

La tutela del Concept Store: la Cassazione sul caso Kiko Vs. Wycon

LINK: <https://giuricivile.it/tutela-store-layout-e-concept-store-la-cassazione-sul-caso-kiko-vs-wycon/>



Want create site? Find Free WordPress Themes and plugins. Il noto brand di prodotti cosmetici Kiko si è reso protagonista di un'articolata vicenda contro il brand Wycon, il quale opera nello stesso settore. A partire dal 2013, la Kiko S.p.A aveva infatti richiesto numerose misure cautelari sostenendo che Wycon avesse copiato il design del negozio, riprendendo in maniera pedissequa la disposizione dei prodotti, le luci e addirittura la combinazione cromatica del negozio. Kiko, così, aveva agito contro Wycon presso il Tribunale di Milano. I giudici investiti della questione, così come la Corte di Appello, avevano statuito che anche il concept store rientra nel lavoro architettonico protetto dalla legge sul diritto d'autore [1] e che i punti vendita Kiko presentavano i requisiti necessari al fine di riconoscerne la tutela. Il giudice dell'impugnazione aveva riconosciuto, infatti, " l a p r e s e n z a ,

nell'arredamento dei negozi di Kiko, di caratteristiche di creatività e di novità, che rendono il relativo progetto meritevole di tutela autoriale"; la Corte aveva poi operato un confronto con i negozi Wycon, nei quali si era riscontrata una s o m i g l i a n z a impressionante. Per questo motivo le era stata comminata una sanzione per concorrenza parassitaria, da ravvisarsi nell'imitazione servile del format dei negozi [2] . La Cassazione sul concept store L'attesa pronuncia della Cassazione (sentenza n. 8433 del 30 aprile 2020) fa proprio l'orientamento che afferma l'esistenza del diritto d'autore anche nel caso del concept store: un importante tassello della giurisprudenza in cui viene stabilito che anche "un progetto o un'opera di arredamento di interni, nel quale ricorra una progettazione unitaria, con l'adozione di uno schema in sé definito e visivamente apprezzabile, che riveli una

chiara 'chiave stilistica', di componenti organizzate e coordinate per rendere l'ambiente funzionale ed armonico, ovvero l'impronta personale dell'autore, è proteggibile quale opera dell'architettura, ai sensi dell'art. 2, n. 5 L.a.". Non rileva, in definitiva, il fatto che il negozio non sia costituito da un unico immobile o da vari elementi, essendo originale la combinazione di essi; combinazione che non è collegata alla risoluzione di un problema tecnico-funzionale, ma è invece espressione della creatività dell'autore [3] . La sentenza avrà certamente ripercussioni in quanto, se da un lato non viene approfondita la questione della concorrenza parassitaria, dall'altro il principio costituisce un punto di partenza rilevante per le numerosissime aziende che fanno dei propri concept stores dei manifesti comunicativi dei valori del brand e strumenti con cui attrarre clientela

grazie ad allestimenti eccentrici o caratteristici. La protezione dello store layout come copyright nel panorama nazionale e sovranazionale europeo. La questione presenta caratteri di riflessione in quanto il modo in cui il negozio è arredato non sempre è tutelato da copyright o è suscettibile di registrazione come marchio tridimensionale. A livello europeo, diversi tribunali hanno negato la possibilità di far valere certi diritti autoriali nel caso di concept stores. In astratto, la Corte di Giustizia ha a più riprese riconosciuto che anche l'interior design dei negozi può essere protetto da copyright, qualora siano riconoscibili nel progetto architettonico i caratteri di creatività e originalità. Nella giurisprudenza, quindi, quello che si deve valutare non è tanto se il concept store sia suscettibile di copyright, quanto più se quel progetto presenti i requisiti richiesti dalla tutela del diritto d'autore. A livello nazionale degli stati membri, il Tribunale di Liegi (nella pronuncia del 6 aprile 2016) non aveva concesso a Kiko la protezione del concept store in quanto non sarebbe stato possibile individuare in modo chiaro gli elementi suscettibili di protezione, in quanto potrebbero variare da negozio a negozio, e

l'allestimento dei suoi punti vendita non avrebbe il carattere dell'originalità, essendo costituito da elementi di arredo banali e diffusi in vari negozi. La Corte di Appello di Lisbona (13 luglio 2017) si era pronunciata in modo analogo. Lo store layout come marchio registrato negli Stati Uniti e nell'Unione Europea. Diversamente dal copyright, il marchio è un istituto che necessita di registrazione per essere protetto. Nelle varie giurisdizioni sono dettati i requisiti al fine di una tutela in tal senso e possono variare; in ogni caso, il marchio per poter essere registrato (con le conseguenze che ne derivano dal punto di vista dell'enforcement) deve possedere certe caratteristiche fondamentali tra cui, come previsto in Italia, il carattere distintivo. Negli Stati Uniti, ad esempio, l'Ufficio dei brevetti e dei marchi ha approvato la registrazione come marchio dei negozi Apple. Il gigante americano, infatti, prevede uno schema ben preciso per la costruzione dei flagship stores, i quali presentano tutti le stesse caratteristiche (ad esempio l'utilizzo di colori chiari), giudicate dall'Ufficio statunitense come meritevoli di tutela [4]. Nell'Unione Europea,

interessante è la posizione della Corte di Giustizia, la quale in occasione di un rinvio pregiudiziale ha avuto modo di pronunciarsi riguardo la questione. Nel 2014 (C-421/13), infatti, la Corte ha affermato la possibilità di registrare il layout di un negozio come marchio qualora sia presente il requisito del carattere distintivo, se questo è idoneo a distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli di altre imprese: ciò può accadere nel caso in cui l'allestimento si discosti in maniera significativa dalla norma o dagli usi del settore economico interessato. Il carattere distintivo, poi, deve essere "valutato in concreto, in funzione, da un lato, dei prodotti o dei servizi contrassegnati e, dall'altro, della percezione da parte del pubblico interessato, costituito dal consumatore medio di detti prodotti o servizi, normalmente informato e ragionevolmente attento ed avveduto". Ciononostante, a Kiko è stata rifiutata la registrazione come marchio del proprio concept store dall'Ufficio dell'Unione Europea per la Proprietà Intellettuale in quanto risulterebbe assente proprio il carattere distintivo. Non rimane, quindi, all'azienda di Antonio Percassi, che proteggere l'architettura dei

propri negozi con la disciplina del copyright. [1] V. in tal senso l'art. 2 della legge sul diritto d'autore (l. 22 aprile 1941, n. 433). [2] CAVESTRI L., Kiko vince contro Wycon sul format dei negozi, *Il Sole 24 ore*, 11 aprile 2018. [3] BERARDI N., Kiko vs. Wycon: confermata la tutela del diritto d'autore per i concept store, in **R&P Legal**, 8 maggio 2020. [4] Anche altri grandi nomi hanno ricevuto tutela per i propri concept stores oltreoceano, quali Stuart Weitzman e il suo "ribbon design", per cui v. MARZANO P., ROMANOFF J., How to protect your concept store: interior design under trademark and copyright Law, part 1, *INTA Bulletin*, vol. 75, n. 1, 15 gennaio 2020 Did you find apk for android? You can find new Free Android Games and apps. TAGS