

UGIVI
Vinitaly – Verona

Paesaggio vitivinicolo e diritto del marketing

Oreste M. Calliano

Docente di Diritto comparato dei consumi alimentari

Diritto per la Digital Economy

Dip. di Management-UNITO

Direttore del CEDIC

Centro Europeo di Diritto dell'Informatica e del Consumo

Albrecht Dürer – Paesaggio di Arco 1494



www.settemuse.it

Durer Albrecht: Vista di Arco

oreste.calliano@unito.it

2

Il paesaggio è un linguaggio

Semiotica (Eco) Sistema segnico composto da segnali:

Indici= segni naturali (fumo = falò; **vitigni** = **vino**)

Simboli = segni convenzionali (aureola, **foto di bei vigneti**)

Icona=segno astratto ricorda il rappresentato (**mappe, app.cru**)

Sistema segnico codificato

Teoria della comunicazione : significante e significato

Emittente>codifica>medium>decodifica >ricevente

Rischio di distorsioni cognitive codifica \neq decodifica

Natura/industria -Interventi sul paesaggio per migliorarlo

Terreno incolto =naturale all'inglese / improduttivo all'italiana

Modifica del paesaggio per realizzare cantina ultramoderna
progettata da architetto / restauro cantina tradizionale

Paesaggio e diritti intellettuali

Di chi è e chi lo può usare:

La denominazione del territorio/paesaggio

L'immagine del paesaggio

I richiami alla cultura che esprime? Letteratura, musica, pittura

La cultura tradizionale (saper fare, tradizioni orali) ?

- Della nazione, che ne può concederne l'uso a Consorzi
- Della comunità che ha mantenuto nome e tradizioni
- Di chi la utilizza da tempo (preuso)
- Di chi l'ha registrata (Copyright, domain name, immagini)
- Dell'interprete dell'heritage - artista che l'ha valorizzato
Mont Sainte-Victoire (Cézanne), Canal Grande (Canaletto)
museo che conserva i dipinti e ne ha i diritti di riproduzione

Copyright foto : Diritti morali, patrimoniali e connessi

Art.2 L.633/241 Opere fotogr. e espresse con proced.analogo a foto

- Riproduzioni fotografiche di oggetti di uso comune, senza valore paesaggistico

- Fotografie della vita naturale e sociale, paesaggi

Dir. autore o committente (catalogo casa vinicola)-casa editrice (rivista,raccolta online) se contratto gratuito o oneroso di cessione file

T. Milano del 28/4/2018 n. 5417 Se paesaggio indica luogo ,data di produz. fotografia- Diritto d' autore 20 a. da prod. foto

- Opere fotografiche creative (foto d'autore, libro) anche se non nome autore. Copyright fino a 70 a. morte autore
- Diritti connessi (art.72 ss.) Diritti su alcuni tipi di fotografie

Foto e videoriprese pubblicate sul web

Uso divulgativo o uso commerciale :

- **Paesaggi naturali** : dichiarazione liberatoria se paesaggi sottoposti a vincoli di tutela ambientale
- **Luoghi urbanizzati**: liberatoria se edifici tutelati dal divieto di riproduzione (Castelli)
- **Edifici privati**: liberatoria dei proprietari
- **Luoghi antropizzati**: diritto all'immagine art.96 necessario consenso del/i soggetti ripresi

Non consenso se:

- **Scopi scientifici, didattici, culturali**
- Avvenimenti pubblici, a meno che rechi pregiudizio all'onore soggetti

Se uso commerciale : equo corrispettivo , ma indicazione del fotografo

Liberatoria del soggetto fotografato. Diritto riproduz. del fotografo

Sanzioni per violazione copyright fotografico

- Tutela civile

Art. 156 ss. **Inibitoria** (Azione cautelativa). Violazione o pericolo della Violazione. Impedire continuazione o ripetizione. Giudice può fissare somma cautelativa

Azione risarcimento danni art. 2043 patrimoniali (immagine), morali

- Tutela penale

Art. 171 **Riproduzioni abusive a scopo di lucro**

multa da 51-15.000 reclusione da 1 a 3 anni

Art.171 a) bis **Riproduzione e diffusione in rete opera dell'ingegno**

a scopo di profitto protetta **anche senza scopo lucro**

(utilizzazione privata non com.le)

Marchi geografici

D. lg. 30/2005 CPI art. 7 Parole, Disegni, Tonalità cromatiche, Foto ?

Mk geografico individ. Vietato art. 13 b) CPI

Mk collettivo art.11 CPI origine, qualità prodotto. Registr. da Consorzio

Re. UE 2015/2424 marchio UE

CGCE 8/5/2014 Salame Felino

Ammissibile se non identifica luogo o nesso luogo-qualità del prodotto

C. Cost. 66/'13 Incost. L. Reg. Lazio istitutiva marchio collettivo qualità

Casi Parmacotto, T. Parma 1999, A. Bologna, 2000, Cass. 6080/2004

Toponimo Parma no provenienza geo., ma background cultural/ ind.le

Caso Tokai friulano – C. Cost. 368/2008 Illeg. L. Friuli 24/2007

Giurisprudenza in tema di marchi geografici sugli alcoolici

Nullità:

- Grappa **Sassella**, T. Sondrio 1975, confusivo con vino DOC
- Birra **Bavaria**, T. Torino 2006

Validità:

- **Amaro Silano**, T. Castrovillari 1986, non nesso con Sila e qualità
- Vino **Verrazzano**, T. Firenze 2006, potere sconosciuto dai consum.

Compatibilità tra mk naz.le e mk comunitario.

Reg.CE 479/2008 :D.O. ,I.G.,menzioni tradizionali - Reg. Ue 1308/2013

- **Valpolicella** , T. Verona, 2017,Consorzio /Famiglie dell'Amarone

DOCG « Amarone della Valpolicella»,

Nullità Marchio « Famiglie dell'Amarone d'Arte»

Concorrenza sleale «d'ARTE»

- **Amaro della Langa**

falso Vincent van Gogh, Vendemmia,



Vincent van Gogh, Vigneto rosso, 1888

