

# LE BATTAGLIE (NON SOLO SPORTIVE) DI ROGER FEDERER: IL MARCHIO "RF"

*di Gilberto Cavagna di Gualdana*



Roger Federer si trova in questi giorni impegnato in due difficili imprese; da un lato, conservare il titolo vinto l'anno scorso sui campi di Wimbledon e, dall'altro, difendere il famoso marchio "RF", creato per la prima volta per un cardigan personalizzato nel 2006 e dall'ora utilizzato in tutti questi anni sui prodotti realizzati da Nike per il campione svizzero.

Il monogramma "RF" è stato infatti registrato come marchio per i prodotti di abbigliamento proprio da Nike Innovate CV (come marchio europeo e, tra gli altri paesi, anche in Svizzera, Argentina, Brasile e Stati Uniti) e, ora che il 20 volte campione di un Grande Slam ha cambiato sponsor di abbigliamento (passato recentemente a Uniqlo, si dice per 300 milioni di dollari in 10 anni), la nota società sportiva ne rivendica la proprietà.

Nonostante il contratto di sponsorizzazione con Nike sia scaduto, Federer non ha potuto quindi utilizzare il monogramma. Dal punto di vista giuridico, i diritti di Nike appaiono ad un primo esame incontrovertibili in quanto la registrazione si basa su una presumibile autorizzazione (espressa o quanto meno tacita) del campione e la multinazionale dell'abbigliamento sportivo potrebbe impedire l'uso da parte di terzi di un segno identico o simile per capi di abbigliamento in tutti i paesi nei quali ha registrato il marchio; anche se un tale atteggiamento – così come continuare a utilizzare il monogramma senza un rapporto con Federer – potrebbe inimicarle i fans del tennista e comportare più danni che vantaggi. Resterebbe comunque salva la possibilità per il campione svizzero di utilizzare il suo nome, peraltro da lui registrato come marchio denominativo in molti paesi del mondo e per diversi prodotti e servizi.