



UFFICIO PER L'ARMONIZZAZIONE NEL MERCATO INTERNO
(MARCHI, DISEGNI E MODELLI)

Prato, dal 10 all'11 dicembre 2003



**WIPO-ITALY FORUM ON INTELLECTUAL PROPERTY AND
COMPETITIVENESS OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES
(SMES) IN THE TEXTILE AND CLOTHING INDUSTRIES OF
MEDITERRANEAN BASIN COUNTRIES**

**Il modello comunitario: un'opportunità per le imprese del settore tessile e
dell'abbigliamento**

di Carlo Rusconi

membro delle commissioni di ricorso, Uami, Alicante

Che cos'è il modello comunitario e perché è stato creato?

Per cogliere la novità del modello comunitario e intuirne le potenzialità per le imprese, italiane e del bacino mediterraneo, basta contrapporlo ai cosiddetti modelli nazionali. Mentre l'efficacia di questi è limitata al territorio dello Stato membro dell'Unione nel quale sono stati rilasciati, il modello comunitario spiega la sua efficacia in un'area geografica che corrisponde alla somma dei territori dei 15 (dal 1° maggio 2004, 25) Stati membri dell'Unione. La figura del modello comunitario evita, quindi, l'inconveniente per le imprese interessate al mercato comunitario di dover registrare i propri modelli attraverso la via nazionale. Depositare domande di registrazione per ciascun Stato membro è costoso, farraginoso e non offre nemmeno la certezza di ottenere la protezione in tutti i paesi. Infatti, sebbene per effetto della direttiva di armonizzazione del 1998 delle legislazioni nazionali sulla tutela dei disegni e modelli, tali legislazioni siano ormai allineate sugli stessi standards, nulla garantisce che l'interpretazione degli stessi sia uniforme ovunque. Permane, quindi, il rischio per l'impresa di non riuscire a proteggere il modello in tutti gli Stati membri, o di proteggerlo in date diverse, o per certe caratteristiche e non per altre, con le prevedibili conseguenze sul piano commerciale e giuridico. Questi problemi vengono superati d'un colpo con l'utilizzazione del modello comunitario, che è gestito, concesso e regolato da un'unica amministrazione (l'Uami di Alicante), in base ad un

unico testo di legge, vale a dire un Regolamento della Comunità, immediatamente e direttamente applicabile come se fosse una legge nazionale. Questa unicità si riflette naturalmente nelle procedure di registrazione (e di successiva invalidazione), nell'applicazione di un'unica tabella di tasse e nella considerazione del titolo come valido o invalido per tutta l'Unione. Grazie a questo carattere unitario il modello comunitario rappresenta un nuovo tassello nel processo di completamento del mercato interno. Come è noto, il processo di completamento del mercato interno deve andare di pari passi con l'unificazione degli strumenti di tutela della proprietà industriale. E' già operativo dal 1996 il marchio comunitario, che ha incontrato un successo senza precedenti. L'entrata in vigore del modello comunitario è, quindi, la seconda tappa di questo processo che dovrebbe completarsi tra non molto con l'adozione dell'attesissimo brevetto comunitario che tutelerà le invenzioni nel campo dell'ingegneria.

Il quadro giuridico

Il quadro giuridico del modello comunitario è costituito dal Regolamento (CE) N. 6/2002 del Consiglio del 12 dicembre 2001 sui disegni e modelli comunitari, il regolamento (CE) n. 2245/2002 della Commissione del 21 ottobre 2002 di esecuzione del Regolamento n. 6/2002 e il Regolamento (CE) n. 2246/2002 della Commissione del 16 dicembre 2002 relativo alle tasse dovute all'Uami per la registrazione dei modelli e disegni comunitari.

Il Regolamento istituisce e disciplina due forme di modelli comunitari: quelli protetti senza registrazione (modello non registrato) e quelli protetti con registrazione (modello registrato) .

