

COME PROTEGGERE L'ARREDAMENTO D'INTERNI DEI NEGOZI IN CINA

Quando Brent Hoberman, fondatore di *Mydeco.com*, uno store online di mobili e arredamento d'interni, fece un viaggio in Cina, un uomo era particolarmente desideroso di incontrarlo. Alla riunione, l'uomo spiegò che intendeva lanciare un business via web ma non aveva nessuna idea di come realizzarlo, finché non trovò *Mydeco.com* e lo copiò.

Egli desiderava soltanto esprimere personalmente il suo apprezzamento a Mr. Hoberman.

Nel 2011 i residenti di Kunming, una città nella regione sudoccidentale della Cina furono felici di avere finalmente un negozio IKEA. Ma questo negozio è una imitazione, un enorme edificio a più piani, che vende arredamento moderno in stile IKEA e copia perfino i colori distintivi del marchio blu e giallo. I residenti erano consapevoli che si trattava di un falso, ma avevano poche alternative, dato che il più prossimo negozio IKEA è a Chongqing, a 940 km di distanza.

Il layout del negozio, i colori e il design possono diventare sinonimi di un marchio, cosicché l'imitazione dell'interno di uno store può danneggiare le aziende copiate. Alle volte, addirittura, è sempre più difficile distinguere il reale dal falso. In Cina vi è un detto, che dice "*le montagne sono alte e l'imperatore è lontano*", che incorpora perfettamente la ragione per cui in Cina alcune contraffazioni avvengono ancora, soprattutto in località lontane come Kunming.

Per le imprese operanti nell'arredamento d'interni, vi sono tre possibili tipi di protezione della proprietà intellettuale: il *trade dress*, il *copyright* e il *brevetto di design*.

Il **trade dress** copre il tema e gli elementi del design d'interni di uno spazio commerciale. Esso deve essere unico e con caratteristiche distintive tali da consentire ai consumatori il riconoscimento dell'origine. È controverso se un design rappresenta l'origine oppure è soltanto decorativo, poiché ciò dipende di solito dalla reazione dei clienti. Così, se un tema non è distintivo, allora è necessario dimostrare che il design d'interni è divenuto distintivo nella mente dei clienti che lo associano all'origine. La legge cinese *anti-unfair competition* fornisce qualche protezione per i trade dress non registrati, così come per i marchi commerciali, il packaging e i segreti commerciali.

Il **copyright** copre le istruzioni, i disegni architettonici e industriali nonché i disegni grafici. Diversamente dalla protezione di brevetti e marchi commerciali, le opere coperte da copyright non richiedono registrazione per essere protette.

La Cina garantisce la protezione a persone e aziende provenienti da paesi dove vige la Convenzione internazionale del copyright, di cui la Cina è membro. Comunque i detentori di copyright possono registrarlo volontariamente presso la *National Copyright Administration* (NCA) per stabilire l'evidenza della proprietà, nel caso si rendesse necessaria l'esecuzione forzata del riconoscimento.

Il **brevetto di design** copre i disegni ornamentali di oggetti funzionali, come l'arredamento. Diversamente dall'Europa, in Cina non esiste la protezione non registrata del design; vige una giurisdizione first-to-file. Inoltre i design debbono avere la caratteristica della novità. Ciò significa che

il design non può essere stato diffuso al pubblico prima del deposito della domanda, altrimenti esso può essere invalidato successivamente. Pertanto, se desiderate depositare una domanda per un brevetto di design in Cina, assicuratevi che il vostro design sia stato trattato come un segreto commerciale e non sia mai stato reso pubblico in qualsiasi paese prima della data della domanda.

Benché l'imitazione sia la massima espressione dell'adulazione, in Cina il numero di negozi contraffatti è in via di diminuzione e vi è una crescente enfasi sulla necessità di creatività e autenticità. I consumatori cinesi dispongono di maggiori risorse e sono in grado di distinguere più che nel passato: così desiderano effettuare sempre più acquisti di prodotti genuini e non falsi. Ciò dovrebbe spingere le imprese europee ad affrontare con più serenità l'ingresso sul mercato cinese: se le imprese attuano una corretta strategia dell'IP il ritorno dell'investimento sarà ripagato.

Questa non è soltanto una scappatoia per ottenere una protezione il più velocemente possibile: la procedura ufficiale richiede che le domande parallele siano effettuate esattamente nello stesso giorno e accompagnate da una dichiarazione della doppia domanda effettuata.

