

# Food & Beverage

## Proprietà Intellettuale à la carte

Design, Marchi con dessert al Metaverso

*Marta Manfrin / Mauro Delluniversità*

*Società Italiana Brevetti*



# Menù

01 | **Design alimentare**  
Caratteristiche & Esempi

02 | **Marchi nel settore food&beverage**  
Caratteristiche & Esempi

03 | **Metaverso & Metafood**  
Introduzione al metaverso ed  
implicazioni con proprietà  
intellettuale e settore F&B



04 | **Metaverso & IP**  
Opportunità & Rischi



ISTITUTO del design

**Tutela delle  
caratteristiche ESTETICHE  
di un prodotto**

**Registrazione di DISEGNO  
o MODELLO**

01

---

Caratteristiche & Esempi

L'aspetto dell'intero prodotto o di una sua parte, come risulta dalla forma vera e propria, o semplicemente dalla colorazione/tessitura superficiale o dalla decorazione.

Singole componenti di un prodotto complesso (ad esempio, particolari ornamenti/riporti ornamentali) sono registrabili in modo indipendente se le loro caratteristiche visibili durante la normale utilizzazione soddisfano i requisiti di registrabilità

DESIGN si materializza nella FORMA di un prodotto

La FORMA può essere una combinazione di componenti  
FUNZIONALI ed ESTETICHE

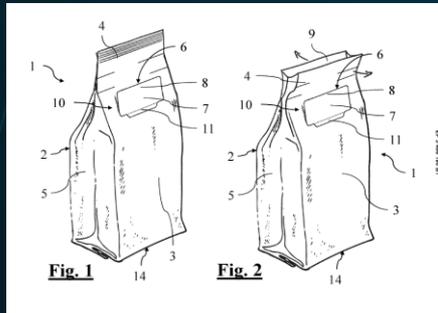
Brevetto per  
• invenzione industriale  
• modello di utilità

Registrazione di  
**Disegno o modello**  
(Copyright, *solo se c'è  
valore artistico*)

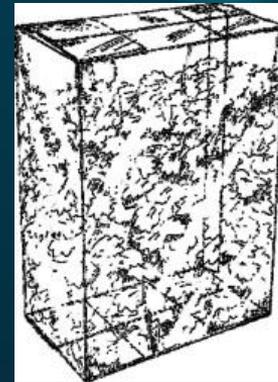
## COSA È UN «DISEGNO O MODELLO»

- a) "**disegno o modello**": l'aspetto di un prodotto o di una sua parte quale risulta in particolare dalle caratteristiche delle linee, dei contorni, dei colori, della forma, della struttura superficiale ovvero dei materiali del prodotto stesso ovvero del suo ornamento [...];
- b) "**prodotto**": qualsiasi oggetto industriale o artigianale, comprese tra l'altro le componenti destinate ad essere assemblate per formare un prodotto complesso, gli imballaggi, le presentazioni, i simboli grafici e caratteri tipografici, esclusi i programmi per elaboratori;
- c) "**prodotto complesso**": un prodotto costituito da più componenti che possono esser sostituite consentendo lo smontaggio ed un nuovo montaggio del prodotto.

## FUNZIONALI ed ESTETICHE



Brevetto Europeo EP3486190B1



Design internazionale 2005-00876/2

**Un disegno o modello è protetto come disegno o modello se ed in quanto è nuovo e possiede un carattere individuale**

La valutazione dei requisiti necessita come primo passo l'individuazione di un quadro di disegni o modelli cosiddetti «anteriori».

In sostanza: nuovo e individualmente caratterizzato rispetto a cosa? Rispetto alle «anteriorità».

# DESIGN quale possibile FORMA per un prodotto alimentare



**Classificazione di Locarno:**

**Classe 1: PRODOTTI ALIMENTARI**

**Classe 7: ARTICOLI CASALINGHI NON INCLUSI NELLE ALTRE CLASSI**

**Classe 9: IMBALLAGGI E RECIPIENTI**

**Classe 9: OGGETTI ORNAMENTALI**

**Classe 32: SIMBOLI GRAFICI E LOGO, MOTIVI DECORATIVI PER SUPERFICI,  
ORNAMENTI**

## Classe 1: PRODOTTI ALIMENTARI

**Note:** a) sono compresi i prodotti alimentari per uso umano, gli alimenti per animali e i prodotti dietetici.

b) sono esclusi gli imballaggi (cl. 9).

**01-01 PANETTERIA, BISCOTTI, PASTICCERIA, PASTE ED ALTRI PRODOTTI A  
BASE DI CEREALI, CIOCCOLATI, CONFETTERIA, GELATI**

**01-02 FRUTTA E VERDURE**

**01-03 FORMAGGI, BURRO E SUCCEDANEI DEL BURRO, ALTRI PRODOTTI  
LATTIERI**

**01-04 PRODOTTI DI MACELLERIA (COMPRESI PRODOTTI DI SALUMERIA),  
PESCHERIA**

**01-06 ALIMENTI PER ANIMALI**

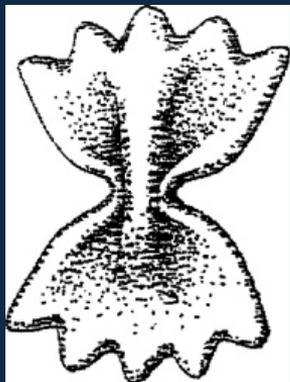
**01-99 VARIE**

Classe 1: PRODOTTI ALIMENTARI



DM/02644906

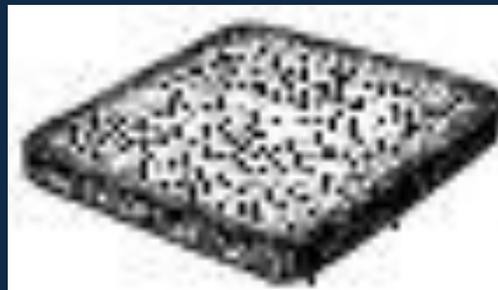
Classe 1: PRODOTTI ALIMENTARI



2003-00539/1 - pasta alimentare



Design number 002945238-0002



DM/055 101

## Classe 7: CASALINGHI

### 07-01 STOVIGLIE E ARTICOLI DI VETRERIA

Note: a) sono comprese le stoviglie di qualsiasi materiale, in particolare le stoviglie di carta o cartone.

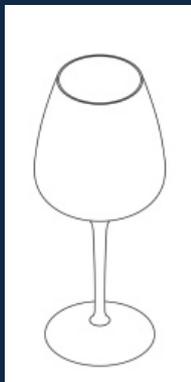
### 07-02 APPARECCHI, UTENSILI E RECIPIENTI PER LA CUCINA

### 07-03 COLTELLI DA TAVOLA, FORCHETTE, CUCCHIAI

### 07-04 APPARECCHI E UTENSILI MANUALI PER PREPARARE ALIMENTI E

### BEVANDE

### 07-06 ALTRI UTENSILI DA TAVOLA



Classe 7: CASALINGHI

Eu design 008931430-0005 glass;



008869705-0003 Thermos;



008862338-0004 - Ice buckets

**Classe 9: Imballaggi**

**Imballaggi e recipienti per il trasporto o per la manutenzione di merci**

**09-01 BOTTIGLIE, FLACONI, BARATTOLI, DAMIGIANE, RECIPIENTI MUNITI DI**

**UN SISTEMA A PRESSIONE**

**Eu design 008868533-0001**

**Eu design 008904924-0004**

**09-04 CASSETTE E GESTINI**

**09-05 BORSE, BUSTE, TUBETTI E CAPSULE**





Classe 32: Simboli grafici e logo, motivi decorativi per superfici, ornamenti



Praticamente TUTTE le etichette, decorazioni o altro in ambito alimentare



Design spagnolo D0534129



Design internazionale 2022-00234/2

**Confezione o simbolo grafico?**

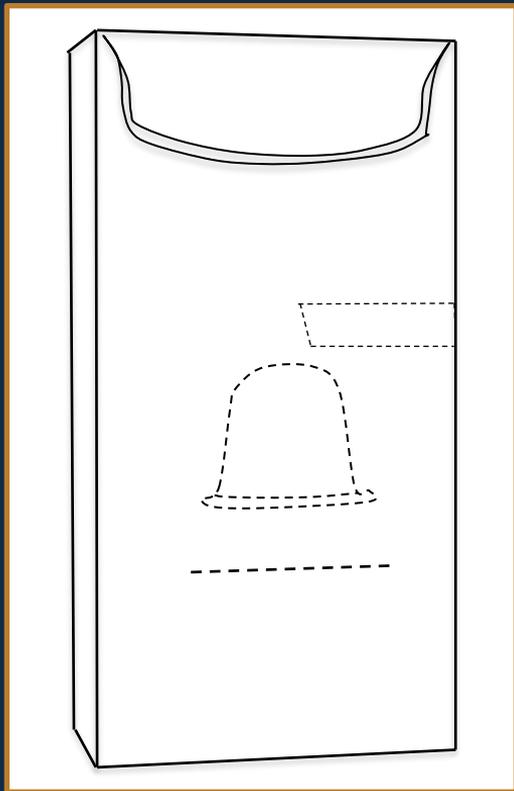
**Come scegliere?**

# Qualche esempio

# Packaging di un prodotto



## Packaging di un prodotto



## Visual DISCLAIMERS - Packaging di un prodotto



Design comunitario n.009082191





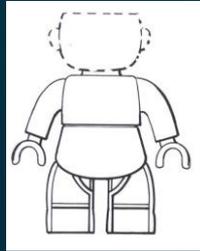
## Visual DISCLAIMERS - Prassi comune (CP6)