Il modello comunitario non registrato ha cominciato ad esistere il 6 marzo 2002. Il giorno a partire dal quale vengono datate le domande di registrazione è il 1 aprile 2003, anche se è stato possibile inoltrare domande sin dal 1 gennaio, per evitare un accumulo di pratiche.

E' importante ricordare che il modello comunitario non va a sostituire i modelli nazionali, che continuano ad esistere. All'impresa che opera unicamente sul mercato nazionale di uno Stato membro, e non esporta, resta quindi la possibilità di proteggere il modello esclusivamente sul territorio di tale Stato. Modelli nazionali e modelli comunitari coesistono, quindi, e la stessa creazione può in teoria essere oggetto simultaneamente delle due forme di protezione, sempre che sussistano i requisiti imposti dalle rispettive normative. E' quindi ammesso il cumulo di protezione, anche se il rapporto tra le due forme di tutela dovrebbe forse più correttamente definito come di alternatività. Lo stesso territorio nazionale può essere coperto vuoi dal modello nazionale, vuoi da quello comunitario (che offre il vantaggio di garantire una protezione nel resto del territorio comunitario). L'impresa che deve proteggere la propria creazione sul territorio italiano, per esempio, si trova così davanti a due

opzioni evidentemente alternative tra loro. Sicuramente, l'opzione del modello comunitario è quella più vantaggiosa.

Cosa è possibile proteggere?

Ai sensi dell'articolo 3 lett. a) del Regolamento, è tutelabile l'aspetto di un prodotto, o parte di esso, quale risulta in particolare dalle caratteristiche di linee, contorni, colori, forma, struttura superficiale, ornamentazione. La parola "aspetto" è importante. E' suscettibile di protezione tutto ciò, ma unicamente ciò, che è visibile. Anche quando il prodotto si caratterizza per una particolare struttura superficiale, che magari influisce sulla sensazione tattile, ciò che il modello protegge non è tale sensazione ma l'effetto che la struttura superficiale produce su chi la osserva (senza toccare). Questo aspetto riveste particolare importanza per le stoffe. Attraverso l'impiego di certe fibre, e/o la speciale lavorazione di esse, è possibile conferire al filato una particolare struttura superficiale che la rende gradevole al tatto. La protezione come modello, però, è ammessa solamente se e in quanto questa struttura può essere percepita (anche) dall'occhio. Alla stessa maniera, non sono proteggibili caratteristiche di un prodotto avvertibili dall'udito, odorato o gusto.

Da notare che non si richiede che il modello posseda pregio estetico, ancor meno artistico.

La nozione di "prodotto" va interpretata nel significato più ampio. Può essere qualsiasi oggetto, fabbricato in serie o su scala artigianale, un pezzo unico, un prototipo, un prodotto destinato a durare nel tempo, un oggetto monouso, ecc. La nozione ricomprende altresì i "componenti assemblabili per realizzare prodotti complessi", espressione prolissa che designa in pratica le parti di ricambio per automobili e macchine in generale. Sono considerati prodotti anche gli imballaggi, i simboli grafici e i caratteri tipografici ma non i programmi per computer.

Riferito al settore dell'industria tessile e dell'abbigliamento, il concetto di prodotto ricomprende certamente tutte le tipologie immaginabili di indumento, le creazioni dell'alta moda, la moda pronta, le confezioni, i lavori sartoriali. Vanno poi citati i prodotti tessili per la casa, quale biancheria da letto, da tavola, tendaggi, tappeti, ecc. In terzo luogo, prodotti semilavorati e destinati ad essere trasformati in prodotti finiti: stoffe, tessuti, filati, ecc.

