

Ilaria Kutufà

# **La protezione della forma nel *Food Design***

**Edizioni il Campano**

Ilaria Kutufà

**La protezione della forma nel *Food Design***

isbn 9788865283189

Edizioni il Campano

Via D. Cavalca, 67

56126 Pisa

Finito di stampare nel mese di dicembre 2015

## **La protezione della forma nel *Food Design***

SOMMARIO: 1. Il problema e la sua interdisciplinarietà. – 2. La forma come oggetto d’imitazione: la riconducibilità al diritto della concorrenza e dei segni distintivi. – 3. *Segue*. La riconducibilità al diritto brevettuale. – 4. Il coordinamento tra le discipline. – 5. L’interferenza del diritto autoriale: il sistema previgente. – 6. *Segue*. La sovrapposizione attuale. – 7. Considerazioni conclusive.

### **1. Il problema e la sua interdisciplinarietà**

Quando affrontiamo il tema della tutela accordabile alla forma del prodotto alimentare, ci scontriamo inevitabilmente con la difficoltà d’individuare l’ambito ed il contesto di riferimento.

In effetti, all’unitarietà dell’argomento corrisponde una molteplicità di prospettive da cui lo stesso può essere analizzato: circostanza – questa – che discende in via diretta dalla riconducibilità della forma all’alveo di discipline diverse, quali quelle delineate dal diritto della concorrenza e dei segni distintivi, dal diritto brevettuale e dal diritto d’autore.

Come noto, infatti, la forma si presta ad essere analizzata sotto un triplice punto di vista: come segno distintivo tridimensionale (o bidimensionale) del prodotto commerciale; come elemento connotato da una particolare efficacia o comodità di applicazione o d’impiego o, comunque, quale aspetto esteriore dotato di un rilievo squisitamente estetico; come frutto dell’ingegno a carattere creativo in cui l’autore imprime valore artistico.

La connessione con i richiamati ambiti operativi del diritto industriale appare ancor più evidente quando l’attenzione si sofferma su alcuni casi emblematici di prodotti alimentari la cui forma risulta idonea ad acquisire significatività e rilievo nei citati contesti. A tal fine, paiono utili gli esempi offerti, *inter alia*, dalla barretta di cioccolato “*Toblerone*”, prodotta da *Kraft Foods*, la cui tipica forma piramidale, dichiaratamente evocativa del Monte Cervino, invita il

consumatore ad un particolare gesto per spezzarne le porzioni; dalle patatine “Pringles”, prodotte da Kellogg, la cui originale forma paraboloidale iperbolica appare un artificio chimico-fisico-morfologico tale per cui la sagoma ergonomica si adagia sul palato così da veicolare le particelle che determinano il sapore solo sul lato a contatto con le papille gustative; dal gelato su stecco “Solero”, distribuito in Italia da Algida, la cui nota forma di ghiacciolo maschera una composizione alimentare di granita in cui al tradizionale ghiaccio tritato sono sostituite palline che si sciolgono in bocca, modificando la percezione del gusto.

Se i casi indicati si lasciano apprezzare, ai fini che qui interessano, in ragione della rilevanza con cui la forma prescelta concorre a determinare l’orientamento del consumatore, gli stessi appaiono allo stesso tempo indicativi della difficoltà che si riscontra nell’identificazione dello strumento di tutela che l’imprenditore può utilizzare nelle dinamiche concorrenziali che lo coinvolgono: e ciò in ragione della potenziale capacità dell’elemento della forma di essere attratto in orbite, seppur sempre afferenti al diritto industriale, così (tra loro) differenti.

## **2. La forma come oggetto d’imitazione: la riconducibilità al diritto della concorrenza e dei segni distintivi**

Come noto, l’art. 2598, n. 1) c.c. include nelle fattispecie di concorrenza sleale confusoria l’imitazione servile dei prodotti di un concorrente. La formula utilizzata è assai ampia, ma l’interpretazione prevalente predilige una lettura piuttosto restrittiva. L’imitazione di non tutte le parti del prodotto può risultare illecita, ma solo quella – fedele e pedissequa – della forma, che, in quanto esternamente visibile, può ingenerare in chi osserva il bene confusione sull’origine e sulla provenienza dello stesso: ossia, in altri termini, sull’identità dell’imprenditore cui esso deve essere associato<sup>1</sup>.

