UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Industrial Law for Management

2425-2-F7701M027

Obiettivi formativi

Il corso ha l'obiettivo di fornire agli studenti gli strumenti necessari per la conoscenza e la comprensione della disciplina della concorrenza sleale e della proprietà industriale e intellettuale (marchi, denominazioni d'origine e indicazioni geografiche, disegni e modelli, brevetti, segreti commerciali). Ciò al fine di acquisire una consapevolezza nell'applicazione di questa disciplina nell'ambito dell'attività d'impresa osservata sia nella sua organizzazione interna, sia nel suo agire nel mercato.
Pertanto i principali obiettivi formativi possono così individuarsi:

1. conoscenza e comprensione delle regole di concorrenza e della tutela della proprietà industriale e intellettuale;
2. capacità di applicazione delle nozioni acquisite al caso concreto. Ciò sia in relazione alla valorizzazione e alla tutela della propria proprietà idustriale ed intellettuale, sia con riferimento al rispetto della proprietà industriale ed intellettuale altrui;
3. padronanza della disciplina normativa e del linguaggio tecnico indispensabile in qualsiasi attività lavorativa che abbia momenti di contatto con la proprietà intellettuale e industriale.

Contenuti sintetici

1. Introduzione al diritto industriale e alla matrice concorrenziale degli istituti fondamentali della materia.
2. La concorrenza sleale
3. Marchi e segni distintivi.
4. Disegni e modelli registrati.
5. Informazioni aziendali segrete e Know-how (segreti c.d. "commerciali").
6. Brevetti per invenzione e modelli di utilità
7. Diritto d'autore (cenni)

Programma esteso

1. Introduzione al diritto industriale e alla matrice concorrenziale degli istituti fondamentali della materia. Vocazione internazionale della disciplina della proprietà industriale ed intellettuale. Le convenzioni internazionali. I diritti di esclusiva. Diritti di monopolio, non beni immateriali.
2. La concorrenza sleale. Convenzione di unione di Parigi. Il rapporto di concorrenza. Concorrenza potenziale. Concorrenza a diversi livelli di mercato. Concorrenza sleale diretta e indiretta. Le diverse fattispecie di cui all'art. 2598 c.c.. Gli atti di confusione. Imitazione servile di prodotto. La tutela della forma del prodotto nel diritto industriale. Tutele concorrenti. Requisiti per la tutela della forma sotto il profilo dell'imitazione servile. Gli atti di denigrazione. Le diffide. La pubblicità denigratoria. L'appropriazione di pregi come illecito essenzialmente di comunicazione. La clausola generale della correttezza professionale di cui al n. 3 dell'art. 2598 c.c.. Le fattispecie configurate costantemente dalla giurisprudenza: Concorrenza parassitaria, Boicottaggio, Storno di dipendenti, La tutela delle informazioni aziendali non qualificate ed in genere la sottrazione di segreti altrui come atto di concorrenza sleale.
3. Marchi e segni distintivi. Nozione. Evoluzione storica. Le fonti normative della disciplina. Le funzioni del marchio. La funzione distintiva. Le funzioni giuridicamente protette del marchio e il dibattito su di esse. Il fatto costitutivo dell'acquisto del diritto di marchio: la registrazione e l'uso. Il procedimento di registrazione. I presupposti di validità della registrazione del marchio. Requisiti di validità o impedimenti alla registrazione. Gli impedimenti assoluti. In particolare i segni non suscettibili di essere registrati come marchi. L'assenza di capacità distintiva. Acquisto e perdita della capacità distintiva: secondary meaning e volgarizzazione. I marchi di forma. Segni contrari alla legge, al buon costume ed all'ordine pubblico; stemmi, emblemi e bandiere; segni decettivi; denominazioni, indicazioni e menzioni protette. Gli impedimenti relativi e altre cause di nullità. Il difetto di novità. Il conflitto con altri marchi registrati anteriori. Il conflitto con altri segni distintivi anteriori: a) i marchi di fatto anteriori e con ditta, insegna e nome a dominio. La convalida. Il conflitto con altri diritti di terzi. La rivendicazione del marchio. I soggetti. Il divieto di registrazione in mala fede. Il marchio patronimico. Cause di nullità e cause di decadenza. Il contenuto del diritto (art. 20 c.p.i.). I tre tipi di conflitto: doppia identità, il rischio di confusione, il marchio di rinomanza. Uso legittimo del marchio altrui. Uso illegittimo del marchio proprio. L'esaurimento del diritto. Comunione di marchio. Cessione del marchio. Licenza di marchio. La ditta nel sistema dei segni distintivi. Il principio di verità. La fattispecie costitutiva del diritto. Insegna. Segni distintivi atipici.
4. Disegni e modelli registrati. Oggetto della protezione. I previgenti brevetti per modello ornamentale e lo speciale ornamento quale limite all'accesso alla tutela. Il mutamento di prospettiva portato dalla direttiva e l'abbassamento del livello per l'accesso alla tutela. Situazione normativa attuale. Requisiti di registrabilità. Novità e carattere individuale. Il design. Cumulo delle protezioni e tutele concorrenti della forma del prodotto.
5. Informazioni aziendali segrete e Know-how (segreti c.d. "commerciali"). Disciplina di cui agli art. 98 e 99 c.p.i.. La direttiva del 2016 ed il recepimento di essa nel 2018.
6. Brevetti per invenzione e modelli di utilità. Tutela dell'innovazione tecnologica in generale. Contenuto del diritto. Il diritto di esclusiva. Brevettabilità e libertà di attuazione. L'esclusiva è ius excludendi alios. Requisiti di validità. Novità estrinseca: predivulgazione, esame di novità e anteriorità opponibili. Novità intrinseca o attività inventiva: l'originalità dell'invenzione e l'esame di essa. L'esperto del ramo e indizi di evidenza e non evidenza. La sufficiente descrizione: i brevetti meccanici e chimici. Liceità. Industrialità. Titolarità dell'invenzione e diritto al brevetto. Le invenzioni del dipendente: inv. di servizio, di azienda e occasionali. L'invenzione dei ricercatori universitari. L'invenzione nell'ambito del rapporto di lavoro autonomo. I contratti di ricerca. Brevetto nazionale. La CBE. Il brevetto con effetto unitario.
7. Diritto d'autore (cenni)

Prerequisiti

Metodi didattici

Lezioni frontali in presenza e da remoto possibilmente come segue:
Lezioni in presenza (in aula): ore 30
Lezioni da remoto in modalità asincrona (Webex // e-learning) ore: 12
Le attività saranno, inoltre, condotte in modalità erogativa e interattiva secondo proporzioni da determinarsi.

Modalità di verifica dell'apprendimento

L’esame finale è orale. Potranno essere previste prove intermedie, sempre in modalità orale. Nel complesso l'esame, nelle fasi indicate, consiste nella dimostrazione, da parte del candidato, delle conoscenze degli istituti fondamentali del Diritto Industriale. Inoltre, si richiede al candidato la padronanza della lingua italiana nonché della adeguata terminologia giuridica.

Testi di riferimento

A. Vanzetti, V. di Cataldo e M.S. Spolidoro, Manuale di diritto industriale, Giuffrè ultima edizione.
Aa. Vv. Diritto industriale, proprietà intellettuale e concorrenza, Giappichelli, ultima edizione
Piattaforma di studio con casi studio, mappe concettuali e quiz di autovalutazione: www.giappichelli.edu.

Periodo di erogazione dell'insegnamento

secondo semestre

Lingua di insegnamento

Italiano

Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÁