avrà il compito di favorire forme di autoregolamentazione finalizzate all'educazione degli utenti e alla promozione dell'offerta legale.

Il regolamento è in vigore dal 31 marzo 2014.

Il testo è disponibile sul sito dell'Autorità, www.agcom.it.

DIRITTO D'AUTORE 3/4

Tratto da: http://creativecommons.org/licenses/

A proposito delle Licenze

Cosa fanno le nostre licenze

Le licenze di Creative Commons sul diritto d'autore e gli strumenti creano un equilibrio all'interno del tradizionale ambiente dei "Tutti i diritti riservati" che le leggi sul copyright creano. I nostri strumenti danno a chiunque dai creatori individuali alle grandi compagnie ed istituzioni un semplice, standardizzato modo di garantirne il rispetto dei permessi sul diritto d'autore ai loro lavori creativi. La combinazione dei nostri strumenti ed i nostri utenti è un vasto ed in crescita bene comune digitale, un pozzo di contenuti che possono essere copiati, distribuiti, modificati, miscelati, ed usati come base di partenza, tutto entro i limiti della legge sul copyright.

Approfondimento: CREATIVE COMMONS 1/8

Attribuzione
CC BY

Questa licenza permette a terzi di distribuire, modificare, ottimizzare ed utilizzare la tua opera come base, anche commercialmente, fino a che ti diano il credito per la creazione originale. Questa è la più accomodante delle licenze offerte. É raccomandata per la diffusione e l'uso massimo di materiali coperti da licenza.

Tratto da: http://creativecommons.org/licenses/

Attribuzione - Condividi allo stesso modo

CC BY-SA

Questa licenza permette a terzi di modificare, ottimizzare ed utilizzare la tua opera come base, anche commercialmente, fino a che ti diano il credito per la creazione originale e autorizza le loro nuove creazioni con i medesimi termini. Questa licenza è spesso comparata con le licenze usate dai software opensource e gratuite "copyleft". Tutte le opere basate sulla tua porteranno la stessa licenza, quindi tutte le derivate permetteranno anche un uso commerciale.

Tratto da: http://creativecommons.org/licenses/

CREATIVE COMMONS 3/8

Attribuzione - Non opere derivate

CC BY-ND

Questa licenza permette la ridistribuzione, commerciale e non, fintanto che viene trasmessa intera ed invariata, dandoti credito.

Tratto da: http://creativecommons.org/licenses/

Ing. Marco Calì

www.brevetti.sicilia.it

Attribuzione - Non commerciale

CC BY-NC

Questa licenza permette a terzi di modificare, ottimizzare ed utilizzare la tua opera come base per altre non commerciali, e benché le loro nuove opere dovranno accreditarti ed essere non commerciali, non devono licenziare le loro opere derivative con i medesimi termini.

Tratto da: http://creativecommons.org/licenses/

CREATIVE COMMONS 5/8

Attribuzione - Non commerciale - Condividi allo stesso modo

CC BY-NC-SA

Questa licenza permette a terzi di modificare, redistribuire, ottimizzare ed utilizzare la tua opera come base non commerciale, fino a che ti diano il credito e licenzino le loro nuove creazioni mediante i medesimi termini.

Tratto da: http://creativecommons.org/licenses/

Ing. Marco Calì

www.brevetti.sicilia.it

CREATIVE COMMONS 6/8

Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate

CC BY-NC-ND

Questa licenza è la più restrittiva delle nostre sei licenze principali, permettendo a terzi soltanto di scaricare le tue opere e condividerle ad altri fino a che ti diano il giusto credito, ma non possono cambiarle in nessun modo od utilizzarle commercialmente.

Tratto da: http://creativecommons.org/licenses/

DIRITTO D'AUTORE 4/4

Tratto da: http://creativecommons.org/publicdomain/

I nostri strumenti per il Pubblico Dominio

I nostri strumenti relativi al pubblico dominio, invece, facilitano la scoperta di opere già nel pubblico dominio e permettono agli autori ed ai detentori di diritti che vogliono dedicare le loro opere al pubblico dominio di farlo.

CC0

Usa questo strumento universale se sei il detentore dei diritti d'autore o dei diritti sul/sui database, e desideri rinunciare a tutti i tuoi interessi sulla tua opera.

Marchio di pubblico dominio

Usa questo strumento se hai identificato un'opera libera da restrizioni di copyright. Creative Commons non consiglia questo strumento per opere che sono coperte da diritto d'autore in una o più giurisdizioni.

CC0 — “No Rights Reserved”

Stai utilizzando uno strumento per rilasciare la tua opera senza restrizioni di diritto d’autore in tutto il mondo. Puoi utilizzare questo strumento anche se la tua opera è priva di restrizioni di diritto d’autore in alcune giurisdizioni, se vuoi assicurare che è priva di restrizioni ovunque. Creative Commons non raccomanda questo strumento per opere che sono già in pubblico dominio in tutto il mondo, usa invece il Marchio di Pubblico Dominio per tali opere.

Tratto da: http://creativecommons.org/publicdomain/

CREATIVE COMMONS 8/8

The Public Domain Mark — “No Known Copyright”

Stai utilizzando uno strumento per opere che risultano essere prive di restrizioni di diritto d’autore. Creative Commons non raccomanda questo strumento per opere che sono vincolate dalla legge sul diritto d’autore in una o più giurisdizioni. Se vuoi svincolare la tua opera dalle restrizioni di diritto d’autore, utilizza invece la donazione al pubblico dominio CC0

Tratto da: http://creativecommons.org/publicdomain/

DIRITTI PATRIMONIALI

I principali diritti patrimoniali dell'opera sono:

art. 12	pubblicare e utilizzare economicamente
art. 13	riprodurre
art. 14	trascrivere
art. 15	eseguire, rappresentare o recitare
art. 17	distribuire
art. 18	tradurre
art. 18bis	noleggiare

Tutti questi diritti permettono all'autore di autorizzare o meno l'utilizzo della sua opera e trarne i benefici economici.

DIRITTI MORALI

I diritti morali sono assicurati dalla legge a difesa della personalità dell'autore e si conservano anche dopo la cessione dei diritti di utilizzazione economica. Essi non sono soggetti a termini legali di tutela.

I principali diritti morali dell'autore sono:

Personale: il diritto alla paternità dell'opera (cioè il diritto di rivendicare la propria qualità di autore dell'opera) vedi art. 20;

Personale: il diritto all'integrità dell'opera (cioè il diritto di opporsi a qualsiasi deformazione o modifica dell'opera che possa danneggiare la reputazione dell'autore) vedi art. 20;

Eredi: dopo morte autore (valgono i diritti dell'art. 20) vedi art. 23.

DIRITTI DURATA

Sezione III
Durata dei diritti di utilizzazione economica dell'opera

Art. 25.

I diritti di utilizzazione economica dell'opera durano tutta la vita dell'autore e sino al termine del settantesimo anno solare dopo la sua morte.

Art. 29.

La durata dei diritti esclusivi di utilizzazione economica spettanti, a termini dell'art. 11, alle amministrazioni dello Stato, alle Province, ai Comuni, alle accademie, agli enti pubblici culturali nonché agli enti privati che non perseguano scopi di lucro, è di vent'anni a partire dalla prima pubblicazione, qualunque sia la forma nella quale la pubblicazione è stata effettuata. Per le comunicazioni e le memorie pubblicate dalle accademie e dagli altri enti pubblici culturali, tale durata è ridotta a due anni, trascorsi i quali, l'autore riprende integralmente la libera disponibilità dei suoi scritti.