Logico corollario del principio che solo è proteggibile ciò che si "vede" è l'esclusione dalla protezione, prevista nel regolamento, dell'aspetto di un prodotto che "non sia visibile" durante la sua normale utilizzazione. La disposizione è stata evidentemente pensata per le creazioni di tipo meccanico (componenti interne di un motore, per intenderci). Ne è comunque forse ipotizzabile l'applicazione anche ai comparti industriali che qui interessano. Determinate parti di indumenti non sono visibili durante la loro normale utilizzazione, vale a dire quando vengono indossati, ad

esempio l'imbastitura di una giacca, la parte interna del risvolto di un pantalone, ecc. L'aspetto che rivestono tali parti potrebbe, pertanto, ricadere nell'esclusione.

Altresì escluso dalla protezione è l'aspetto del prodotto che sia dettato "unicamente dalla sua funzione tecnica". Anche questa esclusione è stata pensata per prodotti a forte contenuto meccanico, ma potrebbe applicarsi, perché no, al settore tessile e dell'abbigliamento. Basti pensare alla forma allungata delle maniche di una camicia, necessaria per coprire le braccia, all'asola attraverso la quale deve poter passare un bottone, alla forma concava e chiusa di una tasca, senza la quale questa non può adempiere la sua funzione 'tecnica', che è di contenere e trattenere oggetti depositati al suo interno, ai fori praticati in una cintura. Si tratta di aspetti dettati dalla funzione tecnica che le parti di questi indumenti devono adempiere e che non sarebbero suscettibili di valide esclusive. Fermo restando che particolari realizzazioni, quali il concreto disegno della manica, la conformazione dell'asola e il taglio della tasca possono certamente essere oggetto di protezione. La protezione non si estenderà, tuttavia, alle caratteristiche indicate (forma allungata della manica, ecc.) perché funzionalmente necessarie.

Un divieto generale di protezione è previsto, infine, se il modello presenta un aspetto contrario all'ordine pubblico e al buon costume.

Cosa fare per proteggere la creazione?

Definite le caratteristiche suscettibili di formare oggetto di protezione, occorre ora spiegare cosa è necessario fare per assicurarsi in concreto la protezione. E' data l'opzione tra non fare nulla - o quasi - e registrare il modello. Nel primo caso si avrà un modello "non registrato", nel secondo un modello, ovviamente, registrato. E' il caso di sottolineare subito la novità rivoluzionaria, per la maggior parte degli ordinamenti e sicuramente quello italiano, del principio per cui è possibile ottenere la protezione di un modello e farla valere nei confronti di terzi senza averlo preventivamente depositato.

La "divulgazione"

Il modello non registrato è protetto in via 'automatica', senza che sia richiesto l'adempimento di formalità burocratiche o il pagamento di tasse. E' unicamente necessaria la "divulgazione" del modello. In pratica, tale divulgazione funge da, e sostituisce, la registrazione. Ha quindi la stessa importanza e le va dedicata ogni attenzione. Per divulgazione del modello si intende l'esposizione al pubblico dell'oggetto, attraverso qualsivoglia mezzo, come la pubblicazione in una rivista, l'offerta in vendita in un negozio, l'esibizione in una fiera, la pubblicità in televisione, ecc. Tale esposizione al pubblico deve avvenire in maniera tale che possa "ragionevolmente essere conosciuta dagli ambienti specializzati del settore interessato operante nella Comunità". E' importante comprendere che la divulgazione è

fondamentale per il sorgere del diritto e la sua protezione e che determina perfino la data esatta in cui tale protezione ha inizio e termine. Per questa ragione, l'atto materiale attraverso il quale si è posto in essere la divulgazione dev'essere accuratamente programmato e ne deve essere conservata la prova (ritaglio di giornale con data, certificato di esposizione in fiera, ecc.) con la stessa cura con cui si custodisce il certificato di registrazione. Provare l'atto di divulgazione equivale infatti a provare l'esistenza stessa del titolo che si fa valere.

Requisiti di validità del modello comunitario

Per essere valido, il modello dev'essere "nuovo" e possedere "carattere individuale".

