

## Il sistema delle tutele IL BILANCIO

Made in Italy. In testa arredamento e accessori che rappresentano il 18% del totale

Guerra ai «tarocchi». Sequestrati dalla Gdf 112 milioni di prodotti contraffatti

# L'anno d'oro dei brevetti

Nel 2009 oltre 22mila invenzioni, il triplo rispetto a 12 mesi prima

Gianni Trovati

La gelata dell'economia non ha sfiorato il mondo delle invenzioni. In un anno avarissimo di segni «più», brevetti e marchi possono vantare un consumo a livelli record, che vede il 2009 doppiare il numero di novità certificate rispetto ai 12 mesi precedenti, e gettare una buona base anche per il futuro grazie all'aumento delle domande che interessa quasi tutti i settori. Il tutto mentre l'agenda è ricca anche di novità normative, con il codice della proprietà industriale appena varato dal consiglio dei ministri che armonizza le regole di casa nostra alla disciplina europea e assegna agli atenei la titolarità delle scoperte dei loro ricercatori (si veda Il Sole 24 Ore del 17 aprile). I numeri arrivano dal censimento

che l'ufficio italiano marchi e brevetti, unificato all'anticontraffazione nella nuova direzione generale al ministero dello sviluppo economico, presenterà oggi nell'ambito degli eventi italiani legati alla «giornata mondiale della proprietà industriale». Nel 2009 il timbro dell'ufficio ha promosso 22.099 invenzioni, cioè più 60 al giorno (domeniche e Natale compresi), con un ritmo quasi tre volte superiore ai 7.318 via libera riconosciuti l'anno prima. La crescita con juccio che aveva caratterizzato il triennio 2006/2008, a un ritmo medio del 10% ogni 12 mesi, sembra essersi trasformata in un'impennata travolgente, frutto anche del restyling organizzativo che ha permesso di intensificare l'esame delle domande. Il gros-

so delle invenzioni certificate l'anno scorso è rappresentato dai «brevetti per invenzioni» (sono stati 18.219), mentre i «modelli di utilità» (2.361; si tratta dei ritrovati che aumentano l'efficacia o la comodità di utilizzo di strumenti già esistenti) e i disegni (1.519) si prendono le briciole. I trasporti e le «necessità umane», cioè gli oggetti e gli attrezzi che aiutano l'azione manuale in tutti i settori produttivi, si confermano i protagonisti sia nei brevetti per invenzioni sia in quelli legati ai modelli di utilità, mentre nei disegni si fanno sentire i forti temi del made in Italy: arredamento e «oggetti d'ornamento», il nome dal suono burocratico che indica gli accessori di design, svettano aggiudicandosi ciascuno il 18% dei brevetti concessi, seguiti a

distanza (11,3%) dalle novità in fatto di arredamento.

Il 2009, poi, non dovrebbe sgonfiarsi in un exploit senza seguito, perché mentre si moltiplicavano i brevetti concessi non si fermava l'afflusso di nuove domande. Anzi, l'anno scorso hanno bussato alle porte del ministero 66.460 richieste di deposito di marchi e brevetti, con un incremento del 2,2% rispetto all'anno prima. L'accelerazione è stata più intensa per i modelli di utilità (+5,3%) e per le invenzioni (+2,4%) mentre i marchi, che rappresentano otto domandati su dieci, sono cresciuti del 2,1 per cento. Si tratta di dinamiche meno eclatanti rispetto a quelle delle concessioni, ma guardando alla serie storica delle invenzioni non si incontrano aumenti di questa portata negli

ultimi 12 anni. Storia a sé quella del 2006, quando la cancellazione delle tasse di deposito (reintrodotte nella primavera del 2007) produsse un picco del 16,8% subito riassorbito dai cali nel biennio successivo. Insieme all'impegno degli aspiranti inventori, cresce anche l'azione anticontraffazione, che l'anno scorso ha portato la guardia di finanza a sequestrare 112 milioni di prodotti (+19% rispetto al 2008), mentre un risultato ancora più rotondo (178 milioni di pezzi sequestrati, +125% in un anno) è stato ottenuto dalle Dogane nei paesi Ue. Regine dei sequestri sono naturalmente le finte griffe, che sono state stoppate 48 milioni di volte l'anno scorso.

gianni.trovati@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## INTERVISTA Loredana Gulino Ministero Sviluppo economico

### «Ascolteremo la voce delle imprese»

Rita Fatiguso

Loredana Gulino ha preso poco più di un anno fa le doppie redini della lotta alla contraffazione e dell'ufficio marchi e brevetti. La riforma del ministero dello Sviluppo economico le ha fuse in un unico dipartimento. Una svolta a chiusura delle polemiche innescate dall'abolizione dell'Alto commissario per la lotta alla contraffazione.

**Dottorssa Gulino, c'era anche chi pensava che mettere insieme contraffazione e marchi e brevetti fosse una follia bella e buona. Vi siete messi all'opera, parte la tre giorni sulla proprietà intellettuale, un momento di forte riflessione. Com'è andata finora?**

Benissimo. Contrariamente a quanto si poteva pensare le due cose si sono rivelate assolutamente non in contrasto: la

migliore lotta alla contraffazione è la prevenzione. Non solo a livello culturale.