(overview)

- Blurring



- Broken lines



- Colour shading



- Boundaries

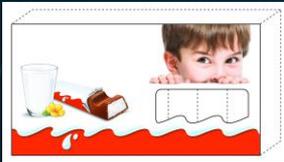


**Altri esempi di deposito**

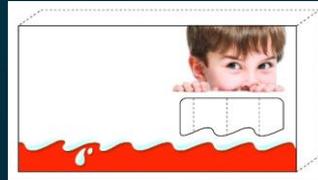
**Come si tutelano i grandi**

## Analisi di una tutela di prodotto:

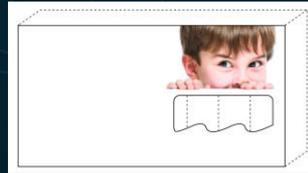
### Kinder cioccolato: tutela della confezione



Community design N° 004427912-0001



Community design N° 004427912-0002



Community design N° 004427912-0003

### Kinder cioccolato.....



Community design N° 004427912-0004



Community design N° 004427912-0005



Community design N° 004427912-0006

**Kinder cioccolato.....**



**Community design N° 004427912-0007**

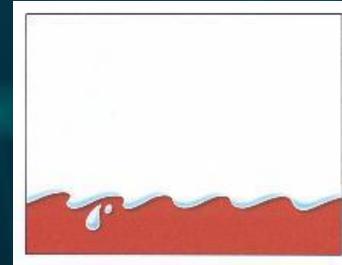
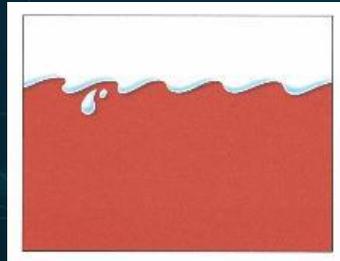
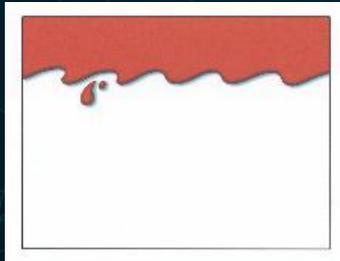


**Community design N° 004427912-0008**

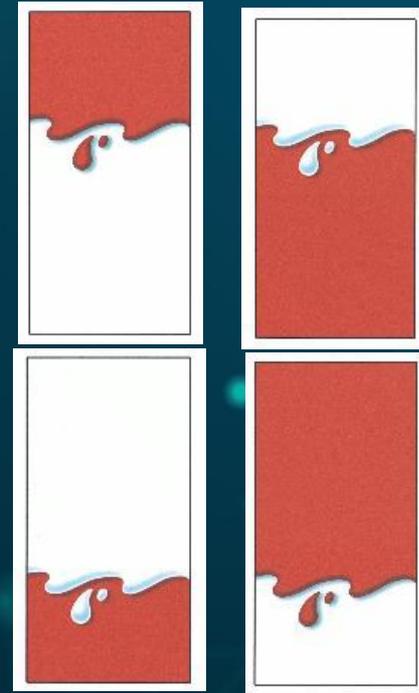
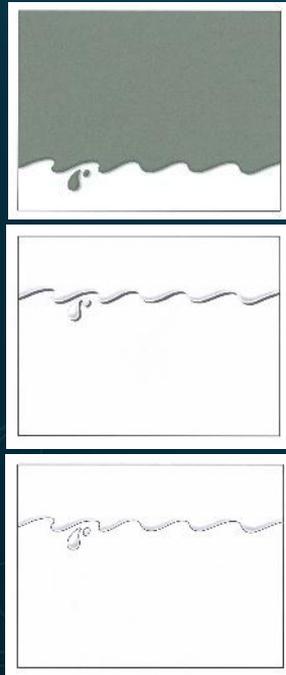
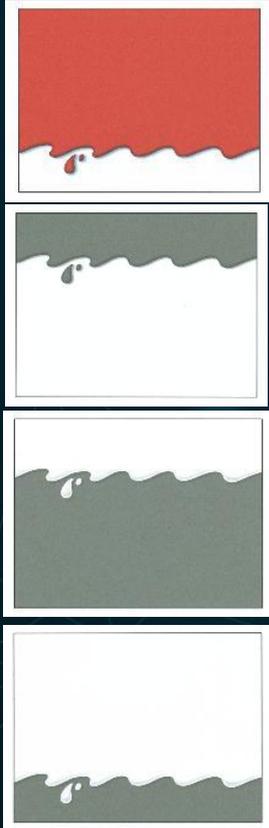
Kinder cioccolato.....tutela del logo

Community design N° 000453550-0001 -

Community design N° 000453550-0003



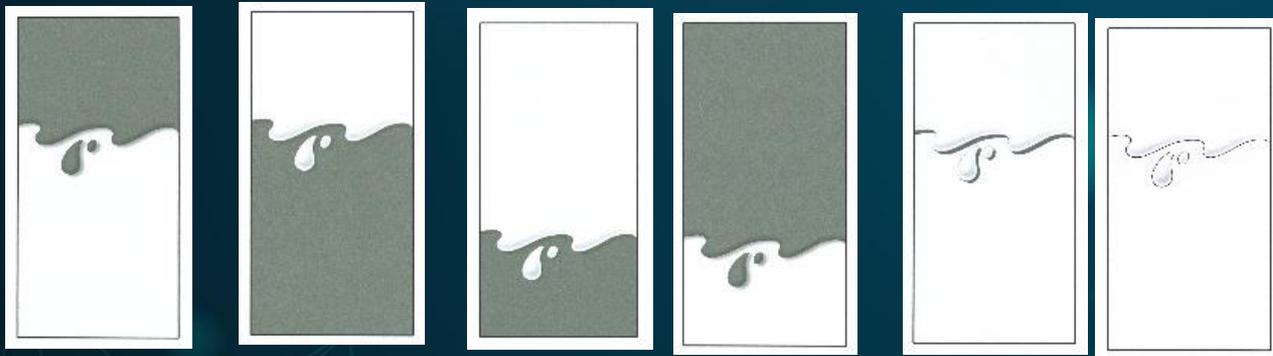
Kinder cioccolato.....tutela del logo



Community design N° 000453550-0004 -

Community design N° 000453550-0014

Kinder cioccolato.....tutela del logo



Community design N° 000453550-0015 -

Community design N° 000453550-0020

**Alternativamente tutela con molteplici design del prodotto  
stesso:**

**La pasta nei vari formati:**

**Foto a colori:**

**Design number: 171330**



**C'è chi si tutela con molteplici design:**

**La pasta nei vari formati:**

**Foto in bianco e nero:**

**Design number: D821688**

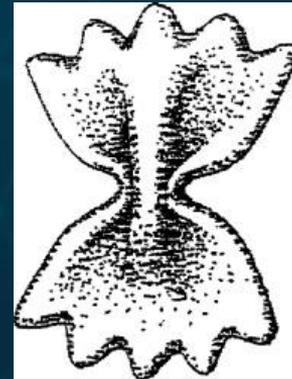


**C'è chi si tutela con molteplici design:**

**La pasta nei vari formati:**

**Disegno al tratto:**

**Design number: 2003-00539/1 -**



C'è chi non si tutela:

Prodotto innovativo, no design

Né del prodotto né del  
packaging

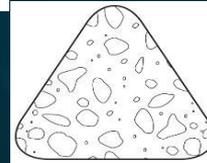
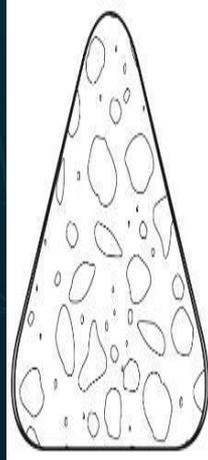


## Ci sono design degli altri, ma poco rilevanti



EU design number: 002513770-0001

Design number:  
003444181-0001



Anche la sola confezione può essere  
sufficiente

**Pata S.p.A.**



community design 002602995-0001



Anche la sola confezione può essere sufficiente



Amica Chips S.p.A.

Community designs 008785760-0001/0002



Anche la sola confezione può essere sufficiente



Amica Chips S.p.A.