Il modello si considera nuovo se nessun modello identico è stato divulgato al pubblico prima della data del deposito (o della priorità) del modello comunitario registrato o, se trattasi di modello non registrato, prima della sua divulgazione, nel senso appena visto. Da notare che l'identità non deve essere assoluta: l'identità non viene meno se le differenze con l'altro modello consistono in dettagli irrilevanti.

E' importante precisare che è stato introdotto, a beneficio delle imprese, il cosiddetto periodo di grazia, che consiste in un periodo di tempo, un anno, entro il quale il modello sebbene divulgato può essere validamente depositato e registrato senza che tale divulgazione faccia venir meno la novità. Le imprese dispongono così di un margine di tempo sufficiente per saggiare il mercato e valutare la convenienza di eseguire la registrazione. Molto spesso, accade nella pratica che lo stilista o l'impresa non sa se l'oggetto realizzato incontrerà il favore del pubblico e, in passato, si doveva procedere a registrarlo immediatamente, azzardando una scommessa sul suo successo commerciale, perché in caso contrario si sarebbe persa la novità e il modello, ancorché di grande successo, sarebbe poi risultato nullo. Poteva invece succedere che l'oggetto non aveva successo e che la sua protezione si rivelava pertanto inutile. Ora, con il periodo di grazia, questi 'indovinelli' non sono più necessari. Si lancia il prodotto, lo si collauda sul mercato durante un anno intero e, se l'esito è promettente, lo si registra, altrimenti no.

Il modello possiede "carattere individuale" se l'impressione generale che suscita nell'utilizzatore informato differisce in modo significativo dall'impressione generale prodotta da modelli già divulgati. Il linguaggio usato dal Regolamento è un po' astruso. In pratica, si vuole dire che il modello deve presentare una differenza sufficientemente apprezzabile rispetto a quanto già in commercio. Nella valutazione del carattere individuale si deve comunque tenere conto del margine di libertà creativa dello stilista. Infatti, per certe tipologie di prodotti tale margine è ridotto, ad esempio perché l'attività progettuale è particolarmente intensa.

Il parametro soggettivo rispetto al quale misurare il carattere individuale è l'"utilizzatore informato". Il regolamento non ne offre alcuna definizione. Si può pensare che questa figura non coincida né con l'uomo della strada, né con l'esperto in

design, ma che sia una figura intermedia, ad esempio la persona alla quale è abitualmente destinato il tipo di prodotto nel quale è incorporato il modello. Ad esempio, se il modello riguarda stoffe per confezionare abiti, l'utilizzatore informato sarà un professionista della sartoria. Se si tratta di confezioni, tale figura coinciderà con il profilo, meno professionale, dell'acquirente-tipo di tali articoli, cioè ognuno di noi.

A chi spetta il modello comunitario?

In primo luogo, a titolo originario, allo stilista che ha realizzato il modello. In secondo luogo, all'avente causa di questo, cioè tutti coloro che hanno acquistato dallo stilista il diritto a registrare il modello. Va precisato che se il modello viene realizzato nell'ambito di un rapporto di subordinazione o contratto d'opera, il diritto spetta al datore di lavoro o al committente, salvo patto contrario. In ogni caso, viene fatto salvo il diritto morale del *designer*. Questi, pertanto, ha diritto di essere citato nel Registro dei modelli comunitari, anche se può rinunciare al diritto stesso. Ad ogni modo, al *designer* resta il diritto irrinunciabile ed inviolabile di rivendicare, anche giudizialmente, la paternità della creazione, sempre, dovunque e contro chiunque.

Durata della protezione

La protezione offerta dal modello comunitario è limitata nel tempo. Nel caso del modello non registrato, è di tre anni dalla data in cui è avvenuta la divulgazione. Nel caso del modello registrato, la durata è di cinque anni dalla data di deposito, rinnovabili per successivi quinquenni, fino ad un massimo di 25 anni, previo pagamento delle relative tasse. E' il caso di osservare che non è prevista la sanzione, tipica di altri diritti di proprietà industriale (marchio d'impresa o brevetto d'invenzione), della decadenza del diritto nel caso di mancato uso.

