

Marchio mobili DIVANI E DIVANI



Il marchio mobili DIVANI E DIVANI vince il round in cassazione contro il marchio DIVINI E DIVANI

marchio mobili DIVANI E DIVANI contro marchio DIVINI E DIVANI

Cassazione civile sezione I, 02.02.2015, n. 1861

Natuzzi S.p.A. contro Divini & Divani S.r.l.

BENI – Immateriali – Marchio – Debole o forte – Marchio debole – Tutela contro la contraffazione – Presupposti – Adozione di mere varianti formali – Sufficienza – Fattispecie

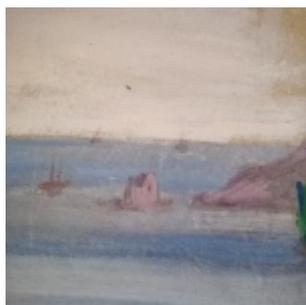
In tema di marchi di impresa, la qualificazione del segno distintivo come marchio debole non preclude la tutela nei confronti della contraffazione in presenza dell'adozione di mere varianti formali, in sé inidonee ad escludere la confondibilità con ciò che del marchio imitato costituisce l'aspetto caratterizzante, non potendosi, invero, limitare la tutela del marchio debole ai casi di imitazione integrale o di somiglianza prossima all'identità, cioè di sostanziale sovrapposibilità del marchio utilizzato dal concorrente a quello registrato anteriormente. (In applicazione dell'anzidetto principio, la S.C. ha cassato la sentenza impugnata, che aveva ritenuto insuscettibile di tutela il marchio costituito dalla combinazione di parole di uso comune "Divani & Divani" benché le stesse avessero assunto efficacia individualizzante del prodotto). (Cassa con rinvio, Bari, 21/04/2008)

Centro Elaborazione Dati Cassazione, 2015



marchio mobili divani
e divani

Banche dati Marchi



Siti istituzionali e banche dati

Fuso orario

Marchi – Copyright

UIBM

OAMI – Servizio consultazione marchi

Wipo Madrid Express Search

MY PAGE OAMI

Fee calculator Wipo

OAMI – database opposizioni

Pubblico registro per il software SIAE

Normativa Paesi UE

Istituto Federale della Proprietà Intellettuale

UK Patent Office Database

Deutsches Patent und Markenamt

Benelux Trademarks Office

United States Patent and Trademark Office

Australian Trade Mark On-line Search System

Japanese Trademark Database

Trademark Office under the State Administration for Industry and Commerce (Cina)

AIPPI

Classi di prodotti – servizi OAMI

Classi di prodotti – servizi IFPI (CH)

Classi di prodotti – servizi USA

Registro del ccTLD.it

Database opposizioni OAMI

Brevetti

Banca dati Ministero Attività Produttive esp@cenet

Legislazione in generale:

Gazzetta Ufficiale

Governo

Parlamento

Ministero per l'innovazione e le tecnologie

Ministero delle comunicazioni

Normativa Regionale:

Emilia Romagna

Privacy:

Autorità garante per la protezione dei dati personali

Concorrenza e pubblicità

Autorità garante della concorrenza e del mercato

Giochi e scommesse

AMMPS

Fiscale

Codici tributo

Controllo partite iva comunitarie

E-Government

Ministero delle Finanze – acquisti in rete

Dipartimento della Funzione Pubblica

Internazionale

Ambasciate italiane all'estero

UK Companies House (registro imprese)

The British Chamber of Commerce for Italy

Medicina

Ordine Provinciale dei Medici Chirurghi e degli Odontoiatri di Milano

Bibliografia

<http://opac.unipr.it>

Calcolo interessi

http://www.avvocati.it/servizi/servizi_index.php#

Banche dati

Visura

Semplificazione per le manifestazioni a premi con vincite in buoni acquisto



semplificazioni operazioni a premio
buoni sconto

Semplificazione per le manifestazioni a premi con vincite in buoni acquisto

La legge di conversione del DL 91/2014 (*Disposizioni urgenti per ... il rilancio e lo sviluppo delle imprese...*) ha previsto che non sono soggette alla disciplina delle manifestazioni a premio le iniziative in cui i premi consistono in buoni da usarsi presso lo stesso punto vendita (o comunque presso un punto vendita della stessa catena).

La norma non è molto chiara, si parla genericamente di buoni, non specificando se si tratti di buoni acquisto o di buoni sconto, nel dubbio penserei che si tratti di entrambi.

La norma è ancora più dubbia per un altro aspetto. Nel nuovo caso di esclusione/semplificazione si fa riferimento genericamente alle **"manifestazioni a premio"**. Il termine manifestazioni, per il d.p.r. 430/01 comprende sia le operazioni a premio che i concorsi a premio. Quindi alla lettera la nuova semplificazione dovrebbe riguardare anche i concorsi, con la conseguenza che se in un concorso a premi mettessi in palio un buono acquisto da un milione di euro presso il mio stesso punto vendita (o della mia catena), non dovrei soggiacere alle procedure e alle garanzie della normativa sui concorsi (garanzia di elargizione della vincita, notaio, etc.). Abbastanza curiosa come conclusione, e sicuramente in contraddizione con le tutele per i consumatori che il legislatore ha voluto garantire con la normativa del d.p.r. 430/01.

Probabilmente si tratta di una svista dovuta a scarsa preparazione e precisione di chi ha redatto la norma che verosimilmente si vuole intendere applicabile solo alle operazioni a premio. Nel dubbio meglio attendere chiarimenti dal Ministero dello Sviluppo Economico prima di pensare ad una estensione anche ai concorsi.

Qui sotto la norma per esteso

LEGGE 11 agosto 2014, n. 116 di conversione con modifica del D.l. 91/2014
Dopo l'articolo 22 sono inseriti i seguenti: «Art. 22-bis. – (Semplificazioni nelle operazioni promozionali). – 1. All'articolo 6, comma 1, del regolamento di cui al decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 2001, n. 430, dopo la lettera c) e' inserita la seguente: "c-bis) le manifestazioni nelle quali, a fronte di una determinata spesa, con o senza soglia d'ingresso, i premi sono costituiti da buoni da utilizzare su una spesa successiva nel medesimo punto vendita che ha emesso detti buoni o in un altro punto vendita facente parte della stessa insegna o ditta".

Brevetti in Cina



Buone prospettive per la tutela dei brevetti occidentali in Cina