

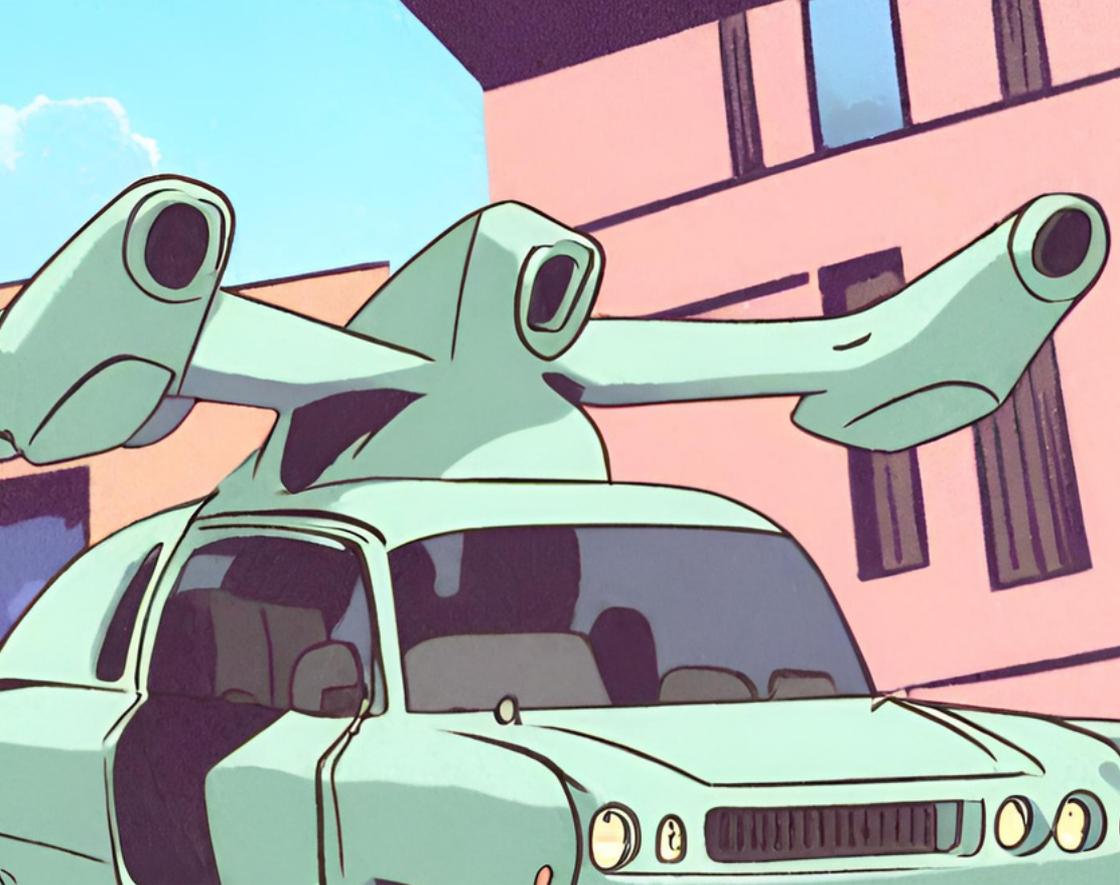
Hai mai immaginato di inventare qualcosa di fantastico, come ad esempio un robot superintelligente, una macchina volante o una macchina del tempo?

Quando inventi, disegni, scrivi o suoni qualcosa di originale diventi a tutti gli effetti un autore/autrice.

Proprio perché questa opera è tua, hai tutto il diritto di decidere cosa farne ed evitare che qualcuno ti copi il lavoro prendendosi il merito.

Ecco, in un certo senso, la proprietà intellettuale è come una specie lucchetto che aiuta a proteggere le idee.

Ci sono tre tipi principali di proprietà intellettuale, di cui parleremo nelle prossime pagine: brevetti, marchi e copyright.



**Brevetti:** Immagina di inventare una macchina volante, realizzando un progetto specifico e completo in ogni dettaglio. In questo caso potresti richiedere un brevetto per la tua invenzione. Questo è come un certificato che ti dà il diritto esclusivo di usare la tua invenzione, impedendo agli altri di copiarla. I brevetti hanno solitamente una durata massima di 20 anni.