In che consiste la protezione?

Il contenuto della protezione non è esattamente lo stesso nel caso del modello non registrato e registrato. Nel caso del modello non registrato, la protezione serve unicamente ad impedire la copiatura da parte di terzi. Nel caso del modello registrato, comprende naturalmente la copiatura ma permette anche di contrastare la presenza sul mercato di modelli simili ideati in maniera indipendente, cioè senza copiatura. La differenza è di rilievo. Mentre nel primo caso, è necessario provare che si è stati copiati, tale prova, non sempre facile da fornire, non è richiesta nel secondo caso, ove è sufficiente dimostrare il fatto oggettivo che i due modelli non producono sull'utilizzatore informato un'impressione generale differente (e sono, quindi, simili). Sicuramente, il diverso contenuto della protezione e le implicazioni sul piano probatorio vanno tenute presenti nel momento di optare per la protezione automatica del modello o la sua registrazione.

Il modello come bene aziendale e strumento di concorrenza

Il modello non è soltanto uno strumento di protezione dell'attività creativa nel campo del *design*. E' anche un bene aziendale che, per quanto abbia natura immateriale, è suscettibile di circolare e di valutazione patrimoniale. Il modello può essere venduto, concesso in licenza d'uso verso corrispettivo e lo si può persino impegnare, per ottenere un mutuo da una banca.

Il modello, inoltre, è un importante strumento di concorrenza a disposizione dell'impresa. Il modello, infatti, le conferisce una posizione di monopolio. Nessuna altra impresa può produrre, importare o distribuire nel territorio dell'Unione europea articoli che corrispondono al modello. L'impresa detentrica del modello possiede quindi un'esclusiva sul mercato, mentre le concorrenti devono riversarsi su modelli già noti o investire nella creazione di nuovi.

Il procedimento di registrazione

Per usufruire della protezione come modello registrato è necessario presentare un'apposita domanda all'Uami. Vanno pagate delle tasse, e il modello viene sottoposto all'esame preventivo di determinati requisiti.

La domanda va preferibilmente presentata usando l'apposito formulario reperibile nel sito dell'Uami (<http://oami.eu.int>) e una volta riempito va inoltrato all'Uami, preferibilmente per posta elettronica. La domanda può essere scritta in lingua italiana o in una qualsiasi delle lingue ufficiali dell'Ue. L'elemento essenziale è, oltre naturalmente all'identificazione del richiedente e al pagamento delle tasse, la raffigurazione del modello. E' di fondamentale importanza che la raffigurazione sia leggibile e si capisca precisamente cosa deve formare oggetto di protezione. La raffigurazione del modello va fatta in maniera bidimensionale, con disegni, fotografie, in bianco e nero o a colori. Non sono ammessi campionature di prodotti, salvo se il modello è bidimensionale (ad esempio, un pezzo di stoffa) e viene chiesto il differimento della protezione. E' anche richiesta l'elencazione dei prodotti ai quali verrà "applicato" il modello, cioè i prodotti nei quali verrà incorporata l'immagine di cui al modello. I prodotti sono classificati in base alla loro tipologia (classificazione stabilita dall'Accordo di Locarno) ed è raccomandabile fare uso della terminologia ufficiale, onde evitare lungaggini dovute alla necessità di tradurre termini non standardizzati in tutte le lingue ufficiali. Per fare un esempio, gli articoli di abbigliamento e merceria appartengono alla classe 2, gli articoli tessili non confezionati sono ricompresi nella classe 5.

Una singola domanda può includere un numero illimitato di modelli, a patto che riguardino prodotti inclusi nella stessa classe secondo l'Accordo di Locarno, cioè appartenenti allo stesso settore merceologico, e che vengano versate le tasse previste.

