

Esercitazione 25 maggio 2016

Quesito:

1. Nel 2009, Unilever s.r.l., proprietaria del marchio Knorr, mette in commercio un nuovo prodotto denominato “Cuore di brodo”, consistente in un “concentrato per preparare un brodo, una zuppa, una salsa, un sugo, o per l’uso come condimento”. Al momento del lancio, il prodotto è unico sul mercato per la sua particolare consistenza gelatinosa.
2. All’inizio del 2011, il “Cuore di brodo” Knorr riceve un riconoscimento per il carattere innovativo nel settore dei prodotti per brodo. Per un anno, le confezioni dei prodotti Knorr recano il segno “Eletto prodotto dell’anno – I consumatori premiano l’innovazione - 2011”.
3. Nel novembre del 2011, la concorrente Star S.p.a. inizia la commercializzazione di un prodotto con l’aspetto di gel denominato “I Fondenti in Padella”, simile a quello di Unilever. Star deposita anche una domanda di registrazione di marchio avente per oggetto la padella e il mestolo di legno accompagnati dalla scritta “I Fondenti in Padella” su sfondo verde.
4. Nel marzo 2012, Unilever interviene sul *packaging* del “Cuore di brodo” Knorr apponendo sulle confezioni un bollino adesivo contenente l’immagine di una padella con verdure e di un cucchiaino in legno, riproducendo la scritta “Perfetto anche in padella” su sfondo verde.



Domande:

- a) In astratto, un brodo concentrato in forma di gel è un prodotto brevettabile? Si assuma che il “Cuore di brodo” sia un prodotto nuovo e dotato di altezza inventiva: quale o quali disposizioni del diritto dei brevetti (diverse rispetto ai requisiti di novità e originalità) appaiono rilevanti per valutare la brevettabilità di tale prodotto?
- b) Il segno “Eletto prodotto dell’anno” è concesso in uso alle imprese innovative sulla base di un concorso annuale che prevede indagini presso i consumatori da parte della società organizzatrice. Come qualifichereste questo segno? Potrebbe essere un marchio individuale? Se Unilever l’avesse apposto sui propri prodotti senza aver ottenuto il riconoscimento da parte dell’organizzatore, quali rischi correrebbe?
- c) Il bollino adesivo apposto sui prodotti Knorr con il disegno della padella e del cucchiaino in legno e lo slogan “Perfetto anche in padella” su sfondo verde si avvicina in qualche modo al marchio grafico e denominativo di Star. Sulla base di quanto studiato, pensate ci sia contraffazione del marchio di Star? Per rispondere, fate riferimento alle norme rilevanti e considerate se il marchio complesso “I Fondenti in padella” sia proteggibile, ed in quale misura.