



CAMMINO DIRITTO

Rivista di informazione giuridica
<https://rivista.camminodiritto.it>



IL FASHION LAW

In un mondo in cui l'apparire conta quanto l'essere - in cui uno dei primi pensieri al mattino è quello di postare una foto su Instagram ed altri social, o quanto meno visitare il profilo di noti blogger per comprendere le nuove tendenze - è necessario tutelare tutte quelle persone che hanno a che fare con il mondo della moda.

di **Maria Elena Orlandini**
IUS/04 - DIRITTO COMMERCIALE
Articolo divulgativo - ISSN 2421-7123

Direttore responsabile
Raffaele Giaquinto

Publicato, Lunedì 17 Giugno 2019

In un mondo in cui l'apparire conta quanto l'essere - in cui uno dei primi pensieri al mattino è quello di postare una foto su Instagram ed altri social, o quanto meno visitare il profilo di noti blogger per comprendere le nuove tendenze - è necessario tutelare tutte quelle persone che hanno a che fare con il mondo della moda.

Nasce così un nuovo ramo del diritto, non puramente civilistico, ma comprensivo delle tematiche di diritto penale, commerciale e del lavoro: il Fashion Law.

Il Fashion Law altro non è che il diritto a 360 gradi, inclusivo di ogni problematica giuridica che apparentemente non spicca all'occhio del giurista tradizionale.

Dal punto di vista puramente civilistico, esso studia i contratti di appalto, di affitto delle passerelle sulle quali si terranno le sfilate e i contratti di sponsorizzazione del prodotto; dal punto di vista commerciale, affronta i temi delle imprese, società che stanno dietro al marchio e consecutivamente al design; sotto l'aspetto giuslaboristico vi sono i contratti di lavoro delle modelle e dei modelli, assicurazioni sanitarie e tutto ciò che concerne il rapporto di lavoro tra personaggi di spicco e casa di moda a cui sono legati gli stessi. Inoltre esso si occupa delle nuove tecnologie e si espande, con estrema velocità, sui social.

Infine, prevede anche l'aspetto penalistico che, seppur utilizzato come extrema ratio, si occupa della responsabilità degli enti (231/2001) e della contraffazione del marchio (sia sul mercato "nero" che sui social).

Tema comune a tutti i fashion lawyers italiani, è la tutela è il Made in Italy nel contesto doganale.

“Il più delle volte quando si dice di lavorare nel mondo della Moda non si viene presi troppo sul serio. O si fa riferimento ad un ambiente malsano per il pregiudizievole pensiero di un mondo fatto di “modelle e schiavisti” o si pensa, nel peggiore dei casi, ad una semplice impresa che altro non fa che riprodurre e rimodellare tessuti”^[1].

L'Italia è la patria della Moda e delle case stilistiche, è qui che nascono le più note linee di moda come Versace, Dolce&Gabbana, Armani e Max Mara.

Il Fashion lawyer è un avvocato che possiede una conoscenza approfondita del settore “Moda” e delle sue dinamiche ed è, di conseguenza, in grado di gestire le questioni legali in modo trasversale ed efficace.

Il primo tema che affronta un Fashion lawyer è sicuramente la tutela del marchio, del design e di tutti quei segni distintivi ricollegati alla casa stilistica che, nel caso di specie, diventa cliente del Fashion Lawyer.

Focus sul design.

Il design riguarda la progettazione del prodotto, ovvero tutto ciò che è il disegno nella forma esteriore. Il Design è prevalentemente il progetto ed il draw ne è concretamente il disegno. Il Fashion design costituisce la sottocategoria del disegno industriale, che a sua volta costituisce il 3% del PIL europeo ed è proprio in Italia che hanno sede le principali industrie della moda.

Le industrial design abbisognano di un cumulo di protezione, in quanto esse sono l'incrocio delle opere dell'ingegno ed opere industriali. Si pone il problema di quale sia lo strumento migliore, da ricollegare e paragonare alla tutela del diritto di autore.

La prima tutela da prendere in esame è quella del disegno modello, prevista dall'art. 31 del codice IP ed ha come ambito di protezione l'impressione complessiva suscitata nelle menti di chi utilizza il prodotto. La forma esteriore può avere mille sfaccettature che cambiano in base all'idea che sta alla base della realizzazione del prodotto.

Prendiamo in considerazione il contenitore di un profumo che rimanda direttamente all'impresa, ad esempio al lingotto d'oro che rimanda al profumo maschile "One Million" di Paco Rabanne.

Il design, nel caso di specie, diventa marchio tridimensionale, è un'opera dell'ingegno, tutelabile ai sensi della legge sul diritto di autore.

L'aspetto esteriore con cui appare il prodotto è, altresì, tutelato dalle norme sulla concorrenza sleale. Interessante è la fattispecie della imitazione servile dei prodotti.

Le tutele ricorrono a seconda di quello che è il valore della forma che si intende difendere. Non tutti i prodotti di design sono oggetto di tutte le tutele, quelle maggiormente tutelate sono le opere artistiche, le quali godono sia della tutela del design che della tutela di autore.

Tutte le creazioni possono essere tutelate, ma solo una parte più ristretta viene tutelata

sotto il profilo del diritto di autore, in quanto i criteri sono più stringenti e difficile da soddisfare.