APPROFONDIMENTI DELLA L. 633/41

CAPO IV: norme particolari ai diritti di utilizzazione economica di talune categorie di opere

Sezione I: Opere drammatico-musicali, composizioni musicali con parole, opere coreografiche e pantomimiche

Sezione II: Opere collettive, riviste e giornali

Sezione III: Opere cinematografiche

Sezione IV: Opere radiodiffuse

Sezione V: Opere registrate su supporti

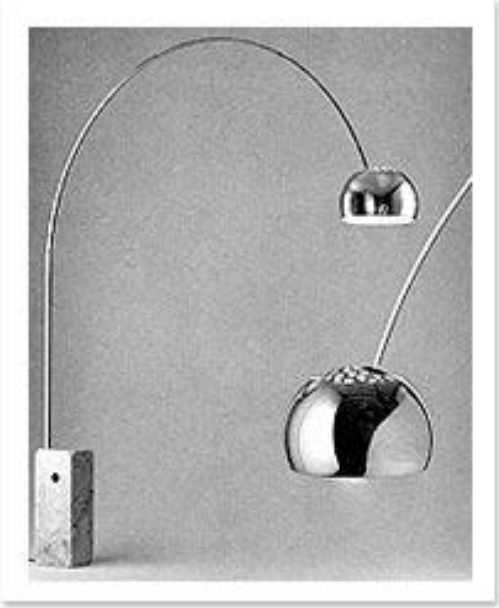
Sezione VI: Programmi per elaboratore

Sezione VII: Banche di dati

Ing. Marco Calì

www.brevetti.sicilia.it

La tutela secondo il diritto d'autore



Ing. Marco Calì

www.brevetti.sicilia.it

La chaise-longue di Le Corbusier

In base al criterio della scindibilità, la Cassazione con la sentenza del 7 dicembre 1994, n. 10516 ha negato la tutela del diritto d’autore alla chaise-longue di Le Corbusier.

Ing. Marco Calì

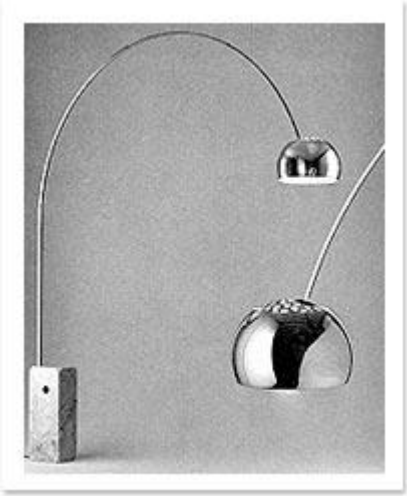
www.brevetti.sicilia.it

Le Corbusier

il Tribunale di Monza, con sentenza del 23 aprile 2002, ha escluso il valore artistico dei prodotti di arredamento e dei mobili disegnati da Le Corbusier.

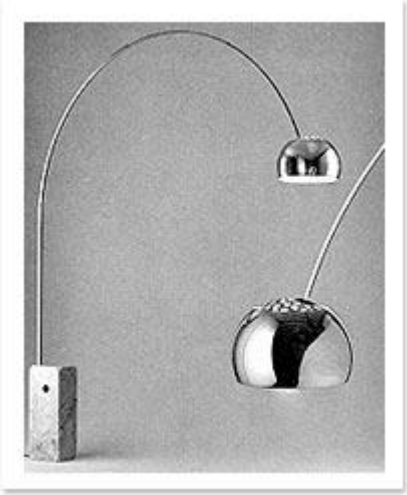
Il giudice, premettendo che erano stati gli stessi progettisti a dichiarare di aver privilegiato il concetto di funzione degli oggetti, piuttosto che il loro aspetto, ha motivato la decisione in tal senso: gli oggetti sono indubbiamente originali (soprattutto per il periodo in cui apparvero sul mercato), ma a suo avviso, non di valore artistico in sé, “che pare presupporre qualcosa di più che la semplice gradevolezza estetica. D’altra parte, non pare che la sola paternità della creazione in capo a persona che ha avuto grandissima importanza nel panorama dell’architettura del Novecento sia sufficiente ad attribuire valore artistico ad ogni sua creazione, ivi compresi gli oggetti pensati soprattutto in funzione del loro uso quotidiano”.

Lampada arco di A. Castiglioni



Milano ha riconosciuto tutelabile ai sensi della legge sul diritto d'autore la nota lampada Arco di Achille Castiglioni datata 1962 (ord. 28.11.2006).
Il tribunale ha quindi stabilito che la lampada Arco rappresenta «una delle espressioni più rilevanti delle concezioni progettuali ed estetiche del design italiano del dopoguerra».

Lampada arco di A. Castiglioni



Il Tribunale di Milano, con sentenza n. 9906/12 pubblicata il 12 Settembre 2012, si è pronunciato in materia di copie di mobili di classic design, nel noto caso che ha visto Flos S.p.A. contrapporsi a Semeraro Casa e Famiglia S.p.A. In particolare, il procedimento era stato avviato da Flos (con intervento adesivo di Assoluce) in relazione alle copie della sua lampada “Arco” importata in Italia dalla Cina e commercializzate da Semeraro. Nella decisione in commento il Tribunale di Milano, Sezione specializzata in proprietà intellettuale e industriale, ha rilevato in primo luogo come la lampada “Arco” – disegnata da Achille e Piergiacomo Castiglioni – possieda i requisiti richiesti dalla legge per godere di protezione di diritto d’autore, ovvero il “carattere creativo” e “valore artistico” di cui all’art. 2 n. 10 LdA.