Le tasse vanno versate all'atto della presentazione della domanda: si compongono di una tassa di registrazione e di una tassa di pubblicazione. Il costo di partenza è di € 350 (€230 per tassa di registrazione e € 120 per tassa di pubblicazione) per una domanda 'semplice', avente cioè ad oggetto un unico modello. Per ogni modello aggiuntivo incluso nella domanda sono previste delle tasse di importo via via decrescente, per rendere conveniente il deposito simultaneo di più modelli mediante una singola domanda.

La domanda può contenere una descrizione del modello, ove questo non risultasse evidente dalla raffigurazione, la citazione del *designer*, la classificazione dei prodotti, l'indicazione del rappresentante professionale avanti l'Uami e la richiesta di differimento della pubblicazione del modello. Quest'ultima merita un breve commento. La possibilità di scegliere il momento in cui rendere pubblico il modello è di sicuro interesse per le imprese e questa possibilità è offerta attraverso la richiesta, da formulare al momento della domanda di registrazione, del differimento della pubblicazione. In questo modo, saranno le imprese e non già l'Uami a stabilire quando è commercialmente vantaggioso rendere noto il nuovo *design*, ad esempio perché i preparativi per un lancio commerciale in grande stile sono stati portati a termine.

L'esame

La domanda di registrazione viene esaminata dall'Ufficio. Più esattamente, vengono esaminati uno per uno i singoli modelli contenuti nella domanda. L'esame, peraltro, è limitato alla verifica di determinati aspetti puramente formali, quali la presenza di una raffigurazione del modello, l'elencazione dei prodotti, il pagamento delle tasse, ecc. Viene anche esaminata la conformità del modello all'ordine pubblico e al buon costume. Infine, si accerta che il modello rientri nell'astratta definizione che di esso fornisce il regolamento, vale a dire che si tratti dell'aspetto di un prodotto o parte di esso e non di un tentativo di proteggere qualcos'altro: un marchio o un'invenzione, ecc.

E' bene ricordare con particolare attenzione ciò che non viene esaminato: i requisiti di validità del modello, cioè la novità e il carattere individuale, nonché se l'aspetto del modello è dettato da esigenze tecniche o se colui che richiede la registrazione è l'avente diritto. Non viene svolta alcuna ricerca di anteriorità al fine di accertare l'esistenza di modelli simili e non è prevista alcuna procedura di opposizione a beneficio dei terzi. Ciò significa che l'Ufficio non è tenuto a garantire che il modello che gli viene presentato per la registrazione è nuovo e provvisto di carattere individuale, in una parola, valido. Grava in primo luogo sull'impresa l'onere di sincerarsi che il modello di cui chiede la registrazione non è la copia di qualcosa che già esiste. Le imprese devono saperlo.

Se l'esame, nei ristretti limiti in cui è effettuato, non va a buon fine, la registrazione del modello viene negata. Altrimenti, il modello viene registrato e pubblicato (salvo il caso, accennato prima, del differimento) nel Bollettino dei modelli comunitari. Da

notare che il Bollettino è pubblicato unicamente in formato PDF ed è accessibile a tutti e gratuitamente dal sito dell'Ufficio (<http://oami.eu.int>). E' anche previsto un sistema per eseguire ricerche semplici. Ove sia stato chiesto il differimento della pubblicazione, il modello viene registrato ma nel Bollettino non comparirà la sua raffigurazione.

I tempi per completare il procedimento di registrazione sono attualmente di 4/5 mesi ma l'obiettivo dichiarato è di condensarli in 2 mesi circa.

Come detto, la concessione del modello non è subordinata alla verifica della sussistenza dei requisiti di validità. Tale verifica viene spostata ad un momento posteriore alla registrazione e richiede l'iniziativa di un terzo, solitamente un concorrente infastidito dalla registrazione. In tal caso, il concorrente può presentare all'Ufficio una domanda per far dichiarare la nullità del modello. L'Ufficio l'esaminerà in contraddittorio tra le parti e deciderà. Un'altra possibilità è che il titolare del modello agisca giudizialmente per contraffazione e che il concorrente, presunto contraffattore, reagisca affermando che il modello non possiede i requisiti di validità e domandandone quindi la declaratoria di nullità. In tal caso, è lo stesso tribunale presso il quale pende l'azione per contraffazione a doversi pronunciare sulla nullità.

