

Protezione del design e del marchio, diritti d'autore

1. Protezione del design

La nuova legge sul design (LDes) del 5 ottobre 2001 ha sostituito la vecchia legge sui campioni e i modelli. Con questo, il legislatore ha inteso tener conto del fatto che il concetto di "design" si è ampiamente affermato.

Cosa è considerato design? È considerata design la **configurazione** di un prodotto che si caratterizza per le linee, le superfici, i contorni, i colori o i materiali utilizzati. Nel design è inclusa anche l'**estetica**.

Cosa è oggetto della protezione? A essere protetta è tuttavia solo la bellezza, ciò che stimola l'occhio, e non una formatura di tipo tecnico. Affinché un gioiello o un orologio siano soggetti alla legge sul design devono possedere un carattere di **unicità**. Si deve dunque essere in presenza di una **configurazione formale o cromatica sviluppata individualmente** del gioiello o dell'orologio. Occorre a tale scopo una determinata originalità o un minimo di impegno intellettuale. Dopo la registrazione del design, a essere oggetto della protezione non è soltanto la sua mera, esatta riproduzione, bensì anche tutte le configurazioni che presentino le medesime caratteristiche essenziali del design protetto e suscitino quindi la **medesima impressione generale**.

Quando un design è protetto? La configurazione di un orologio o di un pezzo di oreficeria è protetta solo se presenta la citata **unicità**. Inoltre, la configurazione deve essere **nuova**. Un design è considerato nuovo a condizione che non sia mai stato mostrato al pubblico ovunque nel mondo e non possa essere noto al pubblico svizzero. Un design è considerato nuovo per **un anno** dalla sua presentazione al pubblico e, sino a tale scadenza, può dunque essere conformemente protetto.

Come si deposita un design? Un design può essere depositato durante **cinque anni** presso l'Istituto federale della proprietà intellettuale (www.ige.ch) e quindi protetto. La durata della protezione può essere ulteriormente prolungata quattro volte, sempre per cinque anni a volta. L'Istituto non verifica se il design è nuovo. In caso di controversia, il fatto che la protezione sia o non sia giustificata dovrà essere stabilito da un tribunale. Con la sua registrazione, il design è protetto e il suo titolare ottiene un **diritto d'uso esclusivo**. Egli può allora vincolare l'uso del suo design o consentirlo su licenza.

2. Protezione del marchio

Oltre alla protezione del design esiste anche la protezione dei marchi, regolata dalla legge sulla protezione dei marchi (LPM) del 28 agosto 1992.

Cosa è un marchio? La legge sulla protezione dei marchi parte da un concetto aperto di marchio. In linea di principio, tutti i segni rappresentabili graficamente potrebbero essere marchi ai sensi della legge purché servano a distinguere prodotti o servizi propri da quelli della concorrenza. È ad esempio possibile registrare come marchi delle parole (marchi verbali, p. es. Victorinox), delle combinazioni di cifre (501) o di lettere (ABB), delle immagini (marchi figurativi, p. es. il logo FFS), delle forme di merci o imballaggi o forme tridimensionali (la stella della Mercedes), degli slogan ("I gatti acquisterebbero Whiskas"), delle sequenze di suoni (marchi sonori) o un colore in forma illimitata. Non possono essere protetti i segni puramente descrittivi, considerati beni comuni. Non è ad esempio possibile proteggere il marchio "mela" per un frutto (anche se lo è per un computer) o "Watches" come marca di orologi (ma è ammesso "Rossi Watches").

Pure non protetti sono i marchi che potrebbero risultare ingannevoli in relazione alle proprietà della merce. Ad esempio non sarebbe possibile registrare il marchio "GoldArt" per articoli semplicemente placcati o imitazione oro. E i marchi contenenti ad esempio un'allusione all'origine svizzera (Guglielmo Tell, Säntis, Ticino) possono essere registrati solo per merci effettivamente provenienti dalla Svizzera.

Cosa è oggetto della protezione?

La protezione del marchio ha valore solo per le merci e/o i servizi per i quali questo è stato depositato. All'atto della registrazione è quindi necessario indicare in maniera concreta a quali prodotti il marchio si riferisce (p. es. il marchio verbale "Gioielli Bianchi" per gioielli e articoli in metalli preziosi e pietre preziose). In linea di principio, marchi identici e simili possono entrare reciprocamente in conflitto solo se vengono registrati per merci e/o servizi identici o simili.

Come si registra un marchio?

Il marchio viene protetto mediante la sua iscrizione nel registro dei marchi. Competente per l'iscrizione e la gestione dei marchi nazionali svizzeri è l'Istituto federale della proprietà intellettuale (www.ige.ch), mentre tali compiti in relazione ai marchi internazionali spettano all'Organizzazione mondiale della proprietà intellettuale (www.wipo.int) con sede a Ginevra. L'uso del marchio deve iniziare entro cinque anni. In caso contrario, terze persone possono rivendicarne il mancato uso, e sussiste il rischio di perdita della protezione. Altrimenti, un marchio svizzero è protetto per **dieci anni** a partire dal momento in cui viene depositato. Tale protezione può essere prolungata di altri dieci anni un numero illimitato di volte.

Nomi di aziende e di domini

Analogamente ai marchi, i nomi di azienda (di impresa, di ditta) o di dominio rappresentano dei segni distintivi. Le aziende possono essere iscritte al registro di commercio attraverso i rispettivi uffici cantonali; i nomi di dominio con estensione .ch (Svizzera) e .li (Liechtenstein) si registrano presso la Switch, mentre quelli definiti come Top Level Domains (.biz, .com, .info, .name o .net) presso i centri omologati della Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN). Se i nomi di azienda o di dominio soddisfano i criteri di iscrizione possono normalmente essere registrati anche come marchi. La protezione supplementare del marchio può costituire un vantaggio e un sensato complemento all'iscrizione nel registro di commercio, in quanto quest'ultima protegge solo limitatamente dal fatto che terzi utilizzino il nome della vostra azienda per denominare i loro prodotti.

3. Diritti d'autore

Il diritto d'autore protegge le opere dotate di carattere individuale, quali ad esempio le creazioni intellettuali in ambito letterario o artistico. Esso copre la letteratura, la musica, la pittura, la scultura, la cinematografia, l'opera, il balletto e la pantomima.

Anche le applicazioni informatiche sono protette da diritti d'autore. A non essere protetta è l'idea in sé, bensì sempre e soltanto l'opera concreta che essa esprime.

Un'opera è protetta in relazione ai diritti d'autore non appena viene realizzata. Non occorre richiedere alcuna protezione. L'opera non deve neppure essere depositata, in quanto non viene tenuto alcun registro.

Essa non deve neppure recare alcun rimando ai diritti d'autore. Notazioni quali "Copyright", "tutti i diritti riservati" o "©" non hanno in Svizzera alcuna influenza sull'esistenza della protezione. Possono tuttavia rappresentare un'informazione utile per terzi e fungere in qualche modo da avvertimento. All'estero, la notazione © [nome del titolare dei diritti] [anno della prima pubblicazione] può per contro essere importante ai sensi della protezione dei diritti d'autore.

4. Brevetti

Un brevetto è un titolo di protezione rilasciato dallo stato per un'invenzione tecnica. In senso giuridico, un'invenzione è una soluzione a un problema tecnico. Sono considerati invenzioni prodotti (p. es. scarponi da sci riscaldabili o preparati chimici come l'aspirina) e procedimenti (p. es. il procedimento per la liofilizzazione del caffè). Sono brevettabili se sono nuovi, recepbili come inventivi da parte di un esperto e utilizzabili industrialmente.