



**Studio Legale**

Stefano Galletti

## I marchi nel settore moda: tipologie e rischi

Le strade per insidiare la **notorietà di un marchio**, specialmente se affermato sul mercato, sono numerose e di vario genere, ma per fortuna esistono anche soluzioni che aiutano a combattere tali rischi, tutelando la **proprietà intellettuale**.

In questo articolo illustreremo brevemente quali sono le principali differenze tra le tipologie di marchi, evidenziando i rischi che li possono insidiare e suggerendovi alcuni consigli.

A tal file, **lo studio legale Galletti** è a Vostra disposizione per offrirvi una consulenza legale dedicata sui rischi inerenti alla violazione dei diritti di proprietà industriale nell'ambito della moda.

### Le tipologie di marchi

Che venga classificato in base a caratteristiche estetiche o funzionali, l'identificazione del marchio ha comunque una valenza legale. Ecco **alcune tipologie** tra le più importanti:

•**Marchio forte e debole** - Con la definizione "marchio forte" si intende un marchio dall'identità ben definita, caratterizzato da fantasia, creatività e da una elevata attitudine individualizzante. Trattasi di marchi che ricevono dal nostro ordinamento una tutela legale incisiva. Di contro, si definiscono "deboli" i marchi che non hanno una particolare capacità distintiva e che si legano più al concetto del prodotto, ricevendo una tutela legale meno incisiva.

•**Marchio denominativo e figurativo** - Come è intuibile da tali denominazioni, il marchio verbale o denominativo è quello costituito esclusivamente da una o più parole, lettere, cifre o caratteri speciali. Il marchio figurativo invece è quello esclusivamente composto da immagini grafiche. Vi possono essere anche marchi figurativi misti, ossia marchi che comprendono sia i tratti caratteristici del marchio denominativo che quelli del marchio figurativo.

•**Marchio multimediale** - Si tratta di un marchio che combina immagini e suoni, la cui registrazione richiede il deposito di un file audiovisivo.

•**Marchio sonoro** - è formato da un qualunque suono o da una combinazione di suoni, la cui registrazione richiede il deposito di un file audio.

•**Marchio collettivo** - può essere composto da segni oppure indicazioni che contraddistinguono un prodotto oppure un servizio avente una specifica provenienza geografica, natura o qualità.



**Studio Legale**

Stefano Galletti

### **I rischi legati all'ambito moda**

Tra le principali minacce rivolte ad un marchio nel settore moda vi è quello della **contraffazione**, ossia la riproduzione illegale di segni distintivi o marchi della moda al fine di ingannare i consumatori in merito alla provenienza di un determinato capo.

Un altro importante rischio è quello della **confusione** che si crea quando un cliente è chiamato ad acquistare un capo di moda che non possiede una distinzione precisa tra i segni che identificano altri capi affini. La mancanza di identità specifica di un prodotto di moda può alimentare il fenomeno del cosiddetto "**parassitismo**" che la giurisprudenza tende a ricondurre nell'ambito della concorrenza sleale confusoria ed appropriativa ex art. 2598 cc.

### **Come far fronte a queste situazioni**

Il quadro descritto finora evidenzia che le insidie verso la sicurezza e la stabilità di un marchio sono tante e per poterle riconoscere è necessario avere sempre la massima attenzione. Proprio per questo il nostro studio opera quotidianamente al fianco delle aziende del settore della moda offrendo una consulenza specifica nel campo del diritto del fashion.

Affidandovi allo studio legale Galletti verrete seguiti nella gestione delle problematiche legali relative a tali ambiti, aiutandovi a riconoscere i casi di contraffazione dei marchi della moda, di confusione e di concorrenza sleale, per decidere come agire per la tutela dei vostri diritti. Nello specifico, dopo aver compiuto un'approfondita analisi della vostra situazione, vi assisteremo nell'applicazione di una strategia legale personalizzata volta ad inibire la prosecuzione di azioni illecite o forme di concorrenza sleale, come accade in caso di registrazione di un marchio in malafede che potrebbe danneggiare il vostro brand.

Siamo a Vostra disposizione per qualsiasi informazione, non esitate a contattarci.