Ing. Marco Calì

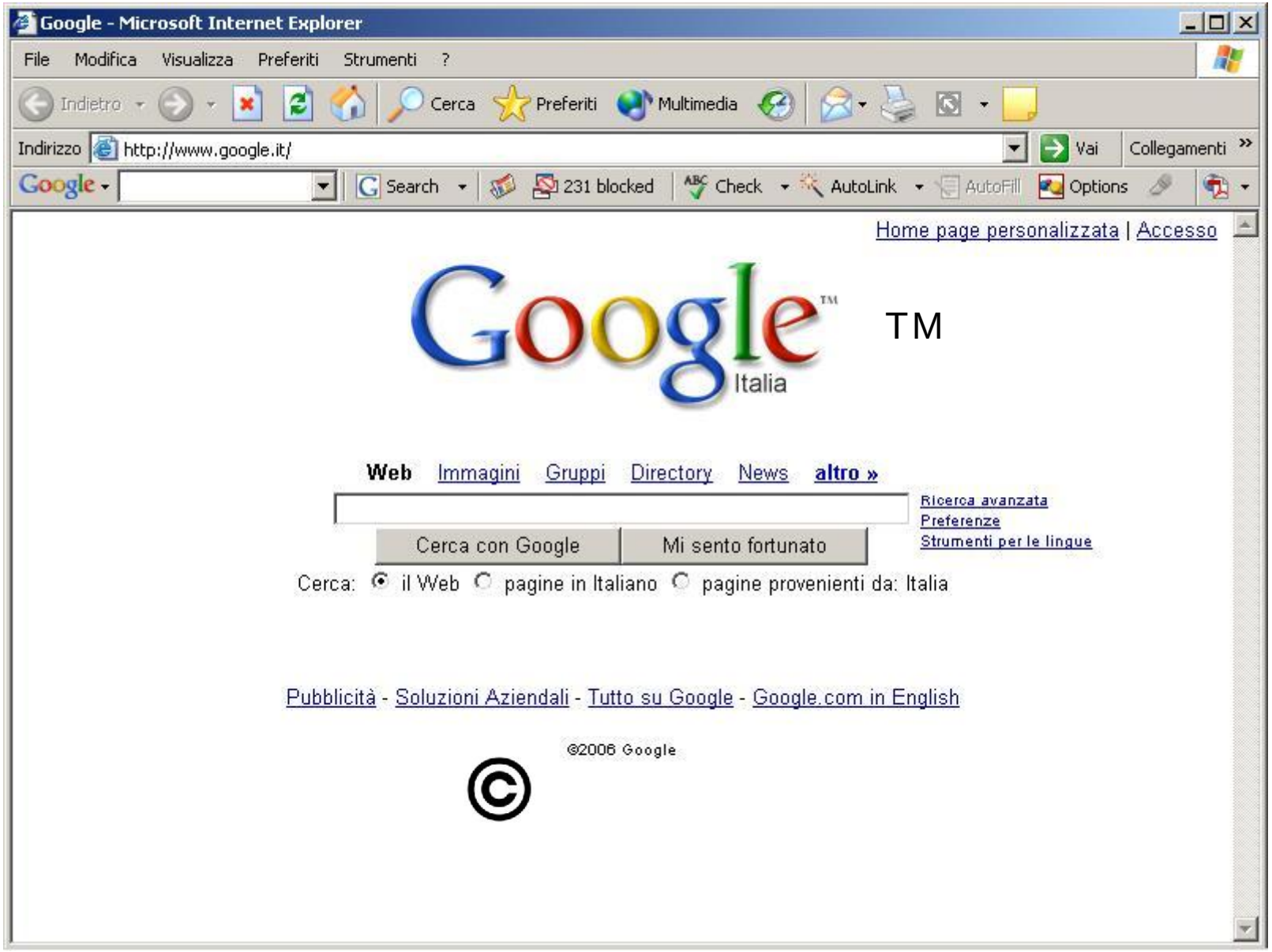
www.brevetti.sicilia.it

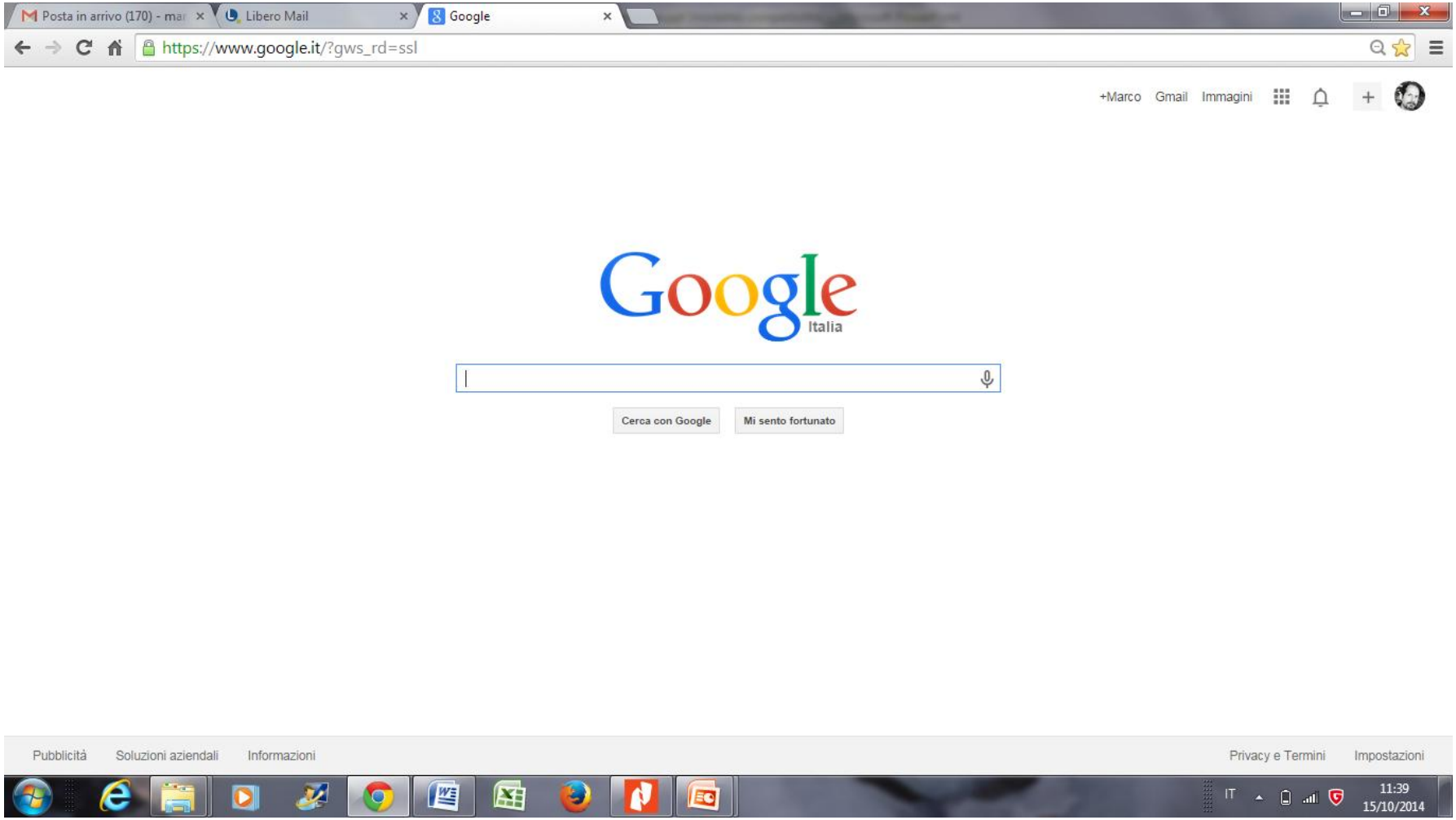
La sedia Panton di Vernier Panton

Milano ha riconosciuto tutelabile ai sensi della legge sul diritto d'autore la nota sedia Panton di Vernier Panton del 1959 (ord. 29.12.2006). Il tribunale ha quindi stabilito che la sedia Panton «ha assunto nel tempo un proprio valore di raffigurazione estetica di concezioni artistiche più generali, di fatto ormai trascendenti la semplice natura di oggetto di arredamento cui la sua funzione originaria la relegava, in quanto anticipatrice dei temi e delle modalità espressive della pop art e capace di riassumere in sé le tendenze di rottura degli anni 60' in uno stile fortemente individuale del suo autore»

Ing. Marco Calì

www.brevetti.sicilia.it


Google - Microsoft Internet Explorer
File Modifica Visualizza Preferiti Strumenti ?
Indietro Cerca Preferiti Multimedia
Indirizzo http://www.google.it/
Vai Collegamenti
Google Search 231 blocked Check AutoLink AutoFill Options
Home page personalizzata | Accesso
Google™ Italia
TM
Web Immagini Gruppi Directory News altro »
Ricerca avanzata
Preferenze
Strumenti per le lingue
Cerca con Google
Mi sento fortunato
Cerca: il Web pagine in Italiano pagine provenienti da: Italia
Pubblicità - Soluzioni Aziendali - Tutto su Google - Google.com in English
©2006 Google
©


Posta in arrivo (170) - mar
Libero Mail
Google
https://www.google.it/?gws_rd=ssl
+Marco
Gmail
Immagini
Google
Italia
Cerca con Google
Mi sento fortunato
Pubblicità
Soluzioni aziendali
Informazioni
Privacy e Termini
Impostazioni
IT
11:39
15/10/2014

ansa.it - Disclaimer - Microsoft Internet Explorer

File Modifica Visualizza Preferiti Strumenti ?

Indirizzo http://www.ansa.it/mainhtml/disclaimer.html

ansa.it
IL PORTALE DELL'INFORMAZIONE

ANSA sul Telefonino
il canale per la Telefonia mobile
Scopri come attivare i nostri servizi di news sul tuo telefonino

Sitemap Prodotti Contattaci I Soci ANSA

Home | Italia | Mondo | Società | Internet | Economia | Sport | Spettacolo

DISCLAIMER

" I contenuti offerti dal portale ANSA sono gratuiti, redatti con la massima cura/diligenza, e sottoposti ad un accurato controllo da parte dell'ANSA. L' ANSA, tuttavia, declina ogni responsabilità, diretta e indiretta, nei confronti degli utenti e in generale di qualsiasi terzo, per eventuali ritardi, imprecisioni, errori, omissioni, danni (diretti, indiretti, conseguenti, punibili e sanzionabili) derivanti dai suddetti contenuti.

Testi, foto, grafica, materiali audio e video inseriti dall'ANSA nel proprio portale non potranno essere pubblicati, riscritti, commercializzati, distribuiti, radio o videotrasmessi, da parte degli utenti e dei terzi in genere, in alcun modo e sotto qualsiasi forma."