Community designs 008850572-0001/0004

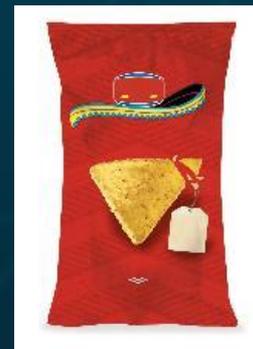


Anche la sola confezione può essere sufficiente

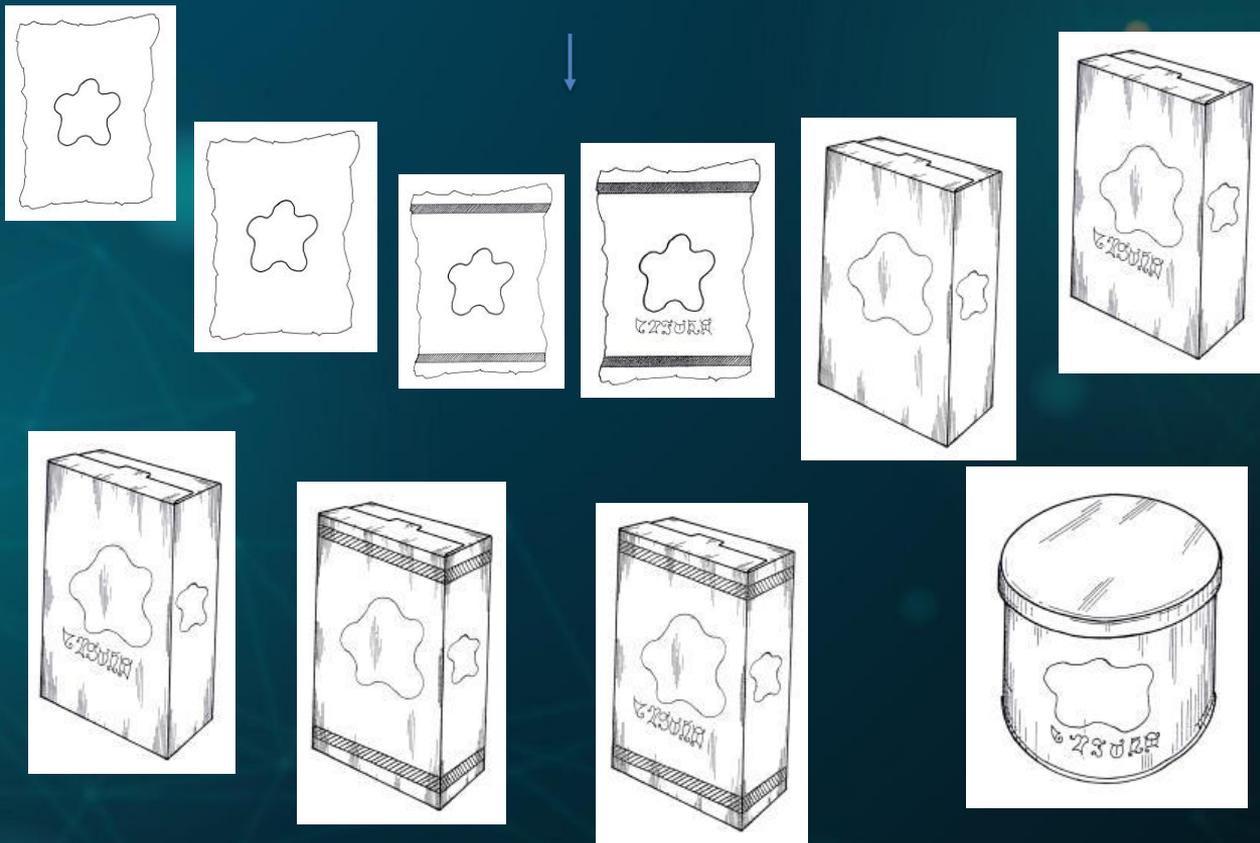


Amica Chips S.p.A.

Community designs 008850572-0001/0004



## Tutela di un concetto della singola patatina

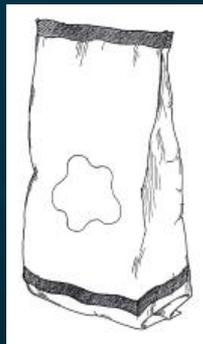
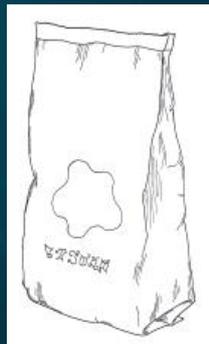
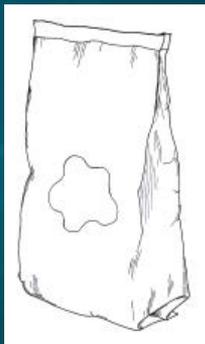


Community  
designs  
000100102-  
001/00012

Tutela di un concetto della singola patatina



Community designs 00010021-0013/00025



## Fattispecie del cd. «Look alike»

### Sentenza n. 11010/2014



La sentenza del Tribunale di Milano consolida l'orientamento in base al quale a) il packaging o il lay out della confezione di un prodotto è tutelabile, e b) la ripresa del complesso dei suoi elementi da parte di un concorrente ("look alike") è illegittima

# MARCHI 02

---

Caratteristiche &  
Esempi

# Marchi

Il marchio è un segno, apposto su un prodotto o sul materiale relativo ad un servizio, che permette di distinguere i prodotti o i servizi realizzati o prestati da un'impresa da quelli delle altre imprese.





Qualsiasi segno, come le parole, compresi i nomi di persone o i disegni, le lettere, le cifre, i colori, la forma dei prodotti o del loro imballaggio e i suoni, a condizione che tali segni siano adatti a:



- a) distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli di altre imprese; e
- b) essere rappresentati nel registro in modo da consentire alle autorità competenti e al pubblico di determinare in modo chiaro e preciso l'oggetto della protezione garantita al loro titolare.