Il valore che viene tutelato dal diritto d'autore^[2] è **il mero valore artistico**, di conseguenza le opere di design che presentano questo requisito, possono avere tutela autorale. Il vantaggio della tutela autorale è sicuramente nella durata, in quanto il diritto di autore viene tutelato 70 anni post mortem auctoris, ovvero fino a settanta anni dopo la morte del suo autore. Se, però, l'oggetto diventa di dominio pubblico chiunque può metterlo in commercio e venderlo^[3].

Non sempre tutti i marchi vengono registrati o comunque vengono esposti sul mercato ancora prima di ricevere il riconoscimento dei diritti che derivano dalla registrazione dello stesso.

La tutela del design non registrato – nel settore moda – non è sempre necessaria, in quanto in una sola stagione, vale a dire per ogni collezione (primavera/estate o autunno/inverno), le creazioni, di ogni impresa, diventano sempre di più. Per un'impresa sostenere il costo della registrazione per ogni modello sarebbe rilevante ed avrebbe un costo economico esoso, considerando anche che molti di questi oggetti hanno una durata prettamente stagionale (es. moda primavera /estate).

A livello comunitario si inserisce una nuova tutela volta a proteggere queste creazioni limitate nel tempo, per le quali è sufficiente una protezione di soli tre anni^[4]. Il costo del deposito può variare tra i 50-200 euro per l'Italia e per la comunità europea 350 euro. Viste le tasse da dover pagare non sempre è utile registrare il design ma è invece utile possedere un certificato che attesti l'appartenenza del design ad una società alpha^[5].

Affinchè si possa ricorrere alle tutele previste in caso di contraffazione dei diritti IP è necessario possedere il **Certificato** che ricollega la proprietà dei design al suo autore.

Nei siti internet o in alcuni social, come Instagram, se sono titolare di un design non faccio altro che riempire un formulario e chiedere la rimozione del prodotto in base ai miei diritti.

Al certificato segue poi il **periodo di grazia**, ovvero nei 12 mesi successivi alla prima divulgazione in cui si decide se depositare la domanda di registrazione, il disegno deve avere carattere di novità, anche se è stato predivulgato entro un anno prima dalla registrazione. Il legislatore prevede degli accorgimenti da poter rendere in questo periodo. Il requisito di novità dei brevetti è assoluto, non deve esserci mai stata una divulgazione

del prodotto. per il disegno modello posso immettere il mio prodotto.

Vi può anche essere una “Pubblicazione differita”: la quale avviene entro 30 mesi dalla data del deposito. Il deposito della domanda di registrazione è successivo, postadato rispetto alla data effettiva, per evitare eventuali copie. Può comportare un costo maggiore, utile per eventuali mostre e presentazione. È altresì possibile ricorrere al **Deposito multiplo**, in cui con una sola domanda si può ottenere la registrazione di più disegni o modelli, purché destinati ad essere attuati o incorporati nella stessa classe di prodotti. Con una sola domanda posso registrare fino a 30 modelli.

La registrazione del marchio assicura al suo autore un diritto esclusivo al fine di utilizzare un disegno e/o un modello. Si protegge il marchio dalle copie servili e dalle varianti che producono la stessa impressione globale sull'utilizzatore informale.

La registrazione costituisce, inoltre, la prova della titolarità del disegno ed è attraverso la stessa che si è in grado di valutare la somiglianza tra due prodotti.

Il - market approach, ricorre quando il prodotto è capace di catturare l'attenzione del pubblico, esso prescinde da valutazione estetica. Viene valutato il margine di libertà che ha l'autore nel realizzare l'opera, non è un puntuale esame delle somiglianze, ma un'esposizione globale, onnicomprensivo dell'impressione che ha sull'utilizzatore medio.

Il vantaggio per la tutela del fashion design è quello di abbassare la soglia prevista per poter accedere alla tutela. Ammettendo che una nuova combinazione sia tutelabile permette di avere una tutela complessiva, ma al contempo l'abbassamento della soglia di tutela prevista fa sì che venga, di riflesso, abbassata quella soglia prevista per poter giudicare il modello- copia. Affinchè un modello possa, per l'appunto essere, definito “copia” è necessario che tutti siano uguali gli elementi caratterizzanti, non occorre che questi siano diversi da quelli precedenti. L'oggetto della protezione è delimitato da quanto previsto nel certificato, che legittima l'autore a chiedere tutela per gli infiniti elementi, dovrà essere la controparte a delineare quali elementi non conferiscono questa tutela. design non registrato, protezione di fatto per tre anni.

Note e riferimenti bibliografici

[1] Da il “Sole24Ore”, articolo del 15 dicembre 2018.

[2] Artt. 31 e ss. del Codice della Proprietà industriale, D.lgs 10/2/2005 n.30.

^[3]Esempio: Rasoio Philips a tre teste, la tutela era solo sul brevetto. Allo scadere dei 25 anni la Philips voleva continuare a produrlo, di conseguenza, nelle menti di tutti le tre teste sono direttamente collegabili a quel tipo di rasoio.

^[4] Facciamo una distinzione con il design registrato che per possedere il titolo abbisogna della registrazione così come avviene per il brevetto. Ha durata quinquennale e ogni cinque anni si pagano le tasse di registrazione.

^[5]Prodotti in fiera - tutte le fiere hanno dei regolamenti in cui si accetta di sottostare ad un profilo di anticontraffazione durante l'evento. L'ente fiera chiede di non esporre gli oggetti copiati in base al diritto di privativa.