La declaratoria di nullità ha efficacia retroattiva e vale per l'intero territorio comunitario. Da notare che non è stato previsto, a differenza di quanto accade per il marchio comunitario, un meccanismo di trasformazione del modello dichiarato nullo.

Le decisioni dell'Ufficio, di respingere la domanda di registrazione o di dichiarare la nullità di quelle già concesse, sono impugnabili mediante ricorso avanti le commissioni di ricorso dell'Ufficio. Le decisioni delle commissioni di ricorso sono a loro volta impugnabili avanti il Tribunale di primo grado della Comunità europea e, in ultima istanza, davanti alla Corte di Giustizia della CE.

Per quanto riguarda la rappresentanza professionale, valgono le regole già in vigore per il marchio comunitario. Coloro che sono domiciliati in Italia o altri Stati membri possono agire avanti l'Ufficio direttamente, senza avere l'obbligo di designare un avvocato o rappresentante professionale abilitato.

E' bene ricordare che determinate procedure che pure attengono ai modelli comunitari non sono di competenza dell'Uami. In primo luogo, le azioni giudiziarie per contraffazione. Queste non vanno proposte avanti l'Ufficio, bensì i tribunali dei modelli comunitari. In secondo luogo, le azioni di declaratoria di nullità di modelli non registrati. Anche queste sono attribuite ai tribunali dei modelli comunitari. A questo riguardo, è bene tenere presente che queste giurisdizioni, ad onta del loro nome, non sono tribunali della Comunità, ma nazionali, ai quali è stata tuttavia demandata la materia dei modelli (oltreché dei marchi) comunitari.

Modello o marchio?

Come si è visto, il modello serve a proteggere l'aspetto di un prodotto. Va tenuto presente al riguardo che, a certe condizioni, l'aspetto del prodotto è tutelabile anche come marchio d'impresa. Si pensi al motivo ornamentale stampato all'infinito su articoli di pelletteria e valigeria, alla particolare combinazione di linee e colori usata per determinate sciarpe, al disegno della tasca posteriore di pantaloni *jeans*, ecc. In regola generale, tuttavia, modello e marchio hanno finalità differenti. Mentre il modello tutela l'innovazione sul piano delle forme, il marchio deve servire al consumatore di ricollegare un determinato prodotto all'azienda che lo produce. Per questa ragione, il marchio è normalmente costituito da una parola, che il consumatore memorizza facilmente. Se però un particolare disegno applicato a un prodotto viene percepito dal consumatore come segno distintivo dell'azienda, allora quel disegno è configurabile, e proteggibile, come marchio oltre ad esserlo, se è nuovo, come modello. Nella pratica, situazioni di questo genere non sono infrequenti, e gli esempi forniti poco prima sono assai rappresentativi al riguardo. Per convincersene, basta sfogliare i bollettini o consultare i registri dei marchi e dei modelli comunitari.

Che succede con l'accessione dei nuovi Stati membri?

Per finire, un cenno alle conseguenze dell'imminente accessione di 10 nuovi Stati membri all'Unione sulla disciplina del modello comunitario. Viene stabilito il principio dell'estensione automatica di qualsiasi modello protetto o richiesto prima del 1 maggio 2004 (data dell'accessione). Inoltre, il modello non potrà essere dichiarato nullo per motivi che insorgono solo per effetto dell'accessione dei nuovi Stati membri (es. ordine pubblico). Tuttavia, lo sfruttamento del modello potrà essere impedito in quel nuovo Stato membro ove esistono diritti anteriori. In pratica, il modello registrato non viene invalidato ma non potrà, di fatto, essere utilizzato in esclusiva su quel territorio.