# IN CONCRETO?

Marchi denominativi



MULINO  
BIANCO

Marchi figurativi



Marchi Complessi



# MA ANCHE

Marchi di forma

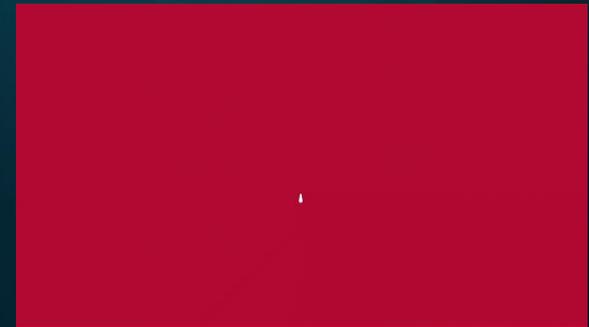


Marchi di colore



Movimento/Multimedial

e



# MA ANCHE

Pattern



Marchi di Posizione

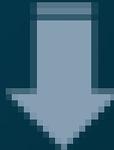


Sonoro



**Non è OBBLIGATORIO registrare qualsiasi cosa**

**Ma è opportuno tutelare ciò che per l'azienda rappresenta un valore aggiunto.**



**Quei segni distintivi, siano essi parole, loghi, immagini, suoni, etc., sui quali si investe in termine di risorse economiche e di immagine e che permette all'azienda di essere immediatamente identificata sul mercato.**

QUINDI TUTTO PUO'  
ESSERE UN  
MARCHIO?

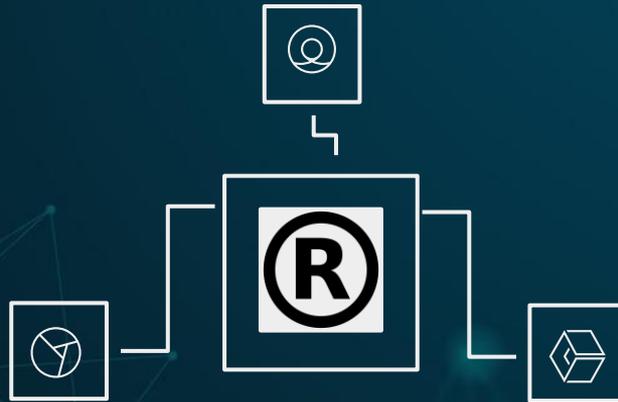
# ... NO, NON TUTTO PUÒ ESSERE MARCHIO

## CAPACITA' DISTINTIVA

### NOVITA'

Non confondibilità con i segni distintivi anteriori altrui (marchi, nomi a dominio, nomi commerciali, segni noti e rinomati)

No marchi privi di carattere distintivo:  
Marchi uso comune; Marchi costituiti da denominazioni generiche



### LICEITA'

NO segni contrari alla legge, all'ordine pubblico o al buon costume; segni idonei ad ingannare il pubblico, in particolare sulla provenienza geografica, sulla natura o sulla qualità dei prodotti o servizi; segni il cui uso costituirebbe violazione di un altrui diritto di autore, di proprietà industriale o altro diritto esclusivo di terzi.

## CAPACITA' DISTINTIVA



**RICOTTAMISU'** → dolci

**AGRICOLA** → birra;

**FRUIT4YOU** → succhi di frutta;

**AQUAVITAE** → bicchieri, cioccolato, servizi di vendita alcolici;



→ prodotti alimentari;



→ Conserve;



→ friggitrici



→ pesce e pasti pronti a base di pesce

CAPACITA' DISTINTIVA



Marchi distintivi



CARCIOGHIOTTO

Marchi evocativi





**E' una verifica effettuata tra marchi e segni distintivi anteriori con effetto in uno o più Paesi di interesse**

**Tale ricerca ha lo scopo di individuare eventuali segni anteriori che potrebbero costituire un ostacolo all'adozione del segno di interesse**

**Due tipi di ricerche:**

**Identità vs Similitudine**

- NO SEGNI CONTRARI ALLA LEGGE, ALL'ORDINE PUBBLICO, AL BUON COSTUME



MAFIA



- NO SEGNI INGANNEVOLI su provenienza geografica, natura, qualità etc.

JUST EGG



GALLETTO  
VALLESPUGA

- NO SEGNI il cui uso è in violazione di un diritto di terzi (es. marchio opera d'arte altrui)



# Metaverso & Metafood

# 03

---

Introduzione al metaverso ed implicazioni  
con proprietà intellettuale e settore F&B

«un digital twin del mondo reale,  
dove le persone grazie alle  
tecnologie immersive possono  
interagire tra loro con un avatar  
personalizzato»

Snow Crash, 1992 Neal Stephenson

# L'evoluzione e di internet

Metaverse is best understood as *'a quasi-successor state to the mobile internet'*. This is because **the Metaverse will not fundamentally replace the internet, but instead build upon and iteratively transform it.**

Matthew Ball – Metaverse Advisor to Meta

«only read web»  
l'internet dei contenuti,  
contrassegnato  
da siti web statici, realizzati in  
semplice HTML, con una frequenza  
di aggiornamento  
ridotta

## Web 2.0

«read-write-execute»  
Avvento degli smartphone e del  
mobile Internet dove gli utenti  
possono azionare i propri contenuti  
(app) e iniziano a possedere oggetti  
digitali (token)

## Web 4.0

## Web 1.0

«read-write web»  
Condivisione di contenuti da parte  
di utenza non tecnica. Nascita Blogs,  
Wiki, Social Network, Forum, e  
commerce.