**In che senso?**

Imparare a proteggere il proprio know how in maniera adeguata è un sostegno forte alla proprietà industriale e, oltretutto, un modo intelligente per difendersi preventivamente dalla contraffazione, specie per le piccole e medie imprese che, in proporzione, sopportano costi più alti. Noi abbiamo pensato soprattutto a loro.

**Come avete riorganizzato la strategia contro i falsi? Le categorie sociali che parte avranno nella nuova struttura?**

Siamo concentrati sulla questione della nascita del Consiglio nazionale per la lotta alla contraffazione. Proprio per questo pensiamo che sentire le imprese sia una questione fonda-

mentale, ma anche gli enti locali, come è successo a Roma, dove abbiamo stabilito un vero e proprio tavolo locale molto utile.

**Anche i tempi della conquista di un brevetto o per la registrazione del marchio sono considerati dalle aziende come un qualcosa che pesa.**

Direi di sì. Adesso si riesce a registrare in tre mesi, da Monaco in nove mesi danno una risposta. Non mi sembra un aspetto da sottovalutare.

**In Parlamento si parla di una ripresa dell'attenzione sul tema che viene dallo stesso schieramento che ha portato alla Reguzzoni-Versace sul made in Italy, si ipotizza un libro bianco sul tema.**

Ben venga, il ministero giudica questa una attenzione complementare proprio perché accentrata sul made in Italy e sulla



Loredana Gulino

«Siamo concentrati sulla nascita del Consiglio nazionale per la lotta alla contraffazione»

difesa dell'originalità della filiera. Di lavoro ce n'è, sicuramente, tanto. Siamo molto attenti alle implicazioni contenute nelle biotecnologie. Ad esempio, vogliamo che ci sia la possibilità di brevettare sempre di più l'innovazione e il design che spesso rappresentano un bene importante per l'azienda.

**Quanto conta la formazione in questo campo?**

Molto, direi. Noi pensiamo che in facoltà come quelle di ingegneria bisognerebbe introdurre sempre di più discipline orientate a formare professionisti esperti di questi temi.

**La novità di cui siete più fieri?**

Senza altro essere riusciti a portare, con l'aiuto dei giuristi di alto profilo che ci stanno collaborando, il nuovo codice della proprietà intellettuale in sede di consiglio dei ministri. Un'altra riforma di cui si sentiva il bisogno e che a questo punto dovrebbe essere tutta in discesa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## La nuova frontiera dell'imitazione



6

### PROFUMERIA

Sono i big del lusso che nel novembre 2008 hanno intrapreso un'azione legale congiunta a tutela dei loro marchi contro i falsi d'autore dichiarati nel settore della profumeria. Il provvedimento è tutt'ora all'esame del Tribunale di Napoli.



+5,4%

### OROLOGERIA

È la crescita delle richieste online di repliche di orologi di marca in Italia nel 2009 secondo il WorldWatchReport. Il 70% delle ricerche online riguarda le copie dichiarate di Rolex.

8/7

### DESIGN

Tutela del diritto d'autore nel design in scena alla Corte Ue. Il Tribunale di Milano ha chiesto ai giudici europei di chiarire se la normativa italiana è compatibile con le regole Ue. Le conclusioni dell'avvocato generale sono attese per l'8 luglio.



2004

### ARTE

A differenza degli altri settori, il falso dichiarato ad opera di un artista è una forma d'arte del tutto lecita, regolamentata dal Dlgs n.42/2004. Il copista deve però dichiarare in modo inequivocabile sul manufatto che si tratta di una copia.

Il business viaggia prevalentemente sul web e riguarda soprattutto orologi di lusso, profumi e design

## Cresce il falso d'autore dichiarato

Chiara Busi

Essenze con gli stessi nomi dei profumi delle maison blasonate vendute per una manciata di euro. Orologi che replicano quelli da sogno a prezzi stracciati. L'offerta viaggia sul web con un denominatore comune: gli stessi venditori o distributori chiariscono da subito che non si tratta di merce autentica e la autodefiniscono «falsi d'autore». Un fenomeno in espansione che prende di mira i prodotti del lusso, non sfugge ai blog e ai gruppi di discussione ed è spesso percepito come del tutto lecito dai consumatori. Anche se è già stato bollato come contraffazione a tutti gli effetti nelle aule dei tribunali, perché non basta avere la dicitura «falso d'autore» per mettersi al riparo dalle violazioni. Se il peso economico della contraffazione viene stimato oltre 17 miliardi di euro in Italia, è difficile

stabilire quanto fattura il «falso d'autore dichiarato». Secondo il WorldWatchReport 2010 di ICA Agency la domanda su Internet di copie dichiarate di orologi in Europa è cresciuta del 5,8% in Europa e del 5,4% nel nostro paese.

