

Le **piage di Longchamp** rappresenta un caso esemplare di come un **prodotto Luxury**, se adeguatamente registrato in quanto **creazione originale** di un **marchio notoriamente conosciuto**, consente al brand di rivalersi su tutti i **colpevoli di contraffazione**

di **Simona Ricciotti\*** - **Luca Mariani\*\***

\*Studio Legale Jacobacci & Associati

\*\*Jacobacci & Partners S.p.A.

## La **tutela** di un fashion item cult

La borsa "Le Pliage" è un articolo iconico dall'aspetto estremamente riconoscibile e subito riconducibile alla nota Maison Longchamp, di cui è diventata il vero e proprio simbolo: è stato addirittura affermato che "Le Pliage è di Longchamp, come la *madeleine* è di Proust...". Non a caso la forma di questa borsa è stata registrata come marchio tridimensionale ed è stata oggetto di molte decisioni giudiziarie.

### LE ORIGINI DELLA BORSA LE PLIAGE

Nel 1993 Philippe Cassegrain creava un modello di borsa che sarebbe diventata un bestseller in tutto il mondo e la fortuna della propria casa di Moda, vendendo oltre 54 milioni di esemplari in tutte le forme, misure e materiali. "Le Pliage" è un esempio di come alcuni semplici elementi possano essere combinati in modo innovativo, dando vita a una creazione originale. In questo caso, la genialità dello stilista è

consistita nell'adoperare un materiale inusuale come il nylon, originariamente destinato a uso militare, e di rifinirlo con delle guarnizioni in cuoio e particolari arbirari e fantasiosi, che consentono di identificare il prodotto come proveniente dalla Maison Longchamp: così è nato un vero *unicum* che in pochi anni sarebbe diventato un oggetto di culto. Un'altra peculiarità di tipo più pratico de "Le Pliage" consiste nel fatto che si tratta di una borsa tascabile, il che consente al proprietario di riporla all'interno di un'altra borsa fino al momento in cui deve essere utilizzata. Non a caso la borsa è denominata "Le Pliage", ovvero "pieghevole": può infatti essere ripiegata su sé stessa come un origami e occupare il posto di un libro tascabile.

### I MARCHI DELLA MAISON

La casa di Moda francese ha registrato diversi marchi dell'Unione Europea che sono



presenti sulle borse in questione. Tra questi ci sono i marchi denominativi "LE PLIAGE" e "LONGCHAMP", e i codici numerici che identificano i modelli di tali borse (in particolare il "1623"), così come il famoso marchio figurativo che ritrae il cavallo in corsa con fantino: sono tutti tutelati per la Classe Internazionale di Nizza 18, che include gli articoli di pelletteria. Più di recente si sono aggiunti due marchi tridimensionali dell'Unione Europea che rivendicano le caratteristiche originali e capricciose della borsa "Le Pliage", ovvero:

- la forma trapezoidale del corpo della borsa;
- la patta di forma leggermente arrotondata, situata tra i due manici e che copre una parte della chiusura lampo;



- l'impuntura sulla parte frontale, che sottolinea il contorno della tasca interna;
- i due manici di sezione tubolare, che terminano con delle punte arrotondate e fissate da ciascun lato di apertura della borsa;
- le due piccole linguette arrotondate in cuoio, posizionate a ciascuna estremità della chiusura lampo;
- il contrasto di colori e di materiali tra gli elementi di cuoio e la tela del corpo della borsa.

Il fatto che un prodotto sia protetto da un numero di privative così elevato è sintomatico del valore attribuito dalla casa di Moda al proprio Luxury brand. Tale attenzione si riflette anche nelle azioni giudiziarie, volte a tutelare i diritti di proprietà industriale e intellettuale di Longchamp.





