

INDICE SOMMARIO

Prefazione, di <i>Niccolò Abriani</i>	IX
Il Curatore e gli Autori	XIII

Parte Prima INQUADRAMENTO

Capitolo 1

PRINCIPI GENERALI IN MATERIA DI MARCHI

1. Premessa	5
2. Le caratteristiche del marchio	6
2.1. Il marchio come “segno”: chiara e precisa rappresentabilità sul registro e capacità distintiva.	6
2.2. Il requisito della novità dei marchi: “ <i>first come first served</i> ”	12
2.3. Il requisito della “verità” dei marchi.	14
2.4. Il requisito della liceità dei marchi: la contrarietà alla legge, all’ordine pubblico o al buon costume	16
3. La classificazione dei marchi	18
4. Cenni sulla tutela: come si orienta il giudizio di confondibilità tra i marchi	23
5. Principi “di specie”: come si è orientato il giudizio di confusione nelle decisioni raccolte	27

Parte Seconda
IL RISCHIO DI CONFUSIONE E IL
GIUDIZIO DI CONFONDIBILITÀ TRA MARCHI.
CASI PRATICI

Capitolo 2
FASHION & LUXURY

1. Somiglianza	37
2. Differenza	83

Capitolo 3
TECH, MEDIA & ENTERTAINMENT

1. Somiglianza	121
2. Differenza	163

Capitolo 4
FOOD & BEVERAGE

1. Somiglianza	189
2. Differenza	227

Capitolo 5
BEAUTY, HOME CARE & PHARMA

1. Somiglianza	253
2. Differenza	300

Capitolo 6
AUTOMOTIVE

1. Somiglianza	325
2. Differenza	369
Indice delle decisioni	399
Indice analitico per immagini	409