

Corso: **TUTELA DEL DESIGN E DEL DESIGNER**

Docente: **PROF.SSA SIMONA CAZZANIGA**

Semestre: **1°**

Lingua di erogazione: **ITALIANO**

N° max studenti ammessi: **120 POLIMI + 10 ERASMUS**

Modalità d'esame per non frequentanti: **SI**

Note: lezioni interattive, esercitazioni, casi, ed ospiti d'eccellenza.

CRITERI DI VALUTAZIONE

La valutazione del profitto avverrà attraverso una prova scritta e/o orale delle conosce apprese a fine corso con la possibilità per gli allievi di presentare una loro applicazione delle conoscenze giuridiche acquisite ad un caso.

MODALITÀ D'ESAME:

Per i frequentanti è previsto un **esame scritto** a risposte chiuse a fine corso.

L'**esame orale** è obbligatorio per i non frequentanti e per chi ha fatto più di 4 assenze.

L'**esame orale** è facoltativo per chi ha già sostenuto e superato il test scritto, ma intende migliorare la valutazione ottenuta nello scritto attraverso la prova orale che può consistere anche in una presentation di un argomento/caso specifico.

Prodotto	Interni	Comunicazione	Moda
✓	✓	✓	✓

Troppo spesso progetti e prodotti di design - anche di successo - non riescono ad essere protetti dalla legge!

Ciò, purtroppo, avviene innanzi tutto perché il designer non ha idea di quali norme – spesso ben diverse tra loro – devono essere considerate per rispettare i requisiti imposti dalla legge affinché un progetto sia valido, nuovo, dotato di creatività... né sa in che modo, con quali termini e con quali modalità può registrarlo o brevettarlo e così proteggere efficacemente il suo progetto.

Troppo spesso, soprattutto i giovani designer, pur avendo acquisito un'ottima preparazione tecnica e persino una certa esperienza

... vengono raggiirati con accordi capestro, a discapito dei loro diritti e di ciò che i loro progetti possono rappresentare, anche sotto il profilo economico e per la loro carriera.

LA TUTELA DEL DESIGN E DEL DESIGNER

Questo corso:

- mira a rendendervi consapevoli dei vari diritti che possono essere rivendicati su un progetto e come gestire le trattative per la conclusione di contratti senza sgradite "sorprese";
- mira a rispondere a tutto ciò che, sugli aspetti legali del vostro lavoro, avreste sempre voluto sapere, ma non avete mai avuto occasione di chiedere ad un avvocato;
- mira ad insegnarvi come non "farvi fregare" in un mercato mondiale sempre più concorrenziale e spregiudicato, oltre che in crisi.

È stato appositamente studiato perché dei creativi e dei tecnici abbiano ad assimilare facilmente principi giuridici di diritto industriale ed intellettuale attraverso slides con immagini, casi pratici, esempi e con esercitazioni pratiche di vario tipo.

I corsi degli anni precedenti hanno infatti offerto la prova che gli studenti di design riescono a seguire ed appassionarsi all'argomento, ottenendo ottimi risultati agli esami e applicando poi con successo quanto appreso nella vita professionale.

**Questo corso risponde alle vostre domande, quali,
per esempio:**

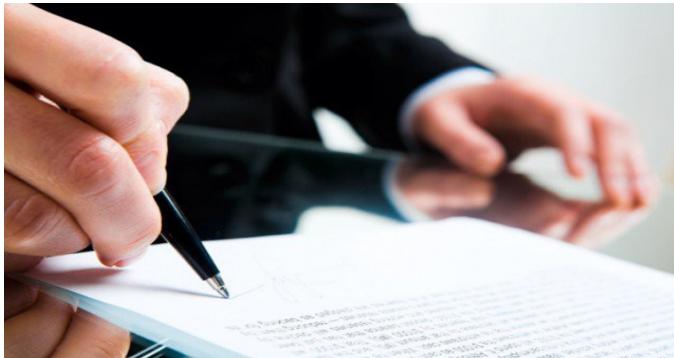
Il mio progetto ...



È abbastanza
originale rispetto
agli altri per essere
giuridicamente
tutelabile?
Presenta forse
“varianti innocue”?
Cosa può
succedere quindi?



Come posso venderlo?



Cosa devo
fare
per non
farmelo
“rubare”?



Questo corso stimola a trovare soluzioni innovative anche sotto il profilo giuridico, per esempio:



Posso registrare come marchio un odore?

la memoria olfattiva è la più duratura ed i consumatori stabiliscono un immediato collegamento tra il segno olfattivo e i prodotti. Le imprese sono quindi interessate alla possibilità di essere le uniche a poter utilizzare determinate fragranze:
si tratta del marchio olfattivo.

...e molto, molto altro!!! Grazie!



Un negoziò può essere un valido marchio?

"un insieme continuo di linee, di contorni e di forme può costituire un marchio a condizione che possieda una grado sufficiente di distinguibilità"

TMview

Trade mark

THE SMELL OF FRESH CUT GRASS

(210)/(260) Application number

(270) Application language

(220) Application date

Second language

Application reference

Trade mark office