Romaeuropa Festival 2004

Cerca News Multimediale

CANALI E RUBRICHE
- In edicola oggi
- Un libro al giorno
- Meteo
- Borsa & Finanza
- Trasporti e Infrastrutture
- Ambiente
- Beni Culturali Sicilia
- Agroalimentare Lazio
- Agroalimentare

ANSA TOP NEWS le breaking news in anteprima sul tuo telefonino

AnsaLive
VIDEO new: Top News, Sport, Economia
AUDIO: Top News, Sport, Economia
VIDEO INTERVISTE

ANSA BUSINESS
- Business News
- Salute
- Telecomunicazioni

Posta in arrivo (170) - mar
Libero Mail
Disclaimer - ANSA.it
www.ansa.it/sito/static/disclaimer.html
EDIZIONI ANSA > Mediterraneo Europa NuovaEuropa Latina Brasil English Realestate Mobile
Seguici su:
ANSA.it Disclaimer
Fai la ricerca
Il mondo in Immagini
Vai alla Borsa
Vai al Meteo
Cronaca Politica Economia Regioni + Mondo Cultura Tecnologia Sport FOTO VIDEO Tutte le sezioni +
ULTIMA ORA
TEMI CALDI > Genova • Alluvione • Maltempo • Scuola • Jobs Act • Ebola • Luxottica
ANSA.it › Disclaimer
Disclaimer
Il sito internet ufficiale dell'ANSA, www.ansa.it, (di seguito anche "Sito") è un portale d'informazione giornalistica on-line che consente di essere informati sui principali fatti del giorno provenienti dall'Italia e dal Mondo; il Sito si propone inoltre di fornire una panoramica sulle principali attività dell'ANSA, sui prodotti informativi dalla stessa offerti e sulle relative modalità di fruizione.
Tutti i contenuti del Sito (notizie, foto, video, suoni, marchi, loghi, nomi a dominio, software applicativi, layout grafici, etc.) e i diritti ad essi correlati sono riservati, pertanto possono essere consultati esclusivamente per finalità d'informazione personale, essendo espressamente vietato ogni diverso utilizzo senza il preventivo consenso scritto di ANSA.
Le informazioni contenute nel Sito sono fornite in base al convincimento, secondo buona fede, della loro accuratezza e veridicità, nonché nel rispetto dei principi di deontologia professionale vigenti in materia giornalistica. Tuttavia, ANSA, pur ponendo la massima cura nella tenuta del Sito e considerando affidabili i suoi contenuti, declina ogni responsabilità in merito agli eventuali danni diretti o indiretti che possano derivare da possibili errori o imprecisioni dei contenuti, ovvero dal mancato aggiornamento delle informazioni, soprattutto laddove i contenuti informativi siano assunti dall'utente a fondamento di decisioni circa iniziative o attività di carattere economico o finanziario.
Dato il carattere libero dell'accesso al Sito e lo scopo meramente divulgativo delle informazioni in esso contenute, queste non possono in alcun modo costituire aspettativa o diritto di alcun genere negli utenti; l'ANSA pertanto si riserva la facoltà di apportarvi modifiche o varianti, così come di modificare o sopprimere parti del Sito, prodotti, servizi o attività nello stesso descritte.
Scopri l'offerta.
OGGI CON OPEL
TECNOLOGIA TEDESCA E RISPARMIO, INSIEME
GPL TECH
UN PIENO DA 23 €
METANO ECO-M
100 KM CON 6 €
Scopri l'offerta
11:28
15/10/2014

Enel SPA - © Enel 2006 - Tutti i diritti riservati - Microsoft Internet Explorer

File Modifica Visualizza Preferiti Strumenti ?

Indirizzo http://www.enel.it/common/copyright.asp

Home Aiuto Contattaci Cerca Mappa English

Enel

L'ENERGIA CHE TI ASCOLTA.

I PIACERI DELL'ENERGIA
Natura, sport, gastronomia, arte e scienza
Guida 2006

AZIENDA ATTIVITÀ SPORTELLO ON LINE FORNITORI EnelMAGAZINE

Nome Utente

Password

OK

Modalità di accesso:
Normale | Sicura

Non sei registrato?

Recupera i tuoi dati

© Enel 2006 - Tutti i diritti riservati

Home > © Enel 2006 - Tutti i diritti riservati >

© Copyright

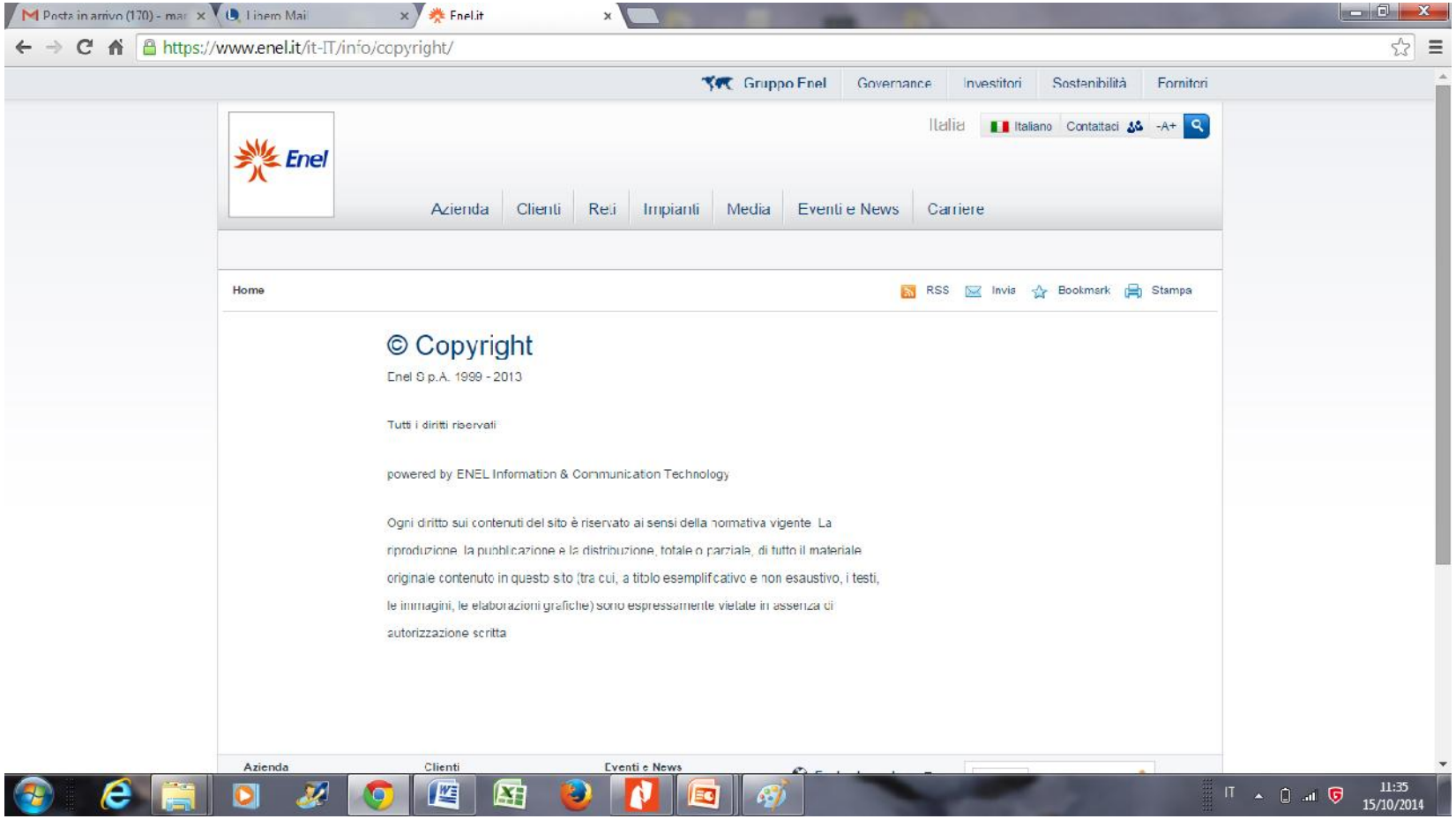
Enel S.p.A. 1999 - 2006

Tutti i diritti riservati

powered by ENEL Information & Communication Technology

Ogni diritto sui contenuti del sito è riservato ai sensi della normativa vigente. La riproduzione, la pubblicazione e la distribuzione, totale o parziale, di tutto il materiale originale contenuto in questo sito (tra cui, a titolo esemplificativo e non esaustivo, i testi, le immagini, le elaborazioni grafiche) sono espressamente vietate in assenza di autorizzazione scritta.