Ed infatti, trattandosi di un’ipotesi d’illecito concorrenziale riconducibile al perimetro della confusorietà, (anche) l’imitazione servile deve produrre il medesimo effetto confusorio nel consumatore. Pertanto, soltanto le parti esterne del prodotto, in quanto appariscenti, possono costituire – se integralmente e ciecamente ricalcate – oggetto d’imitazione servile: solo la forma esteriore del prodotto (o pure della sua confezione) è in grado, in effetti, di stimolare *ictu oculi* nel consumatore il (falso ed erroneo) convincimento sulla fonte del bene.

In considerazione della riconducibilità dell’illecito in esame all’alveo della concorrenza confusoria, la forma del prodotto, che l’imitazione ha ad oggetto, mostra la sua capacità di assurgere al rango dei segni distintivi alla cui tutela la fattispecie contemplata dall’art. 2598 n. 1) c.c. è preordinata.

---

<sup>1</sup> Così, tra gli altri, VANZETTI – DI CATALDO, *Manuale di diritto industriale*, Milano, 2012, 7<sup>a</sup> ed., 59 ss.; FLORIDIA, *La tipizzazione normativa dei nn. 1 e 2 dell’art. 2598 c.c.*, in AA.VV., *Diritto industriale. Proprietà intellettuale e concorrenza*, Torino, 2012, 4<sup>a</sup> ed., 367 ss.

Da ciò si ricava che la forma può costituire segno distintivo – seppur tridimensionale – di un prodotto commerciale e, come tale, può ricevere protezione soltanto in presenza dei requisiti di tutelabilità richiesti per siffatti segni. In particolare, dovrà accertarsi la sussistenza di una capacità distintiva che renda la forma idonea a far identificare agli occhi del pubblico una *species* di prodotto nell’ambito di un più vasto *genus*: consentendo, così, di rendere il bene cui afferisce immediatamente riconoscibile nella pluralità di beni dello stesso tipo presenti sul mercato. Da qui l’esigenza che la forma risulti non banalmente standardizzata, ma personalizzata e “capricciosa”: non sia, cioè, «imposta dalla natura stessa del prodotto»<sup>2</sup>.

La necessaria sussistenza del requisito della capacità distintiva – comune, peraltro, ad ogni elemento che voglia assurgere al rango di segno identificativo d’impresa – non costituisce l’unico criterio in forza del quale la forma si rende suscettibile della tutela offerta dal diritto della concorrenza e dei segni distintivi. Ed infatti, affinché un segno tridimensionale possa costituire oggetto di marchio – che, come noto, distingue ed identifica, nell’ambito dell’attività d’impresa, il prodotto e/o il servizio realizzati – è essenziale che la forma ad esso relativa non sia funzionale e, quindi, «*necessaria per ottenere un risultato tecnico*» né sia dotata di uno speciale ornamento, che possa giocare un ruolo determinante nella scelta di acquisto del consumatore, che attribuisce a tale elemento la capacità di assegnare «*valore sostanziale al prodotto*»<sup>3</sup>.

### 3. *Segue. La riconducibilità al diritto brevettuale*

La tutela contro l’imitazione servile e le regole stabilite per la registrabilità dei marchi di forma si distinguono nell’ambito del diritto della concorrenza e dei segni distintivi in ragione della necessità di coordinare tali profili con quelli presi in considerazione nel (parallelo) contesto del diritto brevettuale.

Ed infatti, la forma è elemento che si presta ad essere valutato anche nel campo delle innovazioni a carattere tecnico.

In particolare, pur non potendo trascurare che, in via generale, esistono forme che possono considerarsi vere e proprie invenzioni, brevettabili come tali, l’aspetto esterno del prodotto si presta solitamente ad essere considerato come modello di utilità, quando appaia capace di attribuire al prodotto stesso una specifica efficacia o comodità funzionale; ovvero quale disegno industriale, quando, privo di valore funzionale, abbia un rilievo squisitamente estetico. Nel primo caso, i requisiti per ottenere la brevettazione – da cui il diritto di utilizzazione in esclusiva per un periodo di dieci anni – sono costituiti dalla novità e dall’originalità (cfr. artt. 82 e 86 C.P.I.): intendendosi con ciò che il modello non confligga con anteriorità ad esso sovrapponibili né sia stato oggetto di

---

<sup>2</sup> Così si esprime l’art. 9 del Codice della Proprietà Intellettuale e Industriale (d. lgs. 10 febbraio 2005, n. 30).

<sup>3</sup> Così ancora la lettera dell’art. 9 del Codice della Proprietà Intellettuale e Industriale.

predivulgazioni e che, al contempo, risulti innovativo seppur in relazione ad aspetti marginali ed esecutivi di un *quid* già noto; nel secondo caso, i requisiti per ottenere la registrazione – da cui il diritto di utilizzazione in esclusiva per un periodo di cinque anni, rinnovabile fino a venticinque anni – sono rappresentati dalla novità e dal carattere individuale (cfr. 32 e 33 C.P.I.): intendendosi con ciò l'assenza di predivulgazioni e la capacità di suscitare nell'utilizzatore informato un'impressione generale che differisce da quella provocata da qualsiasi disegno o modello anteriore.

#### 4. Il coordinamento tra le discipline

Le forme distintive dei prodotti industriali potrebbero risultare (anche) utili o, quantomeno, dotate di quella ornamentalità che – seppur non più evocata dall'attuale lettera della norma – viene ciò nonostante di frequente richiamata a fondamento dell'individuazione della fattispecie protetta dall'*industrial design*. Il che rende concreto il (primo) problema di cumulo che la rilevata interdisciplinarietà dell'istituto in esame comporta.

Ed infatti, la riconducibilità della forma al perimetro funzionale della fattispecie del modello di utilità o di quella del disegno industriale produce l'effetto di attribuire al titolare lo strumento di tutela tipico del diritto brevettuale: un'esclusiva – conseguente, nel primo caso, alla brevettazione e, nel secondo, alla registrazione – limitata nel tempo, in considerazione della necessità, avvertita e soddisfatta dall'ordinamento, della caduta in pubblico dominio del modello. In effetti, il brevetto (e la registrazione) assicura(no) all'ideatore il diritto di utilizzazione in esclusiva, garantendolo contro il rischio di distruzione del segreto, ma al tempo stesso – grazie alla limitazione temporale cui gli stessi sono soggetti – salvaguarda(no) l'interesse della collettività all'acquisizione stabile del modello al patrimonio comune.

Per contro, la riferibilità della forma all'ambito definito dal diritto della concorrenza e dei segni distintivi comporta la subordinazione dell'istituto ad una disciplina in grado di accordare al titolare una tutela (tendenzialmente) perpetua. In effetti, la registrazione del marchio attribuisce un diritto di utilizzazione in esclusiva pari alla durata della registrazione medesima, confinata in dieci anni, ma rinnovabile un numero in(de)finito di volte. Analogamente, la repressione di un atto confusorio è perseguibile senza limiti di tempo, che non siano strettamente collegati alla prescrizione del diritto che s'intende far valere.

Da tale impianto discende l'effetto per cui la medesima forma di un prodotto potrebbe apparire ad un tempo suscettibile di tutela perpetua contro l'imitazione servile e di tutela temporanea contro la contraffazione brevettuale: con la (inaccettabile) conseguenza della sostanziale cancellazione del sistema

brevettuale e dell'assoluta mortificazione dell'esigenza di accrescimento del patrimonio collettivo che lo stesso è preordinato a soddisfare.

In ragione della necessità di evitare un risultato siffatto, l'interpretazione sistematica ha portato al consolidamento della tesi secondo cui gli elementi che il legislatore ha qualificato come potenziale oggetto di tutela brevettuale (temporalmente limitata) non possono essere sottratti alla caduta in pubblico dominio con il ricorso alla disciplina della concorrenza e/o dei segni distintivi. Si è giunti, pertanto, a ritenere che le forme suscettibili di costituire oggetto di brevetto come modelli di utilità sono, in via tendenziale, liberamente imitabili se non sono state brevettate o, comunque, dopo la scadenza del relativo brevetto, al più residuando a carico dell'imitatore di un brevetto per modello scaduto un onere di differenziazione, ancorché limitato all'adozione, ove possibile, di varianti "innocue" che non pregiudichino il valore funzionale del prodotto<sup>4</sup>.

In analogia direzione ci si è mossi con riferimento ai disegni industriali. Ed infatti, pur a seguito dell'eliminazione della categoria dei modelli ornamentali e della previsione di una tutela specifica che non presuppone (necessariamente) la presenza di una particolare componente estetica, ma richiede la sussistenza di un «carattere individuale» della forma, si tende a ritenere che sussista una zona di potenziale sovrapposibilità tra tutela offerta dal diritto brevettuale e tutela offerta dal diritto della concorrenza e dei segni distintivi: tant'è che la possibilità di cumulo si desume chiaramente dai testi normativi (cfr. il *Considerando 7* e l'art. 16 della Direttiva 98/71/CE) ed è ormai ammessa dalla giurisprudenza (cfr. Trib. Torino, 14 marzo 2008). Per contro, tuttavia, ove si tratti di forme il cui carattere individuale si collochi al di sotto della soglia di percettibilità del consumatore medio, esse potranno essere protette solo in quanto registrate come modelli (o come modelli non registrati in base alla normativa comunitaria): con la conseguenza che, scaduta detta tutela, che ha natura temporanea, le stesse non godranno più di alcuna protezione, a meno che con il tempo non abbiano acquisito carattere distintivo<sup>5</sup>. Ed infatti, come si è visto, le forme dei prodotti possono costituire oggetto di registrazione come marchio, ma a condizione che non siano tali di per sé da aggiungere utilità o altro pregio al prodotto, tanto da divenire motivo determinante d'acquisto o (quantomeno) orientarne la relativa scelta. Tale limite – evidentemente ispirato dall'esigenza d'impedire la monopolizzazione perpetua di caratteristiche che influenzano le opzioni di acquisto del pubblico – determina la circostanza per cui, di fronte ad un modello registrato (o registrabile e, comunque,) dotato di un grado elevato di ornamentalità, e perciò in concreto idoneo a condizionare il comportamento del consumatore, dovrà escludersi la sua registrabilità come marchio, onde evitare che il potenziale cumulo di tutele disattenda la *ratio* del sistema così delineato. In altri termini, l'esigenza d'impedire la monopolizzazione perpetua di forme di tal fatta induce a ritenere che le stesse, registrate o registrabili come modelli, non possano ricevere

---

<sup>4</sup> Cfr. FLORIDIA, *La tipizzazione normativa dei nn. 1 e 2 dell'art. 2598 c.c.*, cit., 306 ss.

<sup>5</sup> Cfr. VANZETTI – DI CATALDO, *Manuale di diritto industriale*, cit., 67 ss.

protezione come marchi né possano risultare suscettibili di tutela (anch'essa potenzialmente perenne) contro l'imitazione servile.

Tuttavia, se la questione del (potenziale) cumulo di tutele tra diritto brevettuale e diritto della concorrenza e dei segni distintivi è in tal modo risolta, si avverte ancora il (secondo) problema di cumulo, che la forma del prodotto industriale (e, nella specie, alimentare) solleva. In effetti, non pare potersi negare che l'istituto possa essere letto anche in una diversa prospettiva: e, segnatamente, in quella offerta dal diritto d'autore, nella quale la forma diviene oggetto d'attenzione quale opera dell'ingegno.

## **5. L'interferenza del diritto autoriale: il sistema previgente**

Come noto, nella disciplina nazionale anteriore all'attuazione della direttiva comunitaria 98/71/CE, il rapporto tra la tutela per registrazione del disegno o modello e la tutela della forma come opera dell'ingegno, oggetto di diritto d'autore, non poteva che essere di esclusione reciproca: alla registrazione era, infatti, subordinata la protezione dell'arte applicata all'industria; alla tutela autoriale era, al contrario, subordinata la protezione delle forme il cui valore artistico fosse indipendente dal carattere industriale del prodotto. Di preciso, l'alternatività delle due tutele era motivata non soltanto dal fatto che entrambe avevano ad oggetto l'arte intesa come ricerca di valori estetici, ma anche dalla necessità d'impedire che la tutela – più favorevole – del diritto d'autore soppiantasse quella – meno favorevole – del diritto brevettuale. Ed infatti, se la prima poteva essere accordata in assenza di qualsivoglia formalità di annotazione e per un periodo coincidente con la durata della vita dell'autore ed esteso fino a settanta anni dopo la sua morte, la seconda richiedeva pur sempre una registrazione con limitazione temporale di un quinquennio, rinnovabile per un massimo di quattro volte.

Pertanto, in applicazione del principio dell'alternatività delle tutele, il legislatore italiano aveva previsto che ai modelli ed ai disegni non fossero applicabili le disposizioni del diritto d'autore (cfr. art. 5 della Legge Modelli): con la correlata necessità di distinguere tra forme registrabili come disegni o modelli e forme proteggibili come opere dell'ingegno. Tale demarcazione veniva affidata al criterio della c.d. «*scindibilità*», in base al quale le forme bidimensionali (disegni) o tridimensionali (modelli) potevano costituire oggetto di tutela «*anche se applicate all'industria, sempre che il loro valore artistico sia scindibile dal carattere industriale del prodotto al quale sono associate*». In altri termini, tale criterio veniva interpretato come possibilità di concepire il disegno o il modello quale oggetto di contemplazione artistica anziché in funzione della sua intrinseca inerenza al prodotto industriale: con la conseguenza che la tutela per diritto autoriale veniva negata in presenza di forme tridimensionali di prodotti industriali non concettualmente separabili dal prodotto stesso considerato secondo la sua funzione pratica; mentre veniva più facilmente accordata in presenza di forme

bidimensionali, potendosi i disegni concepire più agevolmente come indipendenti dalla funzione ornamentale del prodotto cui ineriscono <sup>6</sup>.

## 6. *Segue. La sovrapposizione attuale*

Come anticipato, dietro la spinta comunitaria che ha svincolato la protezione dei disegni e dei modelli da qualsiasi valutazione in termini d'innovazione estetica dei prodotti industriali <sup>7</sup>, imponendo il cumulo delle tutele, il legislatore italiano, con l'art. 22 d.lgs. 95/2001, ha soppresso il criterio della scindibilità e ha inserito, tra le opere dell'ingegno suscettibili di tutela autoriale elencate dall'art. 2 della l. 633/1941, «*le opere del disegno industriale che presentino di per sé carattere creativo e valore artistico*».

Così facendo, si è reso immediatamente necessario precisare il significato dei requisiti prescritti, sul presupposto – pressoché pacifico – che il cumulo tra tutela del diritto d'autore e tutela dei disegni e modelli industriali non possa essere indiscriminato. Ma se con riferimento al criterio del «*carattere creativo*» non sono stati sollevati particolari dubbi interpretativi, essendo per lo più insito in tutte le opere protette dal diritto autoriale, assai più controversa è risultata la determinazione del contenuto da attribuire al parametro del «*valore artistico*».

Un primo orientamento <sup>8</sup> ha tentato di recuperare la regola della scindibilità, assegnando al criterio in esame lo stesso significato della norma contenuta nel previgente testo dell'art. 2 n. 4 l.d.a.: partendo dal presupposto che le opere del *design* industriale devono presentare di per sé valore artistico, esse dovrebbero risultare suscettibili di una valutazione estetica autonoma, che prescindendo dal carattere industriale del prodotto in cui sono incorporate e che assolva ad una funzione orientata al soddisfacimento di un bisogno squisitamente estetico; un secondo filone <sup>9</sup> ha ammesso il cumulo solo in presenza di opere destinate ed utilizzate concretamente come oggetti artistici nel relativo mercato; un terzo indirizzo <sup>10</sup> ha, infine, circoscritto l'ambito di tutela del diritto autoriale alle opere dell'*industrial design* dotate di un elevato livello creativo, intendendo il riferimento al valore artistico quale criterio comportante una creatività qualificata, da alcuni ritenuta sussistente nelle opere riconosciute come particolarmente meritevoli dagli esperti del settore, in quanto forme capaci di essere apprezzate

---

<sup>6</sup> Cfr. GHIDINI, *Industrial design e opere d'arte applicate all'industria (dialogo tra Paolo Spada e Paolo Auteri)*, in *Riv. dir. civ.*, 2002, 267 ss.; AUTERI, voce *Industrial Design*, in *Dizionario del diritto privato*, a cura di Irti, III, Milano, 1981, 565 ss.;

<sup>7</sup> Con l'eliminazione del requisito dello «*speciale ornamento*».

<sup>8</sup> FITTANTE, *La nuova tutela dell'industrial design*, Milano, 2002, 55 ss.

<sup>9</sup> GHIDINI, *Profili evolutivi del diritto industriale*, Milano, 2001, 102 ss.

<sup>10</sup> VANZETTI – DI CATALDO, *Manuale di diritto industriale*, cit., 533.

dal pubblico quali oggetti d'arte, indipendentemente dalla loro utilità quali oggetti di uso comune.