## Web 3.0

Metaverso  
Avvento di un'esistenza digitale.

# COMPONENTI DEL METAVERSO

## BLOCKCHAIN



- Bitcoin (BTC) = 19.755,08 €
- Ether (ETH) = 1.349,33 €
- Solana (SOL) = 28,243 €
- Avalanche (AVAX) = 15,891 €
- Binance Coin (BNB) = 277,24 €
- Cosmos (ATOM) = 11,94 €

## Asset virtuali (NFT)



## AR/VR/MR devices



## MONDI METAVERSO (M-Worlds)



Decentraland



# Alcuni chiarimenti



La blockchain è un database strutturato sotto forma di una catena di blocchi, ciascuno dei quali contiene una serie di informazioni.



**Nft** (acronimo di non-fungible token) sono dei certificati che attestano l'autenticità, l'unicità e la proprietà di un oggetto digitale (come per esempio un'immagine, un video, una canzone o anche un tweet). I token non fungibili vengono registrati in una blockchain e non possono essere scambiati tra loro né copiati.



# METAFOOD

MONKEY  
SHOULDER



HEINEKEN

Norphy

# HEINEKEN



Heineken ha lanciato la sua birra digitale con un evento su Decentraland con la stampa nel corso del quale ai giornalisti invitati è stato offerto un pranzo a base di aragosta e caviale pixelati.

# PROSCIUTTO SAN DANIELE



**LAB San Daniele è un progetto del Consorzio del Prosciutto di San Daniele che vuole portare i consumatori dentro il proprio mondo utilizzando la tecnologia immersiva. L'idea è quella di innovare la narrazione della propria storia e dei propri progetti produttivi per avvicinare gli appassionati ai valori dell'azienda, il tutto sfruttando gli strumenti messi a disposizione del metaverso.**

<https://lab.prosciuttosandaniele.it/>

# ENONAUTILUS WINE THEATRE

**Piattaforma di enoturismo che offre agli appassionati un modo innovativo di vivere il vino e agli operatori uno spazio dove raccontare i prodotti e i territori.**

**Conferenze e vendita di NFT sul vino che danno diritto ad esperienze uniche e bottiglie spedite a casa.**

<https://enonautilus.com/>

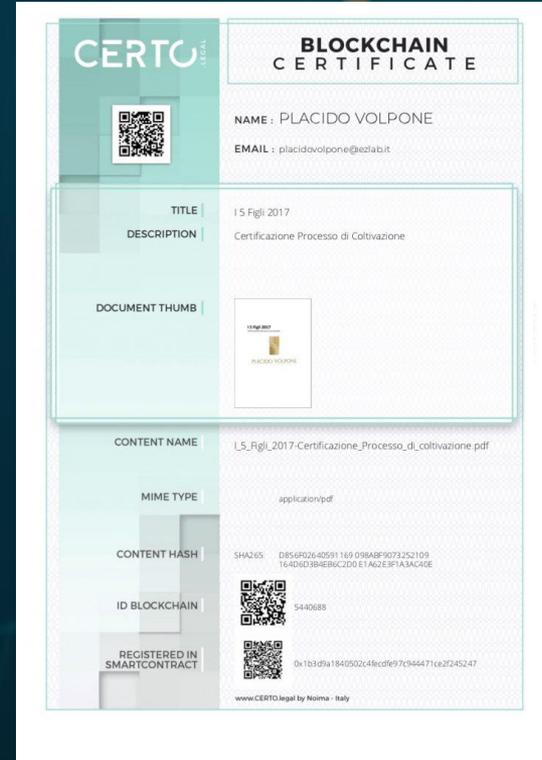


# CANTINA PLACIDO VOLPONE

**Filiera certificata a “Km 0 virtuale”**

La Cantina Placido Volpone è la prima cantina al mondo a certificare la filiera del suo vino utilizzando la tecnologia Blockchain. Il consumatore potrà verificare provenienza, caratteristiche organolettiche e l'intera filiera agroalimentare e industriale del vino Placido Volpone consultando tutte le informazioni raccolte lungo il processo di produzione, semplicemente avvicinando il proprio smartphone al QR Code presente sull'etichetta. Lancio di 50 NFT legati al vino

<https://placidovolpone.it/>



# METABALLS by POLPETTA

Primo ristorante italiano dove si può pagare il conto direttamente in criptovaluta.

