

PROFILI LEGALI DELLA STAMPA TRIDIMENSIONALE



VADEMECUM

Iniziativa realizzata e finanziata nell'ambito della collaborazione tra l'Ufficio dell'Unione Europea per la Proprietà Intellettuale (EUIPO) e l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (UIBM)

Il presente documento è a cura di Massimo Farina ed è stato redatto con il contributo di Emanuele Montelione, coordinatore scientifico del progetto "Marchi e Disegni Comunitari" realizzato dal Consorzio Camerale per il Credito e la Finanza in collaborazione con l'EUIPO (Ufficio dell'Unione Europea per la Proprietà Intellettuale) e l'UIBM (Ufficio Italiano Brevetti e Marchi).

SOMMARIO

1. Che cosa è la stampa 3D	5
2. Introduzione alla proprietà industriale	6
3. I disegni e i modelli	7
4. I disegni e i modelli nella stampa 3D	11

RILEVANZA DEI DISEGNI E MODELLI NELLA STAMPA TRIDIMENSIONALE

1. CHE COSA È LA STAMPA 3D

La stampa tridimensionale, o stampa 3D (nota anche come 3D printing, in inglese) rappresenta un metodo per la realizzazione di oggetti tridimensionali mediante l'unione di materiali stratificati (cosiddetta "produzione additiva"), partendo da modelli grafici 3D in formato digitale.

La storia della stampa 3D inizia nel 1986 quando, per la prima volta, venne concesso il brevetto per la stereolitografia, un processo attraverso cui era possibile creare oggetti solidi da successivi strati induriti di polimero liquido fotosensibile colpito da luce ultravioletta.

Dopo le prime applicazioni industriali, numerosi studiosi e ricercatori elaborarono e realizzarono nuove tecniche di stampa tridimensionale con diverse caratteristiche meccaniche, attraverso l'introduzione di materiali diversi da quelli precedentemente utilizzati. In poco tempo, verso la fine degli anni '80, vide la luce il primo brevetto per la modellazione a deposizione fusa (Fused deposition modeling o FDM): una nuova tecnologia che si basava sul principio additivo, in base al quale degli strati di materiale plastico o metallico erano srotolati da una bobina e rilasciati tramite un ugello di estrusione in grado di gestire il flusso. I movimenti in direzione orizzontale e verticale dell'ugello erano controllati tramite un meccanismo gestito da un software CAM (Computer Aided Manufacturing).

Negli anni immediatamente successivi, la diffusione della stampa 3D fu notevolmente limitata dall'esistenza delle privative industriali sulla tecnologia FDM. I diritti brevettuali si sommavano ai costi delle componenti hardware, creando, così, un concreto impedimento per i produttori interessati a realizzare strumenti in grado di sviluppare oggetti tridimensionali.



Una moderna stampante 3D (Flickr, Schäfer)

Nel 2009, in seguito alla scadenza del brevetto, numerose aziende iniziarono a produrre vari modelli di stampanti 3D, alcuni più evoluti e altri meno, e dai costi più accessibili, per un utilizzo sempre più diversificato nei più vari comparti commerciali: dalla gioielleria, alla calzoleria, alla progettazione industriale, all'architettura, all'industria automobilistica e aerospaziale, fino alle recenti evoluzioni ed applicazioni in ambito medico e dentistico.

Le attuali stampanti tridimensionali lavorano grazie agli impulsi generati dall'esecuzione di un file digitale e consentono di realizzare oggetti 3D in modo semplice, veloce ed affidabile rispetto ad altri hardware basati su tecnologie simili. Inoltre, offrono la possibilità di creare oggetti mediante l'impiego di diversi materiali nell'ambito dello stesso processo di stampa. La tecnica di realizzazione prevede la scomposizione dell'oggetto in più porzioni trasversali, ognuna delle quali è stampata l'una sopra l'altra, in modo da creare l'oggetto nelle sue tre dimensioni.

2. INTRODUZIONE ALLA PROPRIETÀ INDUSTRIALE

La proprietà industriale è parte della più ampia categoria della proprietà intellettuale, così come lo sono anche la proprietà artistica e letteraria (tutelate dalla disciplina protettiva del diritto d'autore).

Nell'ambito della proprietà intellettuale si distinguono due principali categorie di posizioni giuridiche soggettive, che sorgono in capo all'autore:

- **diritti personali**, che appartengono all'individuo (persona fisica) in quanto tale e si sostanziano nel diritto morale di paternità dell'opera o di titolarità dell'invenzione, della soluzione tecnica o del marchio. Questi diritti ineriscono alla persona e, in quanto tali, non possono essere oggetto di trasferimento in capo ad altri soggetti. Si tratta di una delle caratteristiche tipiche dei diritti della personalità, al pari dell'irrinunciabilità e inespropriabilità.
- **diritti patrimoniali**, che, in quanto connessi allo sfruttamento economico dell'opera o dell'attività creativa o inventiva, sono alienabili, rinunciabili e finanche espropriabili ad eccezione dei marchi.

Le caratteristiche appena descritte consentono di individuare quale sia la funzione nella società della proprietà intellettuale.

Sin dai tempi più antichi, infatti, l'uomo ha sempre progettato, creato e inventato. Insieme a queste attività è sorta la necessità di tutelare due interessi contrapposti: da una parte l'esigenza del singolo inventore, o autore, di sfruttare economicamente la propria creazione intellettuale e, dall'altra, l'interesse della collettività di godere della stessa, nel pieno rispetto dei diritti del creatore. La proprietà intellettuale, quindi, racchiude l'insieme dei diritti esclusivi nascenti dalle creazioni dell'ingegno umano, e la sua disciplina giuridica è frutto del bilanciamento tra l'interesse dell'autore alla protezione dei propri diritti soggettivi e l'interesse della collettività all'accesso alla conoscenza, alla ricerca ed alle innovazioni.

Le opere dell'ingegno umano – in chiave giuridica – si possono classificare in tre distinte categorie:

- quelle di tipo creativo, tipiche del mondo dell'arte e della cultura, come le opere letterarie, spettacoli teatrali, cinematografici e televisivi, le fotografie, i quadri, progetti di architettura, il software e così via;
- i segni distintivi, come il marchio, la ditta, l'insegna, l'indicazione geografica e la denominazione d'origine;
- le innovazioni tecniche e di design, come le invenzioni, i modelli di utilità, i disegni e modelli industriali, le topografie dei prodotti a semiconduttori, e le nuove varietà vegetali.

La proprietà industriale tutela queste due ultime categorie (art. 1, D. Lgs. 10 febbraio 2005, n. 30, Codice della Proprietà Industriale o CPI). Nello specifico, le invenzioni, i modelli di utilità, le nuove varietà vegetali sono tutelate attraverso la brevettazione mentre i marchi, i disegni e modelli, le topografie dei prodotti a semiconduttori sono tutelate attraverso la procedura amministrativa della "registrazione".

Le procedure attivabili dipendono dal territorio per il quale si chiede la protezione: per tutti i titoli sopra menzionati in Italia l'Amministrazione competente è la Direzione Generale per la lotta alla contraffazione UIBM - Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (di seguito UIBM) presso il Ministero dello Sviluppo Economico.

Per l'intero territorio dell'Unione Europea l'Amministrazione competente è l'Ufficio Europeo per la proprietà industriale (EUIPO) che rilascia i disegni e i modelli comunitari nonché i marchi dell'Unione Europea.

Altre importanti organizzazioni internazionali sono l'Ufficio Europeo Brevetti (conosciuto anche con l'acronimo inglese EPO) che rilascia un titolo brevettuale valido per i Paesi europei che ne fanno parte (al momento 38 comprensivi dei 28 che fanno parte dell'Unione Europea) e l'Organizzazione Mondiale della Proprietà Industriale (OMPI o WIPO) che rilascia i marchi internazionali, i disegni internazionali e i brevetti cosiddetti PCT che permettono, tramite procedure particolari, la protezione in varie giurisdizioni.

3. I DISEGNI E I MODELLI

Le opere dell'ingegno umano quali i prodotti dell'industria, della moda, dell'artigianato sono caratterizzati per avere un aspetto estetico particolare, tale da renderli distinguibili da altri prodotti simili o aventi le medesime funzioni. Basti pensare ad una serie di oggetti o tipologie di prodotti resi celebri per essere dotati di un particolare aspetto esteriore, come orologi, gioielli, beni di lusso in generale, accessori per la casa, elettrodomestici, prodotti dell'industria ICT, giocattoli, mobili, automobili, strutture architettoniche, tessuti dotati di un particolare motivo o fantasia. Inoltre, anche l'imballaggio o la confezione di un prodotto può assumere caratteristiche tali da rendere unico quel particolare oggetto e distinguerlo dalla moltitudine di altri prodotti presenti sul mercato.

Il disegno o il modello di un prodotto sono due elementi di fondamentale importanza nelle logiche del marketing aziendale. Infatti, sul mercato la distinguibilità di un prodotto rispetto a quello di un concorrente è senza dubbio un valore aggiunto per l'immagine delle aziende, soprattutto quando vi è



Bottiglia in vetro della Coca-Cola (Wikimedia, Hariadhi)

una elevata concorrenza. Inoltre, un prodotto dotato di un particolare design rappresenta certamente un'attrattiva per i consumatori finali e, addirittura, potrebbe rappresentare la ragione del suo successo.

Con l'espressione disegno o modello si intende individuare l'aspetto complessivo del prodotto (o di una sua parte) quale risulta, in particolare, dalle caratteristiche delle linee, dei contorni, dei colori, della forma, della struttura superficiale e/o dei materiali del prodotto stesso e/o del suo ornamento (art. 31 CPI).

Il disegno e il modello, quindi, indicano esclusivamente l'aspetto estetico di un prodotto nelle sue caratteristiche rispettivamente bidimensionali (decorazioni, forme, linee, colori) e tridimensionali (la forma), e non riguardano gli aspetti tecnici e funzionali; spesso questi due concetti sono espressi con il termine "design", ma dal punto di vista normativo sono due concetti ben distinti tra loro.

Un classico esempio di design (o meglio, modello registrato) è la bottiglia della famosa bevanda celebre in tutto il mondo prodotta dall'omonima azienda Coca-Cola. In questo caso, la forma tipica, le linee uniche nel suo genere, la struttura superficiale e il vetro utilizzato, rendono queste bottiglie un prodotto unico nel suo genere.

Pertanto, la forma di tale bottiglia è stata dapprima protetta con una serie di registrazioni di disegni e modelli e successivamente, quando cioè tali registrazioni sono scadute, è stata registrata come marchio tridimensionale.

Tanto il Codice della proprietà industriale (CPI) quanto il Regolamento sui Disegni e Modelli Comunitari¹ (d'ora in avanti anche RDC) assicurano agli autori dei disegni e dei modelli una tutela privata, attribuendo loro il diritto alla registrazione degli stessi vuoi in Italia (CPI) vuoi nell'intero territorio dell'Unione Europea (RCD).

Con la registrazione, sia essa presso l'EUIPO o presso l'UIBM, al titolare è riconosciuto il diritto esclusivo di utilizzare quel determinato disegno o modello registrato e di vietare ai terzi di utilizzarlo senza il proprio consenso (art. 19 RCD e art. 41 CPI). Tra gli atti di utilizzazione sono compresi la fabbricazione, l'offerta, la commercializzazione, l'importazione, l'esportazione o l'impiego di un prodotto in cui il disegno o modello è incorporato o al quale è applicato, ovvero la detenzione di tale prodotto per tali fini.

I prodotti per i quali è possibile registrare il disegno o il modello sono tutti gli oggetti industriali o artigianali, compresi i componenti che devono essere assemblati nel caso di un prodotto complesso, gli imballaggi, le presentazioni, i simboli grafici e caratteri tipografici.

Per ottenere la registrazione di un disegno o modello di un prodotto è necessario che siano rispettate determinate condizioni. In particolare, occorre che il disegno o modello siano nuovi ed abbiano carattere individuale.

Quanto al requisito della novità (art. 5 RCD e art. 32 CPI), un disegno o modello è nuovo se nessun disegno o modello identico è stato divulgato anteriormente alla data di presentazione della domanda di registrazione, ovvero, qualora si rivendichi la priorità, anteriormente alla data di quest'ultima. Due disegni o modelli sono identici se non vi sono differenze nelle loro caratteristiche rilevanti; allo stesso tempo, si considerano identici anche quando coincidono delle caratteristiche irrilevanti.

¹ Regolamento (CE) n. 6/2002 del Consiglio, del 12 dicembre 2001, su disegni e modelli comunitari in Gazzetta ufficiale n. L 003 del 05/01/2002 pag. 0001 - 0024.

Quanto alla caratteristica dell'individualità (art. 6 RCD e art. 33 CPI), un disegno o modello ha carattere individuale se l'impressione generale che suscita nell'utilizzatore informato differisce dall'impressione generale suscitata in tale utilizzatore da qualsiasi disegno o modello che sia stato divulgato prima della data di presentazione della domanda di registrazione o, qualora si rivendichi la priorità, prima della data di quest'ultima. In altre parole, il disegno o modello di un prodotto, per essere registrabile, deve poter rendere riconoscibile e distinguibile il prodotto stesso dagli altri presenti sul mercato.



Boccale dal design particolare realizzato con la stampa 3D (Flickr)

La durata della registrazione e, quindi, del riconoscimento dei diritti in capo agli autori è di 5 anni dalla data di deposito, prolungabili nel tempo fino ad un massimo di 25 anni dalla data di deposito. In questo periodo di tempo l'autore e/o il titolare dei diritti di sfruttamento economico, oltre a poter agire per la tutela dei propri diritti di utilizzo esclusivo del disegno o modello del proprio prodotto, potrà sfruttare appieno tale diritto esclusivo per far fruttare al massimo la propria creazione dal punto di vista economico.

Nella domanda di registrazione di un disegno o modello devono essere allegate una riproduzione grafica del disegno o modello, o dei prodotti industriali la cui fabbricazione deve formare oggetto del diritto esclusivo, nonché indicati i prodotti oggetto di protezione usando la speciale classificazione in materia anche detta Classificazione di Locarno o gli strumenti messi a disposizione dall'EUIPO quali la banca dati Eurolocarno.

All'autore che intende registrare il disegno o modello o, più in generale, che intende depositare una domanda volta ad ottenere un titolo di proprietà industriale, è riconosciuto il diritto di priorità ai sensi dell'art. 4 della Convenzione di Parigi per la protezione della proprietà industriale.

L'istituto della priorità consente all'autore registrante di usufruire di un periodo di tempo entro il quale poter procedere alla registrazione presso uno o più Stati (facenti parte per l'appunto della Convenzione di Parigi per la protezione della proprietà industriale), senza perdere il requisito della novità del disegno o modello già registrato. Il termine di priorità per le registrazioni di disegni o modelli è di sei mesi a decorrere dalla data di deposito della prima domanda. In questo modo, l'autore di un disegno o modello e/o il titolare dei diritti di sfruttamento economico ha a disposizione un termine di sei mesi per valutare

l'ambito territoriale in cui assicurarsi la tutela mediante la registrazione, senza dover procedere al deposito simultaneo di più domande di registrazione in tutti gli Stati di interesse, essendo in ogni caso salvo il requisito della novità in tutti i Paesi purché, come già detto, abbiano aderito ad una convenzione internazionale che riconosce il diritto di priorità.

Al fine di far valere il diritto di priorità di un deposito è necessario unire alla richiesta di registrazione copia della domanda prioritaria da cui si rilevino il nome del richiedente, l'entità e l'estensione del diritto di proprietà industriale e la data in cui il deposito è avvenuto.

La rivendicazione di priorità che non sia stata presentata al momento della presentazione della domanda di disegno e modello, può essere presentata entro un mese a decorrere dalla data di presentazione di detta domanda.

Infine, un altro aspetto da considerare in materia di proprietà industriale e, quindi, valido anche per i disegni e modelli di un prodotto, è il cosiddetto principio dell'esaurimento.

Questo principio rappresenta una regola generale dei diritti di proprietà industriale secondo cui le facoltà esclusive attribuite al titolare di una registrazione di disegno o modello si esauriscono una volta che i prodotti protetti da un diritto di proprietà industriale siano stati messi in commercio dal titolare o con il suo consenso nel territorio dello Stato o nel territorio di uno Stato membro della Comunità europea o dello Spazio economico europeo.

Il principio dell'esaurimento rappresenta un vero e proprio limite al diritto di esclusiva che l'ordinamento riconosce ai titolari di diritti di proprietà intellettuale e industriale. In particolare, gli autori titolari di modelli o disegni registrati, com'è noto, hanno un diritto di esclusiva per lo sfruttamento economico e l'utilizzo di tali beni immateriali; tuttavia, il diritto di esclusiva viene meno quando i prodotti sui quali il disegno o modello è incorporato sono commercializzati per la prima volta dal titolare stesso del diritto o da soggetti terzi che hanno ricevuto il suo consenso.

La ratio di questo principio è quella di impedire al titolare del disegno o modello di limitare l'utilizzo del prodotto (come la rivendita, l'uso e ogni altra forma di circolazione del bene) da parte del soggetto a cui egli stesso ha concesso il prodotto. Ovviamente, quando l'immissione del bene in commercio è avvenuta con il consenso del titolare dei diritti esclusivi sul disegno o modello, questi perde le facoltà esclusive solo in riferimento a quel determinato e specifico prodotto.

Il principio dell'esaurimento mira, quindi, a favorire la certezza degli scambi e la libera circolazione delle merci nell'ambito del territorio comunitario.

4. I DISEGNI E I MODELLI NELLA STAMPA 3D

Per meglio comprendere le potenziali implicazioni della stampa tridimensionale nell'ambito della tutela dei disegni e dei modelli, è opportuno prima inquadrare il fenomeno della stampa 3D, a partire dai vantaggi e dalle criticità di questa nuova forma di tecnologia.

Com'è noto, con una stampante 3D è possibile stampare e realizzare qualunque tipo di oggetto. La facilità d'uso e la sempre maggiore diffusione delle stampanti 3D, anche a costi ragionevolmente contenuti, consente a chiunque di realizzare il proprio oggetto desiderato. Paradossalmente, con la tecnica di stampa 3D si potrebbe realizzare dal modello di scarpa personalizzato alle apparecchiature più sofisticate in dotazione alla NASA, fino ai dispositivi medici.

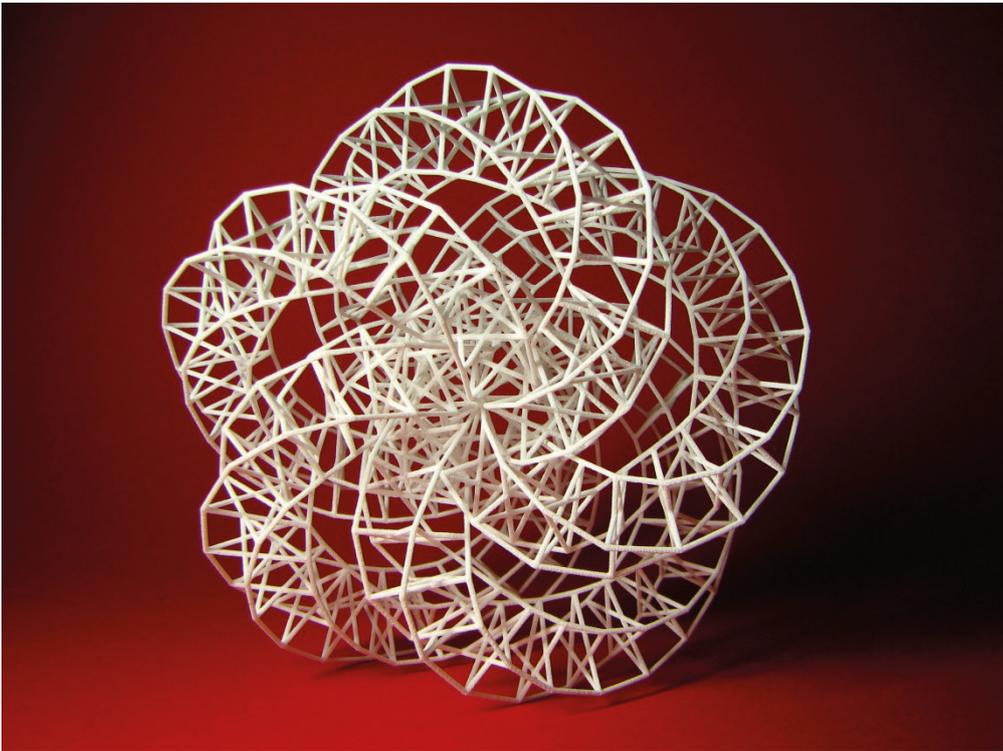


Dubai, famoso edificio realizzato con la stampa 3D (Dubai Government Media Office)

Tutto questo è possibile grazie alla diffusione di stampanti in grado di lavorare sempre più tipologie di materiali diversi: plastica, sabbia, cemento, polvere di metallo o metallo liquido e, addirittura, cellule biologiche.

La stampa additiva consente la produzione di oggetti molto più complessi rispetto a quelli fino ad oggi ottenuti grazie agli ordinari processi e macchinari industriali. Inoltre, la stampa 3D non modifica il materiale e non rimuove parti di materia, bensì crea gli oggetti stratificando il materiale di cui si compone consentendo quindi di produrre forme complesse, intrecciate, a nido d'ape, senza dover procedere ad alcun montaggio e senza spreco di materiale.

Chiunque, quindi, potrebbe progettare e stampare oggetti, anche complessi, senza alcun limite.



Esempio di struttura complessa realizzata con la stampa 3D (Flickr, fdecomite)

Nelle applicazioni industriali, non vi è dubbio, quindi, che la stampa 3D, in virtù delle meccaniche e delle tecniche di realizzazione degli oggetti, consente di ridurre tempi e costi della progettazione e della realizzazione dei prototipi, grazie all'abbattimento delle catene di produzione e dei relativi costi della manodopera. Nell'ambito aziendale, la stampa 3D permette sia di realizzare facilmente i prodotti all'interno della stessa struttura, eliminando così il problema della delocalizzazione della produzione, sia di progettare un prodotto in azienda e stamparlo in un altro paese, magari a costi ridotti.

Accanto ai vantaggi e alle opportunità offerte dalla stampa tridimensionale, ci sono nuovi rischi e nuove criticità che le industrie, i mercati e le istituzioni pubbliche dovranno affrontare in relazione alla tutela della proprietà intellettuale.

Infatti, la facilità con la quale è possibile realizzare prodotti di ogni genere e di ogni forma, con una vasta disponibilità di materiali, rappresenta un vero e proprio pericolo per tutti i titolari di diritti di proprietà intellettuale, come gli autori di un modello o disegno registrato. Chiunque infatti, mediante una semplice stampante 3D, può realizzare prodotti tutelati dalla proprietà industriale in modo veloce, facile e ad

un costo basso; la diffusione della stampa tridimensionale, quindi, non può che rappresentare una minaccia per le aziende che puntano sul design, sul marchio e sul brevetto dei propri prodotti, i quali, se non sono adeguatamente tutelati, possono essere oggetto di contraffazione.

Inoltre, considerata la facilità con la quale è possibile reperire una macchina per la stampa 3D, le imprese e, più in generale, i titolari di diritti di proprietà industriale rischiano di subire attività di contraffazione dei propri prodotti e/o marchi registrati, senza alcuna possibilità di controllo del fenomeno.

A rendere ancor più complesso lo scenario sin qui descritto, sono le modalità con le quali il fenomeno della stampa 3D si sta diffondendo. Infatti, come già detto, la stampa dell'oggetto 3D è sempre controllata da un computer sul quale viene eseguito un file digitale contenente le istruzioni per la stampa in tre dimensioni. Questa peculiarità nel funzionamento, ha portato allo sviluppo di un vero e proprio mercato di files digitali dei più svariati oggetti; dallo shop online di vendita di files digitali, alla fornitura del servizio di stampa 3D, al file sharing di oggetti 3D, fino ai black market (mercati per la vendita illegale) di prodotti contraffatti tramite la stampa 3D. Oggi, infatti, si parla già di pirateria tridimensionale.

In questo contesto è evidente che i rischi di contraffazione e di violazione dei diritti di proprietà industriale aumentano esponenzialmente. Con la nascita di veri e propri servizi online per la stampa 3D, aumentano i rischi di contraffazione indiretta, come nel caso di un'impresa o un centro di servizi di stampa che cede a terzi il proprio file digitale contenente il progetto da stampare, nella consapevolezza di violare un diritto di proprietà industriale altrui.

La necessaria presenza di un file digitale, inoltre, pone ulteriori problemi di tutela legale per tutti i privati e le imprese che realizzano prodotti mediante la stampa 3D. L'oggetto della tutela non è solo il prodotto realizzato (brevetto), il marchio, il disegno o il modello del prodotto stesso, bensì è necessario proteggere e tutelare anche il software contenuto nel file digitale utilizzato per la stampa e quello per il funzionamento della stampante 3D. Con il fenomeno della stampa 3D, quindi, il confine tra proprietà intellettuale, proprietà industriale e diritto d'autore è divenuto ancora più sottile.

Grazie alla stampa tridimensionale è possibile ottenere prodotti, o parti di prodotto, dalle caratteristiche più svariate per quanto concerne le linee, i contorni, i colori, la forma, la struttura superficiale e i materiali utilizzati. Se il prodotto stampato, o una sua parte, è utilizzato in ambito industriale o artigianale, ivi compresi tutti i suoi componenti (nel caso di un prodotto complesso), gli imballaggi, le presentazioni, i simboli grafici se dotati delle caratteristiche di novità e individualità, possono essere oggetto di registrazione come disegni o modelli (Art. 31 CPI).

Se con la stampa 3D, quindi, è possibile realizzare con più facilità oggetti la cui forma ed aspetto esteriore sono suscettibili di tutela come disegno o modello, altrettanto facile è imitare le forme, i colori, le linee e così via, di prodotti notori e dal disegno o modello registrato.

Affinché un prodotto sviluppato con la stampa 3D sia registrabile, oltre ad essere conforme ai principi dell'ordine pubblico e al buon costume, deve essere un prodotto nuovo, overosia non deve essere identico ad un altro prodotto già divulgato o reso accessibile al pubblico per effetto della registrazione o in altro modo, ovvero se è stato esposto, messo in commercio o altrimenti reso pubblico. In questo senso, la mera azione di stampa 3D di un prodotto non è sufficiente a far ritenere che lo stesso sia stato divulgato, in quanto la stampa 3D non equivale ad una esposizione in pubblico o ad una commercializzazione.

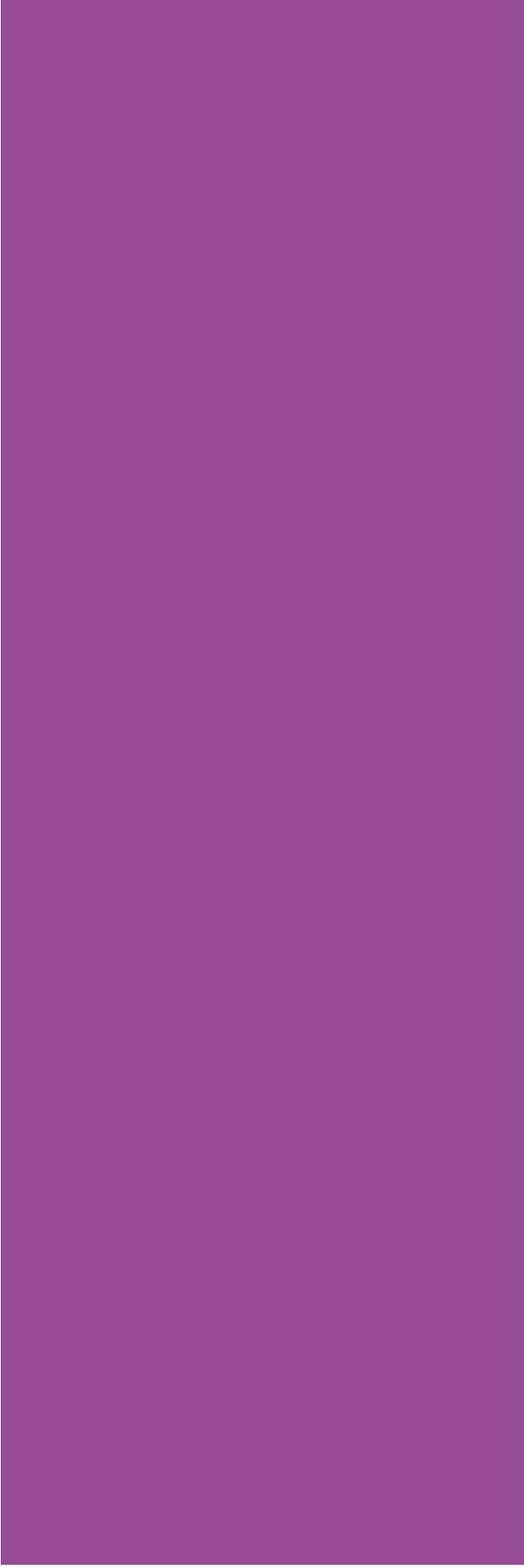
La registrazione di un disegno o modello attribuisce all'autore dello stesso il diritto esclusivo di utilizzazione e il diritto di vietare a terzi di utilizzarlo senza il suo consenso. Secondo la normativa italiana, per utilizzo si intende la fabbricazione, l'offerta, la commercializzazione, l'importazione, l'esportazione o l'impiego di un prodotto in cui il disegno o modello è incorporato o al quale è applicato, ovvero la detenzione di tale prodotto per tali fini. Pertanto, anche la mera stampa di un oggetto 3D costituisce utilizzazione e, se l'oggetto realizzato viola i diritti esclusivi di un altro autore, questi potrà impedirlo.

Quanto detto sinora, assume rilevanza in tutti i casi in cui si realizzano prodotti stampati in 3D al fine di commercializzarli o, comunque, renderli noti al pubblico mediante distribuzione, vendita, esposizione, e così via.

Al contrario, in tutti i casi in cui la produzione di un oggetto mediante la stampa 3D sia realizzata in ambito privato e per fini non commerciali, ovvero per fini di sperimentazione o didattici, non può essere impedita dal titolare dei diritti esclusivi sul modello o disegno preesistenti e identici all'oggetto stampato. In proposito sarebbe auspicabile che, stante la larga diffusione di questa nuova tecnologia, siano chiariti i confini del concetto di "ambito privato e per fini non commerciali" non più sufficienti per assicurare una effettiva tutela dei diritti esclusivi di terzi.

In conclusione, la diffusione della tecnologia di stampa 3D impone una maggiore attenzione da parte delle imprese e dei privati che intendono valorizzare le proprie attività creative e produttive. La protezione dei prodotti può e deve avvenire prima della loro commercializzazione, tenuto conto di una serie di aspetti e delle strategie di mercato che ogni singola azienda intende attuare. Un prodotto stampato 3D può essere tutelato nella sua espressione esteriore come design (modello) se dotato delle caratteristiche previste dalla legge, oppure come marchio tridimensionale (o di forma), purché la forma stessa non sia imposta dalla natura del prodotto, o non sia necessaria per ottenere un risultato tecnico, o non dia un valore sostanziale al prodotto (in quest'ultimo caso, l'elemento da tutelare è il design).

Accanto alle tutele riconosciute dalle leggi in vigore, anche nel settore della stampa 3D un ruolo importante nella protezione della proprietà intellettuale è ricoperto dalle fonti di regolamentazione dei rapporti tra privati (contratti, clausole, accordi di riservatezza, DRM, disclaimers) che, se puntualmente previste e concordate, contribuiscono a colmare le lacune normative e garantiscono una maggiore rispondenza alle esigenze di ciascun operatore del mercato della stampa 3D.



Consorzio Camerale per il credito e la finanza

Via Meravigli 9/B – 20123 Milano

Tel: +39 02 8515 4264

Fax: +39 02 8515 4251

Mail: marchiedisegni@gmail.com

www.marchiedisegni.eu