**Attenzione** il brevetto non impedisce agli altri inventori di realizzare una macchina volante, ma si assicura che non la possano costruire nel modo in cui l'hai realizzata tu, a meno che tu non decida di vendere il tuo brevetto!



**Marchi:** Ora, pensa ai tuoi giochi o alle tue bevande preferite. Hanno un simbolo o un logo che li rende riconoscibili, giusto? Bene, quei simboli sono dei segni unici che non possono essere utilizzati da altri.

Un "marchio" è un segno che dice a tutti che un prodotto o servizio è stato fatto da una persona o un'azienda specifica.

Chi utilizza un marchio senza il permesso compie un crimine di contraffazione.



**Copyright:** Hai mai disegnato un quadro o scritto una storia fantastica? Anche queste creazioni sono tutelate!

Il "copyright". Protegge le tue creazioni artistiche, come i disegni, le canzoni o le storie, in modo che solo tu possa decidere cosa farne.

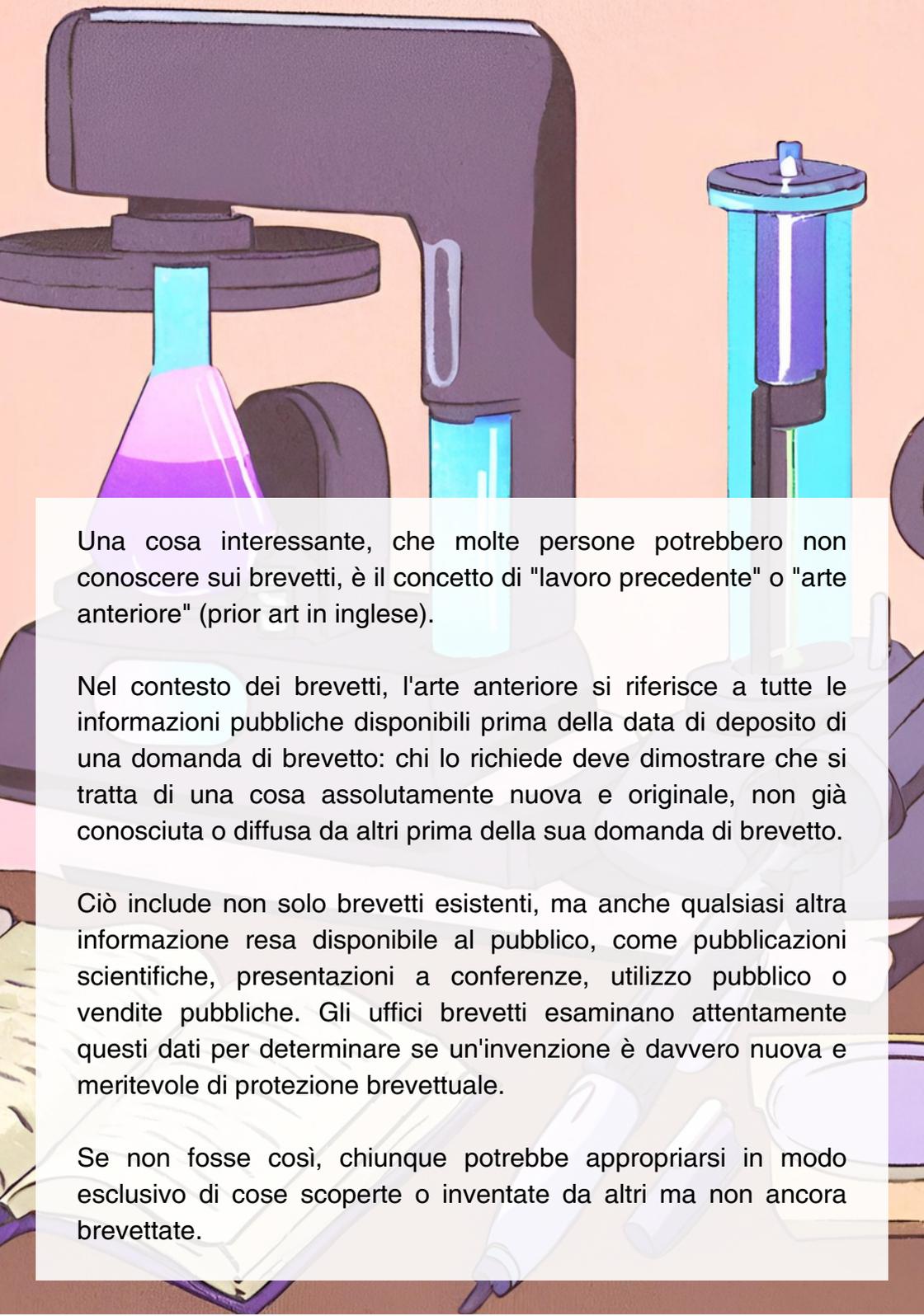
Anche in questo caso dobbiamo ricordare che il copyright, come il brevetto e il marchio, si applica a cose concrete e non a idee generiche. Nelle prossime pagine troverai alcuni esempi.