Stampa


Posta in arrivo (170) - mar
Libero Mail
Enel.it
https://www.enel.it/it-IT/info/copyright/
Gruppo Enel
Governance
Investitori
Sostenibilità
Fornitori
Italia
Italiano
Contattaci
-A+
Enel
Azienda
Clienti
Reti
Impianti
Media
Eventi e News
Carriere
Home
RSS
Invia
Bookmark
Stampa
© Copyright
Enel S.p.A. 1999 - 2013
Tutti i diritti riservati
powered by ENEL Information & Communication Technology
Ogni diritto sui contenuti del sito è riservato ai sensi della normativa vigente. La riproduzione, la pubblicazione e la distribuzione, totale o parziale, di tutto il materiale originale contenuto in questo sito (tra cui, a titolo esemplificativo e non esaustivo, i testi, le immagini, le elaborazioni grafiche) sono espressamente vietate in assenza di autorizzazione scritta
Azienda
Clienti
Eventi e News
IT
11:35
15/10/2014

Copyright dentro le clausole di responsabilità

La XYZ spa si riserva il diritto di completare o modificare la gamma di prodotti offerti nel catalogo o di eliminare prodotti dall'assortimento. La XYZ spa ....

Copyright XYZ spa („XYZ"). XYZ è un marchio protetto della XYZ spa. L'utilizzo di detto marchio da parte di terzi è ammesso solo dietro nostro espresso consenso.

Il titolare dei diritti su foto, loghi e testi è esclusivamente la XYZ. Questa autorizza l'utilizzo gratuito delle foto dei prodotti e dei grafici nell'ambito della loro presentazione, laddove né le foto dei prodotti né i grafici possono essere modificati e lavorati, in particolare tagliati, usati in modo non abituale, distorti o ridotti in qualsiasi altro modo. Prima di qualsiasi altro utilizzo a scopi commerciali deve essere sempre richiesto il consenso di XYZ.

Le foto devono sempre riportare l'indicazione della fonte „XYZ spa". Quale contropartita per l'autorizzazione gratuita all'utilizzo delle foto la XYZ chiede un esemplare giustificativo in caso di media del settore stampa e una breve notifica nel caso di film e media elettronici. Vi dichiarate d'accordo sul fatto che la presente pattuizione non necessita di firme per entrare in vigore. Ai fini dell'utilizzo del presente catalogo da parte di terzi e dell'utilizzo delle relative clausole e condizioni valgono le leggi della Repubblica Italiana in materia.

Materiale fotografico di XYZ, www.xyz.it, www.abc-xyz.com,

ESEMPI DI SENTENZE ITALIANE 1/9

Ai fini della distinzione tra opera fotografica (protetta come oggetto di diritto di autore) e semplice fotografia (oggetto di diritto connesso) occorre condurre l'indagine circa la sussistenza o meno del carattere creativo.

Nel campo delle fotografie che riproducono opere dell'arte figurativa e, segnatamente, opere architettoniche (in cui uno sforzo creativo venne già a suo tempo compiuto dall'autore dell'opera fotografata) difficilmente la fotografia consegue carattere creativo, in quanto la necessaria fedeltà nella rappresentazione oggettiva del soggetto riprodotto, caratteristica naturale di tale tipo di fotografia, ne costituisce anche l'altrettanto necessario limite.

Tratto da: http://www.fotografi.org/sentenze.htm

ESEMPI DI SENTENZE ITALIANE 2/9

La tutela dell'opera di carattere creativo nel campo della fotografia è operante tutte le volte che il fotografo non si sia limitato ad una riproduzione della realtà, sebbene attraverso procedure tecnicamente sofisticate, ma abbia inserito nell'opera la propria fantasia, il proprio gusto e la propria sensibilità, così da trasmettere le proprie emozioni a chi esamini la fotografia in tal guisa realizzata; dal punto di vista tecnico l'autore curerà particolari luci, scorci, inquadrature e simili, nel tentativo di aggiungere una dose di immaginazione alla riproduzione meccanica del soggetto.

Tratto da: http://www.fotografi.org/sentenze.htm

ESEMPI DI SENTENZE ITALIANE 3/9

Non sussiste concorrenza sleale per riproduzione di fotografie di un catalogo altrui, quando risulti che tutti i "depliants" pubblicitari delle macchine delle aziende operanti nel settore, presentano caratteristiche analoghe e quando le fotografie asseritamente riprodotte illustrino macchinari simili (ma non identici) a quelli del concorrente.

Tratto da: http://www.fotografi.org/sentenze.htm

ESEMPI DI SENTENZE ITALIANE 4/9

Costituisce concorrenza sleale ai sensi dell'art. 2598 n. 3 c.c. l'utilizzare nei propri cataloghi fotografie appartenenti a un proprio concorrente, ancorché nel passato siano esistiti rapporti commerciali e, nella specie, le fotografie in questione apparissero nei cataloghi del soggetto passivo dell'illecito che il soggetto attivo usava, aggiungendovi un proprio volantino, per distribuire i prodotti (non si è invece ravvisata l'illiceità della condotta alla stregua dei n. 1 e 2 dell'art. 2598 c.c. perché il convenuto apponeva il suo marchio sui propri cataloghi, contenenti le fotografie, in modo evidente).

Tratto da: http://www.fotografi.org/sentenze.htm

ESEMPI DI SENTENZE ITALIANE 5/9

Il diritto all'utilizzazione economica dell'immagine fotografica di una modella, in caso di ritratto su sua commissione, spetta in primo luogo al soggetto raffigurato nella fotografia, che può consentire contrattualmente ad altri di utilizzare il proprio ritratto entro limiti determinati, ed è l'unico legittimato a dolersi dell'eventuale altrui violazione delle clausole contrattuali relative a tali limiti: mentre il fotografo per parte sua conserva unicamente la proprietà sul materiale fotografico originario ed ha diritto al corrispettivo ed all'eventuale indicazione del suo nome sulla fotografia, ma non può disporre dell'immagine del soggetto ritrattato.

Tratto da: http://www.fotografi.org/sentenze.htm

ESEMPI DI SENTENZE ITALIANE 6/9

La notorietà del soggetto raffigurato consente la pubblicazione dell'immagine senza necessità del preventivo consenso solo in presenza di esigenze prioritarie di informazione pubblica, che mancano palesemente nel caso di periodici che perseguono fini di lucro mercè la pubblicazione di fotografie di nudo, intese solo a soddisfare la pubblica curiosità per le parti intime delle persone ritratte.

Tratto da: http://www.fotografi.org/sentenze.htm

ESEMPI DI SENTENZE ITALIANE 7/9

L'efficacia del consenso alla divulgazione del ritratto, poiché si verte in tema di diritti della personalità, deve essere contenuta nei rigorosi limiti soggettivi ed oggettivi in cui il consenso stesso venne dato (nella specie, si è escluso che il consenso dato da un'attrice agli inizi della carriera – nome attrice omesso - alla diffusione di sue fotografie in cui era ritratta nuda potesse ritenersi esteso alla divulgazione delle medesime a distanza di alcuni anni).

Tratto da: http://www.fotografi.org/sentenze.htm

ESEMPI DI SENTENZE ITALIANE 8/9

È illecita l'utilizzazione delle immagini di persona nota senza il suo consenso, in quanto la pubblicazione di fotografie - nella specie, di nudo - e di commenti su una rivista scandalistica, e la non attinenza di ciò al settore di attività del soggetto, reca pregiudizio all'onore e alla reputazione del ritrattato, nonché alla sua vita di relazione.

Tratto da: http://www.fotografi.org/sentenze.htm

ESEMPI DI SENTENZE ITALIANE 9/9

Il comune di Siena è privo di legittimazione attiva a far valere i diritti sull'immagine e sui simboli del palio di Siena in quanto delegato solo alla soprintendenza e alla direzione dei palii e dunque a mere funzioni organizzative e di polizia. La violazione del diritto all'immagine presuppone un comportamento attivo (riproduzione non autorizzata dell'immagine altrui) e non già un comportamento "omissivo" (omissione della riproduzione della immagine di una certa persona) mancando in tale ultimo caso l'indefettibile presupposto della riconoscibilità della persona (nella specie in una fotografia del palio di Siena era stata sostituita tramite fotomontaggio la persona di un alfiere del palio con quella di un modello professionista indossante un capo di abbigliamento oggetto di pubblicità). Il palio di Siena è pubblico evento risalente al XIII secolo, dunque appartenente al patrimonio storico, culturale e folcloristico della nazione, senza che chicchessia possa vantare diritti esclusivi di sorta su di esso. Nella rappresentazione del palio e nei caratteristici segni utilizzati dai partecipanti allo svolgimento di esso non è ravvisabile un apporto suscettibile da assurgere ad opera dell'ingegno proteggibile secondo la disposizione della legge sul diritto d'autore.