Cortesia immagini Longchamp



**Gli investimenti pubblicitari costituiscono un elemento probatorio a conferma del valore del brand e della sua notorietà, utile a dimostrare l'entità del pregiudizio subito**

### 1. Le Pliage Original

### 2. Le Pliage Cuir

### 3. Le Pliage Replay

#### I CASI GIUDIZIARI

Nell'ambito della propria costante attività di monitoraggio del mercato, Longchamp ha spesso constatato la commercializzazione di modelli di borse che riprendevano in maniera evidente le caratteristiche distintive che contraddistinguono la particolare foggia della borsa "Le Pliage". Il brand ha quindi più volte agito contro i relativi distributori e/o fabbricanti, per contraffazione e concorrenza sleale.

*In primis* Longchamp sostiene che, nel vendere delle borse estremamente simili a quelle originali, i commercianti hanno violato i diritti di esclusiva garantiti dai marchi tridimensionali registrati a tutela della borsa "Le Pliage", altresì protetta:

- come marchio notoriamente conosciuto, ai sensi dell'articolo 6 bis della Convenzione di Parigi;
- come opera del disegno industriale dotata di carattere creativo e valore artistico, ai sensi dell'articolo 2, n. 10, della Legge sul diritto d'autore. In proposito, in tribunale, la Maison

sottolineava che le borse apocrife riprendevano la borsa "Le Pliage" in termini di forma, dimensioni e caratteristiche peculiari: tutti elementi debitamente protetti a titolo di marchio tridimensionale e di diritto d'autore. Per di più, le borse contraffatte si attestavano a un livello di prezzo talmente basso da nuocere anche all'aura di lusso della Maison.

#### LE DECISIONI GIUDIZIARIE

Nei casi giudiziari succedutisi nel corso degli anni si è verificato che le borse vendute dai contraffattori riproducevano pressoché tutti gli elementi caratterizzanti le borse di Longchamp, risultando di conseguenza pedissequa riproduzioni degli originali. Per questo molti Fori italiani, tra cui il Tribunale di Venezia con sentenza del 13 marzo 2021, e il Tribunale di Milano con sentenza del 25 febbraio 2022:

- innanzitutto hanno riconosciuto piena validità ai marchi tridimensionali che tutelano la forma della borsa "Le Pliage", contraddistinti da un insieme di singoli elementi che ne determinano la complessiva originalità;
- di conseguenza, hanno ritenuto che la condotta dell'imitatore

costituiva contraffazione dei diritti esclusivi di Longchamp, nonché un illecito concorrenziale per imitazione servile (di cui all'articolo 2598, n. 1 del Codice civile), e anche per appropriazione indebita delle prerogative esclusive attribuibili alla Maison francese e per scorrettezza professionale (sanzionate rispettivamente dall'art. 2598, n. 2 e 3, del Codice civile). I Giudici hanno pertanto disposto l'inibitoria volta a bloccare la produzione, la commercializzazione, l'offerta in vendita, la vendita e la pubblicità, nonché ordinato il ritiro definitivo dal commercio e in taluni casi il sequestro delle borse contestate. Peraltro si precisa che numerose decisioni hanno riconosciuto, oltre all'originalità e alla notorietà della borsa "Le Pliage", anche la sua protezione ai sensi del diritto d'autore (si citano, ad esempio, le decisioni del Tribunale di Roma del 12 dicembre 2017 e del Tribunale di Firenze del 28 novembre 2012, che hanno espressamente riconosciuto il diritto d'autore sulla particolare foggia di borsa "Le Pliage").

#### LA SUCCESS STORY DI LONGCHAMP

Naturalmente, la borsa "Le Pliage" è solo uno dei tanti modelli protetti dalla Maison parigina, la quale tutela le proprie creazioni non solo con adeguate registrazioni di marchio e di modello ma anche grazie a opportuni investimenti pubblicitari. Investimenti che costituiscono un fondamentale elemento probatorio a conferma del valore del brand e della sua notorietà, utile per dimostrare l'entità del pregiudizio subito, in caso di violazione dei diritti di privativa: possono così essere restituiti al titolare, a titolo di risarcimento del danno come riconosciuto dalla giurisprudenza, in particolare dei Tribunali di Torino e Milano.