Realizzare un libro con un mago come protagonista non significa violare il copyright di Harry Potter.

Il copyright si applica su lavori specifici e non sulle idee generali.

Quindi puoi benissimo scrivere un libro su un mago che va a scuola di magia, ma non puoi copiare esattamente vicende, luoghi e personaggi dal libro dell'artista originale.



Una cosa interessante, che molte persone potrebbero non conoscere sui brevetti, è il concetto di "lavoro precedente" o "arte anteriore" (prior art in inglese).

Nel contesto dei brevetti, l'arte anteriore si riferisce a tutte le informazioni pubbliche disponibili prima della data di deposito di una domanda di brevetto: chi lo richiede deve dimostrare che si tratta di una cosa assolutamente nuova e originale, non già conosciuta o diffusa da altri prima della sua domanda di brevetto.

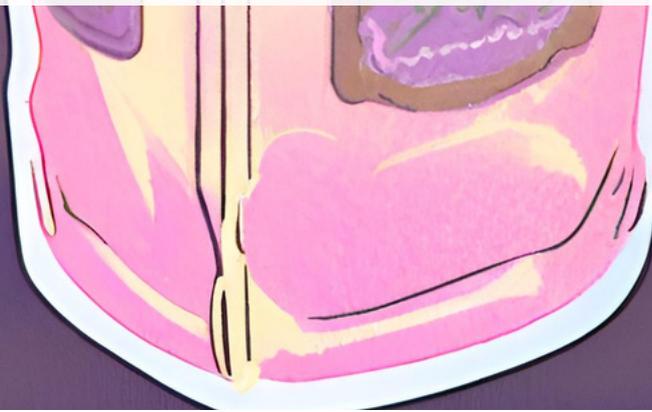
Ciò include non solo brevetti esistenti, ma anche qualsiasi altra informazione resa disponibile al pubblico, come pubblicazioni scientifiche, presentazioni a conferenze, utilizzo pubblico o vendite pubbliche. Gli uffici brevetti esaminano attentamente questi dati per determinare se un'invenzione è davvero nuova e meritevole di protezione brevettuale.

Se non fosse così, chiunque potrebbe appropriarsi in modo esclusivo di cose scoperte o inventate da altri ma non ancora brevettate.



Il “trade dress” si riferisce all'aspetto complessivo di un prodotto o di un suo imballaggio che può fungere da marchio distintivo. In altre parole, il trade dress è costituito dagli elementi visivi o stilistici distintivi, che identificano un prodotto e lo distinguono dagli altri sul mercato.

Ad esempio, pensa alla bottiglia distintiva della Coca-Cola o all'aspetto iconico della confezione di una scatola di patatine Pringles. Questi elementi visivi sono parte del trade dress di quei prodotti e contribuiscono a creare un riconoscimento immediato nel consumatore. Il trade dress può comprendere colori, forme, design, stili di carattere, disposizioni grafiche e altri elementi visivi che rendono un prodotto unico e riconoscibile. Come i marchi tradizionali, il trade dress può essere oggetto di protezione legale per prevenire l'imitazione da parte di concorrenti.





Supported by:

