

**UNIVERSITÀ MEDITERRANEA DI REGGIO CALABRIA**  
**CORSO DI DIRITTO COMMERCIALE II – A.A. 2019/20**  
**Esercitazione del 25.11.2019**

Studenti:

- Battaglia Andrea
- Genoesi Ruben
- Guarna Vittorio
- Mamone Federica
- Pabiglianiti Davide
- Rijli Antonio
- Satonstefano Riccardo
- Varone Giuseppe

\* \* \*

- (1) La società tedesca S è titolare del marchio internazionale “Pralinoise”, utilizzato per designare prodotti di pasticceria industriale di alta qualità (cioccolatini, confetture e altro).  
La società francese C ha registrato i marchi nazionali “Praliness” e “Pralinerie” e li usa per designare prodotti analoghi a quelli di S.  
S esercita azione di contraffazione contro C. E’ fondata detta azione?
- (2) E, nota impresa produttrice di abbigliamento di lusso, chiede la registrazione come marchio di un disegno contenente l’elemento “P2” stilizzato ed intervallato da elementi floreali, da utilizzare come elemento decorativo seriale (cioè ripetuto più volte, fino a ricoprire intere superfici) su prodotti di pelletteria, tessuti e capi di abbigliamento.  
L’ufficio rigetta la domanda, affermando che il segno di cui si tratta, essendo destinato ad un uso decorativo sull’intera superficie del prodotto, deve qualificarsi come marchio di forma, non compatibile con i divieti di cui all’art.18, comma 1, lett. c, della legge marchi.  
E’ legittima la decisione di rigetto?
- (3) D ha chiesto la registrazione del marchio comunitario “Company Line” per un’ampia serie merceologica di prodotti.  
L’ufficio rigetta la domanda di registrazione, affermando che il segno difetta di capacità distintiva.  
E’ legittima la decisione di rigetto?
- (4) C ha registrato il marchio “Nativa di Cupra” per la classe merceologica 3 (saponi, profumeria, cosmetici e simili) e lo ha utilizzato per lanciare una nuova linea di creme per il viso e per il corpo.  
B, titolare del marchio “Nativa”, registrato nel 1993 per la stessa classe, e poi effettivamente utilizzato –e in modo discontinuo- solo per designare miscele di oli essenziali destinate alla profumazione di ambienti, agisce in contraffazione.  
C eccepisce: (i) che i due marchi non sono confondibili tra loro; (ii) che fra i prodotti di cui si tratta non vi è affinità; (iii) che si è determinata una estinzione per decadenza, almeno parziale, del marchio di B.

Chi ha ragione?

- (5) Il Dr. R.Virag è un medico francese, specialista in andrologia, che gode di una certa notorietà professionale ed è autore di alcuni scritti scientifici in materia. L'impresa farmaceutica P ha messo in commercio un farmaco per la cura dell'impotenza maschile denominato "Viagra". R.Virag agisce contro P chiedendo la dichiarazione di nullità di tale marchio, in quanto lesivo di propri diritti della personalità. Egli afferma fra l'altro che, da quando è stato messo in commercio detto farmaco, la sua attività professionale è turbata dal continuo accostamento che viene fatto tra la sua persona e il farmaco e dalla diffusa convinzione circa un suo coinvolgimento nella ideazione o nella produzione dello stesso.

E' fondata detta azione?