### Battaglie legali

«Il marchio - spiega Cesare Galli, docente di diritto industriale all'Università di Parma e a capo di uno studio legale specializzato in proprietà intellettuale - viene utilizzato su beni in apparenza identici: anche se il consumatore è consapevole che il brand non è autentico la copia dichiarata si aggancia in modo parassitario al marchio originale per utilizzarne le caratteristiche positive, screditandolo. In questo modo viola sia la normativa italiana in materia sia quella sulla pubblicità comparativa». È d'accordo Armando Branchini, segretario

generale di Altgamma: «Falso d'autore è un ossimoro che non attenua la gravità del plagio. L'ammissione che si tratti di un falso non sana il fatto che il prodotto è un falso sia». L'ultima conferma arriva da una sentenza del tribunale di Roma del novembre scorso: il reato di contraffazione di marchi industriali, apposti sulle confezioni di profumi, è configurabile anche in presenza della dicitura falso d'autore. Non solo. Nel novembre 2008 per la prima volta sei big del lusso (Bulgari, Gucci, L'Oréal Italia, Helena Rubinstein, Prada, Ysl Beauté Italia), insieme a Indicam, l'istituto di Centromarca per la lotta alla contraffazione, si sono associati per un «attacco frontale al falso d'autore dichiarato», come spiega Galli, che li assiste nella causa ancora in corso. Tra le società citate in giudizio figura un'impresa in-

dividuale di Caserta - la Agiemme di Annunziata Gaddi - «che - si legge nell'atto di citazione - ha registrato come marchio l'espressione "Falso d'autore", apponendolo sul retro di confezioni che recano, ovviamente senza alcuna autorizzazione, le riproduzioni dei marchi originali di alcuni celeberrimi profumi e ne imitano in ogni dettaglio le corrispondenti confezioni» vendute su Internet. I big del lusso chiedono una sentenza che dichiari la nullità o la decadenza del marchio, che «inganna il pubblico facendogli credere di trovarsi di fronte a un falso legalizzato, mentre si tratta di un falso a tutti gli effetti».

Il fenomeno non risparmia il design. Un esempio è offerto dalla lampada Arco di Flos. «I casi di copie offerte con l'espressione replica erano molto frequenti su siti internet italiani e frequen-

ziali - spiega Giovanni Casucci, legale della società - ma grazie a un intenso programma di iniziative legali e alla cooperazione con il programma Vero di eBay, Flos è riuscita a fare diminuire sensibilmente il fenomeno. Resta invece aperto il problema delle copie mascherate da generiche indicazioni di «floor lamp». Proprio giovedì scorso il tema del diritto d'autore nel design industriale italiano è approdato alla Corte di Giustizia del Lussemburgo. La legge italiana che recepisce la normativa Ue in materia, infatti, risale al 2001, ma è stata modificata a più riprese e secondo gli addetti ai lavori non consente un'adeguata protezione del design italiano. È stato il Tribunale di Milano, che nel 2007 ha riconosciuto i diritti della Flos a difesa del marchio Arco, a chiedere l'intervento dei giudici europei che dovranno ora sta-

bilire se la legge italiana è coerente con le normative europee. La sentenza è attesa tra la fine del 2010 e i primi mesi del 2011.

### L'eccezione

Un capitolo a parte è quello dei falsi d'autore dichiarati ad opera di un artista. Qui, spiega Elisabetta Arrigoni dello studio legale Arrigoni e Granata di Milano, «l'attività del falso d'autore dichiarato è una forma d'arte del tutto lecita, espressamente regolamentata dall'articolo 179 Dlgs n.42/2004, modificato dall'articolo 3 del Dlgs n.56 del 2006. La copia o l'imitazione non deve però in alcun modo essere confusa con l'opera autentica: per questo il copista deve dichiararlo in modo inequivocabile sul manufatto realizzato». Il falso d'arte spacciato per opera autentica è invece una forma di contraffazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### IL PITTORE COPISTA

## «Rendo l'arte accessibile a tutti»

Una delle richieste più bizzarre che ha ricevuto è stata la riproduzione di un particolare della Villa dei Misteri di Pompei. Dipinto su pezzi di intonaco numerati e spediti in Australia. E non dev'essere stato facile cimentarsi nella copia di un particolare del Giudizio Universale di Michelangelo esposto in bella vista nella casa di un cliente. Giacomo Sonaglia, 59 anni, pittore e copista di opere d'arte, si guadagna da vivere così. Da ragazzo sognava Salvador Dalí, oggi si cala nei panni di Van Gogh, Caravaggio, Botero. Stile, tecniche e materiali diversi a seconda delle

richieste dei committenti. Il business viaggia online e i «falsi d'autore» dichiarati, «con tanto di garanzia che si tratta di una copia» vengono preparati nella bottega «Arte e pubblicità». Avvocati che vogliono esporre opere famose nel loro studio, compagnie assicurative, ma anche privati che non possono spendere cifre astronomiche per l'opera originale, ma non vogliono una stampa. «Tutto avviene nel rispetto delle regole - chiarisce - è un lavoro come un altro che permette di rendere l'arte accessibile a tutti a un prezzo ragionevole: la copia di un autoritratto di Van Gogh costa circa 400 euro».