Tratto da: http://www.fotografi.org/sentenze.htm

FOTO D’AUTORE

"American girl in Italy", di Ruth Orkin

Quell’istantanea venne scattata a Firenze il 22 agosto del 1951.

Ing. Marco Calì

www.brevetti.sicilia.it

CENNI SULLE NORMATIVE COMUNITARIE

1. Direttive Europee (aderenti 28 paesi)

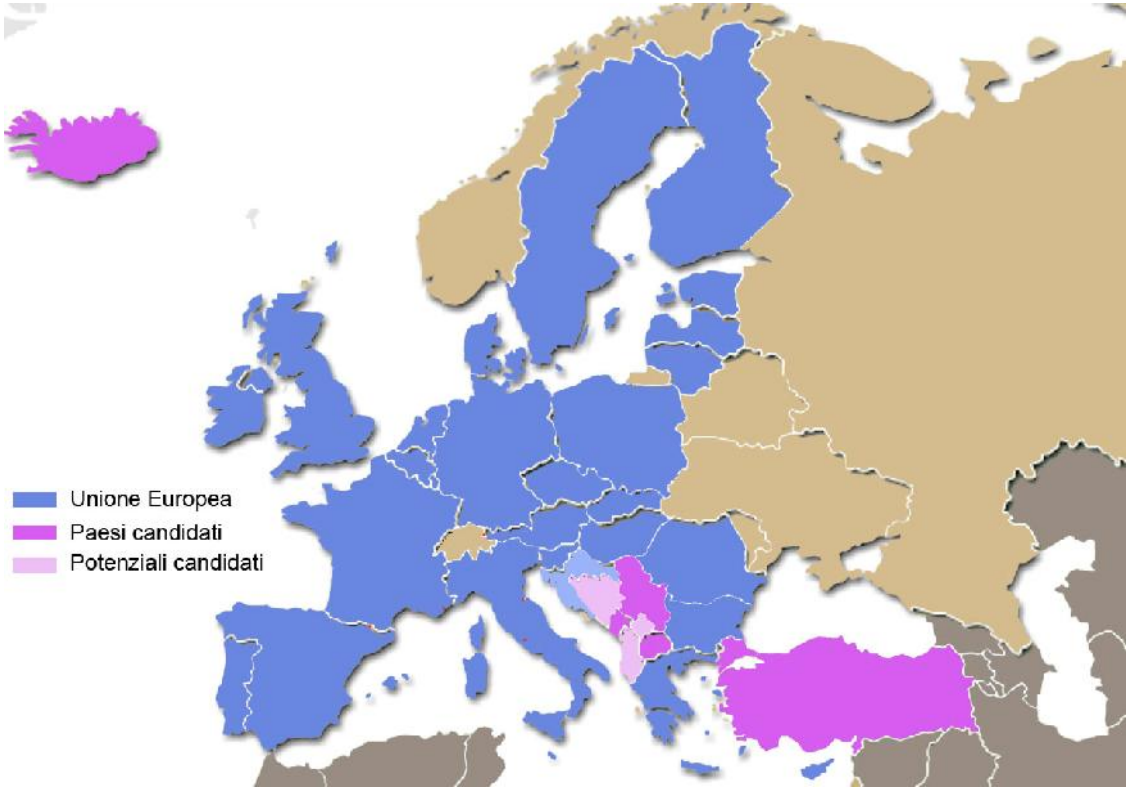
Ing. Marco Calì

www.brevetti.sicilia.it

Direttive Comunitarie

28 paesi aderenti

Belgio, Francia, Germania,
Italia, Lussemburgo,
Paesi Bassi 1952
Danimarca, Irlanda,
RegnoUnito 1973
Grecia 1981
Portogallo, Spagna 1986
Austria, Finlandia,
Svezia 1995
Cipro, Estonia, Lettonia,
Lituania, Malta, Polonia,
Repubblica Ceca, Slovacchia,
Slovenia, Ungheria 2004
Bulgaria, Romania 2007
Croazia 2013



LE DIRETTIVE COMUNITARIE

- Direttiva 91/250 del 14 maggio 1991 (estensione della tutela autorale al software);

- Direttiva 92/100 del 19 novembre 1992 (riconosce il diritto di autorizzare o proibire il noleggio ed il prestito degli originali e delle copie delle opere protette;

- Direttiva 93/82 del 27 novembre 1993 (verte in tema di diritti d'autore applicabili alla radiodiffusione via satellite e via cavo);

- Direttiva 93/98/CEE del 24 novembre 1993 (armonizzazione della durata di protezione del diritto d'autore e di alcuni diritti connessi);

- Direttiva 96/9 del 27 marzo 1996 (verte sule banche dati);

- Direttiva 2001/29/CE del 22 maggio 2001 (sull'armonizzazione di taluni aspetti del diritto d'autore e dei diritti connessi nella società dell'informazione)

- Direttiva 2012/28/UE (su taluni utilizzi consentiti di opere orfane)

L’ULTIMISSIMA DIRETTIVA COMUNITARIA

Votata al momento solo dal Parlamento

Brussels, 4 February 2014

Commissioner Michel Barnier welcomes the European Parliament vote on the Directive on collective rights management

"Il voto di oggi rappresenta una pietra miliare per la realizzazione del mercato unico digitale", ha dichiarato il Commissario UE al Mercato Interno Michel Barnier. "La Direttiva faciliterà l’ingresso sul mercato europeo dei piccoli fornitori innovativi, contribuirà a una maggiore distribuzione e aumenterà l’offerta di musica online per gli utenti. La Direttiva", ha continuato Barnier, "permetterà di ammodernare il funzionamento delle società collettive che gestiscono i diritti d’autore (le cosiddette società di collecting) che gestiscono il copyright e i diritti associati per conto dei detentori, come autori e artisti, in tutta Europa".

approfondimento: Direttiva 2001/29/CE

SENTENZA DELLA CORTE (Quarta Sezione) 11 settembre 2014

1) La nozione di «vincoli di vendita o di licenza», … omissis …, dev'essere interpretata nel senso che il titolare dei diritti e un'istituzione menzionata in tale disposizione, quale una biblioteca accessibile al pubblico, devono aver concluso un contratto di licenza o di utilizzo dell'opera in questione che indichi le condizioni alle quali tale istituzione possa utilizzarla.

2) L'articolo 5, … omissis … deve essere interpretato nel senso che esso non osta a che uno Stato membro conceda alle biblioteche accessibili al pubblico, menzionate in tale disposizione, il diritto di digitalizzare le opere contenute nelle proprie collezioni, qualora tale atto di riproduzione risulti necessario ai fini della messa a disposizione degli utenti di tali opere, su terminali dedicati, nei locali delle istituzioni stesse.

3) L'articolo 5, … omissis … dev'essere interpretato nel senso che esso non riguarda atti quali la stampa di opere su carta o la loro memorizzazione su chiave USB, realizzate da utenti a partire da terminali dedicati situati in biblioteche accessibili al pubblico, menzionate in tale disposizione. Tali atti possono però, eventualmente, essere autorizzati sulla base della legislazione nazionale di trasposizione delle eccezioni o limitazioni di cui all'articolo 5, … omissis …, purché, in ciascun singolo caso, le condizioni imposte da tali disposizioni siano soddisfatte.

CENNI SULLE NORMATIVE INTERNAZIONALI

1. La Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo è stata adottata dalla Assemblea generale della Nazioni Unite

2. La convenzione di Berna (Convenzione per la creazione di una Unione internazionale per le opere letterarie e artistiche)

3. La Convenzione Universale per il diritto d'autore (Convenzione di Ginevra)

ESEMPIO DI SENTENZA U.S.A. SUL “SOFTWARE” 1/10

SUPREME COURT OF THE UNITED STATES

Syllabus

ALICE CORPORATION PTY. LTD. *v.* CLS BANK INTERNATIONAL ET AL.

CERTIORARI TO THE UNITED STATES COURT OF APPEALS FOR THE FEDERAL CIRCUIT

No. 13–298. Argued March 31, 2014—Decided June 19, 2014

La Corte Suprema degli Stati Uniti ha dato torto ad Alice Corp nel caso che la vede contrapposta a CLS Bank International, ritenendo invalidi i brevetti che l’accusa voleva contestare: di fatto il tribunale ha cambiato l’interpretazione dei requisiti di brevettabilità dei software e rafforzato il concetto di invalidità delle rivendicazioni di idee astratte.

