



CAMMINO DIRITTO

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



CHANEL IN CAUSA CONTRO UN CIOCCOLATAIO

La griffe francese fa causa ad un cioccolataio australiano per l'utilizzo di uno dei suoi simboli più riconoscibili...

di **Ivan Allegranti**

IUS/15 - DIRITTO PROCESSUALE CIVILE
Articolo divulgativo - ISSN 2421-7123

Direttore responsabile
Raffaele Giaquinto

Publicato, Mercoledì 29 Luglio 2015

Cari lettori,

con piacere vi introduco alla scoperta del diritto della moda, una branca tanto inesplorata del diritto quanto affascinante per la sua complessità e vastità.

Innanzitutto, per capire bene che cosa sia il diritto della moda, bisogna soffermarci sul termine che caratterizza questa materia e cioè "moda". Molti hanno la percezione che la moda sia semplicemente un qualcosa di glamour e frivolo, ed è vero, perchè è ciò che compare sui giornali patinati di tutto il mondo, ma è semplicemente l'1% del business. Il resto, è duro lavoro e tanti problemi da risolvere per fare in modo che questa perfetta macchina funzioni impeccabilmente ogni quattro mesi (tempo di presentazione delle collezioni autunno/inverno, primavera/estate, resort e prefall).

Bene, ma che cos'è la moda? Oltre ad essere un "modello di comportamento imposto da individui o gruppi di prestigio o da creatori di stile" (diz. Sabatini Coletti), io la definirei, nella sua accezione artistica più romantica, come "la trasformazione in vestito del sogno/visione di uno stilista".

Altro concetto importantissimo che sarà utilissimo per affrontare la nostra avventura è la differenza fra copyright e trademark che, anche se nel linguaggio comune vengono spesso confusi come termini, in realtà hanno significati diametralmente opposti.

Infatti il copyright mira a tutelare colui che realizza un'opera, un disegno, un brano musicale come, per esempio, la ricetta del mitico profumo "Chanel No. 5" concedendogli l'esclusiva per la riproduzione di tale opera/prodotto. Il trademark invece si occupa di dare tutela ad un logo, ad un segno distintivo del marchio, che obbliga la concorrenza a non copiarlo ma allo stesso tempo gli permette di lavorare in quella branca merceologica. Per esempio la concorrenza potrà, come è giusto che sia, continuare a fare profumi ma questi non dovranno avere il flacone sfaccettato come la celeberrima boccetta del "No. 5" e non si dovranno chiamare "Chanel No. 5".

Ed arriviamo ora al nostro caso che vede come controparti della disputa in materia di trademark proprio Chanel e un marchio di cioccolata australiana, la Chocolate @No. 5.

La vicenda ha avuto inizio poche settimane fa quando Allison Peck, proprietaria del cioccolateria "Chocolate @No.5" di Adelaide (Australia), aveva fatto richiesta di registrazione del proprio marchio all'ufficio della proprietà intellettuale australiana (Australian Intellectual Property Office, di seguito AIPO).

Tutto sembrava andare a meraviglia quando, nella settimana che intercorre tra la richiesta di registrazione all'AIPO e l'effettiva registrazione, la signora Peck ha ricevuto dalla maison francese una lettera in cui le veniva intimato, pena conseguenze gravissime, di togliere dalla registrazione del proprio marchio di cioccolata il "No.5", trademark assouto di Chanel e, più precisamente, segno distintivo del famoso profumo "Chanel No.5".

Non solo, la signora Peck, secondo le richieste della griffe, sarebbe stata obbligata a togliere definitivamente la registrazione, cambiare il suo logo e, soprattutto, a non utilizzare più il "No.5" per la sua azienda.

Allison Peck ha accettato le prime due richieste ma, alla terza, si è opposta, controbattendo al Sydney Morning Herald che "il numero 5 non è di nessuno!" e che il logo "No. 5" della sua cioccolateria non ha niente a che vedere con il glamour del "No. 5" di Chanel, bensì sta a indicare il numero civico di dove si trova il suo negozio e cioè in 5 Main Street, Adelaide.

Peck ha quindi eliminato la registrazione del proprio brand all'Australian Intellectual Property Office per evitare una causa col colosso Chanel e ha modificato il logo della sua piccola azienda, sostituendo il "5" alla "0".

Secondo quanto dichiarato alla testata australiana, sembra che "l'ira" di Chanel sia stata placata da quando la povera cioccolatiera ha cancellato la sua registrazione, ma che comunque la stia tenendo sotto controllo.

Per ora nessuna causa anche se, sicuramente, qualora la vicenda andasse in tribunale, le possibilità di vittoria della maison francese sarebbero molto più elevate rispetto a quelle di Allison Peck.

Ma, secondo voi sarebbe possibile (e giusto) avere il copyright su un numero?

Immagini: Chanel Official Facebook Page; SMH.au