Quest'ultima interpretazione ha indubbiamente il pregio di conformarsi alla posizione del legislatore comunitario, teso ad eliminare il criterio della scindibilità e a restringere gli spazi di operatività del diritto d'autore; tuttavia, presta il fianco alla critica per cui non è possibile stabilire, al momento della sua creazione, se un'opera di *design* è dotata (o meno) di valore artistico, posto che tale riconoscimento avviene necessariamente in un momento successivo quando potrà essere valutato il "successo" del *designer* presso il pubblico e gli specialisti del settore. A tale obiezione è stato replicato che il riconoscimento (seppur *ex post*) del valore artistico da parte degli ambienti interessati avrebbe un effetto costitutivo retroattivo (*ex ante*) tale per cui diverrebbe illecita un'attività imitativa che, al momento del suo inizio, non lo era <sup>11</sup>.

Ad ogni modo, nel tentativo di rintracciare un criterio che, in ossequio al principio di certezza del diritto, permetta, sulla base della situazione sussistente al momento della creazione, di stabilire se un'opera di *design* sia (o meno) dotata di valore artistico è stato prospettato di valutare l'esistenza di un sensibile scostamento rispetto all'arte nota: in effetti, la percezione di una intervenuta rottura rispetto al contesto culturale esistente nel settore del *design* al momento della creazione potrebbe risultare dato oggettivamente ed agevolmente verificabile ed indipendente da qualsivoglia considerazione in termini di "bellezza" dell'oggetto <sup>12</sup>.

## 7. Considerazioni conclusive

Sulla scorta delle superiori riflessioni è possibile constatare che, sebbene il cumulo di tutele sia stato ormai positivizzato, risultando peraltro coerente con l'intrinseca coesistenza nelle opere di *design* di una componente artistica (*copyright approach*) e di una vocazione industriale (*patent approach*), non può sottacersi l'avvertita necessità di porre un argine a tale duplicazione di sistemi di protezione: se è vero, infatti, che la natura "ibrida" di detti beni induce a tutelare i risultati che l'attività creativa degli innovatori dell'estetica raggiunge, è vero, altresì, che il principio di libera concorrenza stimola a costruire un mercato in cui gli imprenditori possano operare al riparo da monopoli eccessivamente ampi ed estesi sulle forme dei prodotti.

Pertanto, può apparire corretto – operando *de iure condito* in chiave interpretativa alla luce dell'attuale disposto normativo – riservare tutela autoriale alle opere di *design* di "fascia alta", dotate cioè di un elevato gradiente di creatività, da accertarsi al momento della creazione secondo parametri quanto più

---

<sup>11</sup> Cfr. MORRI, *Le opere dell'industrial design tra diritto d'autore e tutela come modelli industriali: deve cambiare tutto perché (quasi) nulla cambi?*, in *Riv. dir. ind.*, 202 ss.

<sup>12</sup> Cfr. MORRI, *Le opere dell'industrial design tra diritto d'autore e tutela come modelli industriali: deve cambiare tutto perché (quasi) nulla cambi?*, cit., 204.

oggettivi; ma non può, tuttavia, trascurarsi che – in una prospettiva *de iure condendo* – l’abolizione del cumulo e l’assegnazione dell’istituto ad un sistema di protezione basato soltanto sulla disciplina dei disegni e dei modelli avrebbero, probabilmente, il merito di eliminare ogni incertezza nel mercato in ordine a ciò che è sottoposto ad esclusiva e ciò che non lo è, rendendo peraltro prevedibile il momento di caduta in pubblico dominio dell’opera protetta, e di favorire il commercio intracomunitario dei prodotti di *design*, reso attualmente tortuoso dalle diversità che, in punto (soprattutto di durata) del diritto d’autore, caratterizzano le normative interne dei singoli Stati membri <sup>13</sup>.

ILARIA KUTUFÀ

---

<sup>13</sup> Critici nei confronti del cumulo paiono, tra gli altri, anche FLORIDIA, *I disegni e modelli*, in AA.VV., *Diritto industriale. Proprietà intellettuale e concorrenza*, cit., 299 ss. e SPADA e AUTERI, *Industrial design e opere d’arte applicate all’industria (dialogo tra Paolo Spada e Paolo Auteri)*, cit., 267 ss.