Nella sentenza si legge che la Corte ha ritenuto che i brevetti chiamati in causa altro non facevano che rivendicare il concetto di "accordo intermediato", cioè "una pratica economica fondamentale ben nota nel nostro sistema commerciale".

Essenzialmente, la Corte Suprema ha stabilito che non basta aggiungere un generico "tramite un computer" ad un’idea altrimenti astratta per conferirle il necessario requisito di brevettabilità.

BREVETTI O DOMANDE DI BREVETTO CONTESTATE:

US5970479A

ESEMPIO DI SENTENZA U.S.A. SUL “SOFTWARE” 2/10

IN THE UNITED STATES DISTRICT COURT
FOR THE DISTRICT OF DELAWARE

Comcast IP Holdings I, LLC, Plaintiff, v. **Sprint Communications Company L.P., Sprint Spectrum L.P., and Nextel Operations, Inc.,** Defendants.	Civil Action No. 12-205-RGA

Il 6 luglio, un giudice di merito del Delaware ha respinto un brevetto Comcast che sosteneva il concetto di un sistema di telecomunicazioni computerizzato controllato con un utente prima di decidere se stabilire una nuova connessione.

La Corte ha rilevato che le operazioni descritte nel brevetto potrebbero essere facilmente eseguite da esseri umani che fanno telefonate.

BREVETTI O DOMANDE DI BREVETTO CONTESTATE:

US6873694, US7012916, US8170008, US8204046

Ing. Marco Calì

www.brevetti.sicilia.it

ESEMPIO DI SENTENZA U.S.A. SUL “SOFTWARE” 3/10

UNITED STATES DISTRICT COURT
SOUTHERN DISTRICT OF NEW YORK

DIETGOAL INNOVATIONS LLC,

Plaintiff,

-v-

BRAVO MEDIA LLC (DIVISION OF NBC UNIVERSAL MEDIA, LLC),

Defendant.

13 Civ. 8391 (PAE)

OPINION & ORDER

L’8 luglio, un tribunale di New York ha invalidato un brevetto sul concetto di utilizzare un computer per aiutare gli utenti a pianificare i pasti, durante il raggiungimento degli obiettivi della dieta. La corte è stata impressionata dell’argomento del titolare del brevetto che alcuni dei dettagli del brevetto - come l’uso di "menu Immagine" per scegliere i pasti - era sufficiente a rendere una idea brevettabile.

BREVETTI O DOMANDE DI BREVETTO CONTESTATE:

US6.585.516

United States Court of Appeals for the Federal Circuit

DIGITECH IMAGE TECHNOLOGIES, LLC,
Plaintiff-Appellant,

v.

ELECTRONICS FOR IMAGING, INC., SAKAR INTERNATIONAL, INC. (doing business as Vivitar), GENERAL IMAGING COMPANY, OVERSTOCK.COM, INC., NEWEGG, INC., NEWEGG.COM, INC., XEROX CORPORATION, TOSHIBA CORPORATION, TOSHIBA AMERICA BUSINESS SOLUTIONS, INC., TOSHIBA AMERICA INFORMATION SYSTEMS, INC., AND TOSHIBA AMERICA, INC.,
Defendants-Appellees,

Il 17 luglio, la Corte d’Appello del Circuito Federale (che si occupa di tutti i casi di brevetti) ha respinto un brevetto sul concetto di mantenere colori sincronizzati su tutti i dispositivi con la costruzione di un profilo che descrive le caratteristiche di ogni dispositivo. Il giudice ha ritenuto che la creazione e l’utilizzo di questi profili sono stati passi solo mentali che potrebbero essere fatti da un essere umano e quindi non erano ammissibili per la protezione del brevetto.

BREVETTI O DOMANDE DI BREVETTO CONTESTATE:

US6128415

United States Court of Appeals for the Federal Circuit

PLANET BINGO, LLC,
Plaintiff-Appellant,

v.

VKGS LLC (doing business as Video King),
Defendant-Appellee.

2013-1663

Il 26 agosto, il circuito federale ha respinto un brevetto che ha sostenuto il concetto di esecuzione di un gioco del bingo su un computer. Il giudice ha stabilito che "Gestire il gioco del bingo è costituito esclusivamente da operazioni mentali che possono essere svolte da un essere umano con carta e penna".

Convertire quel processo in un programma di computer non porta a un’invenzione brevettabile.

BREVETTI O DOMANDE DI BREVETTO CONTESTATE:

US6398646, US6656045

UNITED STATES DISTRICT COURT
CENTRAL DISTRICT OF CALIFORNIA

#55

CIVIL MINUTES - GENERAL

Case No.	CV 11-10344 PSG (MRWx)	Date	August 29, 2014
Title	CMG Financial Services, Inc. v. Pacific Trust Bank, F.S.B.		

Present:	The Honorable Philip S. Gutierrez, United States District Judge

Wendy K. Hernandez	Not Present	n/a
Deputy Clerk	Court Reporter	Tape No.

Il 29 agosto, un tribunale della California ha abbattuto un brevetto su un metodo di collegamento di una linea di mutui di credito a un conto corrente. La corte ha detto che le funzioni del computer generici indicati nel brevetto non erano abbastanza per meritare protezione.

BREVETTI O DOMANDE DI BREVETTO CONTESTATE:

US7627509

ESEMPIO DI SENTENZA U.S.A. SUL “SOFTWARE” 7/10

IN THE UNITED STATES DISTRICT COURT
FOR THE EASTERN DISTRICT OF TEXAS
MARSHALL DIVISION

LOYALTY CONVERSION SYSTEMS CORPORATION,	§	
	§	
Plaintiff,	§	
	§	Case No. 2:13-CV-655
v.	§	
	§	
AMERICAN AIRLINES, INC., et al.,	§	
	§	
Defendants.	§	

Il 3 settembre, un tribunale del Texas ha invalidato un brevetto sul concetto di utilizzare un computer per convertire i punti premio da un negozio all’altro.

Il giudice ha ritenuto che la "invenzione" rivendicata dal brevetto "non è fondamentalmente diversa dai tipi di transazioni finanziarie banali che sono stati i soggetti di recenti decisioni della Corte Suprema.".

BREVETTI O DOMANDE DI BREVETTO CONTESTATE:

US8313023, US8511550

ESEMPIO DI SENTENZA U.S.A. SUL “SOFTWARE” 8/10

UNITED STATES DISTRICT COURT
FOR THE DISTRICT OF DELAWARE

WALKER DIGITAL, LLC,	:	
	:	
Plaintiff-Counterdefendant,	:	
	:	
v.	:	C.A. No. 11-318-LPS
	:	
GOOGLE, INC.	:	
	:	
Defendant-Counterplaintiff.	:	

In una seconda decisione del 3 Settembre un giudice del Delaware ha respinto un brevetto sul concetto di un intermediario che selettivamente rivela informazioni su due parti ad ognuno - utilizzando un computer.

La corte ha notato che è stato a lungo comune per i cacciatori di teste aziendali di non comunicare talune informazioni su un datore di lavoro da potenziali dipendenti (e viceversa) fino a quando entrambe le parti sono pronti a procedere.

BREVETTI O DOMANDE DI BREVETTO CONTESTATE:

US5884270, US5884272

ESEMPIO DI SENTENZA U.S.A. SUL “SOFTWARE” 9/10

IN THE UNITED STATES DISTRICT COURT
FOR THE DISTRICT OF DELAWARE

TUXIS TECHNOLOGIES, LLC, Plaintiff, v. AMAZON.COM, INC., Defendant.	Civil Action No. 13-1771-RGA

Il 3 Settembre, lo stesso giudice del Delaware invalidato un brevetto sul concetto di utilizzare un sistema informatizzato per "invogliare all’acquisto di prodotti" i clienti che acquistano un prodotto su altri prodotti che li potrebbero interessarti.

La Corte ha sottolineato che l’"upselling" è vecchio come il commercio stesso.

BREVETTI O DOMANDE DI BREVETTO CONTESTATE:

US6055513

United States Court of Appeals for the Federal Circuit

BUYSAFE, INC.,
Plaintiff-Appellant,

v.

GOOGLE, INC.,
Defendant-Appellee.

2013-1575

Appeal from the United States District Court for the District of Delaware in No. 11-CV-1282, Judge Leonard P. Stark.

Decided: September 3, 2014

Il 3 Settembre, in una decisione definitiva, la corte d’appello del circuito federale ha annullato un brevetto che rivendicava il concetto di utilizzare fideiussioni per garantire una transazione - utilizzando un computer.

La Corte ha sottolineato che le fideiussioni sono state usate fin dai tempi antichi, e l’esecuzione di questa operazione ben nota con l’aiuto di un computer non la trasforma in un’invenzione brevettabile.

BREVETTI O DOMANDE DI BREVETTO CONTESTATE:

US7644019

ESEMPI DI SENTENZE INTERNAZIONALI 1/7

16 capi di violazione della Legge sul diritto d'autore, compresa l'affannosa questione della mancanza della citazione del nome dell'autore, del fotografo le cui immagini sono state scaricate dalla rete, da un social network, da twitter. Un risarcimento pari a 1,2 milioni di dollari è quanto la nota Agenzia di Stampa Internazionale France Presse è stata condannata a pagare per le violazioni della Legge sul diritto d'autore colpevole di avere, volontariamente, scaricato e illegalmente usato e venduto, le 10 immagini di proprietà del fotografo haitiano Daniel Morel.

Daniel Morel aveva realizzato, in occasione della tragedia del terremoto di Haiti nel 2010, un reportage sul luogo, a poche decine di minuti dal disastro. A causa della congestione delle linee telefoniche aveva optato per la diffusione delle sue immagini per la rete, attraverso il Soclal Networking. L'Agenzia France Presse aveva individuato queste particolari e drammatiche immagini, tentato di contattare l'autore senza riuscirci e, nonostante questo, aveva deciso di scaricare ed usare il materiale senza preoccuparsi di avere la necessaria autorizzazione, acquisendo i necessari diritti preventivamente all'uso di queste immagini.

Tratto da: http://www.assostampa.org/4465-violazione-della-legge-sul-diritto-dautore-storica-sentenza/

ESEMPI DI SENTENZE INTERNAZIONALI 2/7

Negli Stati Uniti, di fronte alla United States District Court for the District of Nebraska è in corso una vertenza inconsueta avente ad oggetto il contrasto tra una prolificissima scrittrice e il suo editore. L'autrice afferma di pubblicare un nuovo libro ogni due settimane e di venderne circa 5.500 copie in formato elettronico in sei mesi e 150 copie cartacee annue. La controversia è sorta quando l'autrice ha iniziato a vendere i suoi libri direttamente attraverso Amazon con uno smercio di 1500 copie elettroniche e 650 copie cartacee giornaliere con un ricavo di rispettivamente 115 e 148 dollari al giorno. Successivamente, l'Editore ha intimato ad Amazon la sospensione di siffatte vendite per violazione dei 28 contratti sottoscritti tra l'autrice e l'editore e del Digital Millenium Copyright Act. Di fronte a questo provvedimento l'autrice ha denunciato il suo editore, affermando che la sua iniziativa violava la buona fede contrattuale in quanto la medesima afferma di avere mantenuto il diritto di pubblicare e distribuire i propri lavori in via indipendente dall'Editore. Al momento, la Corte ha rigettato l'impugnazione presentata dall'autrice, riservandosi di pronunciarsi in seguito sulla valutazione del merito della causa e sulla richiesta di danni proposta da parte ricorrente.

Tratto da: http://elenafalletti.wordpress.com/2013/10/22/ultimi-orientamenti-internazionali-in-materia-di-diritto-dautore/

ESEMPI DI SENTENZE INTERNAZIONALI 3/7

Sempre in materia di diritto d'autore, nello specifico per quel che concerne la distribuzione e la diffusione di opere protette da copyright, la Corte distrettuale del Southern District di New York ha parzialmente risolto a favore di Pandora Media, società che gestisce una radio via Internet, una controversia relativa alla riproduzione di tutti i brani della biblioteca di ASCAP (American Society of Composers, Authors and Publishers) da parte della radio online. Quest'ultima ha sostenuto vittoriosamente in giudizio di aver ottenuto dall'ASCAP una licenza che le consente di riprodurre l'intera collezione di brani, nonostante i tentativi di alcuni discografici membri dell'associazione (tra i quali si ricordano EMI Music Publishing , Sony / ATV Music Publishing e Universal Music Publishing Group) di rinegoziare separatamente i termini della suddetta licenza.

Tratto da: http://elenafalletti.wordpress.com/2013/10/22/ultimi-orientamenti-internazionali-in-materia-di-diritto-dautore/

ESEMPI DI SENTENZE INTERNAZIONALI 4/7

In Canada, la Supreme Court of Justice dell'Ontario, ha rigettato l'istanza di intervento in causa da parte di un asserito detentore di diritti patrimoniali d'autore poiché detta istanza non appare essere giustificata dalla presenza di un interesse ad agire da un lato; mentre dall'altro lato essa è stata presentata in ritardo rispetto all'esercizio dell'azione.

Tratto da: http://elenafalletti.wordpress.com/2013/10/22/ultimi-orientamenti-internazionali-in-materia-di-diritto-dautore/

ESEMPI DI SENTENZE INTERNAZIONALI 5/7

In Inghilterra, la England and Wales Patents County Court ha affrontato una controversia tra una università americana di orientamento religioso (la Regent University, Virginia, USA) verso una università inglese di recente fondazione (la Regent's University London) per l'utilizzo del vocabolo "Regent". Secondo parte attrice vi sarebbero "special grounds" ai sensi del Article 104 del CTM Regulation (207/2009/EC) per impedire l'utilizzo del vocabolo all'analoga istituzione inglese. Seppure le due istituzioni non siano confondibili per distanza (una si trova negli Stati Uniti e l'altra a Londra) né per policy di insegnamento (dato che una è di matrice religiosa, l'altra sia di privata e laica), a parere dei ricorrenti sussisterebbe una innegabile confondibilità della seconda università a danno della prima sul mercato dei corsi online. Tuttavia, il giudice inglese ha rigettato l'istanza e le argomentazioni di parte attrice poiché se da un lato parte attrice non ha provato l'inquantificabile danno (ovvero rischio) di danno che subirebbe, dall'altro sarebbe eccessivamente oneroso per la convenuta cambiare il nome proprio e dei dipartimenti ad essa afferenti.

Tratto da: http://elenafalletti.wordpress.com/2013/10/22/ultimi-orientamenti-internazionali-in-materia-di-diritto-dautore/

ESEMPI DI SENTENZE INTERNAZIONALI 6/7

In Nuova Zelanda, di fronte al Copyright Tribunal of New Zealand si è svolta una nuova controversia in materia di file sharing, di identificazione del fruitore di file musicali attraverso l'ordine all'Internet service provider dello svelamento del titolare della connessione. La causa si è conclusa con l'ordine di pagamento all'utente disvelato di circa 26,29 dollari quale compensazione per il materiale musicale illecitamente downloadato e di più di 400 dollari per spese legali tanto di parte attrice quanto dei costi di giustizia.

Tratto da: http://elenafalletti.wordpress.com/2013/10/22/ultimi-orientamenti-internazionali-in-materia-di-diritto-dautore/

ESEMPI DI SENTENZE INTERNAZIONALI 7/7

In Francia, il Tribunal de grande instance di Parigi ha condannato la società titolare di un sito web al pagamento di 3000 euro per il risarcimento del danno patrimoniale e di 500 euro a titolo di risarcimento del danno morale per aver riprodotto a scopo commerciale e senza autorizzazione un quadro raffigurante una veduta paesaggistica. L'aspetto interessante della decisione riguarda il fatto che il quadro è stato regolarmente acquistato nel 2006 dalla parte convenuta, pertanto la vendita quadro del bene materiale non comprende la licenza del suo sfruttamento commerciale dell'immagine online.

Tratto da: http://elenafalletti.wordpress.com/2013/10/22/ultimi-orientamenti-internazionali-in-materia-di-diritto-dautore/

Grazie per l’attenzione

Per approfondimenti:

Ing. Marco Calì

Viale Lazio, 66 – 90144 Palermo

Tel/Fax: 091 2510113

Mob: 3395975411

E-mail: info@brevetti.sicilia.it

www.brevetti.sicilia.it