Collezione NFT METABALLS by POLPETTA che include 8800 pezzi che saranno lanciati ad un prezzo iniziale di 0,088 ETH (Ethereum) l'uno (circa € 210 ad oggi) e che si ispirano liberamente al menu di Polpetta, con una serie di tratti e sfondi specifici

<https://www.metaballsbypolpetta.io/>





Uno studio di BCG stima un  
valore tra i 250 e i 400 miliardi  
di dollari entro il 2025

**“The Corporate Hitchhiker’s Guide to the Metaverse” - Boston Consulting Group (BCG)**

# IP & Metaverso

# 04



Come prepararsi

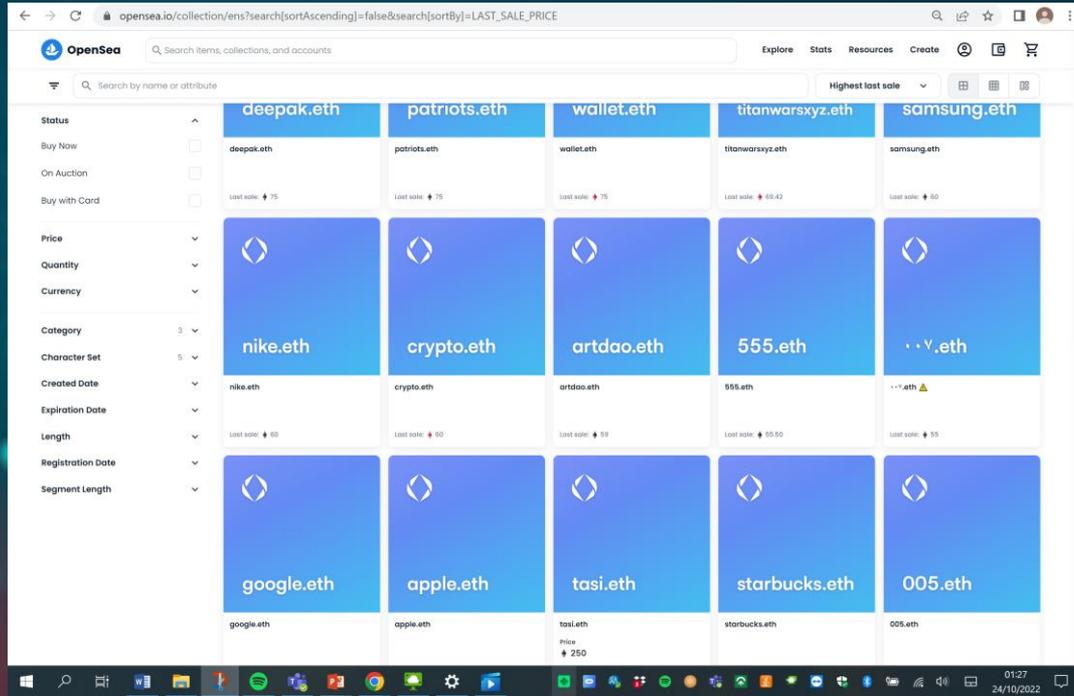
# IP & METAVERSO

01	02	03
Aggiornare / proteggere i propri marchi per i prodotti e servizi del metaverso	Monitorare i market di NFT	Agire tempestivamente

## Aggiornare la classificazione

- **i prodotti virtuali** rientrano nella **Classe 9** perché sono trattati come contenuti digitali o immagini. Tuttavia, il termine prodotti virtuali deve essere ulteriormente specificato chiarendo il contenuto al quale detti prodotti virtuali si riferiscono (ad esempio prodotti virtuali scaricabili, ovvero abbigliamento virtuale);
- il termine **token non fungibili** è accettabile quando è specificato il tipo di elemento digitale che gli NFT autenticano. In tale ottica, la 12a edizione della Classificazione di Nizza includerà, nella classe 9, il termine “file digitali scaricabili autenticati da token non fungibili” (“downloadable digital files authenticated by non-fungible tokens”);
- **i servizi di vendita al dettaglio in materia di prodotti virtuali** rientrano nella classe **35** e vanno specificati.
- **i servizi di intrattenimento nel mondo virtuale** rientrano in classe **41**.
- lo **sviluppo di software** dedicato al mondo virtuale rientra nella classe **42**

# Monitorare i marketplaces



# Agire tempestivamente





# GRAZIE !

verona@sib.it

045 801 4990



www.sib.it



Marta Manfrin / Mauro Delluniversità - Davide Dabergami

Alcune immagini sono tratte dal sito [www.wipo.org](http://www.wipo.org)

© SOCIETA' ITALIANA BREVETTI 2022

DOCUMENTO DI ACCOMPAGNAMENTO A UN'ESPOSIZIONE ORALE E NON INTESO PER DIFFUSIONE ESTERNA